

XXIX CONFERENZA ITALIANA DI SCIENZE REGIONALI

IL DISTRETTO CULTURALE COME STRATEGIA DI SVILUPPO LOCALE? CONSIDERAZIONI INTORNO AI DISTRETTI MUSEALI A PARTIRE DAL CASO DI TORINO.

Sarah Isabella CHIODI

Politecnico di Torino, Dipartimento Interateneo Territorio, viale Pier Andrea Mattioli 39, 10125, Torino.

SOMMARIO

La realizzazione di un distretto museale rappresenta un processo di convergenza tra la valorizzazione del patrimonio culturale di una città e il suo sviluppo socio-economico? Possiamo pensare ad esso come una politica urbana mirata a promuovere la cultura come forza strategica *locale* capace di agire come motore di sviluppo economico nella competizione *globale* tra le città?

L'obiettivo di questo contributo è quello di dimostrare che una politica distrettuale museale possa contribuire allo sviluppo locale soltanto se viene posta come obiettivo primario di politiche urbane intersettoriali capaci di coinvolgere non solo i musei della città, e se è verificata localmente l'esistenza di un *milieu creativo* capace di supportare un simile processo. Cercherò di dimostrare questa tesi a partire dal caso di Torino. All'analisi del tema generale del distretto prima in ambito economico e poi in ambito culturale (in particolare verranno presentate le teorie di Walter Santagata, di Pietro Antonio Valentino e di Pier Luigi Sacco) farà seguito una breve ricognizione degli studi di distretto culturale che sono stati proposti in passato per Torino. In conclusione verranno puntualizzati gli elementi ritenuti fondamentali per la creazione di una policy di distretto culturale capace di agire come motore di sviluppo locale e si farà rapidamente cenno ancora al caso di Torino.

1. INTRODUZIONE

Il settore culturale oggi rappresenta uno dei fattori chiave all'interno dei nuovi processi di creazione del valore economico dei centri urbani. Molte città hanno fatto della cultura una delle proprie leve di rigenerazione: «aprendo musei, sperimentando forme sempre più ardite e avanzate di disseminazione delle attività culturali nel tessuto della città, favorendo l'insediamento di artisti, costruendo i processi di riqualificazione urbana intorno a sempre più grandi e complessi interventi culturali-pilota» (Sacco, Ferilli, 2006, p.2).

In ragione di questo orientamento generale il distretto culturale è divenuto un tema importante di studio ed è stato proposto come un possibile modello di sviluppo del territorio in molte città del mondo.

Torino, ormai da decenni uscita dalla fase fordista che ne ha fatto la one-company town della Fiat, a partire dagli anni Ottanta ha maturato l'esigenza di un cambiamento che ha già manifestato i suoi segni: il marketing urbano è in crescita e la città diventa sempre più "un prodotto da vendere", sono state eseguite numerose opere di riqualificazione e di trasformazione del tessuto urbano, c'è stata una crescita significativa delle imprese legate al settore dell'ICT e in generale il settore industriale conferma negli ultimi anni dati positivi, e anche il turismo ha evidenziato negli ultimi anni tassi in aumento. (cfr. Eau Vive, Comitato Giorgio Rota, 2008).

Non da ultimo lo svolgimento dei XX Giochi Olimpici Invernali ha rappresentato un importante segnale di volontà di ripresa e di affaccio della città verso l'esterno. La città avrebbe potuto sfruttare questo evento in vista della creazione di un distretto culturale museale, ma l'opportunità è stata mancata: «L'esposizione mediatica dei Giochi avrebbe potuto costituire un palcoscenico unico per comunicare al mondo le straordinarie attrattive del distretto culturale delle Collezioni sabaude, solo se la sua costruzione fosse stata tempestivamente realizzata in modo compiuto prima dell'evento. Il che non è stato» (Bondonio, Debernardi, 2006, p.52)

Le ragioni che hanno fatto sì che questa occasione sia andata persa sono certo varie e numerose, né qui intendo investigarle, ma ritengo che ci sia una motivazione più profonda alla base di questo "fallimento" che consiste nella mancanza di un milieu creativo nella città, preconditione indispensabile perché la politica culturale del distretto sia efficace e nella necessità di pensare al distretto culturale in termini intersettoriali e non di tipo mono-filiera.

2. NOTE SULLA TEORIA ECONOMICA DEI DISTRETTI INDUSTRIALI

La nozione di distretto è stata sviluppata in campo economico e prende corpo in un'agglomerazione di piccole e medie imprese concentrate localmente e strettamente collegate alle caratteristiche dell'ambiente e della società locale.

Il principale riferimento letterario per questi studi è rappresentato dalle riflessioni di Alfred Marshall sui distretti industriali inglesi della fine dell'Ottocento. I distretti industriali marshalliani sono località specifiche al cui interno si realizza l'agglomerazione di imprese, di piccola e media dimensione, che producono lo stesso bene o ruotano attorno a una certa produzione; ad essi sono attribuite cinque grandi prerogative, che Santagata (2001, p.30) definisce come *le categorie marshalliane*:

- i. la libera diffusione delle informazioni; «...i misteri degli scambi perdono i loro segreti, ma rimangono, per così dire, nell'aria»¹; è quella che Marshall chiama *industrial atmosphere*, ovvero l'insieme delle caratteristiche cognitive che caratterizzano il sistema locale;
- ii. la rapida diffusione delle innovazioni tecniche, di processo e organizzative;
- iii. lo sviluppo di attività legate al settore indotte nelle zone circostanti;
- iv. la riduzione dei costi unitari e un maggiore impiego di macchine a seguito dell'introduzione di attrezzature altamente specializzate; (economie di scala)
- v. la creazione di un mercato stabile per la mano d'opera specializzata portato dall'elevata concentrazione delle imprese; (generazione di capitale umano).

La dinamica dello sviluppo basato sulla piccola-media impresa intuito da Marshall è stato alla base produttiva della *Terza Italia*² come esempio eccellente di sviluppo sostenibile ed endogeno. Negli anni Cinquanta e Sessanta erano presenti in molte regioni italiane, prevalentemente agricole, forme di artigianato tradizionale che ebbero un ruolo fondamentale nella diffusione del fenomeno del distretto di piccola impresa (ad es. il distretto industriale tessile di Biella o quello orafa di Valenza).

La presenza di un gruppo di piccole imprese sul territorio però non costituisce, di per sé, un distretto. Il distretto industriale è caratterizzato dall'esistenza di una rete inestricabile di *economie esterne all'impresa, ma interne al distretto*³ portate dall'interdipendenza delle sue imprese che traggono vantaggio dall' *industrial atmosphere*. (cfr. Governa, 1997)

¹ A. Marshall, *Principles of Economics*, vol.IV, cap.X, 1890, p.271; citato in W. Santagata (2001).

² La definizione di *terza Italia* è di Arnaldo Bagnasco (1988). Egli ha presentato una nuova rappresentazione geografica dell'Italia non più divisa tra nord e sud, ma in tre aree: il meridione, il nord-ovest, sede di grande impresa, e le regioni centro-nord orientali (la cosiddetta *terza Italia*), caratterizzate dai distretti industriali e dalla diffusione delle piccole imprese.

³ Camagni (1992) definisce con il termine generico di *economie di agglomerazione* tutti i vantaggi derivati dalla concentrazione. A seconda di dove si realizza l'agglomerazione distingue:

- *economie interne all'impresa*; cioè economie di scala in cui l'agglomerazione si realizza nella concentrazione della produzione in grandi stabilimenti;

Il cosiddetto distretto industriale è costituito dunque in ultima analisi da una concentrazione di piccole imprese indipendenti e geograficamente localizzate, che cooperano tra loro e possono organizzare la produzione in modo efficiente grazie ai flussi di economie esterne, che derivano dall'insieme di conoscenze, valori, persone e istituzioni caratterizzanti la società e il territorio all'interno della quale il distretto si colloca.

Il distretto culturale non è la pedissequa estensione della logica distrettuale al campo culturale, ma senza dubbio alcune delle caratteristiche del modello industriale hanno un ruolo rilevante nella meccanica dei modelli di sviluppo *culture-driven* costruiti sull'accostamento tra distretto e cultura.

3. I DISTRETTI CULTURALI

Esistono svariate forme di distretto culturale, teorizzate da diversi autori. Possiamo riconoscerne sostanzialmente due: una si riferisce al distretto come attività orientata allo sviluppo d'impresa (culturale) e si pone quindi degli obiettivi prevalenti di profitto e di *sviluppo economico*; l'altra pensa al distretto come ad un'azione strategica di rigenerazione urbana che fa leva sulla cultura (la produzione culturale e i fattori ad essa annessi) come fattore di valorizzazione e/o di *sviluppo locale*.

La prima si richiama all'idea di distretto come **cluster** di attività economiche su base locale specializzate nella produzione di una specifica tipologia di beni riconducibili al settore culturale e che sviluppino attività correlate indotte. Si tratta della "banale" trasposizione del concetto di distretto industriale nel settore culturale, cioè in riferimento a beni e servizi legati all'arte, al cinema, alla musica, ecc., generalmente di tipo monofiliera. Il distretto è quindi composto da un insieme di imprese concentrate in un territorio e legate alla produzione di beni e/o servizi in campo "culturale" ed è capace di generare delle *economie esterne*, ovvero quelle esternalità che derivano dalle interazioni delle diverse attività svolte sul territorio e che riproducono localmente dinamiche cumulative e auto-organizzative. M.Bellandi (1987), partendo dalle riflessioni di A.Marshall, riconosce quattro categorie di *economie esterne*:

- i. le economie connesse alla divisione del lavoro tra le imprese; dove le imprese localizzate nel distretto non sono tutte specializzate in un'unica fase produttiva, ma sono inserite in un sistema di interdipendenze con imprese sussidiarie;
- ii. le economie derivanti dall'aumento di informazione negli scambi in funzione della conoscenza e della fiducia che caratterizzano i rapporti interni al distretto; si creano relazioni fiduciarie tra le imprese che si possono avvalere di un numero inferiore di informazioni rispetto a quelle necessarie a una grande impresa isolata;

- *economie esterne all'impresa, ma interne all'industria*; cioè le economie di localizzazione in cui l'agglomerazione si esplica nella localizzazione concentrata di imprese appartenenti allo stesso settore produttivo (come nel distretto marshalliano);
- *economie esterne all'impresa e all'industria*; cioè le economie di urbanizzazione.

- iii. le economie riferibili alla accumulazione di conoscenze e professionalità, cioè alla *industrial atmosphere*, intesa come attitudine diffusa al lavoro industriale; ogni lavoratore si specializza e acquisisce una elevata conoscenza del processo produttivo grazie alla consuetudine di cooperazione reciproca che diffonde reciproca conoscenza e fiducia;
- iv. le economie derivanti da processi innovativi che dipendono dalla capacità innovativa diffusa, che si esprime in forme localizzate di apprendimento fondate sull'esperienza e in grado di favorire lo scambio e l'adozione di nuove idee; si distinguono forme di *learning by doing*, ossia l'apprendimento sul campo delle competenze necessarie alla produzione, e forme di *learning by using*, ovvero l'esperienza degli utilizzatori dalla quale dipendono i miglioramenti del prodotto.

Michael Porter (1998, p.78) definisce letteralmente i clusters «geographic concentrations of interconnected companies and institutions in a particular field. [...] They include, for example, suppliers of specialized inputs such as components, machinery, and services, and providers of specialized infrastructure. Cluster also often extend downstream to channels and customers and laterally to manufactures of complementary products to companies in industries related by skills, technologies, or common inputs».

La peculiarità del cluster è quella di saper promuovere un **vantaggio competitivo** per l'impresa, garantito dalla concentrazione di attività di un segmento particolare in un determinato territorio. In altre parole la localizzazione è un fattore fondamentale per la competitività d'impresa: «location remains fundamental to competition» (*ibidem*).

Competizione e cooperazione tuttavia possono coesistere in un cluster in quanto agiscono a livelli differenti e tra diversi attori. Le varie imprese presenti sul territorio rivaleggiano per accaparrarsi nuovi clienti (a livello orizzontale), ma cooperano con le istituzioni locali e attraggono investimenti esterni (a livello verticale).

Il territorio è quindi un fattore centrale nell'organizzazione dei sistemi produttivi: i cluster sono fortemente influenzati dalle qualità produttive dell'ambiente locale (*local business environment*) e sono forieri di innovazione.

A questa forma di distretto culturale sono ascrivibili quelli che Santagata (2001) chiama *distretti culturali industriali* sull'esempio del distretto dell'industria cinematografica di Hollywood. Il tema del distretto come *cluster* di attività ed è essenzialmente basato su due tipi di esternalità positive, che Santagata (2001, p.33-34) definisce come: *l'effetto atelier* e la *differenziazione per prodotti creativi*. La produzione localizzata, raggiunti i grandi numeri (ad esempio a Los Angeles esistono circa 6000 imprese), arriva a produrre diversi tipi di benefici esterni. *L'effetto atelier*, nel caso, si origina quando tutte le professionalità legate alla cinematografia vengono mobilitate per una produzione. Il settore diviene fucina e fonte di lavoratori altamente qualificati, spesso autonomi e quindi potenziali creatori di una nuova impresa. La *differenziazione di prodotti creativi* può essere vista come un tipo di esternalità

positiva che consente al distretto industriale cinematografico di offrire una vasta gamma di prodotti diversificati venduti in abbinamento (libri, video, oggettistica).

Il potenziale di attrazione e diffusione dell'imprenditorialità nel processo di *clusterizzazione* è molto forte, ma questo modello tende a sottovalutare il ruolo dell'integrazione tra capitale fisico, umano e sociale tipica della logica distrettuale classica (cfr. Sacco, Pedrini, 2003); esso si focalizza esclusivamente sulla capacità imprenditoriale e trascura la valenza esperienziale (legata alle produzioni del sistema locale), la valorizzazione del patrimonio culturale esistente (che dà fisionomia e identità al distretto) e la capacità di produrre e far circolare idee culturali innovative (permettendo di inserire il sistema locale all'interno delle reti di eccellenza produttiva in ambiti culturali specifici).

La seconda, più complessa, forma di distretto culturale concepisce il distretto in forma di policy orientata alla valorizzazione del territorio nel suo complesso a partire dalle sue risorse culturali. Possiamo distinguere gradi diversi di evoluzione di questa forma di distretto culturale: da un grado "zero" legato all'uso delle politiche culturali come fattore di **rigenerazione urbana**, a un grado "uno" che intende il distretto culturale come una vera e propria strategia di **sviluppo locale**.

L'uso delle politiche culturali come fattore di rigenerazione urbana viene registrato a partire dagli anni Settanta⁴, e in modo diffuso negli anni Ottanta, nella maggior parte delle città d'Europa⁵ fino a divenire pratica incontestata. I fattori che ne hanno favorito lo sviluppo sono riconducibili a due punti (Bianchini, Parkinson, 1993):

- il decentramento dei poteri dai governi centrali a quelli locali, particolarmente in Italia negli anni '70, in Spagna e Francia negli anni '80;
- l'emergenza dei movimenti collettivi urbani che hanno messo in discussione le tradizionali distinzioni tra forme di cultura 'bassa' e 'alta', e che hanno portato i politici a riconoscere le capacità delle politiche culturali di veicolare cambiamenti sociali e politici.

L'utilizzo della cultura come motore di sviluppo economico rispondeva in principio alla necessità di recuperare zone degradate e permetteva di realizzare un'offerta massiccia di servizi capace di generare economie esterne all'impresa tipiche del distretto e necessarie per potenziare l'impatto del processo di rivalorizzazione della zona o del quartiere. (Sacco, Pedrini, 2003, p.21).

Il contributo maggiore delle politiche culturali della rigenerazione urbana è stato nel costituire immagini delle città in grado di attrarre turisti ed altri tipi di visitatori. L'impatto diretto delle politiche culturali sulla creazione di reddito ed occupazione negli anni '80 è stato

⁴ La nascita dei *distretti culturali* risale agli anni Settanta, quando il Greater London Council elaborò una strategia di sviluppo fondata sulla relazione tra la produzione culturale e i settori ad essa connessi.

⁵ Questa strategia di intervento è stata utilizzata per sostenere programmi di riqualificazione e rigenerazione di aree urbane in molte città della Gran Bretagna (Glasgow, Liverpool, Manchester) e successivamente anche in altre città europee (Rotterdam, Barcellona, Bilbao).

relativamente piccolo (Bianchini, 1995), tuttavia non mancano sperimentazioni più recenti⁶. «Si tratta di casi nei quali le *policy* sono orientate alla valorizzazione turistica del territorio, senza considerare la qualità della vita di chi già vi risiede e senza lavorare su un progetto di integrazione sostanziale del modello di organizzazione socio-economica complessiva del territorio nel quale la cultura giochi un ruolo strategico» (Sacco, Ferilli, 2006, p.27).

In questo caso possiamo parlare di distretti culturali per lo più come politiche di marketing territoriale rivolte al target del turismo, che si concentrano sul consumo della cultura anziché sulla produzione diretta di beni e servizi del settore culturale.

Il passaggio da una concezione di distretto come cluster a quella di policy pone delle questioni importanti in termini di governo del territorio e di sostegno economico. Mentre i cluster sono per lo più controllati dal settore privato (interagendo in forme di collaborazione verticale con le diverse istituzioni e con il supporto delle amministrazioni locali) e sono in grado di auto-sostenersi in virtù della loro capacità di generare profitto per le imprese; diversamente il distretto culturale inteso come strategia di rigenerazione urbana non è in grado di generare un profitto economico tale da garantirne il sostentamento e necessita un supporto economico considerevole dal settore pubblico e/o privato.

A questo grado si collocano le altre teorie di distretto coniate dallo stesso **Walter Santagata** (2001, 2003), in particolare il *distretto culturale metropolitano* e il *distretto culturale museale*.

Si ricorre al *distretto culturale metropolitano* per riqualificare città in declino economico. Esso consiste in un'agglomerazione spaziale di edifici, servizi e beni legati alla cultura e prende vita da una decisione dell'autorità politica locale. Questa tipologia offre tre forme prevalenti di attività:

- attività artistiche e culturali attraverso musei, biblioteche, teatri, gallerie e auditorium;
- attività connesse alla produzione di cultura da parte delle tv locali, gli studi di registrazione, le radio e gli "art and crafts workshops";
- servizi di ristorazione e svago essenziali per attrarre i turisti.

Mancano a questa forma di distretto collezioni permanenti di una certa rilevanza e manufatti di elevata qualità architettonica (monumenti, piazze) e per questa ragione non si possono definire 'museali'. I distretti culturali metropolitani rappresentano il tipico caso di *città di cultura*; sono città che possiedono una elevata capacità di produrre cultura grazie alla presenza diffusa di artisti e di spazi per la creazione e l'esposizione, ma non sono definibili come *città d'arte*⁷.

Il *distretto culturale museale* è composto da una aggregazione di musei localizzati di norma nei centri storici delle città, i quali sono per natura predisposti ad attrarre visitatori,

⁶ Ci si riferisce al "caso italiano" e specificatamente alla Val di Noto e a Viterbo. Cfr. Sacco *et alii* (2003; 2006).

⁷ W. Santagata (*op. cit.*, p.42) definisce una *città d'arte* un luogo molto ricco di monumenti storici, antiche tradizioni, palazzi, chiese e musei -città come Venezia o Firenze-. Una *città di cultura*, al contrario non è molto ricca di risorse storiche e artistiche, ma è in grado di produrre cultura.

permettendo così al distretto di raggiungere più facilmente una massa critica di pubblico e turisti.

La creazione di un distretto museale necessita di due **precondizioni**, (S.Santagata, 2002, p.17):

- la presenza di collezioni permanenti conservate nelle singole istituzioni museali;
- un capitale umano specializzato nella gestione dei musei.

In questa tipologia risulta fondamentale un avvio istituzionale (come per i distretti culturali istituzionali⁸) ovvero la decisione di creare il distretto dietro iniziativa delle amministrazioni locali. Il distretto museale come quello genericamente culturale è quindi il risultato di una decisione politica e non il frutto di un processo spontaneo, come quello industriale.

La compresenza di più musei e collezioni portata dal distretto, mette a disposizione dei potenziali utenti un maggior numero di collegamenti e scambi culturali tra le istituzioni che lo compongono, permettendo così in grado di organizzare un numero più grande e vario di attività; in particolar modo vanno sostenute le esposizioni temporanee per la loro formidabile capacità di attrarre un pubblico consistente.

Secondo W.Santagata (2001, p.94), le **caratteristiche essenziali di un distretto culturale** museale sono:

- i. la concentrazione spaziale delle istituzioni museali che lo compongono;
- ii. l'unitarietà di contenuto delle collezioni;
- iii. il legame con la storia sociale e culturale del territorio in cui è localizzato;
- iv. l'esistenza di gerarchie organizzative che esprimono una politica unitaria attraverso metodi di coordinamento, di direzione, di persuasione;
- v. la vocazione internazionale.

Si sottolinea inoltre l'importanza che il distretto museale raggiunga la sua **dimensione ottimale**, ovvero un determinato livello di efficienza in termini di capacità produttiva, di qualità di servizi e di livello di reputazione; se questi obiettivi vengono realizzati allora si determinano esternalità positive ed economie di scala⁹ cruciali per il suo sviluppo qualitativo.

⁸ I *distretti culturali istituzionali* si differenziano da quelli industriali grazie all'azione di istituzioni giuridiche specifiche che attribuiscono diritti di proprietà ai prodotti tipici dell'area; i prodotti si identificano strettamente alla cultura e alla civiltà locale. L'assegnazione dei diritti di proprietà ai prodotti tradizionali enogastronomici locali, riconosciuta dalla D.O.C., ha permesso lo sviluppo di molti distretti di questo tipo; ne sono esempio il caso delle Langhe in Piemonte e del Chianti in Toscana.

⁹ In particolare, le forme di esternalità positive di cui un distretto culturale museale gode sono (S.Santagata, 2002, p.19):

- i. *esternalità di rete*; l'elevata densità di musei in spazi limitati offre ai visitatori potenziali la possibilità di individuare una rete di nuovi legami culturali che colleghino tra loro i musei del distretto; si può trattare di *link* determinati dal tipo di collezioni conservate, dalle atmosfere generate, oppure dalle età storiche che accomunano le opere dei vari musei distrettuali;
- ii. *esternalità di consumo*; le connessioni culturali nate tra i musei del distretto incentivano il consumatore a visitare più musei e lo inducono ad oltrepassare gli standard di consumo abituali e ad aumentare i propri consumi; si genera inoltre un effetto *badwagon* per il quale la domanda di beni aumenta in virtù del fatto che altri individui consumino lo stesso prodotto;

Gli effetti attesi dalla realizzazione del distretto museale rappresentano quindi il punto di partenza di un'ampia riqualificazione che investe tutta la città e sono stati riconosciuti in alcune specifiche finalità progettuali del distretto culturale: (S.Santagata, 2002, p.18)

- la creazione di un marchio che identifichi il distretto. Il marchio assume un valore simbolico, che finirà per identificare a livello internazionale il distretto con la città stessa;
- la realizzazione del valore di identificazione attraverso interventi mirati ed attività (come eventi speciali, inaugurazioni, serate, corsi a tema, ecc.) capaci di fidelizzare l'utente avvicinandolo alla storia e alle tradizioni locali;
- la riorganizzazione del settore museale, che porterà le autorità locali a ripensare la localizzazione delle sedi museali in vista di uno sfruttamento più razionale del territorio;
- la formazione di un valore di reputazione che potenzi l'immagine complessiva della città e dei suoi musei tramite la valorizzazione del patrimonio culturale locale e la democratizzazione dell'accesso alla cultura;
- la formazione di vantaggi economici per l'indotto, ovvero benefici materiali e misurabili in termini di aumento dell'occupazione e dell'impatto economico.

Ciò che nella teoria di Santagata (2001, p.31e sg.) qui si intende sottolineare è lo stretto legame culturale che il distretto culturale (in ogni sua forma) instaura con la propria comunità locale di origine, in analogia con ciò che si è detto a proposito del legame tra i clusters e l'ambiente locale.

I distretti culturali sono definiti in base al bene (di natura culturale) che producono, **idiosincratico** e basato su creatività e produzione intellettuale, che agiscono come fattori di vantaggio competitivo. «Questo tipo di beni risultano, quindi, idiosincratici, perché la loro creazione, produzione e distribuzione dipende dalla trasmissione di conoscenze, anche personali, e dall'esperienza individuale».(Sacco, Pedrini, 2003, p.28). I beni prodotti dei distretti culturali sono il prodotto di fattori idiosincratici perché necessitano della *conoscenza tacita*¹⁰ per essere creati e distribuiti. Questo tipo di conoscenza non può essere trasmessa meccanicamente ed è di difficile misurazione perchè circola liberamente nell'aria.

-
- iii. *economie di tempo*; alcuni eventi museali quali le mostre temporanee sono degli straordinari poli di attrazione che possono indurre il pubblico a visitare le mostre temporanee e viceversa, ottimizzando così il tempo della permanenza nel distretto;
 - iv. *economie di scala*; si generano quando il distretto trova vantaggioso produrre al proprio interno un certo input piuttosto che ricorrere a fornitori esterni; la centralizzazione di alcuni servizi ed attività in aree strategiche permettono di risparmiare sui costi di gestione e di facilitare i processi decisionali;
 - v. *economie di varietà o di scopo*; sono create dal risparmio sui costi della produzione di beni o servizi ottenuto dall'operare congiuntamente (grazie al distretto) piuttosto che separatamente (tra le imprese o i musei che compongono il distretto).

¹⁰ Polanyi, M, *Personal Knowledge*, London 1953, definisce la *conoscenza tacita* come un sistema informativo che è contemporaneamente libero e circoscritto in uno spazio geografico e comunitario definito dall'esperienza personale degli individui che lo compongono.

I prodotti del distretto sono quindi profondamente influenzati dal *capitale culturale* specifico del luogo ove vengono generati. Con il concetto di capitale culturale si fa riferimento alla cultura locale, alle tradizioni e al capitale sociale sedimentati sul territorio, le conoscenze tacite e diffuse localmente, quelle intellettuali, oltre che alle sue forme tangibili. Si tratta di quelle «risorse alla base dello sviluppo del distretto, al cui interno la circolazione libera delle idee, l'orientamento all'innovazione, alla specializzazione alla qualità del prodotto, inducono ad uno sviluppo orientato all'investimento continuo per dotare il prodotto di un valore aggiunto che lo rendono univoco». (Sacco, Ferilli, 2006 p.12).

Ad un grado superiore si pone la visione del distretto culturale come policy orientata allo sviluppo locale di un territorio. In questo filone rientrano le più recenti teorie di Valentino (2003)¹¹ e di Sacco *et alii* (2006).

L'elemento dominante dello studio di **Pietro Antonio Valentino** (2003) è l'integrazione del processo di valorizzazione del patrimonio culturale ed ambientale del distretto con gli altri servizi e le risorse presenti sul territorio, con l'obiettivo di attivare un vero e proprio processo di sviluppo locale. Egli definisce il *distretto culturale* come un sistema integrato di relazioni che:

- i. da un lato connette le attività per la valorizzazione delle differenti risorse (culturali e ambientali, tangibili e intangibili, riproducibili e non) attraverso l'organizzazione della produzione in filiera;
- ii. dall'altro connette questo processo con le offerte di professionalità, di infrastrutture e di servizi presenti sul territorio e con le imprese correlate all'attività di valorizzazione.

Il concetto di **filiera**, elaborato dai francesi in riferimento al settore agricolo, può essere definito come l'insieme delle attività appartenenti a diversi settori, che in modo rilevante partecipano alla produzione di un dato prodotto. In riferimento al settore culturale si intende per filiera l'insieme dei settori produttivi che contribuiscono in modo significativo alla messa in atto del processo di valorizzazione delle risorse culturali di un territorio. La filiera produttiva culturale è composta da:

- le attività rese operanti nell'ambito del processo di valorizzazione e finalizzate alla tutela, conservazione e fruizione delle risorse stesse;
- dalle imprese il cui fatturato è determinato in modo apprezzabile dalla domanda di input per il processo di valorizzazione;
- dalle imprese che fanno parte dei settori che partecipano in modo significativo alla fornitura di input (il fatturato di queste imprese è influenzato marginalmente dalla domanda proveniente dal processo di valorizzazione).

¹¹ I precedenti studi di Valentino (1999, 2001) si "limitavano" a trattare il distretto culturale come un processo di valorizzazione dei beni culturali sedimentati localmente. Questo processo si articolava sostanzialmente in tre grandi segmenti di attività: quelle di tutela del bene, quelle di gestione e quelle di fruizione, fondate sull'organizzazione della produzione in filiera. Nel suo testo più recente egli cerca di integrare la filiera produttiva in un processo di valorizzazione integrato del bene culturale che comprende anche altre imprese ed attività esterne alla filiera presenti localmente.

La categoria di *filiera* però esclude alcune tipologie di imprese appartenenti al distretto culturale legate agli output¹² del *processo di valorizzazione*:

- le imprese, appartenenti a diversi settori produttivi, il cui fatturato è determinato dalla domanda espressa dai fruitori dei servizi culturali (ad esempio le imprese del settore turistico);
- le imprese che utilizzano come input i risultati del processo di valorizzazione (ad es. le imprese della comunicazione).

L'integrazione tra la filiera e il processo di valorizzazione, che comprende quindi anche il riutilizzo degli output della produzione culturale, può assumere un ruolo strategico all'interno del distretto e può portare alla realizzazione di due obiettivi fondamentali:

- i. sostenere in modo significativo i livelli di fatturato e di occupazione di imprese appartenenti ad un insieme composito di settori produttivi;
- ii. favorire i processi di ricerca e innovazione in quei settori dai quali richiede prodotti e servizi estremamente specializzati.

Per poter dare vita a questo *processo integrato di valorizzazione o meta processo* il territorio su cui verrà a costituirsi un siffatto distretto deve possedere delle potenzialità specifiche, che Valentino (2003, p.93) riconosce in:

- capacità di attrazione: l'offerta creata dal processo di valorizzazione deve essere fruibile e competitiva rispetto alla concorrenza;
- capacità di accoglienza: le infrastrutture e il contesto sociale e ambientale devono essere qualitativamente adeguate alla domanda che si intende attrarre;
- capacità di trasformazione: le imprese insediate nel territorio devono essere in grado di utilizzare gli output derivanti dal processo di valorizzazione.

La qualità e la consistenza delle dotazioni del territorio (accessibilità, qualità ambientale e sociale, servizi di accoglienza) pertanto costituiscono i **pre-requisiti** per lo sviluppo di un distretto culturale.

Pier Luigi Sacco (2003, 2006), diversamente dagli altri autori, non dà una definizione sistematica di distretto culturale, né distingue una precisa tipologia museale, ma introduce il concetto di *distretto culturale evoluto* a partire dall'osservazione di un fenomeno globale che sta interessando tutti i sistemi economici di punta dell'economia post-industriale: «l'avvento

¹² Gli output principali prodotti dal *processo di valorizzazione* sono: (Valentino, 2003, p.85 e sg.)

- la conservazione delle risorse culturali, in nome di uno sviluppo sostenibile per le generazioni future;
- la produzione di servizi per la fruizione della risorsa, ovvero i servizi culturali, che possono essere di duplice natura: servizi alla persona, quelli destinati al visitatore diretto della risorsa, o servizi esportabili, quelli che permettono il consumo a distanza;
- altri prodotti: qualità ambientale, identità sociale, innovazione e ricerca, input per altre produzioni.

Gli impatti immediati degli output del *processo di valorizzazione* hanno natura prevalente di bene pubblico e rispondono ad una domanda collettiva, ovvero una domanda di conoscenza e di identità sociale; si tratta prevalentemente di impatti di natura culturale, sociale ed estetica. Gli impatti secondari hanno natura economica indiretta, e soddisfano una domanda privata, che enfatizza il ruolo delle esternalità economiche; per esempio producendo effetti positivi sul reddito delle industrie insediate nell'area soggetta al processo di valorizzazione che ne determina la rendita di posizione.

di una nuova modalità di produzione del valore aggiunto centrata sull'apporto di fattori produttivi intangibili». (Sacco, Ferilli, 2006, p.13)

Egli fa alcune considerazioni sugli aspetti caratteristici dell'interazione locale determinata dal modello di distretto e valuta quale ruolo una policy *culture-driven* di distretto possa giocare nella meccanica dei nuovi modelli di sviluppo dell'economia dell'intangibile.

Egli sostiene che i vantaggi connessi all'impiego della cultura come strategia di sviluppo hanno valore soprattutto da un punto di vista immateriale: «Il senso economico della cultura nei processi contemporanei di sviluppo post industriale sta nel suo indispensabile ruolo di catalizzatore di nuove modalità di produzione e di consumo dei beni e dei servizi sempre più legate ad una dimensione *immateriale* del valore aggiunto». (Sacco, Pedrini, 2003, p.7).

Perché l'attivazione di un processo di sviluppo *culture-driven* possa sortire un effetto apprezzabile però deve esistere nel sistema locale una capacità diffusa di attribuire senso e valore alle esperienze culturali che appartiene alla "cultura di sfondo" dell'ambiente locale, ovvero una sorta di capitale culturale immateriale prima che tangibile¹³.

Dalla teoria economica moderna e dai casi internazionali analizzati da Sacco e Ferilli (2006, p.20 e sg.) sono stati riconosciuti tre fattori fondamentali di sviluppo nei distretti culturali:

- i. **il livello della qualità della vita**, intesa nel suo più ampio significato, la creatività, la diversità e il talento, piuttosto che da fattori quali la qualità del lavoro altamente qualificato e l'accessibilità, che si realizzano in presenza dei *milieu creativi* caratterizzati dalla formula delle tre T di Richard Florida (2002): tecnologia, talento e tolleranza;
- ii. **l'orientamento all'innovazione** all'interno di una transizione verso una società post-industriale. La capacità di produrre beni e servizi innovativi attraverso l'uso di metodi e tecnologie avanzati influisce in diversi modi sulla competitività del territorio, favorendo lo sviluppo, la produttività e la flessibilità delle imprese già esistenti, e stimolandone la capacità innovativa e la dinamica produttiva, e infine promuovendo la formazione di nuove imprese e sviluppo. Questa è la tesi sviluppata da Michael Porter (1991, 2003-2004) nella sua teoria sul vantaggio competitivo localizzato;
- iii. **la capacitazione e ri-orientamento motivazionale**. La vasta diffusione sociale degli *entitlement*, ossia dalle capacitazioni a ricoprire un ruolo attivo e consapevole nella società, ricopre un ruolo sempre più coerente con i propri talenti e i propri obiettivi esistenziali. «Lo sviluppo, come sostiene Amartya Sen[1994, 2002], deve essere inteso come un processo di espansione delle libertà reali di cui godono gli esseri umani. In

¹³ Come sottolineano Sacco e Ferilli (2006, p.19 e sg.) il concetto di sviluppo *culture-driven* non è legato ai soli fattori tangibili del capitale culturale locale e alla possibilità di mettere a frutto le risorse artistiche architettoniche e paesaggistiche di un territorio (azione tra l'altro che da sola non basta per dare impulso allo sviluppo locale). Ciò appare ancora più chiaro quando si analizzano i casi internazionali di sviluppo di questo tipo e si rileva che questo tipo di patrimonio è completamente assente, oppure non è la leva su cui si sono realizzati esempi di successo di distretti culturali.

tale prospettiva, tutte le conquiste, nella sfera privata come in quella pubblica e politica, sono soltanto mezzi per accrescere qualsiasi forma di libertà, che rimane, allo stesso tempo, il fine primario e il mezzo principale per conseguire lo sviluppo» (Sacco, Ferilli, 2006, p.21). Secondo questa teoria lo scopo a cui tendono tutte le attività economiche non è tanto quello di incrementare il reddito, quanto quello più generale di migliorare la qualità della vita.

Dalla combinazione di questi tre fattori sono state desunte dieci azioni di policy (raggruppate sinteticamente in quattro sottoinsiemi). Le dieci azioni/politiche di intervento sono:

1. Qualità dell'offerta culturale (QOC);
2. Capacitazione e formazione della comunità locale (CFC);
3. Sviluppo imprenditoriale (SIM);
4. Attrazione di imprese esterne (AIE);
5. Attrazione del talento (di artisti e uomini di cultura) (ATE);
6. Gestione delle criticità sociali e dell'emarginazione (GCS);
7. Sviluppo del talento locale (STL);
8. Partecipazione dei cittadini e della comunità locale (PAC);
9. Qualità della governance locale (QGL);
10. Qualità della produzione delle conoscenze (QPC).

E vengono raggruppate nei seguenti sottoinsiemi:

1. la qualità (QOC, QGL, QPC);
2. lo sviluppo (SIM, STL);
3. l'attrazione (AIE, ATE);
4. la socialità (GCS, CFC, PAC).

Ognuna di queste azioni può intervenire sulle diverse forme del **capitale culturale** (materiale e immateriale) che caratterizza il territorio locale:

1. il capitale naturale: l'insieme del capitale non prodotto dall'uomo, che può essere riproducibile o non riproducibile (ad es. le risorse naturali) ;
2. il capitale fisico, inteso come insieme del capitale materiale e costruito (ad es. fabbriche, ma anche contenitori culturali, infrastrutture etc.);
3. il capitale umano, inteso come insieme delle conoscenze e competenze incorporate negli individui: le capacità umane, la conoscenza ed ingegnosità, il capitale Informativo (insieme delle conoscenze incorporate nelle basi di dati);
4. il *capitale sociale costituito dall'insieme delle istituzioni, delle norme sociali e delle reti di relazioni interpersonali che influenzano il comportamento degli individui e costituiscono risorse per la produzione di benessere; è legato all'interazione e alla socialità, attraverso cui le norme di comportamento vengono interiorizzate e fissate; regola la gestione responsabile e intelligente, da parte degli individui, dei conflitti tra l'interesse individuale immediato e l'interesse collettivo più ampio.*

5. il *capitale simbolico* formato dall'insieme dei modelli di identità individualmente e socialmente significativi; è legato ai processi di identificazione e di creazione di senso di appartenenza, e ha un peso crescente nel determinare e orientare le scelte individuali e collettive a causa della spinta di costruzione identitaria che investe in misura sempre più ampia il consumo post-industriale.

Il settore culturale è qui inteso in un'accezione molto ampia. Più che di distretto della cultura bisognerebbe forse parlare di "cultura del distretto" in virtù della sua capacità di creare di una massa critica nell'offerta di beni e servizi localizzati tale da generare un vero e proprio processo di sviluppo locale. Questa idea di distretto culturale si differenzia dalle altre prese in considerazione in quanto pensa ai modelli precedenti di distretto (di Santagata e Valentino) come un fattore di innesco iniziale su cui fare leva per arrivare poi a generare un processo endogeno di sviluppo più maturo e capace di autosostenersi.

4. GLI STUDI DI DISTRETTO CULTURALE PER LA CITTA' DI TORINO

L'idea di realizzare un distretto culturale museale a Torino non è cosa nuova, né recente. Sembra evidente che tale modello trovi nella città alcune pre-condizioni favorevoli al suo sviluppo se già diverse sono state le proposte fatte fino ad oggi.

La prima ipotesi di distretto culturale risale al 1993 su suggerimento dalla Soprintendenza per i beni artistici e storici del Piemonte in collaborazione con l'Associazione Amici della Galleria Sabauda e prevedeva il riordinamento dei musei della città di Torino in tre sistemi museali (quello Carloalbertino, quello Municipale e quello Misconosciuto) attraverso un criterio esclusivamente storico. La seconda e più compiuta idea di distretto museale per Torino è stata svolta nel 1997 sotto forma di indagine dalla Fondazione Giovanni Agnelli con il titolo *Musei e beni culturali a Torino, Problemi di settore, Problemi di sistema: tra gestione e valorizzazione delle risorse*. Una compiuta ipotesi di fattibilità di distretto culturale museale è stata promossa dalla Fondazione Istituto Piemontese Antonio Gramsci nel 2001 ed è stata illustrata da Silvia Santagata nel volume a cura di Carlo Olmo, Sergio Scamuzzi e Walter Santagata *Tre modelli per produrre diffondere cultura a Torino*. Questo studio è stato più volte ripreso in altri testi¹⁴, ma è rimasto pressoché invariato rispetto al Distretto Centrale delle Collezioni Sabaude ipotizzato nella ricerca originale.

Senza entrare nel dettaglio delle ricerche sopra enunciate intendo qui illustrare in forma schematica le caratteristiche dei due studi più significativi (Fondazione Agnelli 1997, Fondazione Gramsci 2001), con lo scopo di mettere in evidenza le loro criticità.

Fondazione Agnelli (1997):

¹⁴ cfr. Silvia Santagata (2002); Bertuglia, Montaldo (2003); Bondonio, Debernardi (2006).

- *politica culturale proposta*: un sistema urbano eterogeneo composto da fuochi attrattori: Museo Egizio, Museo del Cinema, sistema dell'arte contemporanea, sistema delle scienze + distretto culturale museale del centro;
- *criterio di specializzazione*: è basato sull'esaltazione delle differenti tipologie di musei che compongono il sistema, il che permette un'ampia varietà dell'offerta;
- *dimensione e componenti del distretto*: è basato sull'esaltazione delle differenti tipologie di musei che compongono il sistema; in quanto permette un'ampia varietà dell'offerta;
- *criterio di selezione dei musei*: l'attrattività turistica a scala sovralocale.

Fondazione Gramsci (2001):

- *politica culturale proposta*: distretto culturale museale composto da un nucleo centrale + un'area di approfondimento;
- *criterio di specializzazione*: prende in considerazione solo le raccolte sabaude, sia ubicate nelle sedi storiche originarie, sia in altre sedi; in quanto trasmette un'unità d'immagine;
- *dimensione e componenti del distretto*: 12 musei e dai Giardini Reali che compongono il Distretto Centrale delle Collezioni Sabaude + 7 altri palazzi dell'area di approfondimento in continuità storica e logica alle vicende sabaude ma non necessariamente localizzati nel centro;
- *criterio di selezione dei musei*: è tematico e riguarda le testimonianze della dinastia dei Savoia.

Entrambi gli studi descritti ritengono che la formula distrettuale sia una valida possibilità per il rilancio culturale di Torino, entrambi si propongono di promuovere una riorganizzazione sistematica dei musei della città attraverso una politica che sia anche economica, ma i principi e la forma delle due proposte differiscono profondamente pur partendo dagli stessi obiettivi.

La ricerca della fondazione Gramsci, venendo dopo nel tempo, giudica in maniera critica l'indagine sui musei condotta da Fitzcarraldo. In particolare è messa in discussione la scelta di seguire un orientamento soprattutto economico, che non tiene conto a sufficienza di un approccio che sia anche storico. Come sostiene in proposito Silvia Santagata (2001, p.38) «non è possibile concentrarsi esclusivamente sulle questioni manageriali quasi che il distretto fosse un'azienda da gestire secondo le logiche economiche correnti». All'opposto il Sistema Carloalbertino viene richiamato perché applica esclusivamente un criterio storico che non considera alcun aspetto economico del progetto. Pertanto la proposta della Fondazione Gramsci nasce con l'intento di creare un giusto equilibrio tra i due orientamenti che, «se considerati congiuntamente generano benefici economici e culturali per la città, mentre, se distinti, ne indeboliscono le potenzialità». (*Ibidem*)

D'altra parte l'obiettivo del lavoro di Fitzcarraldo, come viene affermato, è quello di proporre alcuni ambiti museali come attrattori di richiamo turistico per Torino in una prospettiva di "economia della cultura": «la costruzione di una strategia turistica, per avere qualche possibilità di riuscita, deve fondarsi su alcuni musei-chiave capaci di intercettare l'attenzione e la curiosità internazionale e convogliarla su Torino». (1997, p.XIII)

Oltre a questi grandi attrattori nella ricerca di Fitzcarraldo viene individuata la presenza di un possibile *distretto culturale museale* del centro che include altri musei minori concentrati intorno alla cosiddetta *zona di comando* e vicinanze. La proposta quindi si articola attraverso un'offerta museale composta da più fuochi: due grandi musei attrattori, il sistema dell'arte contemporanea e le sue pertinenze, il sistema della scienza, il distretto culturale composto dai musei dell'area centrale della città e dalla risorsa territoriale (lo spazio urbano).

La proposta della fondazione Gramsci aggiunge una specificità al distretto (l'unitarietà di contenuto delle collezioni) che diversamente Fitzcarraldo non riconosce come peculiare, ma anzi la considera un limite alle possibilità del distretto di raggiungere un ambito di eccellenza internazionale.

Ci si domanda: si può pensare di ottenere una reputazione internazionale con un distretto museale localizzato nel centro di Torino che punta solo sul patrimonio dei Savoia ed esclude realtà notorie ed eccellenti come il Museo Internazionale del Cinema o altri importanti musei attrattori? La risposta sembra scontata.

5. CONCLUSIONI

Il caso di Torino, seppur studiato a più riprese (dal 1993 al 2006), continua apparentemente a fermarsi ad una fase "immatura" dell'idea di distretto che si limita alla cultura della monofiliera. Affinchè sia possibile pensare alla realizzazione di un distretto museale come motore di sviluppo locale è necessario ampliare i modelli precedentemente proposti in una forma di distretto culturale più ampia ed articolata, potremmo dire "evoluta" appunto.

Il successo di una politica culturale di questo tipo tuttavia non dipende esclusivamente dall'efficacia del modello proposto per la sua realizzazione, ma deve tener conto di quella particolare *atmosphere* che caratterizza ogni forma di distretto.

La "cultura di sfondo", che è stata riconosciuta come componente fondamentale per la realizzazione di una politica di distretto virtuosa, sembra essere il reale elemento carente nella realtà urbana torinese. La presenza di una massa critica di musei nel centro storico della città, di per sé, non costituisce una policy efficace di distretto culturale. Perché questo si possa realizzare è altresì necessario che sia presente localmente un *milieu creativo* capace di supportare un simile processo e, una volta avviato, di alimentarlo continuamente.

Il milieu creativo, secondo la tesi avanzata da Richard Florida (2002), è quella cultura di sfondo caratterizzata dalla tolleranza, dalla varietà e dall'apertura alla creatività, che sta alla

base dei nuovi processi di crescita economica. I milieu creativi sono quei «luoghi scelti dalla classe economica emergente *creative class*, il cui nucleo centrale è costituito da persone che lavorano nel campo delle scienze, arti, educazione, musica e divertimento, la cui funzione economica è quella di creare nuove idee, nuove tecnologie e/o nuovo contenuto creativo». (Sacco, Ferilli, 2006, p.20-21). In altre parole: «A creative milieu is a place – either a cluster of buildings, a part of a city, a city as a whole or a region – that contains the necessary preconditions in terms of ‘hard’ and ‘soft’ infrastructure to generate flow of ideas and inventions. Such a milieu is a physical setting where a critical mass of entrepreneurs, intellectuals, social activists, artists, administrators, power brokers or students can operate in an open-minded, cosmopolitan context and where face to face interaction creates new ideas, artefacts, products, services and institutions and as a consequence contributes to economic success». (Landry, 2000, p.133)

Come testimonia l’ultimo Rapporto Annuale su Torino (Eau Vive, Giorgio Rota, 2008, p.85 e sg.) il peso della cosiddetta classe creativa a Torino è però piuttosto scarso: non solo per la storica debolezza di figure creative di fronte ad una massiccia presenza tipica di figure lavorative tecniche ed esecutive, ma anche per un certo “invecchiamento” dell’offerta formativa culturale in città. Una vivace produzione culturale¹⁵ e la presenza di molti eventi¹⁶ grandi e piccoli tuttavia lasciano intravedere una certa fiducia nella possibilità di un effettivo cambiamento di rotta.

La realizzazione di un distretto culturale museale quindi non è in grado di decretare da sola lo sviluppo socio-economico della città se non si inserisce in un programma politico più ampio di sviluppo locale basato su una logica intersettoriale che faccia leva sul capitale culturale sedimentato sul territorio. La politica del distretto museale va quindi necessariamente integrata all’interno di un programma di sviluppo *culture-oriented* che faccia leva sulla presenza del milieu culturale locale. Ma forse è prima proprio su quest’ultimo che a Torino bisogna agire perché la città divenga capace di promuovere la cultura come forza strategica locale capace di agire come motore di sviluppo economico nella competizione globale tra le città.

¹⁵ I segni di questo fermento sono ravvisabili nella promozione di opere d’arte negli spazi pubblici urbani (nel centro, con Luci d’Artista, lungo la Spina, nelle zone Olimpiche, ecc.), nella ricchezza dell’offerta di spettacoli nei cartelloni teatrali lirici e di prosa, nel settore dell’audio-video (con il Centro di produzione RAI e con il Virtual Reality & Multimedia Park, con la Film commission), ecc.

¹⁶ Il Salone del Gusto, La Fiera Internazionale del Libro, Altissima, Torino Film Festival, ecc.: solo per citare i più noti.

6. ABSTRACT IN INGLESE

A museum district could be a policy able to involve a mechanism of local development?

A district policy is unlikely to contribute to the urban economic growth and quality of life if this does not become one of the prime objectives of inter-sector local urban policies, within which a cultural-district policy may be supported by the presence of a lively cultural milieu. This is the subject of this paper. In view of this, it is worth having a look at the general notion of district: starting with some notes about the industrial districts economy which provided direct inspiration for cultural districts; and secondly analysing the cultural district main features. Particularly are referred the theories of Walter Santagata (2001, 2003), Pietro Antonio Valentino (1999, 2001, 2003) and Pier Luigi Sacco *et alii* (2003, 2006).

Follow it up a brief examination of the researches realized in the past on Turin. Conclude the paper the elements that are thought fondamentale to create a district policy extremely effective for a local development, shortly referring to Turin.

7. BIBLIOGRAFIA

- Bagnasco, Arnaldo (1988), *La costruzione sociale del mercato*, Bologna, Il Mulino.
- Bagnasco, Arnaldo (1999), *L'istruttiva vicenda dei distretti industriali*, in Bagnasco, Arnaldo, *Tracce di comunità*, Bologna, Il Mulino, pp.87-120.
- Bellandi, M. (1987), *La formulazione originaria*, in G.Becattini (a cura di), *Mercato e forze locali: il distretto industriale*, Il mulino, Bologna, pp.49-67.
- Bertuglia, Cristoforo Sergio, Montaldo, Chiara (2003), *Il museo della città*, Milano, Franco Angeli.
- Bianchini F., Parkinson M. (1993), *Cultural policy and urban regeneration: the West European Experience*, Manchester University Press, Manchester.
- Bondonio, Piervincenzo, Debernardi, Luisa (2006), *Torino, le valli olimpiche e l'eredità dei XX Giochi invernali: un punto di vista*, in Bondonio, Piervincenzo, Dansero, Egidio, Mela, Alfredo, *Olimpiadi, oltre il 2006*, Roma Carocci, pp.27-59.
- Camagni, Roberto (1992), *Economia urbana. Principi e modelli teorici*, NIS, Roma, 1992.
- Eau Vive, Comitato Giorgio Rota (2008), *Solista e solitaria 2008. Nono rapporto annuale su Torino*, Milano, Guerini e Associati.
- Fitzcarraldo (a cura di) (1997), *Musei e beni culturali a Torino. Problemi di settore, Problemi di sistema: tra gestione e valorizzazione delle risorse*, Torino, Fondazione Giovanni Agnelli.
- Florida Richard (2002), *The Rise of the Creative Class*, New York, Basic Books.
- Governa, Francesca (1997), *Il milieu urbano, L'identità territoriale nei processi di sviluppo*, Milano, Franco Angeli.
- Landry, C. (2000), *The Creative City, A Toolkit for Urban Innovators*, London, Earthscan Publications Ltd.
- Porter, Michael E. (1998), *Cluster and the New Economics of Competition*, in "Harvard Business Review", november-december, Harvard.
- Porter, Michael E.(1991), *Il vantaggio competitivo delle nazioni*, Milano 199; ed. orig., *The Competitive Advantage of Nations*, New York, The Free Press, 1986.
- Sacco, Pier Luigi, ferilli, Guido (2006), *Il distretto culturale evoluto nell'economia post industriale*, Working Paper, n.4, DADI: Dipartimento delle Arti e del Disegno Industriale, Università Iuav di Venezia.
- Sacco, Pier Luigi, Pedrini, Sabrina (2003), *Il distretto culturale: mito o opportunità?*, Working Paper, n.5, Ebla: International Centre for Research on the Economics of Culture, Institutions, and Creativity, Dipartimento di Economia "S. Cogneetti de Martiis", Università di Torino; (<http://www.de.unito.it>).

- Santagata, Silvia (2001), *I distretti culturali*, in C.Olmo, Carlo, W.Santagata, S.Scamuzzi (a cura di), *Tre modelli per produrre diffondere cultura a Torino*, Fondazione Istituto Piemontese Antonio Gramsci e Compagnia di San Paolo, Torino 2001.
- Santagata, Silvia (2002), *I Distretti Culturali Museali. Le Collezioni Sabaude di Torino*, Working Paper, n.8, Ebla: International Centre for Research on the Economics of Culture, Institutions, and Creativity, Dipartimento di Economia "S. Cagnetti de Martini", Università di Torino; (<http://www.de.unito.it>).
- Santagata, Walter (2003), *Cultural Districts and Economic Development*, mimeo, Ebla: International Centre for Research on the Economics of Culture, Institutions, and Creativity, Dipartimento di Economia "S. Cagnetti de Martini", Università di Torino.
- Santagata, Walter, (2001), *Produrre cultura II*, Celid, Torino.
- Sen Amartya (2002), *Globalizzazione e libertà*, Milano, Arnoldo Mondadori.
- Sen, Amartya (1994), *La disuguaglianza*, Bologna, Il Mulino.
- Valentino P.A., Musacchio A., Perego P. (a cura di), (1999), *La storia al futuro: beni culturali, specializzazione del territorio e nuova occupazione*, Firenze, Giunti.
- Valentino, Pietro Antonio (2001), *I distretti culturali: nuove opportunità di sviluppo del territorio*, Roma, Associazione Civita.
- Valentino, Pietro Antonio (2003), *Le trame del territorio*, Milano, Sperling & Kupfer Editori.