

Le industrie culturali e creative in Veneto

Uno sguardo dalla prospettiva dei bandi POR - FESR

prof. Fabrizio Panozzo
dott. Silvia Cacciatore
dott. Juliana Bernhofer



Università
Ca' Foscari
Venezia



REGIONE DEL VENETO

OBIETTIVO:

Capire come e perché in Veneto si diventa
(o non si diventa) impresa culturale e creativa.

NUOVE IMPRESE

AZIONE 3.5.1

78

DOMANDE PERVENUTE

18

DOMANDE FINANZIATE

1.477.108

FINANZIAMENTO TOTALE

6 HANNO ACCONSENTO
A RIENTRARE NELLA RICERCA

IMPRESE ESISTENTI

AZIONE 3.1.1.

118

DOMANDE PERVENUTE

62

DOMANDE FINANZIATE

4.613.421

FINANZIAMENTO TOTALE

30 HANNO ACCONSENTO
A RIENTRARE NELLA RICERCA

I DUE BANDI HANNO FINANZIATO
LE INDUSTRIE CULTURALI E
CREATIVE IN VENETO
COMPLESSIVAMENTE OLTRE

6.000.000

LA NOSTRA ANALISI
HA POTUTO ANALIZZARE
LE AZIENDE FINANZIATE
PER UN TOTALE 2.942.419

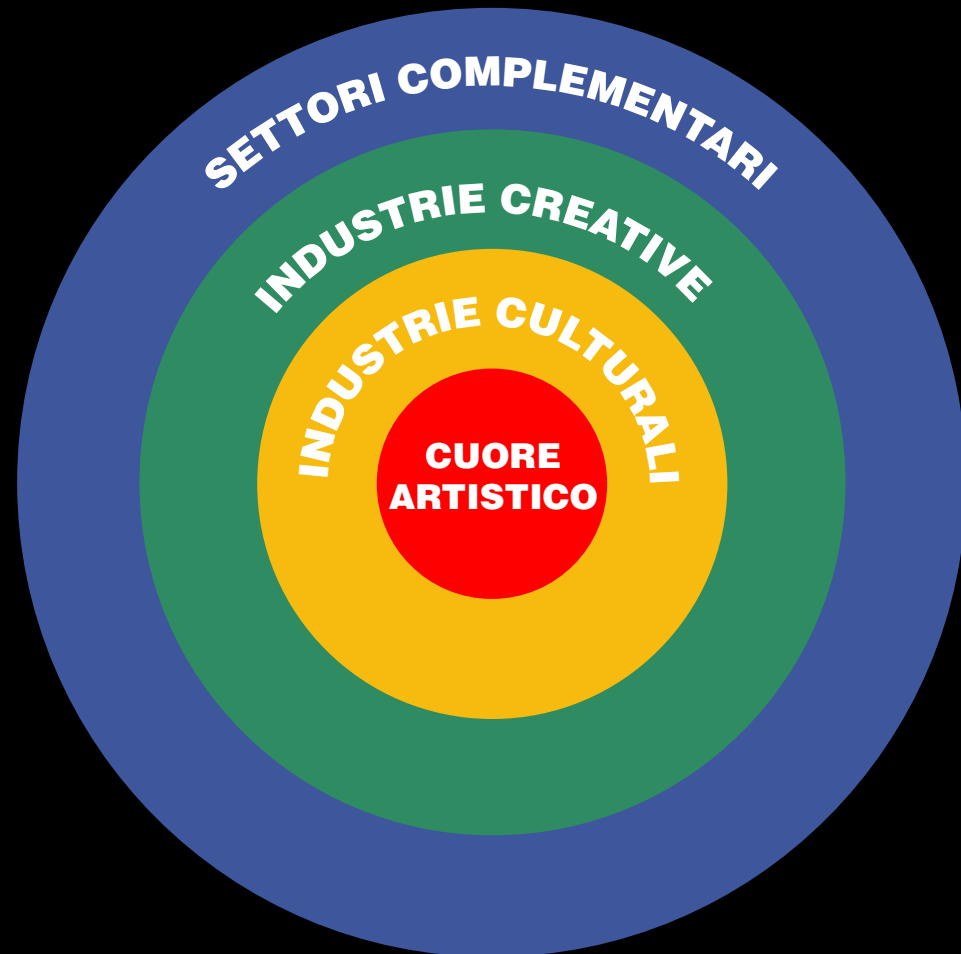
Di cosa stiamo parlando

LETTERATURA
MUSICA
TEATRO E DANZA
ARTI VISIVE

CINEMA
MUSEI
SPAZI ESPOSITIVI
BIBLIOTECHE
FESTIVAL

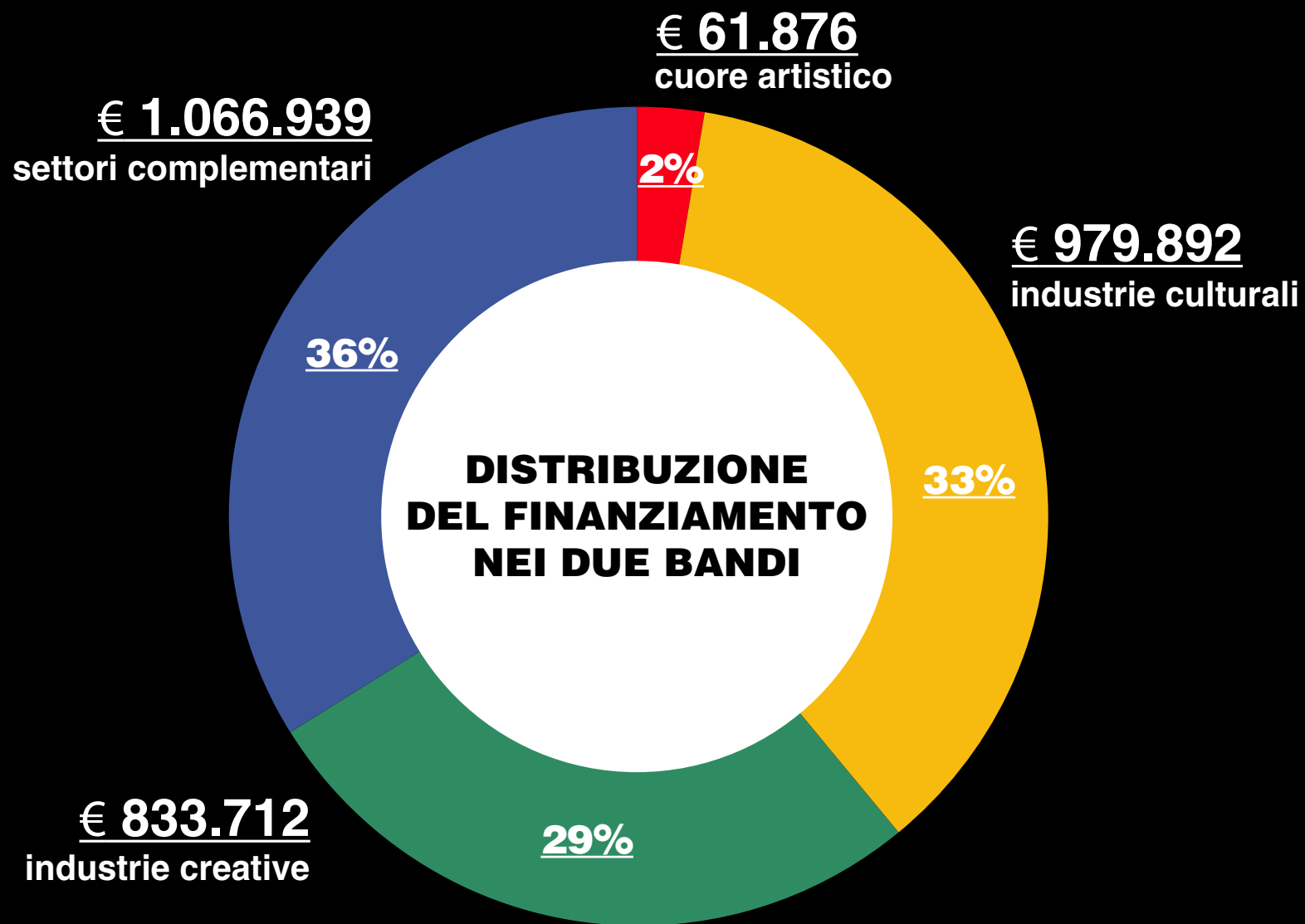
SERVIZI PER IL
PATRIMONIO CULTURALE
EDITORIA
STUDI DI REGISTRAZIONE
RADIO E TELEVISIONE
ANIMAZIONE E VIDEOGIOCHI

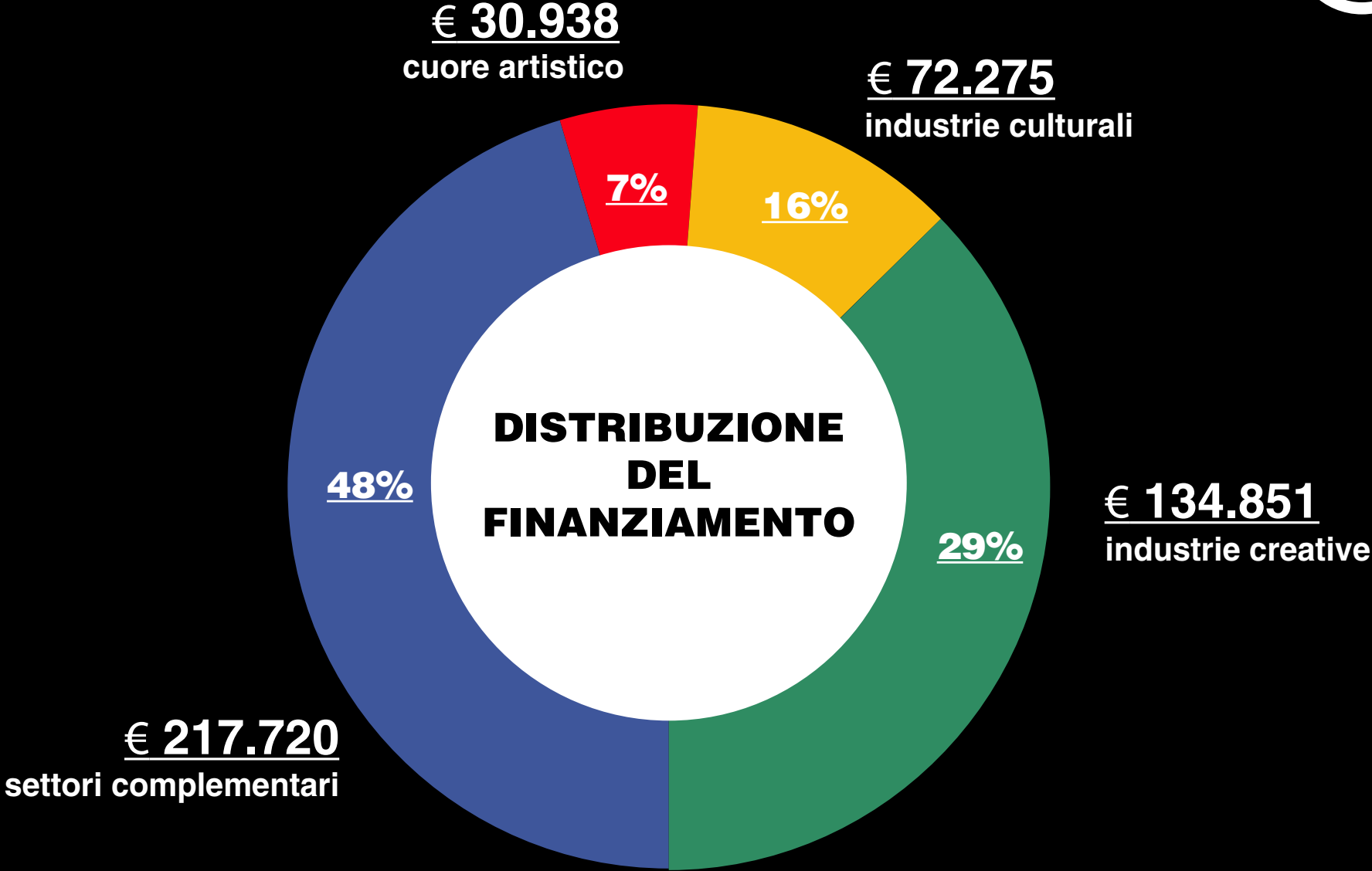
SERVIZI TECNICI
COMUNICAZIONE
ARCHITETTURA
DESIGN
MODA
TURISMO
FORMAZIONE



una filiera
di produzione
culturale
e creativa





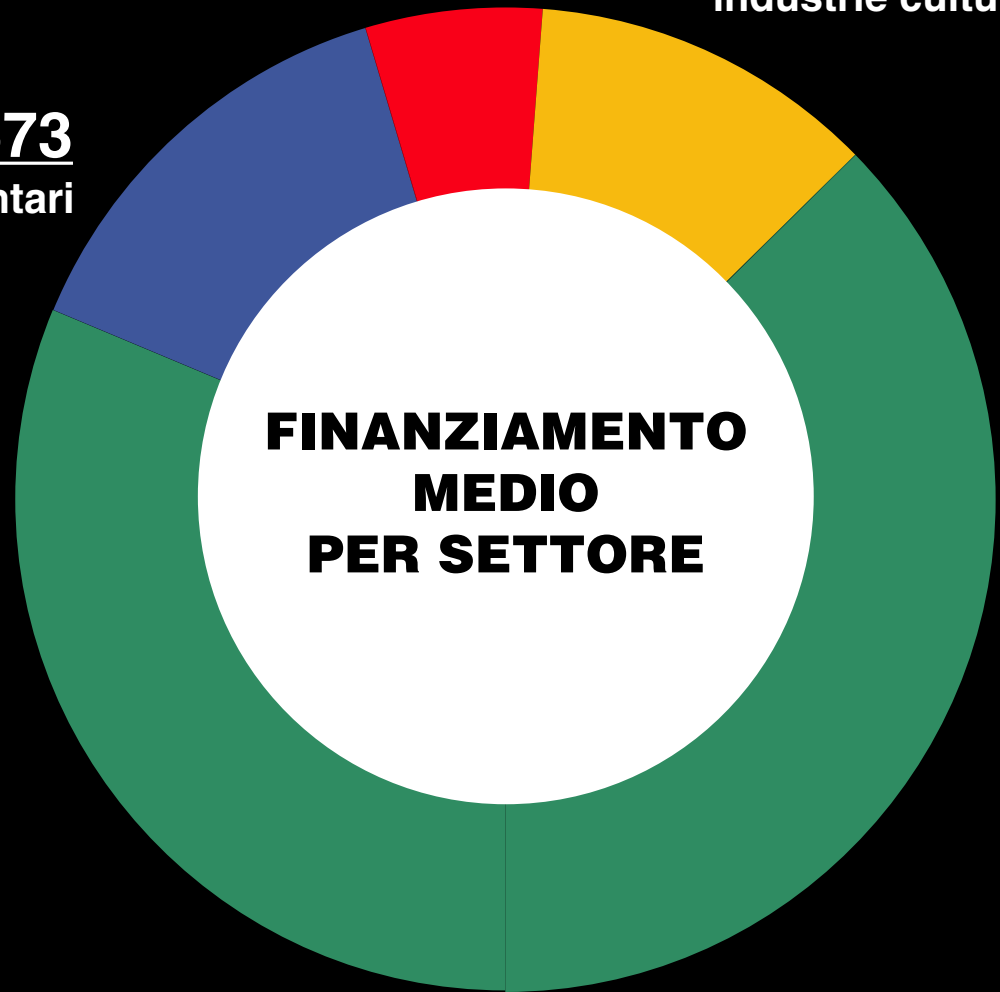


nuove
imprese

€ 30.938
cuore artistico

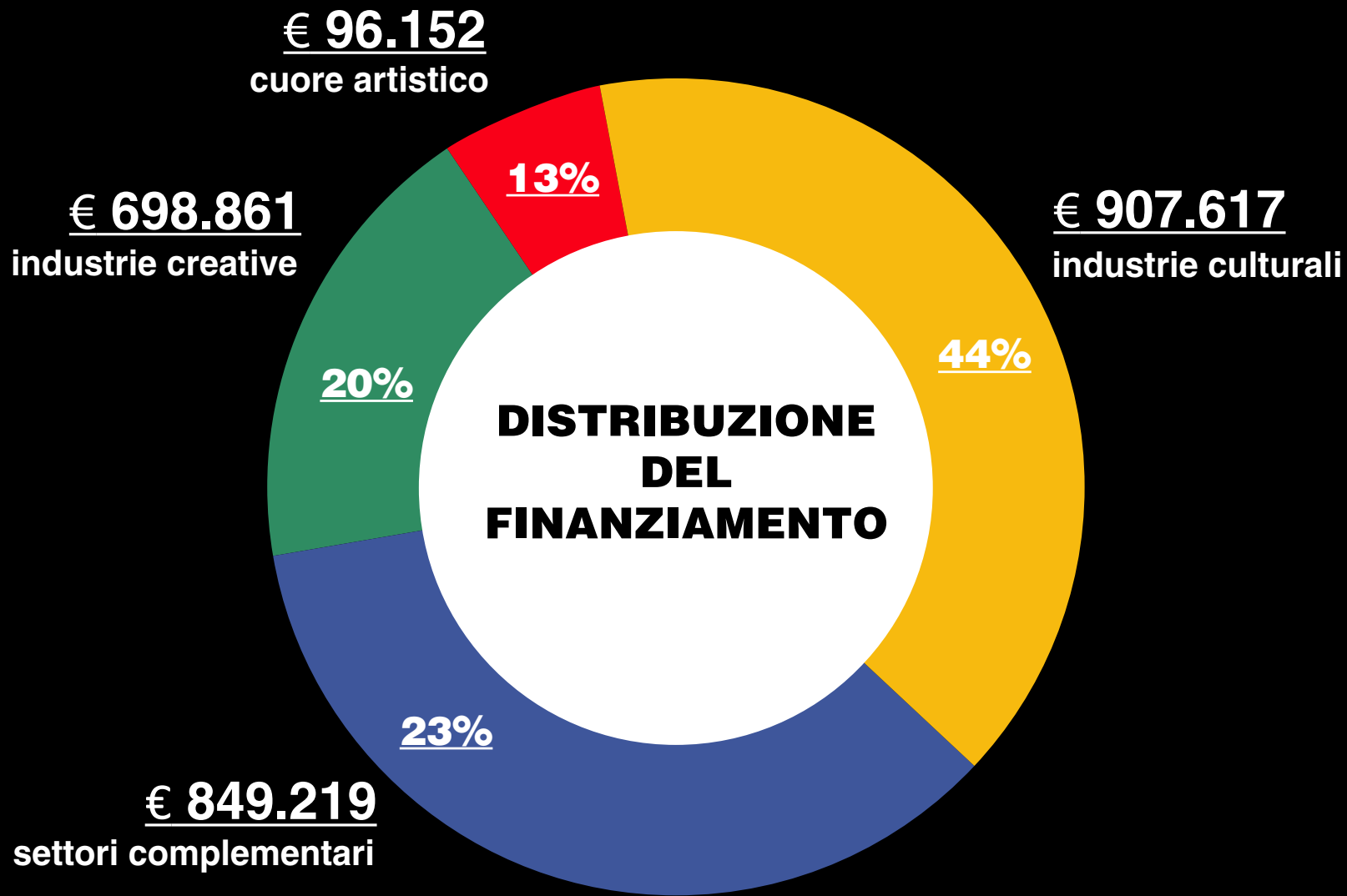
€ 72.275
industrie culturali

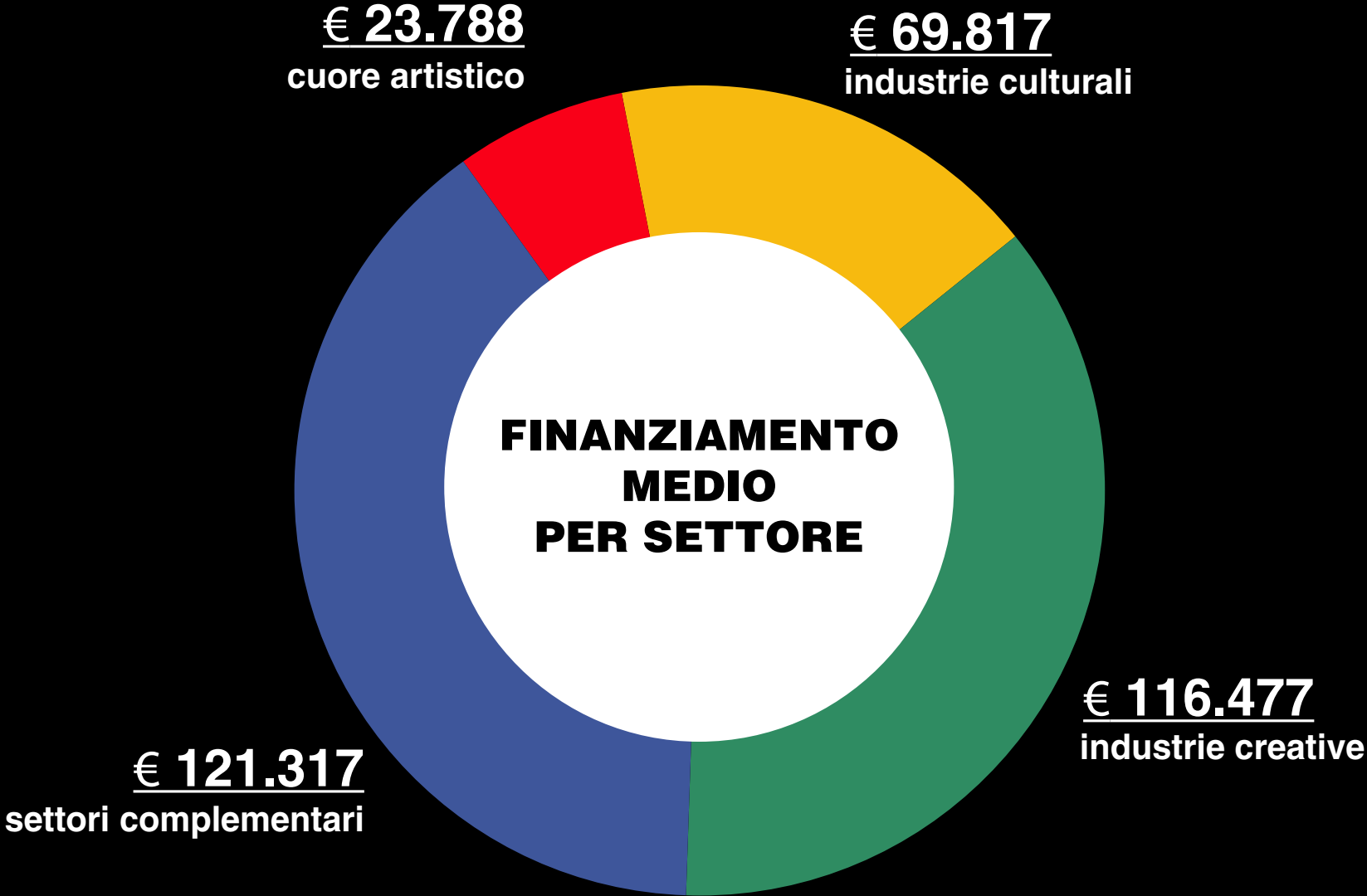
€ 72.573
settori complementari

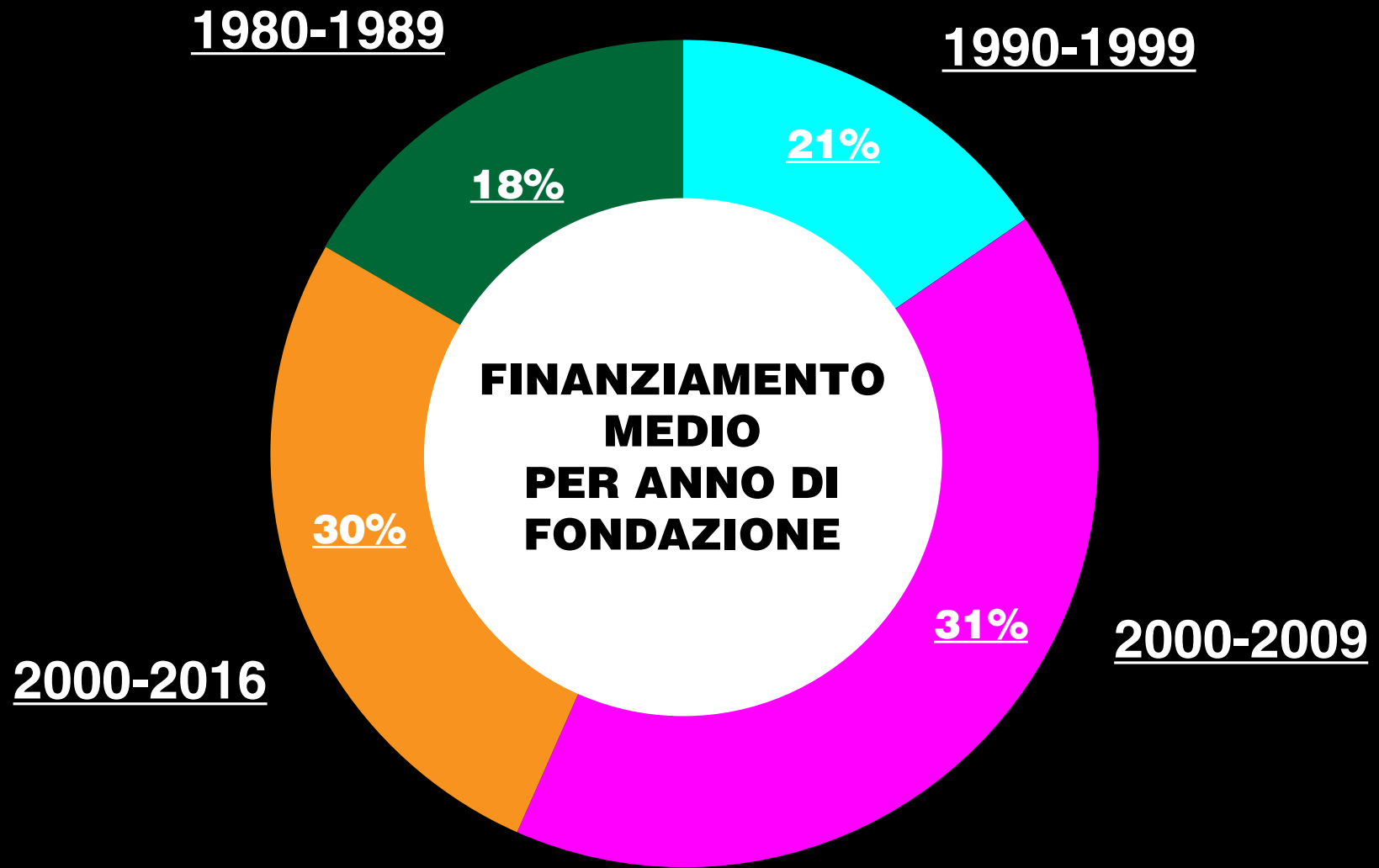


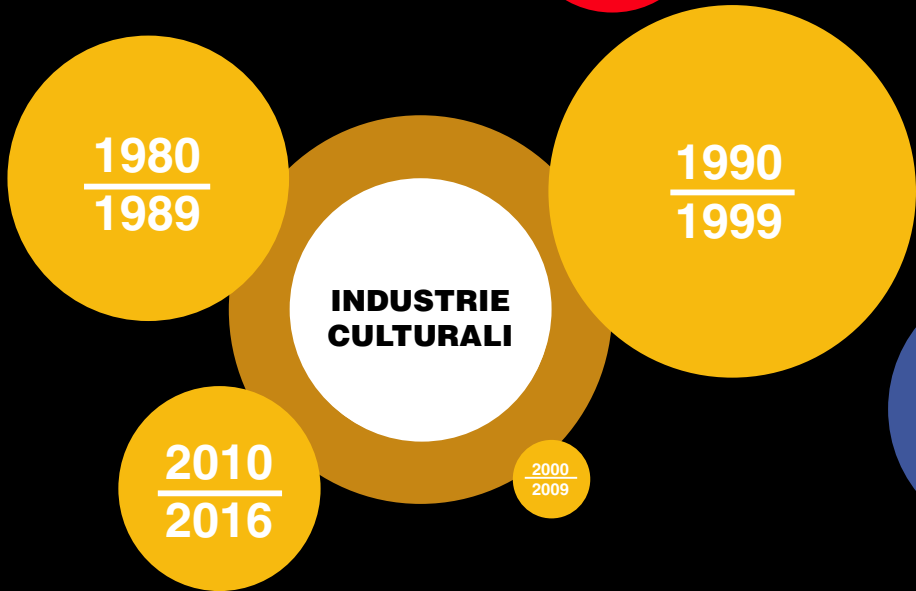
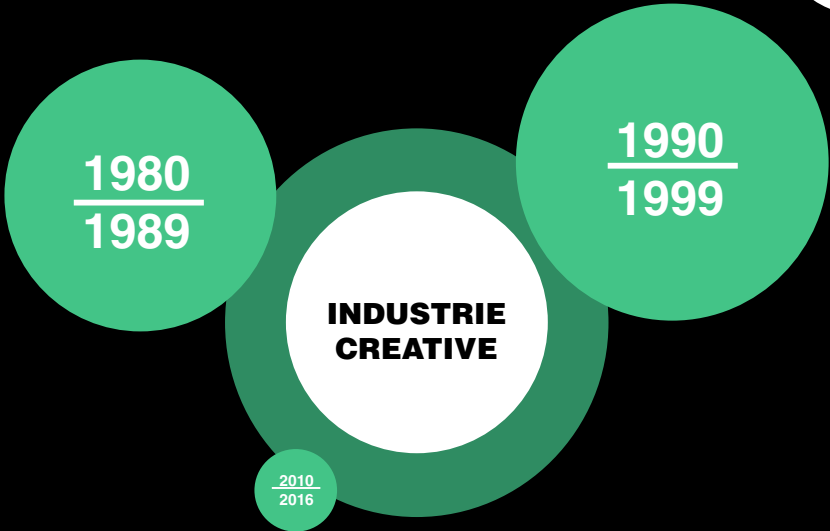
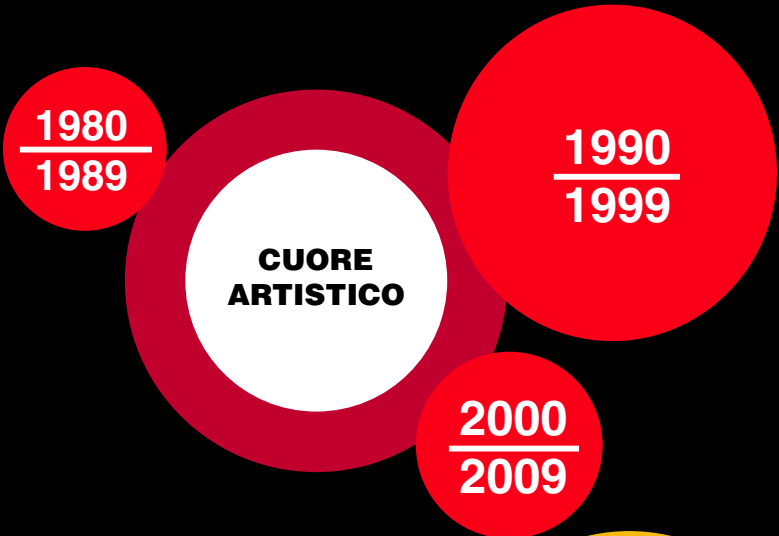
**FINANZIAMENTO
MEDIO
PER SETTORE**

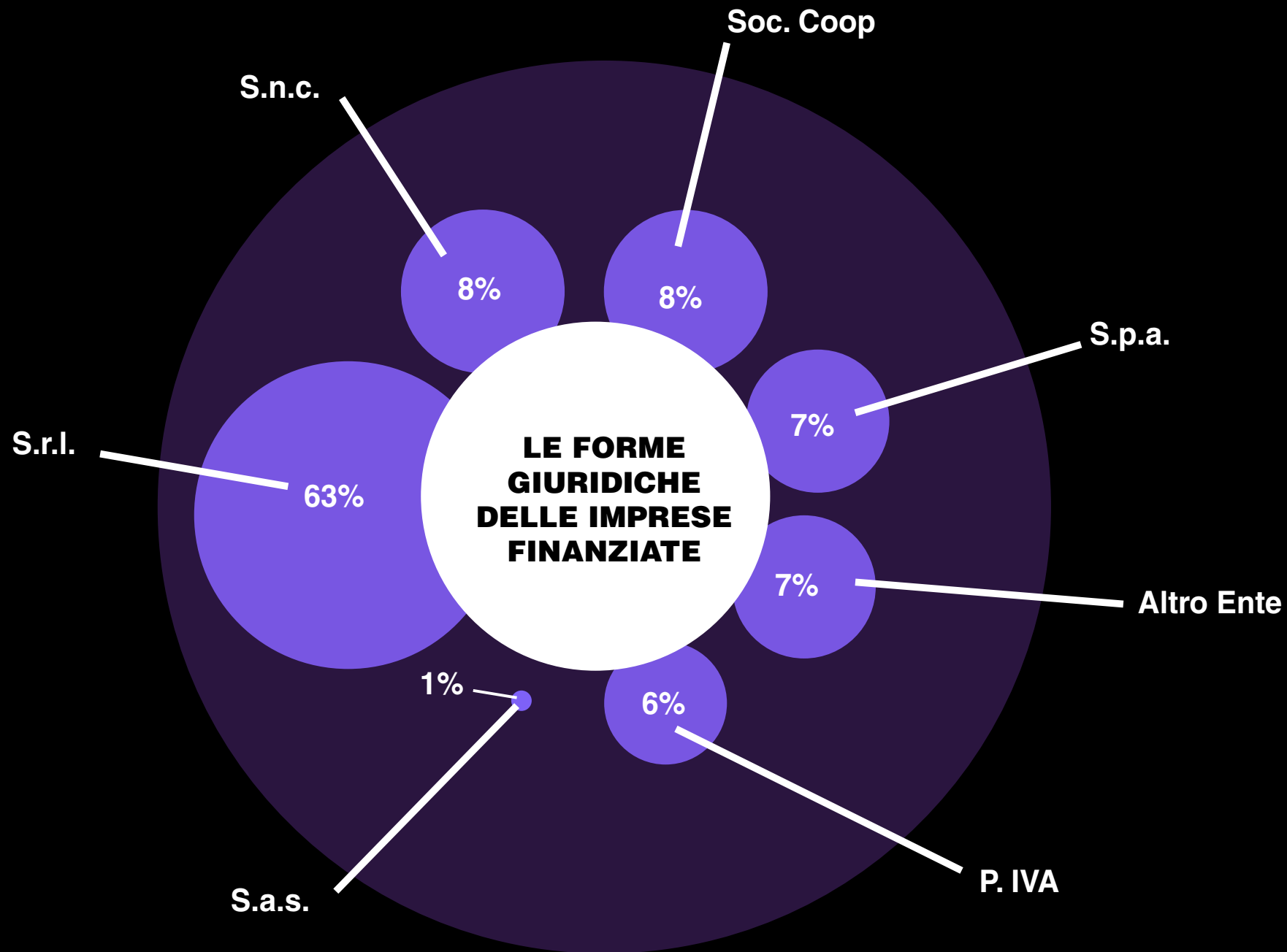
€ 134.851
industrie creative











Le parole sono importanti

Abbiamo pensato di affiancare all'analisi quantitativa un approfondimento semantico dei termini utilizzati nei progetti finanziati, con particolare attenzione alle parole chiave che circolano nell'economia delle industrie culturali e creative.

vendita led vista permette privati numero
azioni aziendale offerta capacità tramite
possibilità comune evento studio online
tecniche digitali serie materiali clientela percorsi
lavoro propri ricerca punti marketing personale società
campo base maggiore punti marketing esempio giovani offrire
fruizione tecnica azienda presenti storia valore design
teatrali musei internazionale unico presente
struttura mobile luoghi persone possibilità spazi offerta vino viene fruitori
soluzioni media impresa centro modelli noleggio professionisti
volta target processi sistema artistico formazione costi pubblici rispetto grandi
progettazione area processo tecnologia cinematografico locale maniera software roi oggi
tempo **eventi** locali clienti livello per web cliente promozione immagini luogo strumenti
film digitale proiezione contenuti presenza particolare audio **tecnologie** circa utilizzo poter
fasi alto proposte **turismo culturale** cinema prodotto riferimento realizzare fase
azienda **settore** qualità veneto sviluppo realizzazione aziende possibile uso
prodotti attività **nuovo** innovazione attrezzature spettacoli esperienza imprese
visitatori fine siti alta sito gestione video comunicazione dati top inoltre
teatro **progetto** servizi **produzione territorio** luce intende social rete produzioni
scuole **progetti** servizi **produzione territorio** network forte mercato realtà spazio enti

ARTISTICO

sviluppo
cultura
attività
presenza
attività
rassegne
percorsi
circolo
veneto
rassegna
possibilità
promozione
teatrali
innovazione
culturale
teatro
sviluppo
attività
settore
tempi
prodotti
provincia
gestione
comune
stagione
centro
territorio
spazio
produzione
teatrali
formazione
servizi
proposte
maschere
nuovo
spettacoli
costi
artistico
impresa
giovani
teatrale
pubblico
lingua
spazi
biglietti
eventi
creazione
realizzazione
processo
web
progetto
sito
ditta
sistema

CULTURALE

studio
mondo
proiezione
audio
clienti
pellicola
gestione
tecnologie
luoghi
prodotti
vino
digitale
pubblico
oggi
sistema
territorio
nuovo
progetto
proposte
realta
cultura
digitali
attività
immagini
sviluppo
cinematografico
promozione
competenze
web
creazione
realizzazione
film
innovazione
video
locali
culturale
servizi
mercato
aziende
permette
tecnologia
prodotto
processo
veneto
contenuti
comunicazione
particolare
produzione
particolare
software
culturale

CREATIVO

offerta digitale turismo vendita
audiovisivi spazio centro
tempo immagini aperto
contenuti pubblici veneto
software offerta televisive cinematografico
struttura aziende persone costi iniziative
rispetto musei utilizzo possibile
comunicazione esperienza proposte attività
bookshop cinematografica innovazione
immersiva realizzazione social realtà
tecnologie visitatori territorio
sviluppo culturale sale pubblico
qualità gestione proiezione
settore spettacoli eventi
attrezzature prodotti mercato
video produzione
servizi film top nuovo
progetto particolare cinema

COMPLEMENTARE

prodotto gestione
qualità competenze
attività imprese clienti
cliente imprese clienti
contenuti livello mercato
propria esperienza società
evento processo storytelling
sviluppo comunicazione
creazione video prodotti
produzione pubblico azienda audio
area noleggio settore
attività locali realizzazione
veneto aziende propri
culturale grandi attrezzature
target sito progetto
web turismo eventi
servizi led nuovo

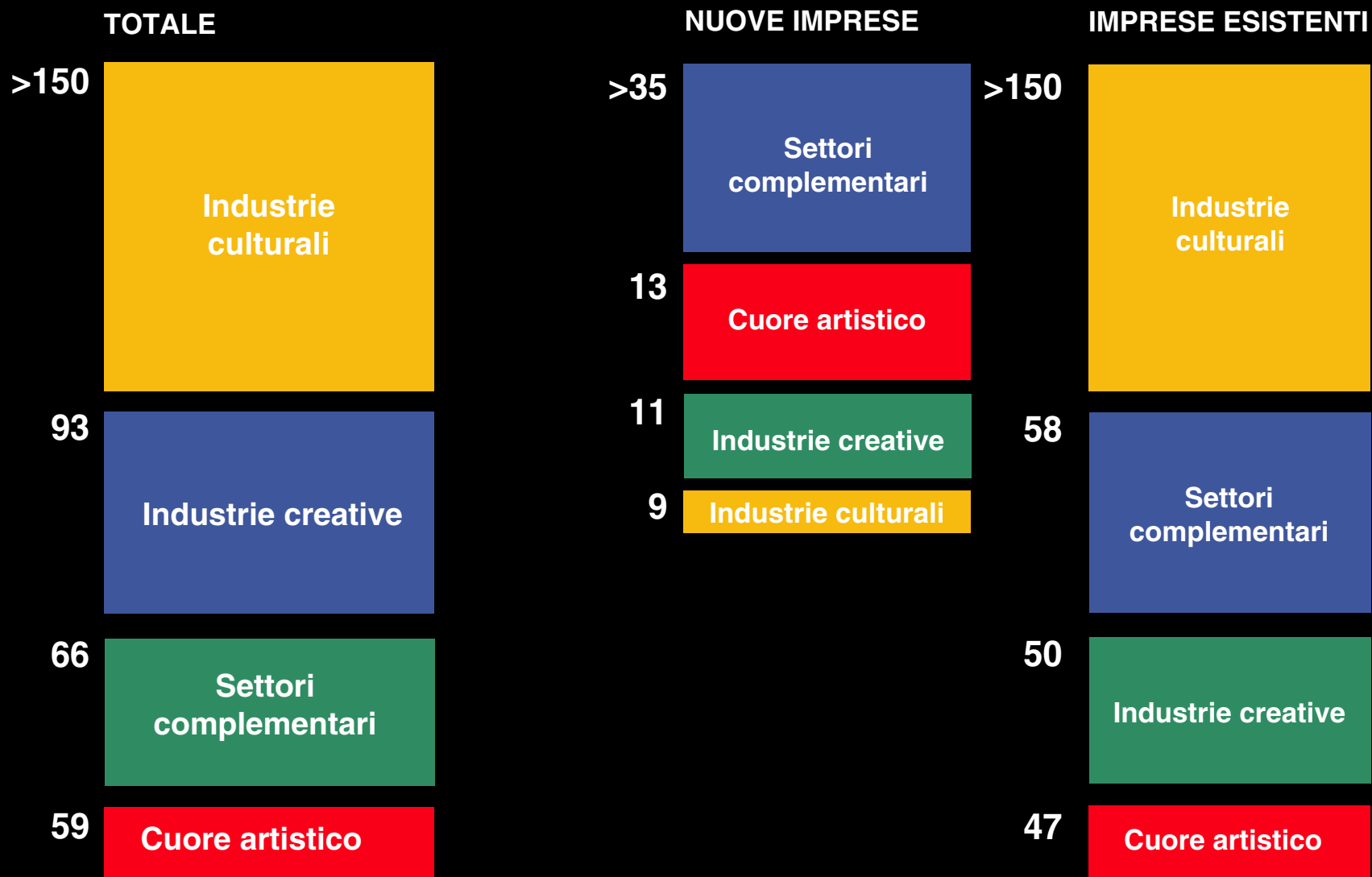
Il discorso sulle industrie culturali e creative si regge su alcune parole chiave.

La frequenza di evocazione può essere un indicatore significativo della capacità di entrare nella discussione nella maniera appropriata.

Lo abbiamo verificato con i seguenti termini:

**CREATIVITÀ, CULTURA, DIGITALE, INNOVAZIONE,
RICERCA, SMART, TECNOLOGIA, TERRITORIO**

Numero di evocazioni delle parole chiave



Numero di evocazioni delle parole chiave (complessivo)

CREATIVITÀ



CULTURA



DIGITALE



INNOVAZIONE



+

-

-

-

RICERCA



SMART



TECNOLOGIA



+

+

+

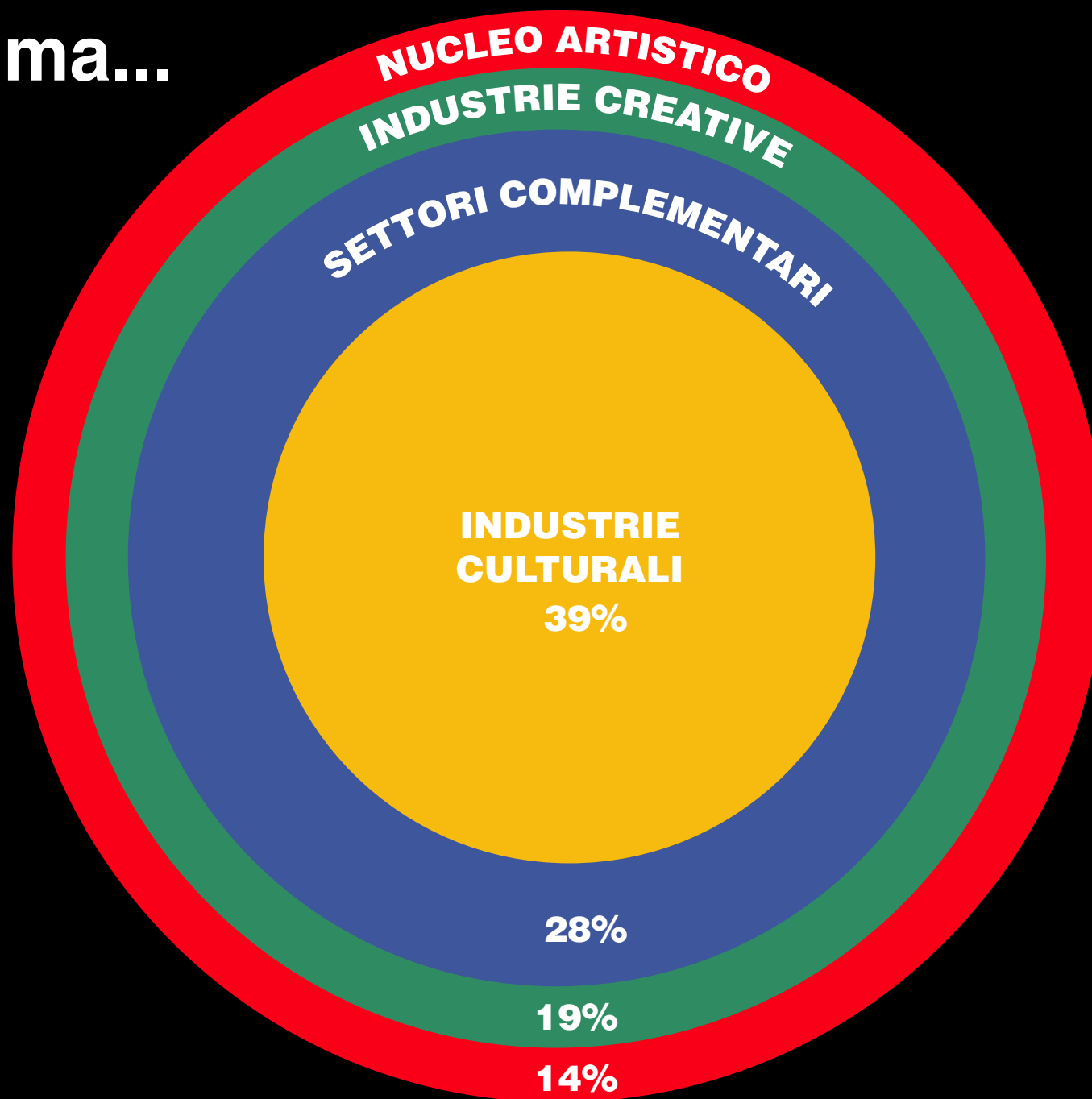
-

-

-



insomma...



Pensare e parlare come un'impresa: non solo profitto e mercato ma enfasi sul contributo della cultura alle trasformazioni dell'economia e della società;

L'importanza di farsi coinvolgere nelle dinamiche dello sviluppo locale, innovazione e competitività del territorio regionale;

Un ecosistema di industrie culturali e creative "rovesciato", in apparenza;

Finanziare le infrastrutture o i processi?

La questione aperta dell'imprenditorialità artistica.

**I FINANZIAMENTI
REGIONALI
PER IL TEATRO
2015-2016**

**PRIMA DEI BANDI
POR FES**

ENTI LOCALI
€ 361.500

ENTI TEATRALI
€ 4.087.000

**ASSOCIAZIONI
CULTURALI**
€ 89.500

**DI TUTTI GLI ENTI TEATRALI
FINANZIATI SOLO 1
HA PARTECIPATO AD UNO
DEI DUE BANDI REGIONALI**

Fare impresa teatrale ?

	perchè sì	perchè no
Motivazione amministrativa	Professionalità e trasparenza aumentano le opportunità di crescita	Appesantimento burocratico e aumento dei costi.
Motivazione politica	“Con la cultura si mangia”, dignità civile del lavoro artistico	Indisponibilità ad assecondare le logiche del mercato
Motivazione culturale	Estensione dei luoghi e allargamento dei pubblici del teatro	Libertà di sperimentazione e innovazione svincolata dal gradimento istantaneo