



Camera di Commercio
Macerata



FONDAZIONE
CASSA DI RISPARMIO
DELLA PROVINCIA DI MACERATA

g e n n a i o 2 0 1 0

ADA

Accademia Delle Arti Macerata

ORIENTAMENTI PER UNA STRATEGIA DI SVILUPPO
ECONOMICO DELLA PROVINCIA DI MACERATA

Questo studio fa parte di un itinerario di riflessione sul tema “Orientamenti per una strategia di sviluppo economico della Provincia di Macerata” promosso dalla Camera di Commercio di Macerata e sostenuto dalla Fondazione CARIMA. I materiali sino ad oggi prodotti sono diffusi – anche in versione preliminare – attraverso il sito web del Progetto, attivo dal maggio 2006: <http://www.cam.com.it>

Studio condotto da PUBLIC POLICY WORKSHOP (WWW.PPW.IT)
su incarico della CCIAA di Macerata e della Fondazione CARIMA

Indice

1. Introduzione	5
2. “Macerata città della cultura”: una strategia di sviluppo del settore culturale di Macerata	5
3. Progetto “Accademia delle Arti di Macerata” (ADAM)	9



1. Introduzione

“Accademia delle Arti di Macerata” (ADAM) è un progetto con il quale si propone la costituzione di un’associazione di giovani artisti che vivono, lavorano o hanno intense relazioni con Macerata e svolgono la loro attività a livello nazionale e internazionale. ADAM nasce con l’intento di intensificare le relazioni tra gli artisti maceratesi e promuovere il loro lavoro, contribuire alla progettazione del settore culturale di Macerata e alla diffusione dell’arte nella società locale, svolgere la funzione di interfaccia tra gli artisti maceratesi e la scena artistica nazionale e internazionale.

ADAM si colloca sullo sfondo dello studio “*Macerata città della cultura: strategie, politiche, azioni?*” (Macerata 2010) promosso dalla Camera di Commercio di Macerata e dalla Fondazione CARIMA, nel quale è stata elaborata una strategia di espansione della produzione dei beni culturali di Macerata finalizzata a rendere il settore culturale di questa città uno dei motori della sua economia. In particolare, ADAM rappresenta la realizzazione di una delle linee di intervento proposte in questo studio, ovvero il sostegno alla “produzione artistica individuale”.

Prima di delineare il progetto “Accademia delle Arti di Macerata” è utile ripercorrere le riflessioni condotte sul tema “Macerata città della cultura”, le quali sono state presentate in diversi incontri pubblici promossi dalla Camera di Commercio di Macerata con il sostegno della Fondazione CARIMA e sono poi sfociate nello studio “*Macerata città della cultura: strategie, politiche, azioni?*”.

2. “Macerata città della cultura”: una strategia di sviluppo del settore culturale di Macerata

Il progetto “Macerata città della cultura” nasce dalla convinzione che Macerata, disponendo di un capitale territoriale funzionale alla produzione di beni culturali, può ambire a diventare una “città della

cultura”; ovvero, una città nella quale la produzione di beni culturali costituisce il motore dell’economia locale e che esporta i beni culturali che produce nella Provincia, nella Regione, in Italia e in Europa.

L’opzione di diventare una città della cultura è stata trascurata da Macerata finché il terziario pubblico, il terziario privato di servizio (alle imprese) e il terziario commerciale generavano un’occupazione crescente e un continuo aumento del reddito pro-capite e finché lo sviluppo industriale che si è manifestato nei comuni limitrofi che si sono integrati con Macerata fino a formare un unico sistema locale ha assicurato alla città una domanda di servizi capace di sostenere lo sviluppo dell’economia locale. Negli ultimi due decenni le basi economiche di Macerata hanno iniziato progressivamente a indebolirsi per effetto del profondo cambiamento delle logiche gravitazionali delle attività commerciali, della diffusione sul territorio di servizi pubblici e privati in precedenza concentrati a Macerata. Oggi, Macerata è alla ricerca di una nuova strategia che le permetta di consolidare la propria base economica, e il settore culturale sembra costituire un’opzione strategica fondamentale.

In effetti, negli ultimi due decenni, molte città hanno guardato al “settore culturale” – definito come l’insieme delle organizzazioni che producono beni culturali – come a un settore con un rilevante potenziale economico – ma anche sociale e ambientale – e hanno iniziato a elaborare e attuare strategie di espansione o consolidamento di tale settore. All’origine del ruolo che il settore culturale ha assunto vi è, da una parte, la crescita significativa della domanda di beni culturali e, dall’altra, il fatto che la produzione di beni culturali, così come accade per altri beni e servizi, è altamente concentrata: alcuni beni culturali sono prodotti quasi esclusivamente in alcune città e poi consumati nelle altre. (In modo speculare, vi sono città nelle quali si consumano beni culturali che vengono importati e poi scambiati e consumati localmente e città in cui, benché gran parte dei beni culturali domandati dalla comunità locale sia importata, alcuni di essi sono prodotti localmente.)

L’interesse per il settore culturale è legato a diversi fattori. In primo luogo, di fronte al generale ridimensionamento dei settori

Macerata città della cultura

Macerata è già una “città della cultura” da una prospettiva regionale e può certo ambire a diventarlo anche da una prospettiva nazionale ed europea. Ma, come in tutti gli altri settori, le modalità di competizione nel settore culturale stanno profondamente cambiando. Nuove città e nuovi territori stanno entrando in scena, nuovi beni culturali si stanno affermando, aumenta l’orientamento alla mobilità dei fattori produttivi e, soprattutto, le strategie di sviluppo dei decisori pubblici stanno diventando sempre più efficaci e complesse. Su questo sfondo, sembra necessario che Macerata adegui il suo settore culturale al nuovo contesto competitivo, non solo per provare ad espandere questo settore ma anche per mantenere la sua attuale posizione di “città della cultura”.



tradizionali – ad esempio, il settore manifatturiero – le città cercano nei settori innovativi nuove opportunità per ricostruire la loro base economica. In secondo luogo, la produzione di beni culturali non genera rilevanti esternalità ambientali negative. Inoltre, genera esternalità positive, ad esempio associandosi spesso al recupero di capitale edilizio situato nei centri storici permettendo o favorendo in questo modo processi di rigenerazione urbana. In terzo luogo, il settore culturale genera una domanda di laureati e, in molti casi, ciò significa poter assorbire una parte del capitale umano che si forma a livello locale e che non trova adeguata collocazione sul mercato del lavoro locale.

Rispetto alle città che intendono espandere la produzione di beni culturali si deve fare una fondamentale distinzione in termini di obiettivi. Vi sono città che si pongono l'obiettivo di espandere il settore culturale senza perseguire, tuttavia, la finalità di far diventare il settore culturale il motore economico principale dell'economia. Ve ne sono altre che, invece, aspirano a diventare "città della cultura", città in cui la produzione di beni culturali costituisce il principale pilastro della base economica locale. Ma, per diventare una città della cultura all'interno di un arco temporale limitato – 10/15 anni – si deve possedere un insieme di imprese già attive nel comparto della produzione di beni culturali ed anche disporre di un capitale territoriale coerente con i beni culturali che si intende produrre. Inoltre, si deve essere in grado di elaborare un'efficace strategia di settore. È anche necessario che la strategia di sviluppo del settore culturale prenda forma all'interno di una visione integrata delle potenzialità delle singole città di una regione o di una macro-regione, che si trasformi in interventi di contenimento della inevitabile competizione territoriale.

Macerata è in tutta evidenza una città che può ambire a diventare una "città della cultura", poiché dispone del capitale territoriale per far diventare la produzione di beni culturali il motore economico della sua economia. Tuttavia, nelle attuali condizioni competitive – nelle quali praticamente tutte le città stanno ampliando il proprio settore culturale, pur non aspirando a fare assumere ad esso un ruo-

lo centrale –, non si resta o si diventa “città della cultura” senza avere definito una strategia efficace identificata a livello locale, con il coinvolgimento degli attori istituzionali e privati rilevanti.

Il piano strategico del settore culturale di Macerata delineato nel progetto “Macerata città della cultura: strategie, politiche, azioni” individua i seguenti sub-settori strategici, tra i quali vi sono relazioni sinergiche potenziali:

1. Sferisterio Opera Festival;
2. Alta formazione: Università di Macerata (e Accademia delle Belle Arti);
3. produzione artistica individuale;
4. turismo culturale;
5. editoria, giornalismo, comunicazione;
6. eventi culturali.

Si tratta di settori che, sulla base del capitale territoriale esistente, della forza dei nuclei produttivi già attivi e delle relazioni di interdipendenza, possono determinare, se sostenuti, una forte accelerazione nella crescita del settore culturale in termini di occupazione e valore aggiunto.

Il progetto ADAM costituisce il primo passo della strategia di rafforzamento di uno dei sub-settori del settore culturale di Macerata sopra richiamati, quello relativo alla produzione artistica locale.

3. Progetto “Accademia delle Arti di Macerata” (ADAM)

Macerata ha un *milieu* artistico consistente e di valore. Si tratta di un *milieu* e non semplicemente di un “insieme di artisti” perché tra gli artisti maceratesi esistono consolidate relazioni di scambio culturale o di collaborazione. Per gli artisti di una città di provincia che hanno deciso di operare nel proprio territorio la promozione delle loro opere è un tema fondamentale. Natural-

mente, le nuove tecnologie della comunicazione e dell'informazione hanno profondamente modificato il quadro delle strategie comunicative. Ma, comunque, non hanno ridotto la necessità della promozione.

In questo ambito ci sono ampi margini di miglioramento:

(a) per aumentare la domanda delle opere degli artisti maceratesi;

(b) per aumentare il valore delle loro opere.

Un rafforzamento intensivo del *milieu* artistico (aumento del valore complessivo della produzione) conduce anche a un rafforzamento estensivo del *milieu*, vale a dire a un aumento del numero degli artisti che operano a Macerata. Questo capitale relazionale è stato il punto di partenza di un'azione innovativa progettata e realizzata: la fondazione dell'Accademia delle Arti di Macerata.

La presenza di una scena artistica riconosciuta e vitale è un elemento fondamentale di una "città della cultura". La costruzione di una scena artistica è, tuttavia, un processo molto delicato che richiede l'esistenza e la permanenza nel tempo di determinate condizioni. Infatti, la scena artistica delle città periferiche è sempre soggetta al pericolo della disgregazione come conseguenza dell'emigrazione verso altre città (altri *milieu*) di artisti affermati e in cerca di affermazione.

La formalizzazione del *milieu* artistico – la costituzione dell'Accademia delle Arti – risponde a due esigenze di fondo:

a) promuovere il lavoro degli artisti maceratesi;

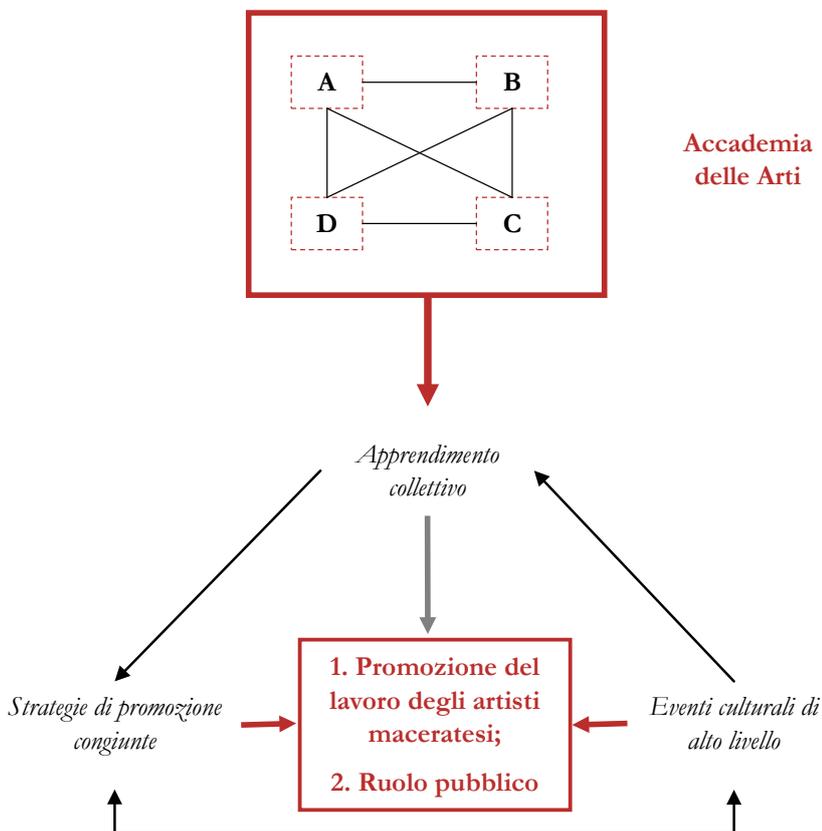
b) introdurre nel sistema di regolazione del sistema sociale un nuovo attore collettivo capace di contribuire all'analisi, elaborazione e progettazione del settore culturale e alla diffusione dell'arte nella società locale.

L'Accademia delle Arti di Macerata

L'Accademia delle Arti è un progetto di istituzionalizzazione del milieu artistico maceratese che ha innanzitutto l'obiettivo di intensificare le relazioni tra gli artisti, promuovere il loro lavoro e l'arte in generale, produrre conoscenza nel campo delle politiche culturali come bene pubblico. In secondo luogo, dovrebbe svolgere la funzione di interfaccia tra gli artisti maceratesi e la scena artistica nazionale ed europea.

Replicando modelli consolidati nella storia europea, l'Accademia delle Arti di Macerata dovrebbe avere una natura aperta, assumere rapidamente un carattere regionale (e poi nazionale). Inoltre, dovrebbe essere in grado di auto-governarsi e di attrarre finanziamenti pubblici e privati per produrre beni culturali come beni pubblici. Dovrebbe diventare, infine, un riconoscibile e autorevole attore del processo di costruzione di una strategia di sviluppo del settore culturale di Macerata.

L'istituzionalizzazione del milieu artistico di Macerata



[HTTP://WWW.MC.CAMCOM.IT](http://www.mc.camcom.it)

ORIENTAMENTI PER UNA STRATEGIA DI SVILUPPO
ECONOMICO DELLA PROVINCIA DI MACERATA