

Capitolo 1

Quartieri creativi nella città? Le imprese culturali e creative a Torino

GIAMPAOLO VITALI^a, FRANCESCA ROTA^{a,b}, LISA SELLA^b, GIOVANNA SEGRE^{a,b}

^aCNR-IRCrES, Consiglio Nazionale delle Ricerche – Istituto di Ricerca sulla Crescita Economica Sostenibile, Strada delle Cacce 73, 10135 Torino, Italia

^bUniversità di Torino, Dipartimento di Economia e Statistica “Cognetti de Martiis”, Campus Luigi Einaudi, Lungo Dora Siena 100/A, 10154 Torino, Italia

Corresponding author: giampaolo.vitali@ircres.cnr.it

ABSTRACT

Cultural and creative industries (CCIs) support the development and well-being of local communities and positively interact with the tourism market (Richards, 2020). Several elements of these activities hint at their key role in post-pandemic recovery (Travkina & Sacco, 2020; Salvador, Navarrete, & Srakar, 2022) and in the building of smarter and more resilient communities (UNESCO & World Bank, 2021). In some cities, CCIs have become structurally significant (Scott, 2000) and contribute to defining the paradigm of the “creative city”, a place where the “creative class” gathers (Florida, 2002). However, the distribution of these activities is not ubiquitous but invests different portions of the urban fabric in different ways. The case study concerns Turin, which has evolved from being a working-class city with an industrial monoculture towards economic diversification. This is characterised by a certain presence of cultural and creative enterprises, with culture professionals serving both the industrial sector and the cultural needs of citizens and tourists.

KEYWORDS: Torino, cultural and creative enterprises, local development.

DOI: 10.23760/2499-6661.2023.17.01

ISBN: 978-88-98193-32-5

ISSN (online): 2499-6661

HOW TO CITE

Vitali, G., Rota, F., Sella, L., & Segre G., (2022). Quartieri creativi nella città? Le imprese culturali e creative a Torino. In Segre, G., & Vitali, G. (a cura di). *Torino creativa. Specializzazioni, impatti e profili di consumo* (Quaderni IRCrES, 17). Torino: CNR-IRCrES, pp. 9-28. Disponibile da <http://dx.doi.org/10.23760/2499-6661.2023.17.01>

1 INTRODUZIONE

Il nesso tra cultura e sviluppo urbano costituisce un consolidato campo di indagine delle scienze sociali (Bianchini & Parkinson, 1993; Scott, 1997; 2000 e 2006; Cuesta, 2004) e che coinvolge numerosi ambiti disciplinari (Unesco & World Bank, 2021; Salvador, Navarrete & Srakar, 2022). Un filone della letteratura, ad esempio, analizza come le dotazioni di matrice culturale e artistica quali artefatti, edifici, installazioni e arredi contribuiscano ad attivare peculiari processi socioeconomici, modificando altresì la forma e gli usi dello spazio urbano (Zukin, 1995; Scott, 2010). Un'altra linea di studi considera le caratteristiche e gli effetti del capitale umano e culturale rappresentato da specifici comparti economici presenti alla scala urbana (Kong, 1995; Hutton, 2017). In generale, la constatazione di come le città più competitive ospitino una rilevante presenza di attività e professionisti di tipo culturale ha favorito la nascita del paradigma della "città creativa", secondo cui le politiche culturali locali e lo sviluppo urbano sono tra loro correlati (Landry, 2000, Rausell-Köster et al., 2022; Segovia & Hervé, 2022). In alcuni casi, gli autori che si rifanno a questo paradigma si concentrano sugli effetti dell'organizzazione di eventi e manifestazioni (Richards, 2014; Quinn, 2005); in altri casi, l'attenzione tende a focalizzarsi sull'attrazione della *creative class*, ossia di lavoratori appartenenti ai settori a più alto contenuto di conoscenza e creatività (Florida, 2002; Markusen, 2006; 2014); in altri ancora, si analizza come movimenti informali e "dal basso" di produzione culturale e artistica possano incidere sulle trasformazioni di contesti urbani colpiti da declino industriale (Bianchini 1983; Evans, 2009; Rota & Salone, 2014a).

Secondo queste analisi, le città colgono opportunità di crescita che sono differenziate a seconda del capitale culturale e creativo incorporato nelle imprese, nei lavoratori e nei cittadini e, più specificatamente, nelle Industrie Culturali e Creative (ICC) presenti sul territorio.

Inizialmente focalizzati sulle ricadute delle ICC in termini di innovatività (Sacco & Segre, 2009), *smartness* (Vanolo, 2015) e attrattività turistica (Richards, 2020), i discorsi sulla città creativa si sono via via spostati verso la considerazione degli impatti su benessere, salute, educazione e inclusione dei cittadini (Mommaas, 2004; Sharp, Pollock & Paddison, 2005). In questo filone si collocano anche i recenti studi sull'apporto delle ICC alla ripresa post-pandemica (Salvador, Navarrete & Srakar, 2022) e alla resilienza di città e comunità (KEA, 2009; Lescure, 2013) nell'affrontare crisi economiche e sociali. Sebbene duramente colpite dalla pandemia da Covid-19, in molte città e quartieri urbani le attività di tipo culturale e creativo hanno continuato a giocare un ruolo chiave per la tenuta economica e occupazionale (Travkina & Sacco, 2020) del territorio. Nello stesso tempo, il protrarsi dal 2008 di una situazione di continua incertezza economica, politica e ambientale, ulteriormente aggravata dalla crisi pandemica e dalla crisi energetica innescata dal conflitto russo-ucraino, ha determinato una profonda modificazione dello scenario economico e culturale entro cui la letteratura delle ICC è nata e si è affermata.

Muovendo da queste considerazioni, il presente contributo assume la definizione operativa di ICC sviluppata dall'economia urbana (Santagata, 2009; Santagata & Bertacchini 2012; Della Lucia & Segre, 2017) e si propone di verificare quali caratteristiche di concentrazione, specializzazione e dinamismo esse assumano all'interno di un caso emblematico di città manifatturiera che ha intrapreso un percorso di diversificazione economica connotato da una crescente presenza di imprese e attività culturali. Nella prospettiva della ripresa post-pandemica, capire quali siano la struttura e il potenziale per la crescita delle ICC e quale apporto queste attività possano dare allo sviluppo urbano sono infatti informazioni importanti di cui gli amministratori locali hanno bisogno per formulare le scelte razionali, in linea con l'evoluzione del modello di sviluppo post-industriale (Richards & Wilson, 2004; Sacco & Segre, 2009).

Assumendo il caso della città di Torino (città operaia anche nota come *one-company town* e capitale dell'industria automobilistica italiana durante il periodo fordista), il fine è fornire

un'analisi a trama fine della presenza delle ICC nel tessuto urbano e interpretarne l'evoluzione alla luce della congiuntura e del processo di declino economico che caratterizza la città.

Da questo punto di vista, la scelta di assumere il *quartiere* come unità statistica di indagine trova riscontro sia nella letteratura che vede in questo particolare ritaglio territoriale una infrastruttura sociale capace di plasmare un'idea di spazio, società e comunità (Bridge, 2006), sia negli studi condotti sulla Torino culturale e creativa, da cui emerge come le attività culturali e artistiche tendano a concentrarsi nei quartieri della deindustrializzazione, della riqualificazione urbana e della gentrificazione associata alla *movida* (Crivello, 2011; Salone & Rota, 2014; Salone & Bonini Baraldi, 2017; Capello & Semi, 2018; Ottoz, Pavese & Sella, 2023).

Il presente contributo elabora il database sulle imprese italiane creato presso CNR-IRCrES per ottenere la fotografia al 2018 della distribuzione settoriale, dimensionale e territoriale delle imprese ICC, nonché la dinamica di tale distribuzione nel corso del tempo (2011-2018). Quest'ultima consente di evidenziare l'impatto della crisi economica del 2008 sul settore, i processi di concentrazione economica (dimensione delle imprese) e geografica (localizzazione nei quartieri), i fattori di attrazione spaziale delle imprese (musei, teatri, enti pubblici, grandi imprese private ecc.).

I dati vengono esaminati alla luce dell'evoluzione avvenuta nei quartieri torinesi, che sono stati variamente oggetto di processi di deindustrializzazione, riqualificazione urbana, immigrazione e gentrificazione. Si individua anche il rapporto esistente tra "ciclo di vita" dei quartieri e caratteristiche delle imprese culturali ivi presenti, al fine di evidenziare eventuali specificità legate alla connotazione sociale, economica e demografica dei quartieri cittadini, e offrire alcuni spunti di riflessione su come potranno riposizionarsi nella nuova economia urbana.

Il contributo è strutturato come segue.

Nella prossima sezione si forniscono alcune informazioni sulla metodologia utilizzata, consci del fatto che la natura dei dati qui elaborati (imprese, unità locali, addetti ecc.) influenzi notevolmente le modalità di interpretazione dei risultati ottenuti.

La terza sezione espone la statistica descrittiva delle caratteristiche delle ICC presenti a Torino, sia nella loro evoluzione dinamica 2011-2018, sia nella loro distribuzione settoriale.

La distribuzione delle ICC nei quartieri cittadini viene invece approfondita nella quarta sezione, evidenziando il legame esistente tra le caratteristiche specifiche del quartiere e la sua specializzazione all'interno dei settori ICC.

Un approfondimento sulla dinamica 2011-2018 viene effettuato nella sezione 5, analisi che consente di evidenziare il processo di abbandono e di nuovo insediamento che le unità locali delle imprese ICC hanno effettuato nel corso del periodo, da una parte, e la perdurante stabilità di uno zoccolo duro di imprese che hanno mantenuto una presenza diretta in tutti gli anni considerati.

Infine, si forniranno alcune indicazioni sui percorsi futuri della ricerca e sulle possibilità di creare una policy che tragga spunto dalla connotazione sociale, economica e demografica dei quartieri cittadini per definire un'offerta di incentivi al posizionamento delle imprese culturali e creative coerenti con la nuova economia urbana che sta emergendo nella Torino post-industriale.

2 METODOLOGIA

A partire dal caso di studio di Torino, il contributo sviluppa una metodologia di indagine delle ICC che utilizza la doppia lente della scomposizione settoriale e territoriale, in una prospettiva evolutiva. Alla base del lavoro di elaborazione metodologica si assume la lunga tradizione di analisi sviluppata da Walter Santagata (Santagata, 2009; Santagata & Bertacchini 2012, Della Lucia & Segre, 2017), parzialmente adattata al modificato contesto di riferimento. Infatti, si è cercato di sviluppare la dimensione di analisi dinamico-evolutiva delle ICC nel contesto dell'economia urbana, adottando come unità di analisi spaziale il quartiere, che nel caso di Torino,

così come per molte altre metropoli, emerge come ritaglio territoriale di scala fine e significativo per l'analisi delle dinamiche socioeconomiche, geografiche, culturali e politico-istituzionali.

La metodologia citata ha già trovato diverse occasioni di applicazioni in Italia, anche con riferimento specifico al caso di Torino, fornendo così gli elementi per eventuale confronto spaziale con gli altri contesti urbani, ma anche temporale nel periodo tra la crisi finanziaria del 2008 e la crisi pandemica del 2020, confermando i “differenti livelli e meccanismi in base ai quali le attività culturali e creative contribuiscono a modellare il panorama socioeconomico di un territorio” (Borrione, 2017).

Il contributo elabora il database sulle imprese italiane creato presso CNR-IRCrES, che contiene informazioni sulle imprese e sulle loro unità locali (UL), utilizzando le fonti Istat, Aida e Accredia.

Poiché l'individuazione delle ICC avviene a partire dalla classificazione per codici Ateco, merita ricordare che l'Istat attribuisce il codice in relazione all'attività prevalente dell'impresa. Se quest'ultima ha una o più UL, oltre alla sede principale dell'impresa, si attribuisce un codice Ateco ad ogni UL, a seconda della sua produzione prevalente, che può anche essere differente dall'attività dell'impresa. Merita ricordare come negli studi effettuati su ambiti territoriali molto ristretti, come le regioni, i distretti industriali, i comuni e, a maggior ragione, i quartieri cittadini sia necessario utilizzare l'UL e non l'impresa, come unità statistica di riferimento, in quanto l'impresa può avere la sede legale localizzata in un luogo diverso da quello in cui esercita l'attività operativa: per esempio, nel caso delle piccole imprese è abbastanza diffuso definire la sede legale presso un commercialista o uno studio professionale, magari nello stesso comune ma non nel quartiere dove si esercita l'attività vera e propria.

Per geolocalizzare con esattezza le ICC dentro i quartieri, si è utilizzato il CAP dell'UL (o dell'impresa quando le due rilevazioni amministrative coincidevano), dopo aver integrato il database Istat-ASIA dei CAP mancanti o rilevati in modo generico (ad esempio, indicando solo 10100 per i casi torinesi). Il lavoro di associazione tra indirizzo e CAP è stato effettuato in modo semi-automatico, con intervento manuale per i casi dubbi, ed è probabilmente migliorabile nei prossimi utilizzi e aggiornamenti del database.

Un'altra fase di arricchimento del database CNR-IRCrES è stato l'inserimento degli operatori non economici, e quindi non rilevati da Istat-Asia, quali i musei, i teatri, le biblioteche. Infine, i quartieri sono stati qualificati con alcune variabili socioeconomiche, tratte dalle informazioni Istat e del Comune di Torino, come reddito medio, intensità imprenditoriale, popolazione, quozienti di immigrazione ecc.

I settori culturali e creativi presi in esame sono definiti in funzione dei tre pilastri dello sviluppo economico italiano a base culturale:

- A) Industrie del patrimonio culturale
 - 1. Musei e patrimonio storico
 - 2. Architettura
 - 3. Arte contemporanea e fotografia
 - 4. Spettacolo dal vivo: musica, teatro, danza e opera lirica
- B) Industrie della cultura materiale
 - 1. Moda e tessile
 - 2. Gusto e enogastronomia
 - 3. Design industriale e artigianato creativo
- C) Industrie dei Media e New Media
 - 1. Cinema e audiovisivo
 - 2. TV e radio
 - 3. Editoria
 - 4. Software
 - 5. Pubblicità e comunicazione

I tre pilastri qui sopra indicati vengono poi declinati in sette grandi comparti che possono essere analizzati con le statistiche pubbliche che si riferiscono ai codici Ateco delle attività economiche in essi presenti, come indicato nella tabella 1.

Come si può notare, il settore del Gusto include tutte le attività di ristorazione e somministrazione di cibi e bevande, quali bar, pub, ristoranti, fast-food, take away, mentre nell'idea originaria di Santagata (2002) doveva comprendere solo la ristorazione legata "culturalmente" al territorio, quali sono i ristoranti e le altre attività minori che propongono le tradizioni locali. Negli approfondimenti futuri di questo filone di indagini sarà pertanto necessario individuare un criterio per definire meglio l'orizzonte di attività appartenenti a questo particolare comparto, in modo da risaltarne la componente creativa e culturale, evitando di includere la ristorazione standard e massificata (fast food e similari).

Tabella 1. Definizione di ICC: codici Ateco utilizzati in ogni comparto

Artigianato e Design	13910	13921	13930	13962	13991	13999	14132
	16291	16293	16294	23192	23410	23490	23702
	25991	31012	31020	31093	31099	32121	32122
	32130	32200	47792	47794	74101	74102	74109
	95240	95250	95290				
Gusto	10130	10711	10712	10730	11021	11022	11050
	56101	56102	56103	56104	56210	56300	
Media e New Media	18120	18130	18140	26301	26302	33130	47610
	47621	47622	47650	58110	58130	58140	58190
	58290	59110	59120	59130	59140	59201	60100
	60200	62010	63910	73110	73120	74201	82992
	90030						
Moda e Stile	13100	13200	13300	14110	14131	14140	14191
	14192	14200	14310	14390	15110	15120	15201
Patrimonio e Arte	71110	71121	71122	74202	85520	91010	91020
	91030	biblioteche	musei	teatri			
Spettacolo	18200	47630	74909	77220	79901	82300	90010
	90020	90040					
Turismo	55100	55201	55202	55204	55205	55300	55902
	79110	79120	79902	93299			

Fonte: Elaborazione propria.

3 ANALISI DESCRITTIVA

La dinamica 2011-2018 del numero di attività presenti in ogni comparto ICC è indicata nella tabella 2, che comprende anche il peso di ogni comparto sul totale ICC.

Con più di 5000 attività, il settore del Gusto è quello più numeroso (31% del totale), soprattutto a causa dell'ampia definizione qui adottata, e mostra una dinamica di crescita positiva (+6%), seppur inferiore a quella dell'artigianato/design (+7%) e dello spettacolo (+11%).

Soltanto i settori della moda e dei media mostrano una dinamica negativa, con il primo che risente del processo di deindustrializzazione delle attività manifatturiere.

Tabella 2. Dinamica unità locali 2011-2018

	UL 2011	(%) 2011	UL 2018	(%) 2018	var. % 2011-2018
Gusto	5.446	30,8	5.773	31,6	6
Moda e Stile	281	1,6	237	1,3	-15,7
Artigianato e Design	1.540	8,7	1.647	9	6,9
Media e New Media	3.651	20,6	3.572	19,5	-2,2
Spettacolo	2.196	12,4	2.448	13,4	11,5
Turismo	786	4,4	825	4,5	5
Patrimonio e Arte	3.783	21,4	3.795	20,7	0,3
<i>Totale</i>	<i>17.683</i>	<i>100</i>	<i>18.297</i>	<i>100</i>	<i>3,5</i>

Fonte: Elaborazioni proprie su dati CNR-IRCrES.

Nel corso del periodo considerato, le UL nell'intera economia torinese non aumentano, mentre quelle relative alle ICC crescono del 3,5% nel loro complesso, mostrando quindi una dinamica migliore in termini di operatori presenti sul territorio (tabella 3).

Al contrario, la crescita dell'occupazione nelle ICC è meno brillante del resto dell'economia, con la prima che cresce del 3,1% e la seconda dell'8,6%.

Pertanto, il peso delle ICC nell'economia urbana aumenta dello 0,7% in termini di UL presenti (dal 19,8% al 20,5%), ma si riduce in termini di addetti (dal 19,6% al 18,6%).

Tabella 3. Dinamica addetti 2011-2018

	addetti UL 2011	(%) 2011	addetti UL 2018	(%) 2018	var. % addetti 2011-2018
Gusto	17.319	26,9	22.047	33,2	27,3
Moda e Stile	1.142	1,8	855	1,3	-25,1
Artigianato e Design	2.984	4,6	3.354	5,1	12,4
Media e New Media	27.224	42,3	24.784	37,3	-9
Spettacolo	4.192	6,5	4.107	6,2	-2
Turismo	3.580	5,6	4.549	6,9	27,1
Patrimonio e Arte	7.939	12,3	6.670	10	-16
<i>Totale</i>	<i>64.380</i>	<i>100</i>	<i>66.366</i>	<i>100</i>	<i>3,1</i>

Fonte: Elaborazioni proprie su dati CNR-IRCrES.

I 66.366 addetti presenti al 2018 possono essere suddivisi tra 19.482 imprenditori e 46.884 dipendenti, e per questi ultimi le statistiche Istat consentono di individuare le principali caratteristiche relative alla mansione, all'età, al genere e al paese di nascita (tabella 4).

Emerge nettamente la caratteristica del mercato del Gusto, dove ben l'80% degli addetti ha una mansione riconducibile a quella operaia e ben il 26% degli addetti ha origini extra-europee. Anche la notevole quota di occupazione giovanile (39% del totale) è un'altra tipicità del settore del Gusto. Il settore della Moda, invece, si caratterizza per l'alta presenza di manodopera femminile (74%) e operaia (61%). Sempre con riferimento a pesi specifici al di sopra della media ICC merita citare l'ampia presenza femminile nel Turismo (64%) e nello Spettacolo (58%).

Al contrario, quote specifiche nettamente inferiori alla media vengono rilevate nei Media e nel Patrimonio artistico dove solo l'8-9% dell'occupazione ha mansioni meramente operaie, e dove gli addetti giovani sono solo l'11% o il 14% del totale (da inserire insieme al caso della Moda, con il 12%) e gli occupati extra-comunitari sono una quota molto esigua (3-4%).

Tabella 4. Caratteristiche dipendenti ICC - 2018

	% operai	% giovani	% donne	% extra UE
Gusto	80,1	39,2	45,3	26,4
Moda e Stile	61,2	10,9	74,4	13,2
Artigianato e Design	41,7	17,1	46,3	11,5
Media e New Media	7,7	11,1	42,6	2,6
Spettacolo	12,5	20,9	58,3	5,3
Turismo	33,6	18,7	63,7	10,3
Patrimonio e Arte	9	13,7	34,9	3,7
<i>Totale</i>	<i>34,4</i>	<i>21,2</i>	<i>45,8</i>	<i>11,2</i>

Fonte: Elaborazioni proprie su dati CNR-IRCrES.

4 I QUARTIERI DI TORINO

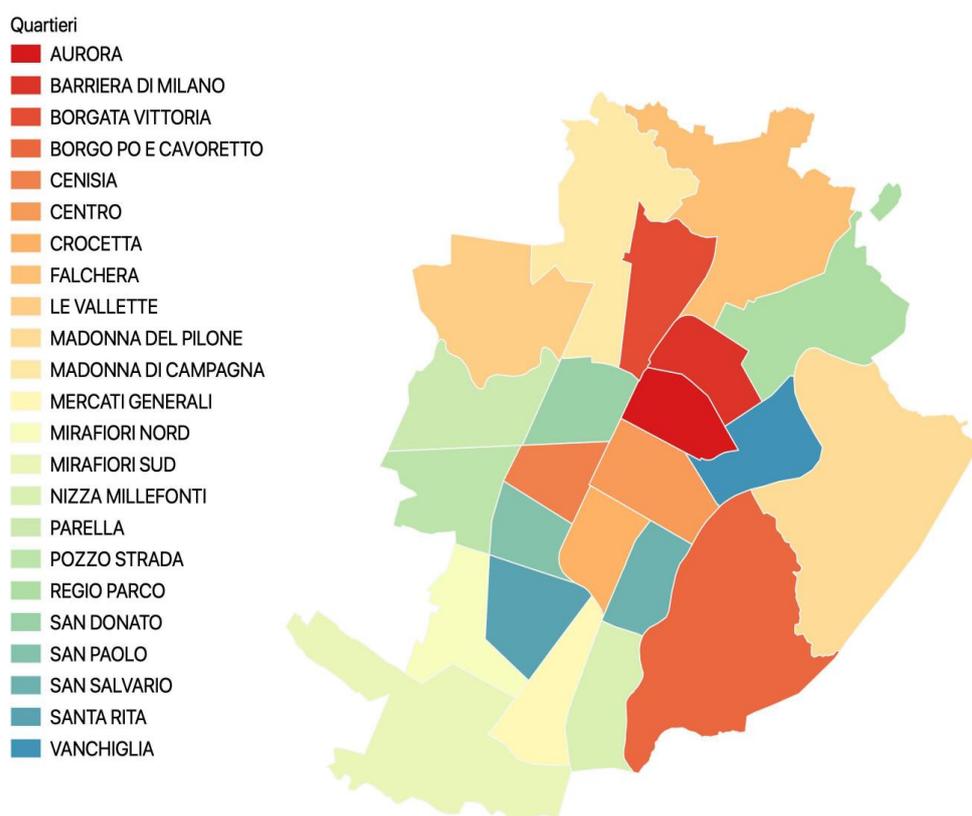
Come già affermato, il caso di studio riguarda Torino, che da città operaia con monocultura industriale si è nel tempo evoluta verso una diversificazione economica, che vede anche una certa presenza di imprese culturali e creative, con professionisti della cultura al servizio sia del comparto industriale, sia del fabbisogno culturale dei cittadini e dei turisti. Nella distribuzione delle ICC torinesi si nota l'evoluzione della città, con la modifica delle preferenze localizzative delle attività tra centro e periferia, gli effetti della deindustrializzazione e del recupero dei vuoti industriali, sino alle più recenti specializzazioni dei quartieri in termini di immigrazione e movida. La ricostruzione, fatta a partire da dati di secondo livello, report, studi, pubblicazioni varie, offre quindi gli elementi di contesto attraverso cui leggere la presenza e l'evoluzione in Torino delle ICC.

La figura 1 indica la configurazione dei quartieri torinesi, che sono molto differenti tra loro non solo per la superficie o il numero di abitanti ma anche, e soprattutto, per le diverse stratificazioni sociali in essi presenti, nonché per la storia dello sviluppo economico avvenuta nel corso del Novecento che ha lasciato una profonda traccia nella struttura urbanistica della città e nei grandi stabilimenti (in parte oggi ancora visibili) circondati dagli isolati delle case degli operai (Dansero & Rota, 2006).

La tradizionale dinamica localizzativa che porta le attività economiche più attrattive (ad esempio quelle a servizio dei turisti) e strategiche (terziarie per lo più) a concentrarsi nelle

porzioni centrali del tessuto urbano si ritrova anche nel caso delle attività ICC e quindi nel fatto che i quartieri centrali o semicentrali di Torino, come Centro, Crocetta, San Salvario, Cenisia, San Donato, Aurora, godano di maggiori opportunità di attrazione delle attività ICC rispetto ai quartieri più periferici e marginali (Vallette, Barriera di Milano, Mirafiori, Lucento, Barca ecc.). Fanno eccezione alcune porzioni della periferia e semi-periferia torinese che negli ultimi 2-3 decenni sono state al centro di importanti processi di riqualificazione urbana. In questo caso, il riutilizzo di vaste aree abbandonate da storiche attività manifatturiere, che si sono delocalizzate fuori città o sono definitivamente scomparse, e la realizzazione di aree verdi e alcune grandi infrastrutture (come la linea 1 della metropolitana) hanno favorito la nascita di nuove aree residenziali e di servizi della grande distribuzione organizzata, ma anche di iniziative culturali e di imprese ICC, come avvenuto a Borgo San Paolo, Aurora, Parella, Rebaudengo, Lingotto, Filadelfia, Campidoglio.

Figura 1. Torino: quartieri e circoscrizioni.



Fonte: Elaborazioni proprie su dati del Comune di Torino.

La letteratura e la stampa locale confermano che alcuni quartieri non centrali sono comunque molto attivi nelle iniziative artistiche e culturali. Per esempio, il quartiere San Salvario, semicentrale, tradizionalmente noto per la dimensione multiculturale e multi-etnica, alimentata dai consistenti flussi di immigrazione extra-UE iniziati con gli anni Novanta, ha di recente ospitato diverse interessanti esperienze culturali e di arte contemporanea, che ne hanno favorito la specializzazione in quartiere simbolo della movida cittadina e del Gusto (Rota & Salone, 2014a e 2014b; Crivello, 2011; D'Apote, 2010; De Franceschini, 2014). Anche il quartiere di Barriera di Milano, nella periferia Nord della città, benché caratterizzato da importanti flussi migratori, sia

recenti che storici (dagli anni Sessanta) e dai problemi tipici delle periferie emarginate delle grandi città, ha visto la nascita di alcuni movimenti di rinascita culturale che, per un certo periodo, avevano cercato di contrastare l'emergente degrado sociale e urbano (difficoltà di integrazione, microcriminalità e, più in generale, un senso di abbandono e separazione dal resto della città) e ne avevano valso addirittura la definizione di "Chelsea di Torino" (Bonini Baraldi & Salone, 2017).

La tabella 5 mostra la dinamica 2011-2018 delle attività ICC in ogni quartiere, evidenziando come a fronte di alcuni quartieri con crescita molto elevata, come San Salvario (+33%), Aurora (+26%) e Parella (+11%), si registrano anche significative riduzioni nel numero delle attività presenti in Borgo Po/Cavoretto (-26%), Pozzo Strada (-16%), Barriera di Milano (-13%).

Stesse considerazioni possono essere fatte se si guarda all'evoluzione degli addetti, con San Salvario e Cenisia che registrano un incremento di quasi il 50%, mentre Mirafiori Sud, Borgo Po/Cavoretto e Mercati generali li riducono pesantemente.

Tabella 5. Dinamica 2011-2018 attività e addetti ICC per quartiere

Quartiere	UL 2011	UL 2018	var % 2011- 2018	addetti 2011	addetti 2018	var % 2011- 2018
Centro	3.956	4.112	+3,9	22.202	21.970	-1,0
San Salvario	736	981	+33,3	1.751	2.590	+47,9
Nizza Millefonti	1.072	1.057	-1,4	4.051	4.866	+20,1
Crocetta	1.800	1.851	+2,8	4.968	5.566	+12,0
Madonna del Pilone	701	736	+5,0	1.729	1.763	+2,0
Borgo Po e Cavoretto	250	185	-26	656	398	-39,4
Mercati Generali	421	392	-6,9	1.518	1.216	-19,9
Mirafiori Sud	471	459	-2,5	3.689	1.947	-47,2
Santa Rita	406	424	+4,4	803	836	+4,1
Mirafiori Nord	631	524	-17,0	1.900	1.709	-10,0
Cenisia	1.255	1.342	+6,9	2.736	4.074	+48,9
Borgo San Paolo	835	805	-3,6	1.989	1.662	-16,4
Pozzo Strada	230	193	-16,1	666	659	-1,1
San Donato	1.139	1.211	+6,3	2.747	3.297	+20,0
Parella	603	669	+10,9	1.802	1.641	-9,0
Madonna di Campagna	707	738	+4,4	3.223	3.339	+3,6
Borgata Vittoria	232	225	-3,0	802	763	-4,8
Le Vallette	184	177	-3,8	676	612	-9,4
Aurora	554	698	+26,0	1.594	2.283	+43,2
Vanchiglia	497	540	+8,7	1.763	1.797	+1,9
Barriera di Milano	460	399	-13,3	1.356	1.396	+3,0
Falchera	329	354	+7,6	850	1.047	+23,1
Regio Parco	214	225	+5,1	909	934	+2,7
<i>Totale</i>	<i>17.683</i>	<i>18.297</i>	<i>+3,5</i>	<i>64.380</i>	<i>66.366</i>	<i>+3,1</i>

Fonte: Elaborazioni proprie su dati CNR-IRCrES.

Poiché la dinamica del numero e degli addetti nelle attività ICC è molto differente da quartiere a quartiere, merita esaminare la distribuzione dei diversi comparti che compongono l'aggregato

ICC, in quanto è possibile che esistano forti specializzazioni territoriali e che queste siano la principale determinante delle dinamiche viste in precedenza. Del resto, un quartiere con una elevata presenza di attività di ristorazione o di servizi turistici sarà favorito nella dinamica 2011-2018 dal fatto che, a livello generale, si tratta di settori cresciuti più del 25% nel corso del periodo. Il contrario avviene per i quartieri che magari hanno una elevata presenza manifatturiera, come artigianato artistico o imprese della moda, visto il profondo processo di deindustrializzazione in atto.

A questo proposito, la tabella 6 mostra gli indici di specializzazione settoriale calcolati per le UL di ogni quartiere, con i valori superiori a 100 che mostrano una specializzazione territoriale del comparto¹. Come si nota, il quartiere Centro ha una buona specializzazione nel Turismo, come gli altri quartieri centrali di Borgo Po/Cavoretto e Nizza/Millefonti. Al contrario, i quartieri semi-centrali di Crocetta e Madonna del Pilone hanno una presenza relativamente più elevata nel comparto Patrimonio & Arte, frutto probabilmente delle nuove iniziative museali e di gallerie d'arte che si sono localizzate in aree dismesse da precedenti insediamenti manifatturieri. La Moda predilige sia le aree più centrali (probabilmente con boutique di sartoria su misura) che quelle più periferiche (con la componente manifatturiera e della grande distribuzione tessile, che rimane come retaggio delle grandi imprese del tessile-abbigliamento torinesi scomparse negli scorsi decenni).

Tabella 6. Indici di specializzazione settoriale - 2018

Quartiere	Gusto	Moda e Stile	Artigianato e Design	Media e New Media	Spettacolo	Turismo	Patrimonio e Arte
Centro	100	118	96	99	98	132	96
San Salvario	104	87	95	93	101	99	103
Nizza Millefonti	120	37	84	94	78	124	95
Crocetta	77	75	86	95	120	101	135
Madonna del Pilone	62	126	100	95	136	72	143
Borgo Po e Cavoretto	67	83	36	108	133	132	143
Mercati Generali	111	138	68	97	95	91	103
Mirafiori Sud	108	50	97	114	101	106	78
Santa Rita	96	36	107	114	95	68	103
Mirafiori Nord	103	74	93	109	114	89	86
Cenisia	97	58	98	105	100	94	105
Borgo San Paolo	98	38	101	95	97	99	113
Pozzo Strada	120	240	109	85	116	57	70
San Donato	89	128	112	102	104	110	104
Parella	94	35	115	87	130	70	107
Madonna di Campagna	135	126	77	116	82	81	56

¹ L'indice confronta il peso del settore di ogni quartiere con il peso che il settore complessivamente ricopre a livello cittadino. Per esempio, mentre il Media determina il 19,5% delle attività ICC presenti a Torino, nel quartiere Vanchiglia la percentuale è del 24,4%, con un indice di specializzazione che raggiunge 125, mostrando quindi che la quota di Vanchiglia è il 25% più alta della quota complessiva torinese. L'indice che supera 200 mostra un peso del comparto nel quartiere che è più del doppio di quello medio cittadino. Nei casi inferiori a 100 si parla di despecializzazione territoriale.

Borgata Vittoria	139	137	143	96	53	79	58
Le Vallette	159	44	50	98	72	75	60
Aurora	105	210	129	95	82	98	88
Vanchiglia	72	114	150	125	98	57	106
Barriera di Milano	137	193	97	107	71	44	64
Falchera	125	131	182	93	80	38	57
Regio Parco	118	206	138	109	73	79	62

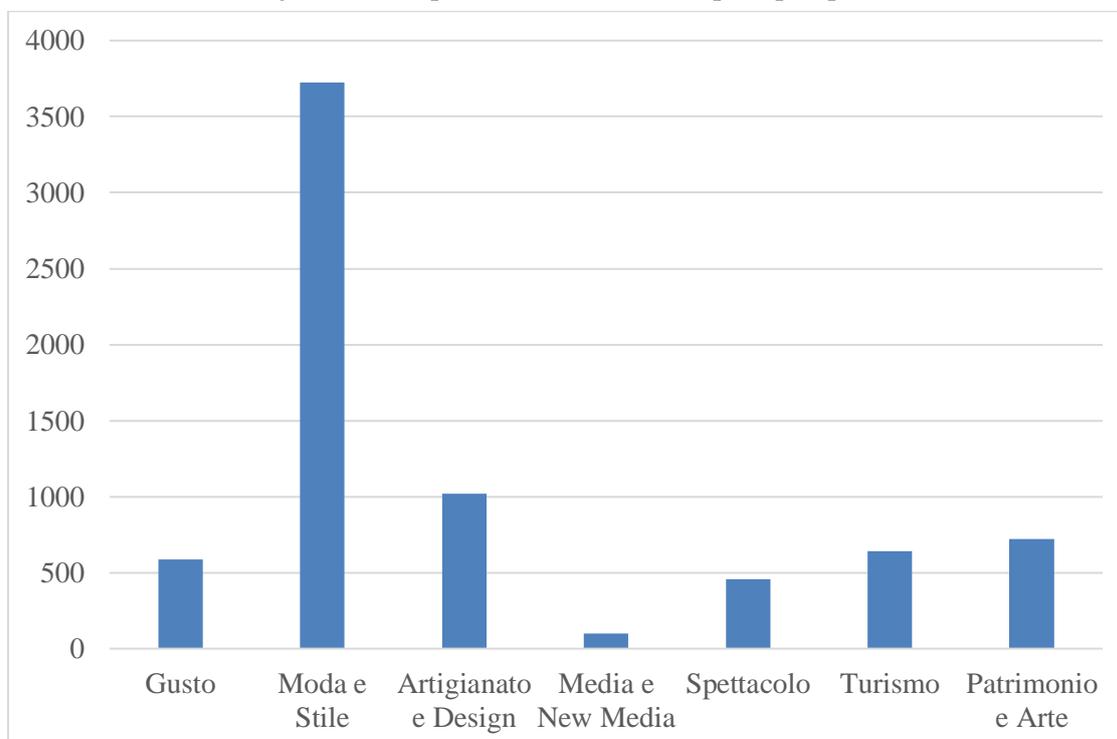
Fonte: Elaborazioni proprie su dati CNR-IRCrES.

Come si nota, alcuni quartieri sono caratterizzati da indici di specializzazione molto alti o molto bassi, mentre altri quartieri hanno indici che sono molto più vicini a 100, e quindi rispecchiano maggiormente la distribuzione media delle ICC cittadine. Un indice sintetico di queste distribuzioni più o meno omogenee all'interno dei singoli quartieri è rappresentato dalla varianza degli indici di specializzazione.

Il grafico 1 mostra la varianza della distribuzione di ogni comparto ICC nei quartieri torinesi, e mostra come il comparto Moda sia quello meno omogeneo, al contrario del comparto dei Media.

Ciò conferma quanto visto nella tabella 6, con la distribuzione della Moda che è molto differenziata nei vari quartieri, con gli indici di specializzazione che vanno da un minimo di 35 a Parella a un massimo di 240 a Pozzo Strada, mentre nei Media il range di oscillazione è molto ristretto e va da 85 di Pozzo Strada a 125 di Vanchiglia.

Grafico 1. Varianza degli indici di specializzazione dei comparti per quartiere

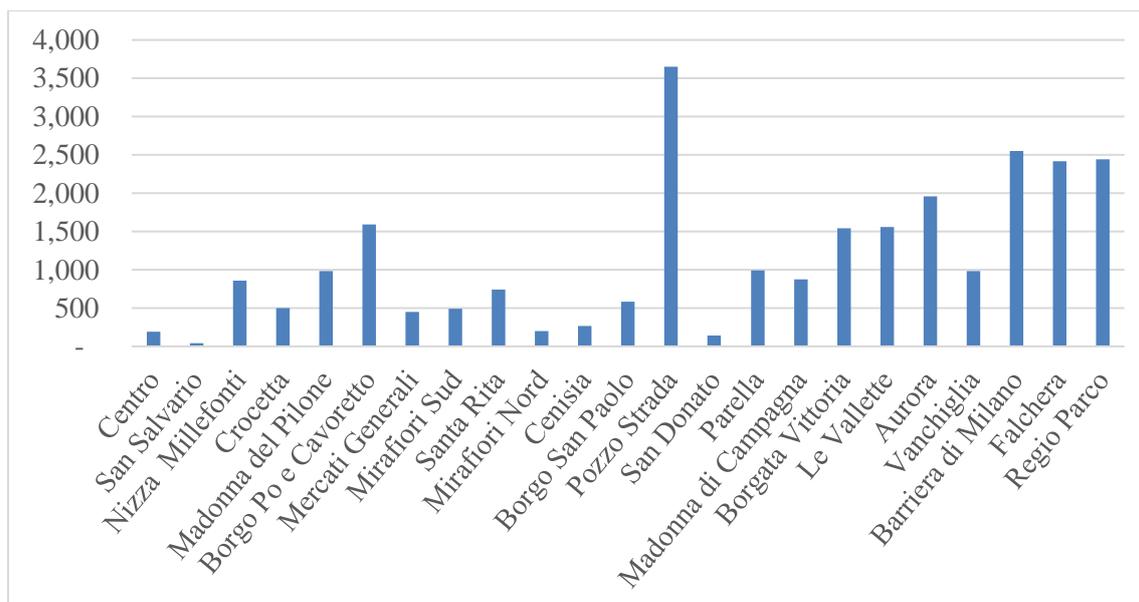


Fonte: Elaborazioni proprie su dati CNR-IRCrES.

Lo stesso approccio può essere applicato alla distribuzione interna ad ogni quartiere, dove sono presenti i vari comparti ICC in diversa misura. Il grafico 2 mostra come alcuni quartieri siano particolarmente omogenei al proprio interno, nel senso che riflettono la distribuzione media dell'intera città, mentre altri sono molto eterogenei, con alcuni comparti molto più presenti o molto "assenti" rispetto alla media cittadina.

Tra i primi, merita citare San Salvario, Centro, San Donato, Mirafiori Nord, mentre tra i secondi emergono i casi di Pozzo Strada, Barriera di Milano, Falchera, Regio Parco.

Grafico 2. Varianza degli indici di specializzazione interni ai quartieri



Fonte: Elaborazioni proprie su dati CNR-IRCrES.

5 NATALITÀ D'IMPRESA E TURNOVER

Come suggerito dalle analisi nella sezione 3, le ICC torinesi sono caratterizzate da un'elevata dinamicità nel periodo considerato, che deriva dalla nascita di nuove attività, dalla rilocalizzazione urbana di attività già esistenti e dall'abbandono di altre ancora.

Nella prossima sezione si esamina questo processo nell'intero ambito cittadino e nel complesso dell'aggregato ICC, mentre in quelle successive si approfondisce l'analisi con un focus sul comparto dello spettacolo e su quello del gusto. L'analisi condotta al 2018 consente di evidenziarne la dinamicità nel periodo che precede la crisi pandemica del 2020, crisi che ha avuto il maggiore impatto negativo proprio su questi due particolari settori.

5.1 IL CONTESTO AGGREGATO

Il saldo finale tra le attività ICC torinesi del 2011 e quelle del 2018 è determinato da 5 processi aziendali molto differenti tra loro, che coinvolgono la dinamica sia delle imprese sia delle loro UL.

I primi tre casi derivano dal comportamento strategico delle imprese che sono rimaste stabilmente presenti in città in tutto il periodo considerato, ma che possono però aver modificato il numero delle loro UL. Pensiamo ad un'impresa che gestisce più ristoranti: nel corso del periodo

può chiuderne uno, aprirne un altro, o mantenere tutti i ristoranti in attività. Abbiamo quindi i primi tre processi di dinamica aziendale 2011-2018: UL stabile di impresa stabile, UL scomparsa di impresa stabile e UL nuova di impresa stabile.

A questi si aggiungono altri due processi derivanti dal caso delle imprese che mostrano un turnover nel periodo e cioè imprese scomparse dal territorio e imprese nuove sul territorio: UL scomparse di imprese scomparse e UL nuove di imprese nuove. La distinzione fra imprese in turnover e imprese stabili si rende necessaria per cogliere le differenze fra imprese con diverse strategie di persistenza sul territorio.

È opportuno ricordare che i dati consentono di tracciare esclusivamente le dinamiche delle UL nella città di Torino, ma non la natalità e mortalità delle imprese *tout court*. Infatti, un'impresa scomparsa dal territorio cittadino potrebbe essere semplicemente un caso di delocalizzazione in un altro comune e non necessariamente un caso di vera e propria mortalità d'impresa. Pertanto, la scomparsa di UL dal territorio torinese non esclude che l'impresa sia ancora operativa altrove; viceversa, un'impresa nuova nel panorama cittadino potrebbe essere una vera start-up, oppure potrebbe essersi trasferita a Torino provenendo da un altro comune.

La tabella 7 descrive natalità e turnover delle UL nel 2011-2018 distinguendo fra imprese in turnover sul territorio e imprese stabilmente presenti, con il confronto tra l'aggregato ICC e il resto delle attività economiche. Le 17.686 UL delle ICC presenti al 2011 si dividono tra UL scomparse nel periodo (11.175) e UL persistenti (6.511), mostrando quindi un tasso di "mortalità" (38%) leggermente più alto del resto dell'economia torinese (36%). L'effetto turnover è molto più presente nel conteggio degli addetti, dove il 33% del totale fa riferimento alle UL delle ICC scomparse nel periodo, contro il 27% del contesto rimanente. Di converso, la nascita di nuove UL è più intensa nelle ICC rispetto al resto dell'economia, soprattutto come natalità di imprese "nuove" (34% vs 26%). Tuttavia, la differente natalità genera comunque una simile quota di nuovi addetti (13+19%, da una parte, e 7%+26%, dall'altra).

Emerge quindi come le ICC siano più dinamiche, cioè soggette ad un maggiore turnover di "mortalità" e "natalità", e quindi meno persistenti rispetto al resto dell'economia.

Focalizzandosi sulle imprese che entrano o escono dall'economia cittadina, natalità e mortalità sono proporzionalmente maggiori fra le ICC, con un bilancio netto positivo in termini di unità locali (+8%) ma quasi nullo in termini di addetti (+0,3%). Infatti, tra il 2011 e il 2018 muoiono circa 9.200 UL di imprese che scompaiono così dal territorio, mentre nascono più di 9.900 UL di nuove imprese. Nel resto dei settori, invece, si osserva un bilancio netto negativo in termini di unità locali (-3%), ma positivo in termini di addetti (+7%). Questi dati suggeriscono che la dimensione media delle imprese sia un parametro di analisi rilevante, come si vedrà nelle tabelle successive.

Relativamente alle dinamiche delle imprese persistenti, quasi due terzi delle UL ICC (63%) sono stabili nel periodo considerato, il 18% nasce e il 19% scompare, con un bilancio netto negativo in termini di UL (1.859 vs 1.976). Negli altri settori, la quota di UL stabili è leggermente inferiore (61%), ma le nuove nate superano le scomparse (10.334 vs 10.039).

Tabella 7. Unità locali e addetti negli anni 2011 e 2018, per tipologia di dinamica e per aggregazioni settoriali (ICC vs non ICC). Valori assoluti e percentuali.

	Torino, tutti i settori tranne ICC				Torino, ICC			
	UL	Comp. %	Addetti	Comp. %	UL	Comp. %	Addetti	Comp. %
UL scomparse, imprese scomparse	29.695	26,8%	70.701	17,7%	9.199	31,2%	25.905	26,0%
UL scomparse, imprese persistenti	10.039	9,1%	36.872	9,2%	1.976	6,7%	7.321	7,4%
<i>Totale UL scomparse</i>	<i>39.734</i>	<i>35,8%</i>	<i>107.573</i>	<i>27,0%</i>	<i>11.175</i>	<i>37,9%</i>	<i>33.226</i>	<i>33,4%</i>
UL persistenti	32.049	28,9%	163.919	41,1%	6.511	22,1%	33.201	33,3%
UL nuove, imprese persistenti	10.334	9,3%	51.333	12,9%	1.859	6,3%	7.191	7,2%
UL nuove, imprese nuove	28.772	25,9%	75.842	19,0%	9.927	33,7%	25.974	26,1%
<i>Totale UL 2018</i>	<i>71.155</i>		<i>291.094</i>		<i>18.297</i>		<i>66.366</i>	
<i>Totale UL osservate (2011-2018)</i>	<i>110.889</i>	<i>100%</i>	<i>398.667</i>	<i>100%</i>	<i>29.472</i>	<i>100,0%</i>	<i>99.592</i>	<i>100,0%</i>
<i>Totale UL 2011</i>	<i>71.783</i>		<i>271.492</i>		<i>17.686</i>		<i>66.427</i>	

Fonte: Elaborazioni proprie su dati CNR-IRCrES.

Il confronto fra le caratteristiche delle UL stabili e le caratteristiche delle nuove UL aggiunge alcuni elementi interessanti, soprattutto se si analizza la disaggregazione settoriale del comparto.

La tabella 8 approfondisce le caratteristiche infra-settoriali delle UL create nel 2018 da nuove imprese, rispetto alle UL stabili. Fra le nuove ICC, il comparto più dinamico è il Gusto, in termini sia di UL che di addetti, seguito dai Media. La dimensione media delle imprese nei due comparti supera le quindici unità, ma le nuove UL sono di dimensione inferiore rispetto a quelle persistenti. Nei comparti Spettacolo, Patrimonio/Arte, Artigianato/Design, le nuove UL nascono soprattutto nella forma giuridica della ditta individuale, denotando quindi una struttura produttiva molto semplice e flessibile, ma anche un mercato del lavoro più precario e soggetto alle eventuali crisi, come sembra sia accaduto con la crisi pandemica del 2020.

Come già affermato, le UL persistenti delle ICC sono numericamente inferiori alle neonate (6.511 vs 9.927) e nella disaggregazione settoriale i comparti prevalenti sono Media e Gusto, ma con la differenza principale che si osserva nelle dimensioni: le imprese persistenti sono sensibilmente più grandi in termini di addetti, sia a livello UL, sia a livello impresa. Per fare un esempio, le UL Media persistenti sono grandi tre volte e mezzo le corrispondenti neonate (12,6 vs 3,6 addetti) e appartengono a imprese di dimensioni due volte e mezzo maggiori (39,9 vs 16,7

addetti). Questo indica che le nuove UL si pongono generalmente nella fase iniziale del ciclo di impresa, soprattutto per i comparti dei Media e del Gusto.

Tabella 8. Sopravvivenza e natalità fra i comparti ICC: unità locali, addetti (%), dimensione media di impresa, dimensione media di unità locale. Dati 2018.

ICC	UL di nuove imprese 2018				UL persistenti 2011-2018			
	UL	% Addetti	Media addetti impresa	Media addetti UL	UL	% Addetti	Media addetti impresa	Media addetti UL
Artigianato e Design	956	6,1%	2,5	1,7	509	3,8%	2,9	2,5
Gusto	3.481	45,5%	16,7	3,4	1.989	26,8%	10,4	4,5
Media e New Media	1.941	26,7%	16,7	3,6	1.191	45,3%	39,9	12,6
Moda e Stile	118	1,1%	16,0	2,5	95	1,1%	22,3	4,0
Patrimonio e Arte	1.357	6,3%	3,3	1,2	1.790	11,0%	5,1	2,6
Spettacolo	1.659	8,5%	3,1	1,3	606	4,1%	2,8	2,3
Turismo	415	5,8%	11,9	3,6	331	7,8%	23,8	7,8
<i>Totale</i>	<i>9.927</i>	<i>100%</i>	<i>11,0</i>	<i>2,6</i>	<i>6.511</i>	<i>100%</i>	<i>14,2</i>	<i>5,4</i>

Fonte: Ns. elaborazioni su dati CNR-IRCrES.

La tabella 9 confronta la ripartizione fra cambiamento e persistenza nelle ICC, descrivendo la quota di UL e di addetti appartenenti a UL di nuove imprese e a UL persistenti rispetto al totale di comparto 2018. Complessivamente, il 54% delle UL vengono aperte da imprese nuove nel panorama cittadino, ma rappresentano solo il 39% degli addetti, a conferma delle dimensioni contenute delle *new comer*. In termini di UL, in tutti i comparti il cambiamento prevale sulla persistenza, confermando il carattere dinamico delle ICC, eccezion fatta per Patrimonio/Arte. I settori più dinamici sono Spettacolo, Gusto e Artigianato/Design, anche in termini di addetti. Media, invece, si conferma un comparto dinamico per natalità di UL, di dimensioni molto ridotte rispetto alle UL persistenti.

La tabella 9. Quota di UL e addetti in UL nuove e persistenti

ICC	Cambiamento		Persistenza	
	% UL	% Addetti	% UL	% Addetti
Artigianato e Design	58,0%	47,2%	30,9%	37,8%
Gusto	60,3%	53,5%	34,5%	40,4%
Media e New Media	54,3%	28,0%	33,3%	60,6%
Moda e Stile	49,8%	34,0%	40,1%	44,3%
Patrimonio e Arte	35,8%	24,5%	47,2%	54,9%
Spettacolo	67,8%	53,8%	24,8%	33,4%
Turismo	50,3%	33,2%	40,1%	57,1%
<i>Totale complessivo</i>	<i>54,3%</i>	<i>39,1%</i>	<i>35,6%</i>	<i>50,0%</i>

Fonte: Ns. elaborazioni su dati CNR-IRCrES.

5.2 IL COMPARTO DELLO SPETTACOLO NEI QUARTIERI TORINESI

Il comparto Spettacolo è relativamente piccolo e per lo più caratterizzato da micro imprese, ma interessante per la sua vivacità. La tabella 10 restituisce una panoramica della distribuzione sul territorio cittadino. Lo Spettacolo occupa l'8% degli addetti delle UL *new comer* e il 4% delle UL persistenti. Non sorprende la concentrazione di attività nei quartieri Centro e Crocetta: più di un terzo degli addetti si concentrano in quest'area, molto nota per la proposta culturale. Si distinguono invece per dinamismo San Salvario e Vanchiglia: quartieri ormai specializzati nella movida notturna (Ottoz *et al.*, 2020), presentano un numero di nuove UL quattro volte superiore rispetto alle persistenti. L'offerta culturale più contenuta si registra a Borgata Vittoria, Le Vallette e Regio Parco.

Tabella 10. Sopravvivenza e natalità nel comparto Spettacolo per quartiere: unità locali, addetti (%), dimensione media di impresa, dimensione media di unità locale. Dati 2018.

	UL di nuove imprese 2018				UL persistenti (2011-2018)			
	UL	% addetti	Media addetti impresa	Media addetti UL	UL	% addetti	Media addetti impresa	Media addetti UL
Aurora	55	0,2%	1,44	1,12	16	0,6%	19,74	13,00
Barriera di Milano	25	0,3%	4,55	2,67	8	0,0%	3,13	2,07
Borgata Vittoria	11	0,1%	1,50	1,50	3	0,0%	1,00	1,00
Borgo Po e Cavoretto	22	0,1%	1,30	1,04	10	0,1%	4,27	1,91
Borgo San Paolo	65	0,3%	1,19	1,11	33	0,2%	1,82	1,82
Cenisia	124	0,5%	1,04	0,99	45	0,3%	1,90	1,90
Centro	351	1,8%	2,81	1,37	143	1,1%	3,18	2,63
Crocetta	204	1,0%	6,97	1,23	73	0,5%	2,70	2,13
Falchera	25	0,1%	1,89	1,46	9	0,0%	1,11	1,11
Le Vallette	11	0,1%	1,19	1,19	4	0,0%	2,75	2,75
Madonna del Pilone	88	0,4%	1,14	1,07	32	0,1%	1,32	1,16
Madonna di campagna	54	0,2%	1,07	1,02	22	0,2%	3,32	2,31
Mercati Generali	32	0,1%	1,04	0,96	15	0,1%	1,77	1,53
Mirafiori Nord	51	0,3%	1,68	1,49	26	0,1%	1,50	1,13
Mirafiori Sud	43	0,2%	1,71	1,43	15	0,1%	2,49	2,49
Nizza Millefonti	77	0,4%	1,37	1,37	26	0,1%	1,70	1,12
Parella	76	0,3%	1,13	1,08	31	0,2%	2,07	1,84
Pozzo Strada	20	0,4%	5,02	5,02	8	0,0%	0,88	0,88
Regio Parco	16	0,1%	1,46	1,01	6	0,0%	1,34	1,34
San Donato	124	0,7%	1,54	1,50	34	0,1%	1,27	1,14
San Salvario	98	0,5%	1,32	1,22	22	0,1%	2,52	2,15
Santa Rita	37	0,1%	1,07	1,03	13	0,1%	3,61	3,18
Vanchiglia	50	0,4%	23,66	2,03	12	0,1%	1,67	1,67
Totale Spettacolo	1659	8,5%	3,09	1,33	606	4,1%	2,82	2,26

Fonte: Ns. elaborazioni su dati CNR-IRCrES.

5.3 IL COMPARTO DEL GUSTO NEI QUARTIERI TORINESI

Il comparto Gusto è molto importante nel panorama torinese, impiegando quasi un addetto su due delle neonate ICC e un addetto su quattro delle UL stabili (tabella 11). Rispetto allo Spettacolo, le imprese sono di dimensione maggiore, con UL aventi circa 3-4 addetti, ma la dinamicità relativa del comparto è inferiore: le UL neonate sono 1,7 volte le persistenti, mentre nello Spettacolo il rapporto è 2,7.

Anche in questo comparto, comunque, i quartieri che concentrano più attività e addetti sono Centro e Crocetta, ma è interessante notare che le imprese più grandi abbiano scelto di investire su Torino aprendo unità locali in Madonna di Campagna e San Donato. San Salvario è ancora il quartiere più dinamico in termini di natalità di UL, mentre fra i quartieri con meno offerta ritroviamo Borgo Po e Cavoretto, Pozzo Strada, Regio Parco.

Tabella 11. Sopravvivenza e natalità nel comparto Gusto per quartiere: unità locali, addetti (%), dimensione media di impresa, dimensione media di unità locale. Dati 2018.

	UL di nuove imprese 2018				UL persistenti (2011-2018)			
	UL	% addetti	Media addetti impresa	Media addetti UL	UL	% addetti	Media addetti impresa	Media addetti UL
Aurora	140	1,4%	3,54	2,61	82	0,8%	3,43	3,08
Barriera di Milano	90	0,8%	3,15	2,40	76	0,6%	2,81	2,76
Borgata Vittoria	63	0,5%	2,44	2,26	30	0,3%	4,02	3,74
Borgo Po e Cavoretto	17	0,3%	4,34	3,97	19	0,2%	4,31	4,10
Borgo San Paolo	141	1,5%	2,98	2,68	96	1,2%	8,03	4,14
Cenisia	267	3,3%	3,65	3,19	121	1,4%	3,99	3,83
Centro	809	13,5%	8,07	4,35	419	7,4%	19,62	5,88
Crocetta	295	4,4%	4,75	3,90	126	1,8%	5,47	4,76
Falchera	81	0,8%	2,83	2,63	52	0,7%	5,43	4,40
Le Vallette	48	0,6%	4,69	2,98	39	0,5%	14,01	4,15
Madonna del Pilone	92	1,6%	5,60	4,50	49	1,0%	7,05	6,53
Madonna di campagna	180	2,1%	66,10	2,98	120	1,2%	3,44	3,18
Mercati Generali	89	0,9%	4,21	2,70	41	0,4%	3,30	3,04
Mirafiori Nord	79	0,8%	3,03	2,70	86	1,0%	3,95	3,79
Mirafiori Sud	80	0,8%	3,09	2,62	66	0,7%	3,49	3,43
Nizza Millefonti	230	2,8%	50,33	3,16	153	2,9%	34,61	6,30
Parella	121	1,2%	3,04	2,60	63	0,6%	3,11	2,90
Pozzo Strada	36	0,3%	2,99	2,40	36	0,4%	3,46	3,36
Regio Parco	42	0,5%	8,22	3,17	36	0,6%	23,29	5,94
San Donato	219	2,5%	55,11	2,97	99	1,1%	4,07	3,56
San Salvario	230	3,2%	39,86	3,64	78	0,9%	4,36	3,99
Santa Rita	61	0,6%	3,03	2,67	60	0,7%	3,92	3,86
Vanchiglia	71	0,9%	4,70	3,37	42	0,5%	4,61	4,32
Totale Gusto	3481	45,5%	16,72	3,39	1989	26,8%	10,45	4,48

Fonte: Ns. elaborazioni su dati CNR-IRCrES.

6 ALCUNE CONSIDERAZIONI CONCLUSIVE

L'evoluzione in atto nel modello di sviluppo post-industriale determina una maggiore presenza di servizi rispetto alla componente industriale, il motore che ha garantito lo sviluppo nel secolo scorso. All'interno dei primi emerge il ruolo dei servizi ad alto valore aggiunto, legati alle nuove tecnologie e alla new economy, ma anche quello dei servizi culturali e creativi, soprattutto all'interno delle grandi città, che diventano luoghi di attrazione per professionisti della cultura e della creatività che sono richiesti anche nella manifattura post-industriale, quella ad alto contenuto di asset immateriali, e nelle attività al servizio cittadini e dei turisti.

All'interno di questo scenario, il caso di Torino è emblematico, in quanto rappresenta la chiara evoluzione di una città operaia, con monocultura industriale, che da "one company town" si evolve, lentamente e non senza problemi sociali, verso un'economia diversificata al cui interno le ICC incominciano a giocare un ruolo importante, sia per tentare di garantire una parziale sostituzione della produzione manifatturiera, sia per arricchire di valore aggiunto le più tradizionali attività economiche.

Lo studio condotto sulle ICC torinesi conferma la notevole vivacità di questo aggregato, denotando un processo di profondo rinnovamento e ridefinizione di queste attività culturali e creative. Infatti, rispetto al resto dell'economia torinese le ICC hanno una migliore dinamica, sia in termini di unità presenti sia di occupazione, e mostra anche un maggior rinnovamento della base produttiva, a causa del notevole numero di start-up e dell'altrettanto elevato numero di attività scomparse nel periodo 2011-2018.

Se si scende nella disaggregazione per settore del comparto ICC si nota immediatamente la sua notevole eterogeneità, che spinge la ricerca economica ad effettuare analisi più approfondite sui singoli distinti settori, al fine di cogliere i vantaggi della maggiore omogeneità. Mentre il settore del Gusto rappresenta circa un quarto delle ICC torinesi – e conferma la necessità di una revisione della metodologia utilizzata, al fine di separare la ristorazione standardizzata da quella più legata alle tipicità culturali del territorio – il settore della Moda o quello dell'Artigianato determinano tra il 2% e il 5% del totale ICC, indicando che l'eterogeneità dimensionale rappresenta anche una notevole differenza nei modelli organizzativi delle imprese.

La scelta di scendere nel dettaglio della distribuzione per quartiere consente anche di evidenziare l'impatto della deindustrializzazione sull'evoluzione urbanistica della città, con l'occupazione delle vecchie fabbriche dismesse da parte di attività residenziali e commerciali, ma anche culturali, sotto forma di nuovi musei e associazioni artistiche. Anche se la specializzazione per quartiere delle ICC risente soprattutto dei fattori di attrazione che continuano a privilegiare il centro rispetto alla periferia, soprattutto per i settori del Gusto, del Patrimonio/Arte, e dello Spettacolo.

La dinamica dei singoli settori nel periodo 2011-2018 è in linea con le difficoltà che subiscono i settori manifatturieri, quale la Moda, e con la crescita generalizzata dei servizi a maggior valore aggiunto, che nel nostro caso sono rappresentati dal Design e dal Turismo. Il comparto del Gusto costituisce un caso a sé, stante la notevole crescita che la ristorazione ha avuto a Torino, come nel resto del Paese, anche per una modifica delle preferenze dei consumatori e del modello di "vita urbana".

L'elemento più originale del presente contributo è probabilmente legato alla metodologia utilizzata, che consente di elaborare i dati a livello di singola attività microeconomica mediante il riferimento alla localizzazione delle unità locali presenti nei quartieri torinesi. Esaminare la sede operativa delle unità locali anziché la sede legale delle imprese consente di individuare con certezza il numero delle attività, nonché la loro dimensione in termini di occupati e di fatturato (anche se stimato), risultato impossibile da ottenere con le semplici statistiche derivate dall'iscrizione alla Camera di Commercio.

Questa importante caratteristica del database CNR-IRCrES dovrà essere ulteriormente sfruttata nei futuri percorsi di ricerca che riguardano le ICC, soprattutto con riferimento al loro

potenziale di crescita economica all'interno della profonda riorganizzazione che la nostra società sta avendo a causa del processo di transizione ecologica e digitale in atto in tutta Europa.

7 BIBLIOGRAFIA

- Bianchini, F. (1993). Remaking European cities: The role of cultural politics. In Bianchini, F., & Parkinson M. (eds.). *Cultural policy and urban regeneration: The west European experience*. Manchester - New York: Manchester university press, pp. 1-20.
- Bonini Baraldi, S., & Salone, C. (2017). Pratiche culturali e politiche pubbliche nel quartiere di Barriera di Milano, Torino. *Politiche Piemonte*, 49, pp. 17-21. Disponibile da www.politichepiemonte.it/images/stories/Pdf_archivio/49_PolitichePiemonte_rivista.pdf (ultimo accesso maggio 2023).
- Borrione, P. (2017). Cultura e creatività per lo sviluppo dei territori. *Politiche Piemonte*, 49, p. 3. Disponibile da www.politichepiemonte.it/images/stories/Pdf_archivio/49_PolitichePiemonte_rivista.pdf (ultimo accesso maggio 2023).
- Bridge, G. (2006). Perspectives on Cultural Capital and the Neighbourhood. *Urban Studies*, 43(4), pp. 719-730.
- Crivello, S. (2011). Spatial Dynamics in the Urban Playscape: Turin by Night. *Town Planning Review*, 82(6), pp. 709-731.
- Cuesta, J.D. (2004). From Economicist to Culturalist Development Theories: How Strong is the Relation between Cultural Aspects and Economic Development?. *The European Journal of Development Research*, 16(4), pp. 868-891.
- D'Apote, L. (2010). *Crisi e rigenerazione di un quartiere urbano: il caso di San Salvario a Torino* (Tesi di laurea. Facoltà di Architettura, Politecnico di Torino).
- Dansero, E., & Rota, F.S. (2006). Torino: la città, la fabbrica, il paesaggio industriale. Una lettura alla luce dei recenti processi di trasformazione urbana. In Dansero, E., & Vanolo, A. (a cura di). *Geografie dei paesaggi industriali in Italia: riflessioni e casi studio a confronto*. Milano: Franco Angeli, pp. 245-267.
- De Franceschini, S. (2014). Intercultura e valorizzazione della diversità: San Salvario nuovo quartiere creativo. In G. Scaramellini, E. Mastropietro. Atti del XXXI congresso geografico italiano (Milano, 11-15 giugno 2012). Milano-Udine: Mimesis, pp. 471-480.
- Della Lucia, M., & Segre, G. (2017). Intersectoral local development in Italy: the cultural, creative and tourism industries. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 11(3), pp. 450-462.
- Kong, L. (1995). Popular music in geographical analyses. *Progress in Human Geography*, 19, pp. 183-198.
- Landry, C. (2000). *The Creative City: A Toolkit for Urban Innovators*. London: Comedia-Earthscan.
- Mommaas, H. (2004). Cultural Clusters and the Post-Industrial City: Towards the Remapping of Urban Cultural Policy. *Urban Studies*, 41(3), pp. 507-532.
- Ottoz, E., Pavese, P., Sella, L. (2020). The effect of Movida on residential property prices: An example from Turin. In Tira, M., Pezzagno, M., & Richiedei, A. (eds.). *Pedestrians, Urban Spaces and Health*. Leiden: CRC Press, pp. 170-174. DOI: <https://doi.org/10.1201/9781003027379>
- Rota F.S., & Salone, C. (2014a). Arte contemporanea e sviluppo urbano: Paratissima e il quartiere di San Salvario a Torino. *Politiche Piemonte*, 26, pp. 9-12. Disponibile da www.politichepiemonte.it/images/stories/Pdf_archivio/26_PolitichePiemonte_rivista.pdf (ultimo accesso maggio 2023).
- Rota, F.S., & Salone, C. (2014b). Place-making processes in unconventional cultural practices. The case of Turin's contemporary art festival Paratissima. *Cities*, 40, pp. 90-98. <https://doi.org/10.1016/j.cities.2014.03.008>
- Sacco, P.L., & Segre, G. (2009). Creativity, cultural investment and local development: a new theoretical framework for endogenous growth. In Fratesi, U., & Senn, L. (eds.). *Growth and Innovation of Competitive Regions. The Role of Internal and External Connections*. Berlin: Springer-Verlag, pp. 281-294.
- Santagata, W. (2002). Cultural Districts, Property Rights and Sustainable Economic Growth. *International Journal of Urban and Regional Research*, 26(1), pp. 9-23.

- Santagata, W. (2009). *Libro bianco sulla Creatività. Per un modello italiano di sviluppo*. Milano: Università Bocconi Editore.
- Santagata, W., & Bertacchini, E. (a cura di). (2012). *Atmosfera Creativa. Un modello di sviluppo sostenibile per il Piemonte fondato su cultura e creatività*. Bologna: Edizioni Il Mulino.
- Scott, A.J. (1997). The Cultural Economy of Cities. *International Journal of Urban and Regional Research*, 21(2), pp. 323-339. Disponibile da www.researchgate.net/publication/4910368_The_Cultural_Economy_of_Cities (ultimo accesso maggio 2023).
- Scott, A.J. (2000). *The Cultural Economy of Cities*. London: Sage.
- Scott, A. J. (2004), Cultural-Products Industries and Urban Economic Development: Prospects for Growth and Market Contestation in Global Context. *Urban Affairs Review*, 39, 4, pp. 461-90.
- Scott A.J., (2006). Creative cities: Conceptual issues and policy questions. *Journal of Urban Affairs*, 28(1), pp. 1-17.
- Zukin, S. (1995). *The Cultures of Cities*. Cambridge (MA): Blackwell.