

TEMA

LE FONDAZIONI DI ORIGINE BANCARIA E L'IMPRESA CULTURALE GIOVANILE

Dieci fondazioni bancarie italiane, in base ad un'idea della Commissione per le Attività e i Beni Culturali dell'ACRI, ha dato vita al progetto «Funder35», con il quale si è perseguito l'obiettivo di rendere più solide e stabili le imprese culturali nonprofit giovanili. Con questo intervento le fondazioni bancarie hanno posizionato un faro sulle imprese culturali e creative giovanili (si veda l'articolo di A. Rebaglio), un tema che non potrà essere eluso dallo Stato e dagli altri stakeholder del settore alla luce della crisi che sta investendo sempre più la produzione culturale italiana. L'interesse per queste imprese è collegato a due argomenti: il primo è connesso alla progressiva crisi finanziaria dello Stato, con la ricaduta più diretta che è quella di ridurre i beni e i servizi culturali e di welfare garantiti a tutti i cittadini. Il secondo argomento è il recente interesse da parte del Governo verso il modello del «distretto culturale», dove il potenziale di sviluppo di un luogo (una città) dipenderebbe dalla presenza di un «ambiente aperto all'innovazione sociale e tecnologica», dove la cultura avrebbe il ruolo di «acceleratore dei processi innovativi», e dalla promozione di un tessuto imprenditoriale dell'industria culturale creativa allargata al design, agli studi di architettura, alla moda, al made in Italy. Il rafforzamento del ruolo e delle funzioni dell'impresa nonprofit nel settore culturale, e di quella giovanile in particolare, potrebbe controbilanciare il processo degenerativo che ha colto il settore culturale produttivo pubblico e privato, sia attraverso una profonda ridefinizione dei beni necessari (o primari), dei beni pubblici o meritori, sia attraverso una gestione dei servizi culturali da loro mediati più attenta alla domanda dei cittadini, sia attraverso la ricerca di un migliore equilibrio di bilancio, dando maggiore stabilità alla cultura anche in un ambito che non si sostiene senza contributi pubblici o privati (in proposito, si veda l'articolo di A. F. Leon).

Questo numero mette in rilievo i punti di forza e di debolezza delle imprese nonprofit e dei lavoratori in Italia sia in ambito strettamente culturale (beni culturali, spettacolo dal vivo, biblioteche ed archivi), sia in quello allargato (cinema, radio-TV, news, editoria, design, moda), affrontando una varietà di temi quali: la sostenibilità economica e finanziaria, l'autofinanziamento attraverso il fund raising e il crowdfunding (si veda l'articolo di A. Cicerchia), il contributo al rinnovamento del settore culturale in termini di prodotti, artisti ed imprese (si veda in proposito l'ar-

ticolo di L. Ratcliff e L. Canali), la garanzia di un più ampio pluralismo culturale, le deficienze dei trattamenti economici e dei regimi contrattuali esistenti e l'insostenibilità dei sistemi pensionistici e sociali attuali (si veda in proposito l'articolo di L. Ricci in Documentazione), i rapporti di collaborazione e di complementarità tra le imprese nonprofit e quelle culturali standard pubbliche e private riconosciute. Dai dati messi a disposizione delle Fondazioni bancarie emerge che le imprese culturali nonprofit giovanili non solo esistono, ma sono altamente specializzate e differenziate, hanno un ruolo non marginale in molti territori, possiedono un'organizzazione stabile e documenti di bilancio come tutte le altre imprese (a questo riguardo si veda l'articolo sui dati Funder35 di A. F. Leon).

Si è ritenuto utile, infine, proporre un'ampia rassegna del mondo nonprofit culturale della Gran Bretagna (con l'articolo di A. Masetti-Zannini), ove molti aspetti che rendono problematica la sopravvivenza delle imprese nonprofit in Italia, o altri aspetti che favoriscono il successo delle iniziative culturali delle imprese nonprofit, sono tenuti sotto costante osservazione da un certo numero di enti pubblici e di agenzie assai efficienti e ben strutturate. Gli strumenti, le metodologie e la dotazione di adeguate risorse finanziarie hanno contribuito in modo significativo al successo delle imprese nonprofit in Gran Bretagna. Il confronto tra l'Italia e la Gran Bretagna è impietoso anche per le risorse economiche che la Gran Bretagna assegna all'industria culturale e creativa, una dimensione tale da rendere questo settore un «player» planetario di primaria importanza. Per questo motivo, anche se nessuno degli autori di questo numero lo ha scritto esplicitamente, si capisce perché sul mercato mondiale l'Italia culturale rappresenti poco più di una lontana e periferica provincia. In considerazione della deriva che oggi si osserva nel settore culturale, di mercato e non, di settore core o allargato, un nuovo assetto dell'offerta che vedrebbe operare al contempo gli enti pubblici, le imprese profit e nonprofit, anche giovanili, potrebbe funzionare meglio a condizione che si riesca a tenere conto delle complesse e specifiche esigenze delle imprese nonprofit, con particolare riguardo a quelle giovanili che sono le più fragili ma al contempo, forse, le più promettenti. A condizione però, che si cerchi di trovare una forma più stringente di collaborazione – la si chiami complementarità – tra imprese private nonprofit, imprese profit e settore pubblico, senza inseguire modelli alternativi che richiedono la sostituzione tra imprese nonprofit e imprese pubbliche, un'inutile e non pagante fuga in avanti. Le fondazioni bancarie, che hanno avuto il merito di intervenire per prime in questo delicato settore, non dovrebbero essere lasciate sole in questa importante missione.

(Alessandro F. Leon)