



# Mobility Infopoint mapping in Italy

Fondazione Fitzcarraldo

## Sintesi

## Mobility Infopoint mapping in Italy

Ricerca condotta dalla Fondazione Fitzcarraldo nel quadro del progetto **PRACTICS – See Mobile, See Practical**

Luglio 2010

Coordinatore della ricerca: **Ugo Bacchella**

Ricercatrice: **Elena Di Federico**

Interviste: **Elena Di Federico, Caterina Pasqui**

Lo studio “Mobility Infopoint Mapping - Italy” è stato condotto dalla Fondazione Fitzcarraldo nell’ambito del progetto **PRACTICS – See mobile, see practical**, sostenuto dalla Commissione Europea per il triennio 2008-2011 insieme ad altri tre progetti-pilota sulla mobilità artistica e culturale in UE. **PRACTICS** affronta il problema del reperimento di informazioni utili per i professionisti del settore artistico e culturale interessati a intraprendere esperienze di mobilità transnazionale; a questo scopo sono stati attivati quattro “Mobility Infopoint” (in Spagna, Olanda, Belgio e Inghilterra) e sono stati realizzati due studi relativi alla situazione in Italia (a cura di Fitzcarraldo) e in Finlandia (a cura di Tinfo).

La presente **sintesi** del report è stata realizzata in preparazione al workshop “*Encouraging cross-border cultural mobility*” in programma a Torino il 2 ottobre 2010, nell’ambito di ArtLab10. Si rimanda al documento originale per approfondimenti e dettagli degli argomenti trattati.



Il progetto PRACTICS è stato finanziato con il supporto della Commissione Europea. Questo studio riflette il punto di vista degli autori e la Commissione non può essere considerata responsabile per alcun uso possa essere fatto delle informazioni contenute al suo interno.

## Indice

Introduzione.....	p. 3
Metodologia .....	p. 3
La mobilità in Italia .....	p. 4
Domanda e offerta di informazioni sulla mobilità in Italia .....	p. 6
Verso un Mobility Infopoint Italiano .....	p. 7
Conclusioni e raccomandazioni .....	p. 8

## Introduzione

In linea con gli obiettivi del progetto PRACTICS, lo studio ha come obiettivi principali la mappatura della situazione italiana per quanto riguarda **la domanda e l'offerta di informazioni** utili per affrontare esperienze di mobilità culturale e la definizione di un insieme di **indicatori di qualità** applicabile a un possibile Infopoint da attivare in Italia.

Questo studio non è da intendersi come una lista esaustiva delle forme di supporto alla mobilità ad oggi attive in Italia, ma evidenzia piuttosto le principali caratteristiche e tendenze nel supporto alla mobilità e alla circolazione di informazioni sul tema, anche attraverso esempi di "buone pratiche".

Ai fini di questa ricerca, si intende per **mobilità una condizione temporanea per i professionisti (singoli o gruppi/compagnie) del settore artistico e culturale (arti visive, spettacolo dal vivo, musei e patrimonio) che in qualsiasi momento del percorso professionale e artistico intraprendano un'esperienza all'estero, di durata variabile, per motivi di formazione, studio o lavoro**. Lo studio considera anche il punto di vista delle strutture ospitanti, che invitano artisti o compagnie stranieri.

La ricerca considera le esigenze informative dei professionisti del settore culturale residenti in un Paese dell'Unione Europea interessati a esperienze di mobilità da e per l'Italia, indipendentemente dalla cittadinanza (inclusi quindi i cittadini di paesi terzi).

## Metodologia

L'attività di mappatura, svolta tra maggio 2009 e maggio 2010, si è avvalsa di quattro strumenti principali:

- una **desk research** su Internet sui temi oggetto della ricerca;
- un **questionario rivolto a Regioni e Province autonome** relativo alle leggi regionali che finanziano direttamente o indirettamente la mobilità;
- **due incontri pubblici** organizzati nel 2009 a Firenze e a Torino sui temi dello studio, cui hanno partecipato oltre 60 professionisti culturali e policy-maker;
- **44 interviste** condotte tra gennaio e giugno 2010 con potenziali utenti di servizi informativi (artisti, operatori e professionisti) e istituzioni e organizzazioni pubbliche e private che svolgono o potrebbero svolgere servizi di sportello informativo sulla mobilità.

## La mobilità in Italia

La “mobilità” non è storicamente un tema rilevante nelle politiche culturali italiane: la creazione contemporanea e la cooperazione culturale internazionale, a cui si collegano naturalmente i temi legati alla mobilità, soffrono di un debole e recente riconoscimento della loro rilevanza politica e socio-economica.

In mancanza di una politica culturale estera, che consideri centrali promozione, cooperazione e scambi internazionali, le istituzioni pubbliche non hanno risorse per supportare la mobilità attraverso attività “strutturate” e a lungo termine.

La scarsa rilevanza della cultura all'interno delle politiche nazionali e la frammentazione delle responsabilità pubbliche nel supporto alla cultura (Stato, Regioni, Province, Comuni), unitamente all'instabilità politica, influenzano la disponibilità e la continuità di risorse per la cultura, generando un'incertezza che compromette concretamente la possibilità degli operatori italiani di interagire con lo scenario internazionale.

Nonostante la mancanza di dati quantitativi sulla “mobilità” artistica e culturale non permetta di definire la dimensione quantitativa e qualitativa del fenomeno, è comunque possibile individuare i principali attori interessati ai temi della mobilità: artisti, curatori, direttori artistici; responsabili di strutture e programmi di residenza; programmatori di festival e teatri. Ogni gruppo ha motivazioni e approcci diversi alla mobilità, risorse differenti a disposizione e bisogni informativi specifici, per i quali può incontrare ostacoli particolari.

Una specificità si rileva nell'ambito dei beni culturali e dei musei in cui, anche in ragione della natura prevalentemente pubblica delle istituzioni, la *mobilità* sembra essere quasi un “non-tema”, e le esperienze frutto di (rare) iniziative individuali piuttosto che pratiche diffuse.

Gli **ostacoli** rilevati dallo studio con riferimento alla mobilità da e per l'Italia sono legati alla esiguità delle risorse pubbliche dedicate e alla inadeguatezza delle normative, alla mentalità di molti artisti e operatori, a vincoli burocratici.

Le principali **esigenze** segnalate riguardano il coordinamento delle politiche, la necessità di politiche culturali che consentano la programmazione a lungo termine delle attività (anche internazionali), un diverso atteggiamento nei confronti della mobilità sia da parte dei professionisti sia da parte di policy-maker e finanziatori ed infine una azione più mirata ed incisiva dell'UE.

L'introduzione di una politica nazionale per la promozione dell'arte e della cultura italiana contemporanea all'estero con un'attenzione specifica alla mobilità, la creazione di nuovi fondi destinati al sostegno della mobilità e un insieme di iniziative e strategie (messa in rete, condivisione, azioni di sensibilizzazione) sono tra le possibili **soluzioni** individuate.

Il **sostegno alla mobilità** in Italia coinvolge oggi una pluralità di attori, in buona parte soggetti pubblici, ma solo una netta minoranza include esplicitamente il supporto alla mobilità nella propria *mission* e, sostanzialmente, non esiste un supporto alla mobilità *tout court*.

A livello del **governo centrale**, la responsabilità dei temi relativi alla cooperazione culturale internazionale e alla promozione all'estero dell'arte e della cultura italiana spetta al Ministero dei Beni e delle Attività Culturali e il Ministero degli Affari Esteri, che hanno di recente attivato accordi e collaborazioni per migliorare la connessione tra le rispettive attività.

La **consapevolezza del MiBac** delle potenzialità delle attività internazionali e un crescente riconoscimento della rilevanza delle associazioni e degli altri soggetti già attivi nel supporto alla mobilità, con cui il governo centrale coopera e che supporta, si scontrano con la limitatezza dei

**budget dedicati** e la contrazione crescente delle risorse statali per la cultura che sono il principale ostacolo da affrontare.

Il **Ministero degli Affari Esteri** non comprende esplicitamente la mobilità degli artisti e degli operatori culturali nella propria *mission*, né in quella dei 90 **Istituti Italiani di Cultura all'estero**, i quali, in mancanza di politiche precise e – di conseguenza – di un budget specifico per la mobilità, possono a volte supportare la mobilità attraverso progetti e iniziative *ad hoc* avviate dai direttori dei singoli Istituti, in collaborazione con le autorità culturali dello stato di riferimento.

Gli **Istituti Culturali nazionali** hanno negli ultimi anni ridefinito le priorità, non solo a seguito di un progressiva riduzione dei budget ma anche sia in relazione a un ri-orientamento delle attività verso le economie emergenti (specie i Paesi asiatici).

Si è così indebolito un forte ruolo di sostegno alla mobilità, sia come antenne e facilitatori di scambi e collaborazioni, sia come finanziatori, che alcuni istituti in particolare (Goethe Institut, British Council, Centre Culturel Français) hanno svolto per decenni a livello nazionale e attraverso le sedi decentrate. Alcuni progetti specifici sono tuttora finanziati dalle **ambasciate** – in particolare dai servizi culturali – in collaborazione con enti e istituzioni italiani; vi sono poi programmi “storici” di residenza in Italia gestiti da istituzioni straniere quali l'Académie Française a Roma.

Gli **enti locali** (Regioni, Province e Comuni) hanno un ruolo predominante nel finanziare l'arte e la cultura in Italia, ma la loro azione per la mobilità è estremamente frammentata. In generale, la mobilità non è supportata direttamente da programmi o leggi che la nominino esplicitamente, ma viene piuttosto supportata “indirettamente”, come parte dell'attività internazionale di artisti, compagnie e luoghi di diffusione, attraverso fondi regionali per la formazione professionale, l'attività di teatri, festival e compagnie, progetti *ad hoc* e contributi *una tantum* concessi a teatri o festival. Solo in Piemonte si evidenzia un supporto più “strutturato” alla mobilità e alla circolazione internazionale di artisti e spettacoli, con particolare attenzione alle regioni francesi limitrofe.

Le **fondazioni di origine bancaria**, di gran lunga i maggiori soggetti privati sulla scena culturale italiana, perseguono statutariamente obiettivi di sviluppo locale. La dimensione internazionale ha un ruolo indiretto e marginale nelle strategie di intervento e nei programmi, che riflettono le priorità delle politiche pubbliche, ivi compreso il limitato supporto alla creazione contemporanea. Il sostegno alla mobilità si declina spesso in termini di opportunità di alta formazione all'estero o finanziamento di attività locali a forte componente internazionale.

Altri **soggetti privati** supportano la mobilità attraverso premi e borse per artisti, specie per il settore delle arti visive, in cui i privati giocano un ruolo importante come sponsor, galleristi ecc. Il supporto finanziario da parte degli enti pubblici è spesso essenziale per permettere ad associazioni e organizzazioni non-profit di supportare la mobilità con piani e attività a lungo termine, consentendo un supporto più “strutturato” alle creazioni e agli scambi internazionali.

Molte iniziative di cooperazione, co-produzione e residenza nascono dall'iniziativa diretta degli **attori culturali** (festival, teatri e luoghi di diffusione *in primis*) i cui progetti cercano di compensare la mancanza di supporto strutturato alla mobilità da parte delle istituzioni pubbliche, da cui comunque proviene la maggior parte delle risorse finanziarie necessarie. Elemento importante di questo tipo di progetti è il *networking* sulla scena internazionale, che permette in alcuni casi di attivare coproduzioni e finanziamenti aggiuntivi con ricadute rilevanti sulla scena locale.

## Domanda e offerta di informazioni sulla mobilità in Italia

L'analisi della domanda di informazioni utili per intraprendere esperienze di mobilità mostra come argomenti e fonti di riferimento varino in base alla direzione della mobilità (dall'Italia o per l'Italia), all'attività (p.es. arti visive o spettacolo dal vivo) e alle caratteristiche dell'artista o dell'organizzazione (p.es. emergente o affermato; free-lance o dipendente).

I principali **temi** su cui si cercano informazioni riguardano:

- le opportunità di mobilità e di lavoro all'estero;
- le caratteristiche dei mercati e della scena culturale nel paese di riferimento;
- le questioni fiscali (tasse) e sociali (assicurazioni, contributi, previdenza sociale)
- i diritti di proprietà intellettuale
- i visti e i permessi di lavoro per i cittadini di paesi terzi.

L'analisi dell'offerta attuale mette in evidenza quattro caratteristiche principali della circolazione di informazioni sulla mobilità in Italia:

- le informazioni sono frammentate e disperse in una **molteplicità di fonti** (organizzazioni, network, luoghi di diffusione, consulenti, festival, amministrazioni pubbliche), nessuna delle quali include esplicitamente nella mission la diffusione di informazioni;
- predominano i **canali informali** (connessioni e reti di contatti personali), mentre canali formali e ufficiali sono percepiti come meno affidabili, chiari e aggiornati.;
- i soggetti che attualmente forniscono informazioni utili per la mobilità si rivolgono a **target precisi** di utenza (p.es. solo artisti visivi; solo artisti residenti in una certa regione; ecc.);
- **gli attuali servizi informativi non sono conosciuti** da artisti e operatori culturali.

## Verso un Mobility Infopoint italiano

La soluzione migliore per affrontare il bisogno di informazioni da parte del settore culturale consisterebbe nel **rinforzare l'attività dei soggetti che già forniscono informazioni sulla mobilità**, migliorarne la **visibilità** e creare una **rete di *mobility information provider*** (Infopoint), piuttosto che un singolo ufficio o organizzazione. Tale rete dovrebbe avere le seguenti caratteristiche:

- essere formata dai soggetti che già supportano la mobilità artistica e culturale (anche fornendo informazioni) e/o hanno esperienza di attività internazionali;
- avere information provider diversi per i diversi settori;
- fornire due livelli di servizi: (1) consulenza diretta ad artisti e piccole organizzazioni con scarsa o nulla esperienza di mobilità e (2) formazione periodica per lo staff di strutture ospitanti;
- fornire le informazioni utili per la mobilità sia via Web sia in un luogo fisico;
- concentrare il servizio in un unico "sportello" che fornisce l'informazione in tempo reale o in tempi molto rapidi, direttamente o indirizzando gli utenti ad altre fonti di informazione;
- occuparsi di tutti gli aspetti rilevanti per la mobilità, sia da che per l'Italia;
- fornire tutte le informazioni sia in italiano sia in inglese (attraverso tutti i canali, virtuali e reali);
- avere uno staff affidabile, che unisce conoscenze teoriche ed esperienza pratica in tutti i campi, in modo che gli utenti percepiscano che il servizio permette di risparmiare tempo ed energia e offre informazioni pratiche, affidabili e aggiornate;
- avere autonomia tale da non subire i cambiamenti politici e amministrativi a livello locale e nazionale con ricadute negative sulla qualità, l'affidabilità e la stabilità del servizio informativo;
- essere sostenibile con finanziamenti di lungo periodo dalle istituzioni, specialmente a livello centrale ma anche, per quanto possibile, al livello locale e regionale;
- costruire un dialogo permanente con le istituzioni a tutti i livelli.

Sarebbero auspicabili un confronto con gli Infopoint attivati dal progetto PRACTICS, sia nella fase di progettazione e start up sia nell'attività a regime, nonché la raccolta sistematica di feedback dagli utenti e l'uso di valutazioni periodiche per garantire l'efficacia del sistema.



## Conclusioni e raccomandazioni

Lo studio si conclude con quattro **raccomandazioni**:

- migliorare la **visibilità** delle strutture esistenti (network, organizzazioni, progetti) che attualmente forniscono vari tipi di informazioni sulla mobilità;
- incentivare le opportunità di **incontro**, confronto, discussione tra i soggetti che già forniscono informazioni, per individuare sviluppi degli strumenti esistenti e incentivare **attività di rete e lobby** del settore;
- fornire **risorse aggiuntive ai soggetti che attualmente forniscono informazioni**, consentendo di ampliare, approfondire, rinforzare e mirare il loro servizio informativo (da nominare esplicitamente nella loro *mission*);
- rinforzare e aumentare le **opportunità di formazione** mirate specificamente allo sviluppo professionale degli artisti e degli operatori in una prospettiva internazionale, includendo servizi di tutoraggio e assistenza.