

TITOLO: La consulenza per le organizzazioni nelle industrie culturali e creative: il caso di BAM! Strategie Culturali

Data: 8 aprile 2021, ore 15:30-17:00

Il Docente: Professor Luca Pareschi

Cattedra: Organizzazione aziendale

Il Manager: Dott. Federico Borreani, Fondatore e Socio, BAM! Strategie Culturali

Profili professionali di riferimento: Consulenti e manager nelle organizzazioni culturali e creative

Il **Professor Luca Pareschi**, docente di **Organizzazione aziendale** presso la **Facoltà di Economia dell'Università degli Studi di Roma "Tor Vergata"**, introduce il seminario di oggi dal titolo *"La consulenza per le organizzazioni nelle industrie culturali e creative: il caso di BAM! Strategie Culturali"*. Il seminario vedrà la presenza del **Dott. Federico Borreani**, Fondatore e Socio, *BAM! Strategie Culturali*.

Che cosa si intende con settore culturale e settore creativo? Il **Professor Luca Pareschi** sottolinea fin dal principio che si tratta di due settori sono molto ampi. Il primo, composto da istituzioni culturali e industrie culturali, riguarda tutte quelle organizzazioni che hanno per oggetto beni o servizi che, quando sono concepiti, incorporano o trasmettono espressioni culturali, quale che sia il loro valore commerciale. Il secondo, composto dalle industrie creative, riguarda quelle organizzazioni che hanno per oggetto beni o servizi aventi un carattere principalmente funzionale e che integrano la dimensione culturale ed elementi creativi in processi produttivi più ampi. Possiamo immaginare questi due settori seguendo un modello di cerchi concentrici, dove al centro troviamo le istituzioni culturali (Arti visive, Arti dello spettacolo e Patrimonio), all'esterno le industrie creative (design, architettura, pubblicità) e, nel cerchio di mezzo, le industrie culturali (film e video, radio, musica, editoria ecc.). *"La contaminazione tra le arti nella produzione culturale e creativa ha fatto sì che questi confini siano sempre più sfumati"*, ci dice il Prof. Pareschi. Questo è interessante perché, da un punto di vista organizzativo, le organizzazioni esplorano nuove modalità di relazione e interrelazione con altri operatori disposti in zone diverse dei cerchi. In passato, il mondo "culturale e creativo" e quello di "business" viaggiavano su due binari paralleli. Oggi, invece, i due mondi si intersecano costantemente, vivendo di fatto una fertilizzazione incrociata. Diventa quindi sempre più importante parlare di management culturale. Sia il mondo accademico, che ha visto la nascita di corsi universitari dedicati e l'incremento di ricerche nel campo, sia il mondo aziendale, che negli anni ha visto l'incremento di investimenti in cultura e delle collaborazioni con artisti, sia i policy maker seguono con sempre maggiore attenzione l'evoluzione dei settori culturale e creativo. Il Prof. Pareschi ci indica tre motivazioni per questa crescita di interesse. Una prima spiegazione è quella socio-economica. La condizione di post-modernità in cui ci troviamo oggi vede un declino o, comunque, una minore preponderanza dell'economia tradizionale delle industrie manifatturiere. Si cerca dunque di creare valore in nuovi settori e nuovi ambiti produttivi, dove l'ambito creativo e culturale vengono percepiti come ricchi di nuove opportunità e fonte di vantaggio competitivo sostenibile. La seconda spiegazione è quella pragmatica. A seguito della crisi del 2008, i fondi a disposizione dei singoli governi per sovvenzionare il settore culturale hanno subito una riduzione drastica, spingendo il settore culturale verso la necessità di adottare una cultura più imprenditoriale. Infine, una terza spiegazione è di natura strutturale. Abbiamo sempre più consapevolezza del contributo della cultura allo sviluppo sociale e economico della collettività. La cultura può infatti generare contributi allo sviluppo sociale/culturale così come allo sviluppo economico, in ottica di fertilizzazione reciproca tra cultura e valore economico.

Ad aggiungere consapevolezza sul contributo della cultura allo sviluppo sociale e economico della collettività interviene il **Dott. Borreani** presentando il caso di *BAM! Strategie Culturali*. BAM! Strategie Culturali nasce tra i banchi dell'Università di Bologna con lo scopo di facilitare l'accesso e garantire la partecipazione culturale

a pubblici sempre più ampi e diversi. BAM! Strategie Culturali affianca musei, festival, teatri, distretti culturali, enti territoriali, università, fondazioni, associazioni e realtà del privato sociale, in Italia e in Europa, sui temi della gestione e del management culturale, oltre ad occuparsi di progettazione europea con università e istituzioni pubbliche e private. Nello specifico, il lavoro svolto da BAM! Strategie Culturali può essere sintetizzato in quattro fasi: analisi dei Pubblici, ovvero lo studio delle organizzazioni culturali e dei loro pubblici attraverso la raccolta e l'analisi dei dati per comprendere chi, ad esempio, frequenta o meno una determinata attività o istituzione culturale in modo da orientarla nelle sue scelte; strategia e progettazione, che prevede l'organizzazione dei propri obiettivi e della visione di mercato volta alla formulazione di percorsi strategici necessari al raggiungimento degli obiettivi; formazione e affiancamento, ovvero lo sviluppo di percorsi di formazione dello staff di istituzioni culturali su argomenti quali comunicazione, marketing, organizzazione aziendale, uso dei social media e così via; comunicazione e identità, specialmente comunicazione digitale, attraverso cui arrivare al pubblico della cultura anche attraverso percorsi di costruzione dell'identità.

Lavorare nei settori della cultura e della creatività richiede dunque un ampio spettro di competenze, tra cui rientrano sempre più quelle di tipo manageriale. I percorsi di Economia e Management dell'Università degli Studi di Roma "Tor Vergata", sia triennali sia magistrali, offrono la possibilità di sviluppare le competenze necessarie per intraprendere un percorso verso le istituzioni e le industrie culturali e creative.