

Patrimonio culturale e ecosistemi imprenditoriali del settore culturale e creativo

Cultural Heritage and entrepreneurial ecosystems in the cultural and creative sector

Quale è il ruolo del patrimonio culturale tangibile e intangibile nello sviluppo degli ecosistemi imprenditoriali nel settore culturale e creativo?

What is the role of tangible and intangible cultural heritage in the development of entrepreneurial ecosystems in the cultural and creative sector?

Elena Borin

Negli ultimi anni, l'emergere di nuove dinamiche imprenditoriali ha attirato l'attenzione sulla possibilità di ripensare la cultura, la creatività e l'innovazione come potenziali motori dell'economia mondiale ponendo un accento particolare sulle potenzialità delle industrie culturali e creative in termini di impatto economico e sociale (UNESCO / PNUD, 2013). L'imprenditorialità nel settore culturale e creativo è stata indicata come un potenziale fattore trainante dello sviluppo economico e sociale europeo e si è cominciato a parlare dei fattori che possono favorirne lo sviluppo e di come questi siano diversi dai fattori che trainano il fiorire di altri settori imprenditoriali.

In un'Europa che si appresta a celebrare l'Anno Europeo del Patrimonio Culturale – EYCH 2018, sembra interessante comprendere come questo emergente approccio all'imprenditoria culturale e creativa guardi al patrimonio culturale, tangibile e intangibile, del territorio e quale ruolo giochi il patrimonio culturale nel nuovo panorama degli ecosistemi imprenditoriali nel settore culturale e creativo.

La nuova Elbphilharmonie
Hamburg
(Herzog & de Meuron)

The new Elbphilharmonie
Hamburg
(Herzog & de Meuron)

Photocredit Simona Ferrioli

L'imprenditoria culturale e creativa

Negli ultimi decenni, l'imprenditorialità culturale e creativa è entrata a far parte del dibattito accademico e professionale sullo sviluppo imprenditoriale. Tale dibattito si è focalizzato sulle sue peculiarità, sui suoi caratteri distintivi rispetto ad altre tipologie imprenditoriali.

Queste hanno sottolineato come l'imprenditorialità nel settore culturale e creativo sia caratterizzata da una forte preponderanza di obiettivi culturali: gli imprenditori culturali sono generalmente mossi dall'interesse per la creazione di contenuti piuttosto che da obiettivi di mercato (THROSBY, 2001), focalizzandosi sulla loro missione culturale e creativa e preservando la propria integrità artistica (KLAMER, 2011). Questa prevalenza della componente artistica sulla componente economica si riflette su altri fattori imprenditoriali. In particolare, questo tipo di imprese ha solitamente un rapporto particolare con gli *stakeholders* i propri pubblici e un tipo di relazione differente con gli e con il territorio oltre che un diverso modello di business e struttura di finanziamenti.

In riferimento al *business model* e al sistema di finanziamento, il settore delle industrie culturali e creative è per lo più composto da piccole e medie imprese (BECK e DEMIRGUC-KUNT, 2006). Lavorando generalmente su specifici progetti, queste aziende sono generalmente sottocapitalizzate e conseguenza risultando particolarmente fragili e con la necessità di un supporto di finanziamenti pubblici (GREFFE e SIMONNET, 2010; BORIN, DONATO e SINAPI, 2018). Negli ultimi anni, gli imprenditori culturali e creativi stanno sperimentando con nuovi modelli di sviluppo

basato su finanziamenti partecipativi (puntando in molti casi sul crowdfunding).

In riferimento alla relazione con gli stakeholders e con il territorio, è da sottolineare innanzitutto una diversa relazione con gli stakeholders pubblici. Come sottolineato precedentemente, l'imprenditoria culturale e creativa è ancora spesso basata su un modello che risulta difficilmente sostenibile dal punto di vista finanziario e di conseguenza rimane fortemente legata al supporto delle istituzioni pubbliche. L'imprenditoria nel settore culturale e creativo è inoltre caratterizzata da un forte legame con il mondo associativo: infatti essa non solo include molti soggetti che si possono considerare parte dell'economia sociale o del mondo dell'imprenditorialità sociale (CNCRES, 2014) ma ha anche legami molto forti con associazioni culturali e organizzazioni senza scopo di lucro operanti nel medesimo settore o in settori collegati.

Molto stretta è infine la relazione è il rapporto con i propri pubblici, che si rivela particolarmente intenso ed è basato su una concezione del pubblico come *prosumer* – consumatore ma anche produttore di contenuti. Molto spesso, i pubblici di riferimento sono le comunità locali: nonostante le nuove possibilità create da internet, social media e crowdfunding sembrano aver dato agli imprenditori culturali e creativi la possibilità di interagire con pubblici in tutte le parti del mondo, il pubblico del territorio rimane ancora il riferimento principale sia in termini di fruizione di contenuti culturali che come fonte di finanziamenti e donazioni.

Proprio in riferimento al legame privilegiato con il territorio, lo studio dell'imprenditoria nel settore culturale e creativa ha posto una crescente

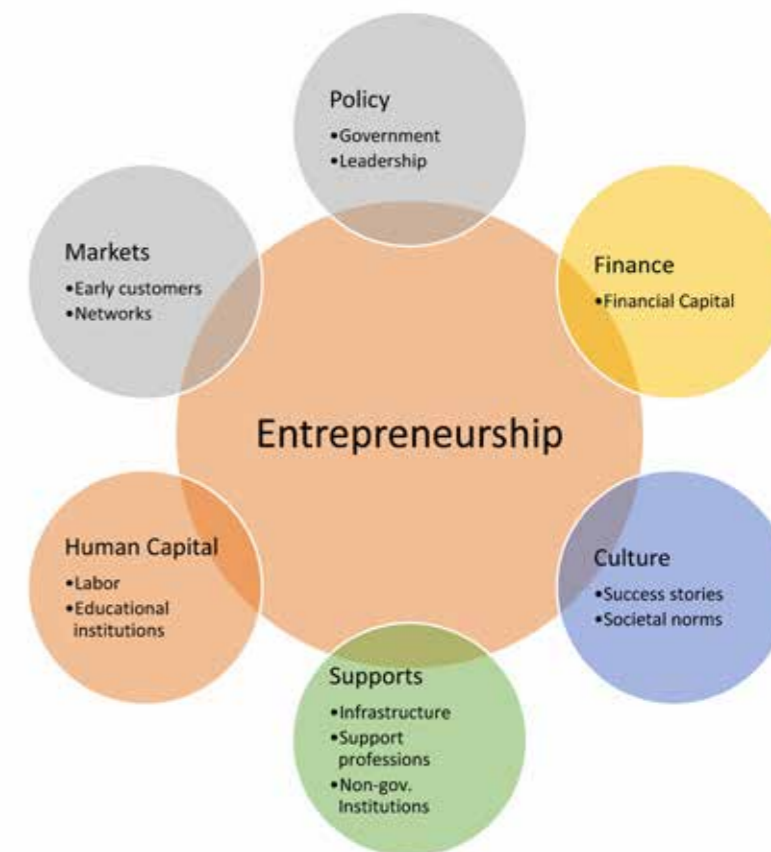
attenzione sulle condizioni socio-economiche, politiche, culturali e geografiche che potrebbero favorire lo sviluppo delle *start-up* culturali e creative e le potenziali interazioni tra gli attori e i soggetti che operano in questo ambiente. L'emergere dei concetti di clusters, distretti culturali industriali (SANTAGATA, 2000 e 2002) e distretti culturali evoluti (SACCO, 2003; BORIN, DONATO e GILLI, 2012) e più recentemente di ecosistemi culturali (BORIN e DONATO, 2015) si ricollega a questo dibattito fra imprenditoria culturale e territorio.

Sembra quindi interessante cercare di comprendere come il patrimonio culturale sia o meno considerato una componente fondamentale per lo sviluppo dell'imprenditoria nel settore e quale ruolo esso rivesta nei principali modelli di ecosistemi imprenditoriali nel campo culturale e creativo.

Verso il concetto di ecosistema culturale imprenditoriale: quale ruolo per il patrimonio culturale?

Nello studio del legame fra imprenditoria nel settore culturale e creativo e patrimonio culturale, due prospettive sembrano particolarmente rilevanti. La prima prospettiva si focalizza sul contributo che l'imprenditoria culturale e creativa può portare al territorio, in termini di rigenerazione urbana e di valorizzazione e riscoperta del patrimonio culturale locale. La seconda, si focalizza sulla prospettiva speculare, quindi sull'apporto che il territorio nelle sue varie componenti (fra cui è incluso anche il patrimonio culturale) può portare allo sviluppo dell'imprenditoria nel settore culturale e creativo. Per quanto riguarda il primo approccio, viene sottolineato come lo sviluppo di attività imprenditoriali nel settore culturale e creativo sia uno dei fattori chiave nelle pratiche di rinnovamento e pianificazione urbana (ANDRES, 2011; BIANCHINI, 1993). L'imprenditoria culturale e creativa viene interpretata come elemento strategico per la rigenerazione dei territori o il rebranding di una regione o città (EVANS, 2001 E 2009, CHAPAIN e COMUNIAN 2010, CHAPAIN, CLIFTON E COMUNIAN, 2013, EP 2013). Inoltre, l'apporto chiave degli imprenditori culturali e creativi all'attrattività di un territorio (Florida, 2002) è uno degli argomenti chiave del design delle politiche di sviluppo urbano in molte città in Europa (LI e LI, 2011).

Il secondo filone di studi sottolinea invece come



Ambiti degli Entrepreneurial Ecosystems (elaborazione dell'autore da Isenberg, 2010)

Domains of Entrepreneurial Ecosystems (author's own elaboration from Isenberg, 2010)

viceversa il contesto locale e geografico, inclusa la presenza di un interessante patrimonio culturale tangibile e intangibile locale, possa influenzare positivamente le dinamiche dell'imprenditoria culturale e creativa (SAM, FLORIDA e ACS, 2004, BOSMA e SCHUTJENS, 2011, CHAPAIN, CLIFTON E COMUNIAN, 2013). Come sottolineato anche dall'Unione Europea in termini di cultura e imprenditorialità creativa, è necessario indagare e capire meglio le forze in azione nelle città, nelle regioni e nei diversi paesi europei (EP, 2013), al fine di approfondire la nostra comprensione dell'imprenditorialità culturale e creativa in relazione al suo ambiente e al patrimonio culturale locale. Recentemente, questo "legame locale" è stata collegata ad approcci ecosistemici, in linea con i più generali studi sull'imprenditoria e gli *entrepreneurial ecosystems* (ISENBERG, 2010 e 2011).

La ricca letteratura sugli *entrepreneurial ecosystems* e sugli *start-up ecosystems* spazia da studi sull'imprenditorialità in relazione ai cluster (MARSHALL, 1920, PORTER, 1998), a ricerche sui sistemi di innovazione (COOKE, GOMEZ URANGA ED ETXEBARRIA, 1997; FRITSCH, 2001), ai network e alle reti (SORENSEN e STUART, 2001), facendo emergere solo recentemente il concetto di ecosistemi imprenditoriali. Sebbene queste ricerche presentino sostanziali differenze, esse propongono l'idea comune

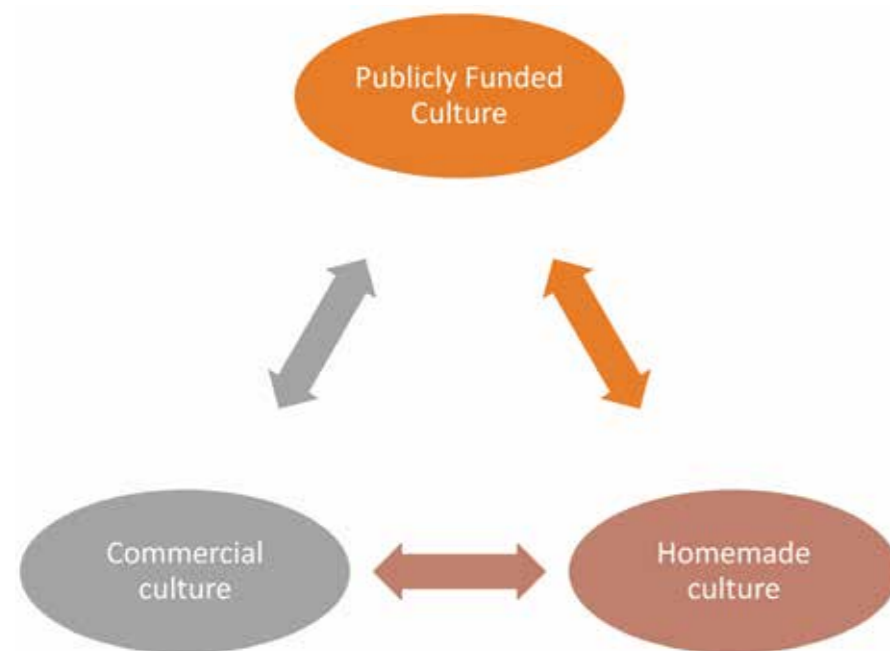
In recent years, the emergence of new entrepreneurial dynamics has drawn attention to the possibility of rethinking culture, creativity and innovation as potential drivers of the world economy by placing particular emphasis on the potential of cultural and creative industries in terms of economic and social impact (UNESCO / PNUD, 2013). In particular, entrepreneurship in the cultural and creative sector has been identified as a potential driving force for European economic and social development. Academic research has focused on the peculiarities

of entrepreneurship in the culture and creative sector, identifying as distinctive features the strong preponderance of cultural objectives on the economic ones (THROSBY, 2001; KLAMER, 2011). Other features were identified in their particular business model and financing system based on the presence of public support, and a frequent fragility due to under-capitalization (BECK, E DEMIRGUC-KUNT, 2006; GREFFE e SIMONNET, 2010; BORIN, DONATO e SINAPI, 2018). The relationship with the public, the stakeholders and the territory is also

specific. There is a significant literature investigating cultural clusters, industrial cultural districts (SANTAGATA, 2000 and 2002) and "evolved" cultural districts (SACCO, 2003; BORIN, DONATO e GILLI, 2012) and more recently of cultural ecosystems (BORIN e DONATO, 2015). These studies have underlined how the local and geographical context, including the presence of a significant tangible and intangible cultural heritage, can positively influence the dynamics of cultural and creative entrepreneurship (SAM, FLORIDA e ACS, 2004; BOSMA e SCHUTJENS,

2011, CHAPAIN, CLIFTON e COMUNIAN, 2013). This "local component" has been linked to ecosystem approaches, in line with the more general studies on entrepreneurship and entrepreneurial ecosystems (ISENBERG, 2010 and 2011). According to Isenberg, entrepreneurial ecosystems are defined as a combination of different factors (mainly social, political, economic and cultural) that favor the development of entrepreneurial activities, especially start-ups. Regarding the components of these ecosystems, Isenberg identifies the following main pillars:

local and international markets, human capital, the financial support system, the regulatory framework and policies and the cultural component, interpreted as a combination of success stories and social norms that promote a positive attitude towards entrepreneurship. The literature on ecosystems for the cultural and creative sector has developed in parallel with these studies on general entrepreneurial ecosystems. One of the first significant approaches was the concept of "ecology of culture" (HOLDEN, 2004



che ci siano attributi del territorio che potrebbero contribuire allo sviluppo e alla competitività delle attività imprenditoriali. Questi attributi variano dall'importanza della comprensione culturale condivisa all'influenza dell'ambiente istituzionale (HENRY e De BRUYN, 2011), dall'importanza dei social network alla rilevanza dell'accesso ai finanziamenti e alla disponibilità di capitale di investimento (POWELL, KOPUT, BOWIE e SMITH-DOERR, 2002), dall'impatto delle politiche governative ai legami con università e istituti di ricerca (FELDMAN e FRANCIS, 2004). Gli ecosistemi imprenditoriali sono definiti come una combinazione di diversi fattori (principalmente sociali, politici, economici e culturali) che favoriscono

Le tre sfere della cultura nell'ecology of culture model (elaborazione dell'autore da Holden, 2015)

Three spheres of culture of the ecology of culture model (author's own elaboration from Holden, 2015)

and 2015). Holden argues that culture should be interpreted as an ecology rather than an economy: in cultural ecosystems, commercial cultural and creative enterprises interact with homemade cultural production and with the various public cultural organizations and institutions. One of the potential critiques to Holden's ecology of culture approach is the fact that it underestimates the link with the territory and its cultural identity that is strongly based on its tangible and intangible cultural heritage (Borin, 2017). In fact, other interpretations

of the concept of cultural ecosystem promote an idea of cultural and creative enterprises as closely related to the local cultural heritage in all its meanings and components, in particular that of common cultural identity (BONET e DONATO, 2011). The concept of cultural ecosystems therefore refers to the existence of a strong link between cultural and creative enterprises and the various stakeholders of a territory (related industries, cultural heritage, policy makers, universities and research centers, sources of funding, local communities, etc.)

(BORIN e DONATO, 2015).

Since the cultural heritage (both tangible and intangible) of the territory is the glue of the ecosystem as it generates the shared cultural identity that allows the various actors to interact and collaborate (EC, 2010; BONET and DONATO, 2011; BORIN, 2017) it seems necessary to review the determining factors for the development of entrepreneurial and creative entrepreneurship and to adapt Isenberg's model to include the contribution of tangible and intangible assets. The author proposes a revised

lo sviluppo di attività imprenditoriali, in particolare start-up e imprese nascenti. Per quanto riguarda le componenti di tali ecosistemi, il World Economic Forum o i recenti lavori di Isenberg sugli (2010, 2011) identificano i seguenti pilastri principali: i mercati locali e internazionali, il capitale umano, il sistema di supporto finanziario, il quadro normativo della politica e la componente culturale, interpretata come una combinazione di storie di successo e norme sociali che promuovono un atteggiamento positivo nei confronti dell'imprenditorialità.

La letteratura sugli ecosistemi per il settore culturale e creativo si è sviluppata parallelamente agli studi sugli ecosistemi imprenditoriali, anche se in generale non si è incentrata solo sull'imprenditoria culturale e creativa, ma ha considerato l'ecosistema culturale in senso più generale: le imprese culturali e creative ne sono una componente assieme ad altri attori.

Inizialmente la necessità di ripensare il modo in cui ci avviciniamo al settore culturale e creativo secondo un approccio ecosistemico è stata collegata al concetto di ecologia della cultura (*ecology of culture*) di Holden (2004 e 2015). Holden sostiene che la cultura dovrebbe essere interpretata come un'ecologia piuttosto che un'economia: negli ecosistemi culturali, le imprese culturali e creative commerciali interagiscono con la produzione homemade (*homemade culture*) e con le varie organizzazioni e istituzioni pubbliche (*publicly funded culture*). Per *homemade culture*, Holden intende la produzione culturale amatoriale di cittadini, comunità, scuole e volontari che "parla al cuore dell'identità individuale e comunitaria" (Holden, 2015, p. 15) e ha più una funzione sociale e culturale che un alto valore artistico. La *publicly funded culture* è invece considerata la produzione artistica finanziata dallo stato e dalle istituzioni legate al patrimonio come musei, teatri, teatri d'opera, archivi, librerie, ecc. .

Infine la *commercial culture* è la cultura *for-profit* composta da diversi attori fra cui gli imprenditori culturali e creativi. Queste tre sfere interagiscono e convergono attraverso un'interrelazione ecosistemica. Una delle potenziali critiche all'*ecology of culture approach* di Holden è che nell'ecosistema culturale e creativo viene sottovalutata il legame con il territorio e con il patrimonio intangibile dato dalla cultura e tradizioni locali, che a loro volta sono legati all'identità creata dal patrimonio culturale tangibile (Borin, 2017). Infatti altre interpretazioni del concetto di ecosistema culturale promuovono un'idea

di imprese culturali e creative come strettamente correlate al patrimonio culturale locale in tutte le sue accezioni e componenti, in particolare quella di identità culturale comune (BONET e DONATO, 2011). Il concetto di ecosistemi culturali si riferisce quindi all'esistenza di un forte legame tra le imprese culturali e creative e i vari *stakeholders* di un territorio (industrie collegate, patrimonio culturale, *policy makers*, università e centri di ricerca, fonti di finanziamento, comunità locali, ecc.) basato proprio sulla comune identità culturale generata dal patrimonio culturale tangibile e intangibile del territorio stesso (BORIN e DONATO, 2015).

Ripensare il ruolo patrimonio culturale per gli ecosistemi imprenditoriali nel settore culturale e creativo

L'analisi portata avanti nei precedenti paragrafi ha evidenziato che il patrimonio culturale può essere considerato come uno degli elementi fondamentali nello stimolare lo sviluppo dell'attività imprenditoria nel settore culturale e creativo. Questo emerge in particolar modo se si analizza il legame fra il patrimonio culturale e l'imprenditoria culturale e creativa secondo un'ottica di ecosistema. Mentre il concetto di cluster e di distretto culturale (o distretto culturale evoluto) tiene conto solo marginalmente del patrimonio culturale, l'ottica di ecosistema culturale considera il patrimonio culturale come un fattore dominante: il patrimonio culturale (sia tangibile che intangibile) del territorio è il collante dell'ecosistema in quanto genera l'identità culturale condivisa che permette ai vari attori di interagire e collaborare (EC, 2010; BONET e DONATO, 2011; BORIN, 2017). Alla luce di queste considerazioni sembra quindi necessario rivedere i fattori determinanti per lo sviluppo dell'imprenditoria culturale e creativa e riadattarli includendo l'apporto del patrimonio tangibile e intangibile. Questo ci permette, a titolo esemplificativo, di rimodellare uno dei modelli di ecosistema imprenditoriale più utilizzati, quello di Isenberg (2010). Adattando questo modello al settore culturale e creativo, la componente culturale non viene considerata solamente come una cultura del territorio che guarda positivamente e sostiene l'imprenditoria: viene invece considerata come la

La nuova Elbphilharmonie Hamburg (Herzog & de Meuron)

The new Elbphilharmonie Hamburg (Herzog & de Meuron)

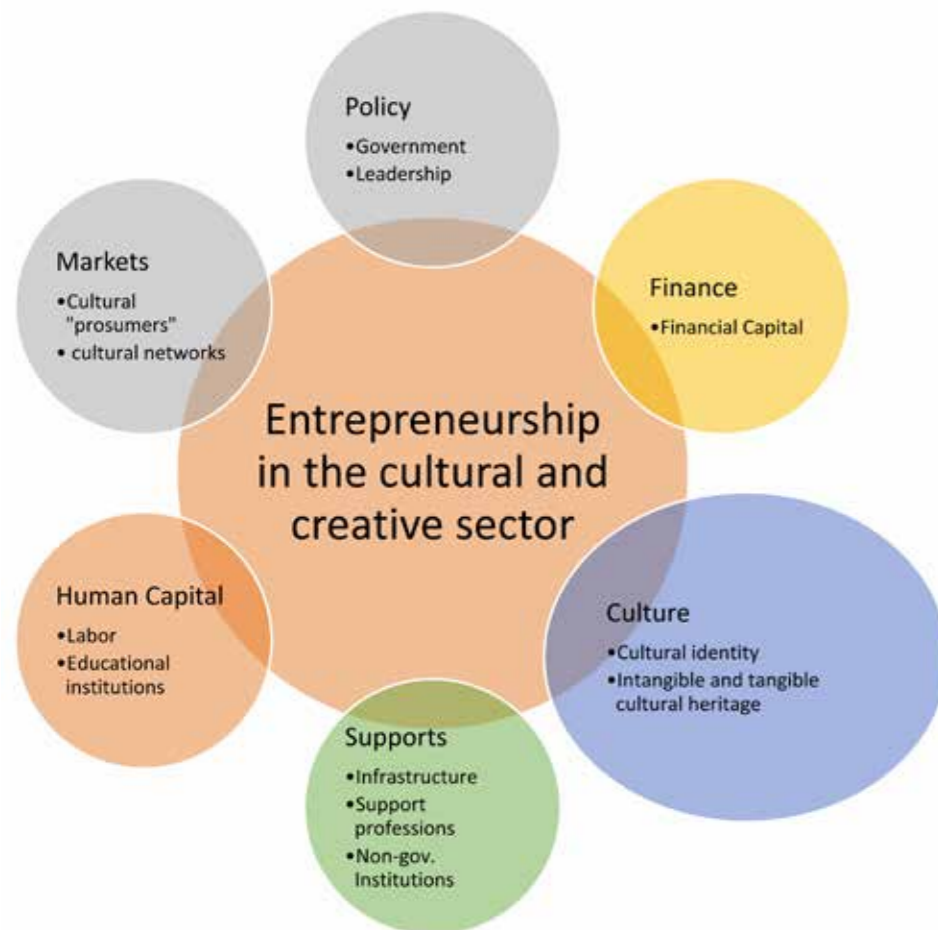
Photocredit Simona Ferrioli



componente culturale del territorio in senso lato, basata sull'identità culturale creata dal patrimonio tangibile e intangibile.

Esempi di questo approccio sono presenti in diversi casi studio a livello europeo. Per esempio nell'iniziativa della città di Amburgo (Germania) che sta attualmente implementando un progetto di digitalizzazione del patrimonio culturale della città (il progetto denominato e-Culture PPP), coinvolgendo anche le imprese del settore culturale e creativo, la Hamburg Kreative Gesellschaft, e promuovendo i legami con il settore turistico ed educativo partendo dal patrimonio culturale comune. O ancora il caso del Louvre-Lens, in cui la creazione di una sede del Louvre a Lens (Francia) ha dato il via ad un progetto di candidatura UNESCO per i siti minerari del territorio e alla creazione di un brand che riunisce le start-up del settore culturale e creativo della zona, la Louvre-Lens Vallée.

Questa interpretazione del patrimonio culturale come elemento fondante dell'ecosistema culturale imprenditoriale offre interessanti spunti sia a livello di dibattito scientifico che a livello di *practices* e politiche pubbliche. Dal punto di vista accademico, sembra infatti importante promuovere ulteriori ricerche su questo peculiare legame per l'imprenditoria culturale, che per il momento risulta ancora poco esplorato.



Dal punto di vista di politiche e practices, queste conclusioni possono essere utili a ripensare il ruolo del patrimonio culturale in relazione all' imprenditoria culturale e creativa, tematica di particolare importanza in un momento in cui l'Europa si appresta ad affrontare importanti sfide della globalizzazione, dell'impatto delle tecnologie digitali e ripensamento dei modelli di sviluppo per la ripresa economica.

cultural entrepreneurial ecosystem more suitable for entrepreneurship in the cultural and creative sector. More specifically, the cultural component is not considered only as a culture that positively considers and supports entrepreneurship: instead it is considered as the cultural component of the territory in a broad sense, based on the cultural identity created by the tangible and intangible heritage. This model therefore puts territorial cultural heritage (both tangible and intangible) as key factor for creating an entrepreneurial ecosystem

to cultural and creative entrepreneurs. Concrete examples of this model could be identified in significant case studies at the European level. For example, in the initiative of the city of Hamburg (Germany) which is currently implementing a project to digitize the city's cultural heritage (the project e-Culture PPP), also involving companies in the cultural and creative sector, the Hamburg Kreative Gesellschaft, and promoting links with the tourism and educational sector starting from the common cultural heritage of the city. Or the Louvre-Lens

case, where the creation of a Louvre branch in Lens (France) has been linked with the UNESCO candidature of the mining basins of the area and the creation of a brand that brings together the start-ups of the cultural and creative sector of the territory, the Louvre-Lens Vallée.



Ambiti degli Entrepreneurial Ecosystems nel settore culturale e creativo (elaborazione dell'autore)

Domains of Entrepreneurial Ecosystems in the cultural and creative sector (author's own elaboration)

La nuova Elbphilharmonie Hamburg (Herzog & de Meuron)

The new Elbphilharmonie Hamburg (Herzog & de Meuron)

Photocredit Simona Ferrioli

Elena Borin

Associate Professor, Director MSc in Arts and Cultural Management. Coordinator Research Team in Arts and Cultural Management. Finance Law and Control Department CEREN, EA 7477

Burgundy School of Business, Université Bourgogne Franche Comté, Dijon (France)

elena.borin@bsb-education.com

Bibliografia • Bibliography

ANDRES L. (2011), "Alternative Initiatives, Cultural Intermediaries and Urban Regeneration: the Case of La Friche (Marseille)", *European Planning Studies*, 19 (5)

BECK, T., e DEMIRGUC-KUNT, A. (2006). Small and medium-size enterprises: Access to finance as a growth constraint. *Journal of Banking & Finance*, 30(11): 2931-2943.

BIANCHINI F. (1993), "Remaking European cities: The role of cultural policies." In F. Bianchini and M. Parkinson (eds.) *Cultural policy and urban regeneration: The West European experience*, Manchester University Press, 21-57.

BONET L., e DONATO F. (2011). The Financial Crisis and its Impact on the Current Models of Governance and Management of the Cultural Sector in Europe. *ENCATC Journal*, 1(1): 4-11.

BORIN E. (2017) Public-Private Partnership in the Cultural Sector: a comparative analysis of European models. *ENCATC Book Series on Cultural Management and Cultural Policy Education*, Brussels: Peter Lang, 2017

BORIN E. e DONATO F. (2015) "Unlocking the potential of IC in Italian cultural ecosystems", *Journal of Intellectual Capital*, 16 (2): 285 - 304.

BORIN E., DONATO F., e GILLI E., (2012) Governance e management dei distretti culturali: alcune proposte per il territorio di Ferrara, in *Annali dell'Università degli Studi di Ferrara, Museologia Scientifica e Naturalistica*, 8 (1): 135 - 149

BORIN, E., DONATO, F., e SINAPI, C., (2018) Financial sustainability of small- and medium-sized enterprises in the cultural and creative sector: the role of funding, in Innerhofer, E. Pechlaner, H. and BORIN E. (eds.) *Entrepreneurship in Culture and Creative Industries - Perspectives from Companies and Regions*, Springer, 45-62

BOSMA N., e SCHUTJENS V. (2011) Understanding regional variation in entrepreneurial activity and entrepreneurial attitude in Europe. *The Annals of Regional Science*, 47(3): 711-742

CHAPAIN C., CLIFTON N., e COMUNIAN R. (2013) Understanding Creative Regions: Bridging the Gap between Global Discourses and Regional and National Contexts. *Regional Studies*, 47(2): 131-134

CHAPAIN C., e COMUNIAN R. (2010), Enabling and Inhibiting the Creative Economy: The Role of the Local and regional Dimensions in England, *Regional Studies*, 44 (6):717-734.

COOKE, P., GOMEZ URANGA, M., e ETXEBARRIA, G. (1997). Regional innovation systems: Institutional and organisational dimensions. *Research Policy*, 26(4-5): 475-491.

EUROPEAN COMMISSION [EC] (2010) Green Paper: Unlocking the potential of cultural and creative industries. COM (183), Brussels.

EUROPEAN PARLIAMENT [EP] (2013) European cultural and creative sectors as sources of economic growth and jobs. European Parliament resolution of 12 September 2013 on promoting the European cultural and creative sectors as sources of economic growth and jobs (2012/2302(INI)) Available online at: <http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//NONSGML+TA+P7-TA-2013-0368+0+DOC+PDF+V0//EN> [Accessed on 15th February 2015]

EVANS G. (2001), *Cultural planning: An urban renaissance?* London: Routledge.

EVANS G. (2009) From cultural quarters to creative cluster - creative spaces in the new city economy; in Legnér, M. and Ponzini D., (eds) *Cultural Quarters and Urban Transformation: International Perspectives*. Kluwer: Gotlandica förlag.

FELDMAN, M.P., e FRANCIS, J.L. (2004). Homegrown solutions: Fostering cluster formation. *Economic Development Quarterly*,

18(2): 127-137

FLORIDA R. (2002), *The Rise of the Creative Class and how it's transforming Work, Leisure, and Everyday Life*, New York, Basic books.

FRITSCH, M. (2001). Co-operation in regional innovation systems. *Regional Studies*, 35(4), 297-307.

GREFFE, X. e SIMONNET, V. 2010. Les entreprises culturelles sont-elles soutenables. *Revue d'Economie Politique*, 120: 59-87.

HENRY C. e DE BRUYN A. (2011) *Entrepreneurship and creative economy. Process, practice and policy*. Cheltenham: Edward Elgar.

HOLDEN, J., (2004) *Capturing Cultural Value: How culture has become a tool of government policy*. London: Demos

HOLDEN J. (2015). *The Ecology of Culture. A Report commissioned by the Arts and Humanities Research Council's Cultural Value Project*. Art's & Humanities Research Council.

ISENBERG, D. J., (2010). *The Big Idea: How to Start an Entrepreneurial Revolution*. *Harvard Business Review*, 88 (6): 41-50

ISENBERG, D.J. (2011) *Introducing the Entrepreneurship Ecosystem: Four Defining Characteristics*. *Forbes* <http://www.forbes.com/sites/danisenberg/2011/05/25/introducing-the-entrepreneurship-ecosystem-four-defining-characteristics/>Jenkins

KLAMER, A. (2011) *Cultural entrepreneurship, The Review of Austrian Economics*, Vol. 24, Issue 2, pp 141-156

LI S., e LI X. (2011), "The role of cultural creative industry in the process of the city development: the case of Jingdezhen" in *Studies in Sociology of Science*, vol.2, n°2, p.74-88

MARSHALL, A. (1920). *Principles of economics*. London: Macmillan

Observatoire national de l'ESS - CNCRE (2014), *Atlas commenté de l'économie sociale et solidaire*, Hors série *Juris Associations*.

PORTER, M.E. (1998). *Clusters and the new economics of competition*. *Harvard Business Review*, November-December, 77-90

POWELL, W., KOPUT, K., BOWIE, J., e SMITH-DOERR, L. (2002). The spatial clustering of science and capital: Accounting for biotech firm-venture capital relations. *Regional Studies*, 36(3): 291-305

SACCO, P.L. (2003), *Il distretto culturale: un nuovo modello di sviluppo locale?*, in *Ottavo Rapporto sulle Fondazioni Bancarie*, Roma: ACRI, 167-216,

SAM Y.-L., FLORIDA R. and ACS Z (2004): *Creativity and Entrepreneurship: A Regional Analysis of New Firm Formation*, *Regional Studies*, 38 (8): 879-891

SANTAGATA W. (2000), *Distretti culturali, diritti di proprietà e crescita economia sostenibile*, *Rassegna Economica*, LXIV, gennaio-giugno, 31-61.

SANTAGATA W. (2002), *Cultural district, property rights and sustainable economic growth*, EBLA Center WP. n. 1, Università di Torino

SORENSEN, O., & STUART, T. (2001). *Syndication networks and the spatial distribution of venture capital investments*. *The American Journal of Sociology*, 106(6): 1546-1588

THROSBY, D. (2001). *Economics and culture*. Cambridge university press.

UNESCO-PNUD (2013), *Rapport sur l'économie créative, élargir les voies du développement local, édition spéciale*, <http://www.unesco.org/culture/pdf/creative-economy-report-2013.pdf>zheng J. (2010), "the entrepreneurial state in creative industry cluster development in Shanghai", *Journal of Urban Affairs*, 32 (2): 143-170