

CERIS

ISTITUTO DI RICERCA
SULL'IMPRESA E LO SVILUPPO

ISSN (print): 1591-0709

ISSN (on line): 2036-8216

Working Paper Ceris-Cnr, N. 09/2010

ART ET CULTURE
DANS L'EVOLUTION
DES DISTRICTS INDUSTRIELS
ITALIENS

Ragazzi Elena e Rolfo Secondo

**Working
Paper**

CNR - Consiglio Nazionale delle Ricerche
Ceris-Cnr
Istituto di Ricerca sull'Impresa e lo Sviluppo

WORKING PAPER CERIS-CNR
Anno 12, N° 09 – 2010
Autorizzazione del Tribunale di Torino
N. 2681 del 28 marzo 1977

Direttore Responsabile
Secondo Rolfo

Direzione e Redazione
Ceris-Cnr
Via Real Collegio, 30
10024 Moncalieri (Torino), Italy
Tel. +39 011 6824.911
Fax +39 011 6824.966
segreteria@ceris.cnr.it
<http://www.ceris.cnr.it>

Sede di Roma
Via dei Taurini, 19
00185 Roma, Italy
Tel. +39 06 49937810
Fax +39 06 49937884

Sede di Milano
Via Bassini, 15
20121 Milano, Italy
tel. +39 02 23699501
Fax +39 02 23699530

Segreteria di redazione
Maria Zittino e Silvana Zelli
m.zittino@ceris.cnr.it

Distribuzione
On line:
http://www.ceris.cnr.it/index.php?option=com_content&task=section&id=4&Itemid=64

Fotocomposizione e impaginazione
In proprio

Finito di stampare nel mese di Novembre 2010

Copyright © 2010 by Ceris-Cnr

All rights reserved. Parts of this paper may be reproduced with the permission of the author(s) and quoting the source.
Tutti i diritti riservati. Parti di questo articolo possono essere riprodotte previa autorizzazione citando la fonte.

ART ET CULTURE DANS L'EVOLUTION DES DISTRICTS INDUSTRIELS ITALIENS

[Art and culture in the evolution of Italian industrial districts]

Ragazzi Elena, Rolfo Secondo

Cnr – Consiglio Nazionale delle Ricerche
Ceris-Cnr

Via Real Collegio, 30,
10024 Moncalieri, Torino, Italy
Tel. (+ 39) 011.6824.911; fax (+39) 011.6824.966
e.ragazzi@ceris.cnr.it; e.rolfo@ceris.cnr.it

ABSTRACT. The competitiveness of a territory is more and more explained by factors that combine technological innovation, recognized as a key element of the competitive advantage of an economic system, with knowledge, creativity, and sometimes even art and culture. In some areas of ancient industrialization we can find at local level a social capital that is a synthesis of economic, social and cultural aspects. This can be used both for the products promotion and for the support to new industries able to offer to the end consumer not only products but the opportunity to carry on an experience with the local tradition. The paper examines two cases of industrial districts in Italy (Biella and Carrara), where the cultural aspect of the traditional manufacturing has been the starting point for enhancing the territorial system and for the beginning of an integrated supply, products-services, which has expanded the boundaries of the previous specialization and it is now a strong element of territorial competitiveness.

La compétitivité d'un territoire est de plus en plus expliqué par des facteurs qui associent à l'innovation technologique, depuis longtemps reconnue comme élément de l'avantage compétitif d'un système économique, la connaissance, la créativité et, parfois, même l'art et la culture. On voit ainsi comme dans les territoires d'ancienne industrialisation on retrouve à niveau local une synthèse entre aspects économiques, sociaux et culturels qui représentent un capital utilisable soit pour la promotion sectorielle, soit pour le soutien à la naissance de nouvelles filière capables d'offrir au consommateur final pas seulement un bien, mais la possibilité de faire expérience avec une tradition. Le papier examinera deux cas de districts industriels italiens (Biella et Carrara) où l'aspect culturel de la production traditionnelle a été le point de départ pour une valorisation du système territorial et pour la naissance d'une offre intégrée produits-services qui a élargi les frontières de la précédente spécialisation et représente un élément fort de la compétitivité territoriale.

KEYWORDS: Art et culture, créativité, districts industriels

CLASSIFICATION JEL O18, R11

SOMMAIRE

INTRODUCTION.....	5
1. SPECIALISATION PRODUCTIVE ET IDENTITÉ.....	6
2. L'ART ET LA CULTURE COMME NOUVEAUX INSTRUMENTS DE DEVELOPPEMENT LOCAL.....	7
2.1. <i>L'approche de la créativité dans les systèmes urbains</i>	7
2.2. <i>L'approche des milieux innovateurs</i>	9
3. BIELLA: ART ET CULTURE POUR RENFORCER L'IDENTITE SOCIALE DU DISTRICT INDUSTRIEL.....	10
3.1. <i>Une transition forcée par la crise</i>	10
3.2. <i>Les réponses du territoire</i>	12
4. CARRARA: L'ART POUR DIFFERENCIER UN PRODUIT PRIMAIRE.....	14
4.1. <i>Le pole de la pierre de Carrara: district ou agglomération?</i>	14
4.2. <i>Projets privés et politiques publiques pour la mise en valeur du capital symbolique</i>	14
5. CONCLUSIONS: LA CRISE A-T-ELLE ENGENDRE' UN NOUVEAU TYPE DE DEVELOPPEMENT ET DES NOUVELLES POLITIQUES?.....	16
BIBLIOGRAPHIE:.....	17

INTRODUCTION

La compétitivité d'un territoire (Porter, 1993; Longhi, 2005) est de plus en plus expliquée par des facteurs qui associent à l'innovation technologique, depuis longtemps reconnue comme élément de l'avantage compétitif d'un système économique, la connaissance, la créativité et, parfois, même l'art et la culture.

Le nouveau dessin du modèle de spécialisation internationale, qui s'était établis à partir des années Soixante et Soixante-dix semblait confirmer définitivement que l'innovation était la clé du développement. Les travaux empiriques sortis des développements théoriques de la nouvelle théorie du commerce international" (Helpman e Krugman, 1985) et de l'approche évolutif (Dosi et al., 1990; Malerba e Orsenigo, 1995) ont montré l'importance des avantages de nature technologique. Les Nations maintenaient sur leur territoire les productions de haut niveau technologique, tandis que les produits des secteurs mûrs et standardisés étaient réalisés sur des établissements de grande échelle en les déplaçant dans les pays à plus bas cout du travail. De cette observation est dérivée la stricte dichotomie selon laquelle au cours des décennies les secteurs avancés, sur lesquels on devait viser, étaient opposés aux secteurs mûrs, pour qui on prévoyait une plus ou moins rapide extinction dans les pays industrialisés.

La nouvelle économie de la connaissance montra, dans la réalité économique encore avant que dans la littérature que le facteur de différenciation pour le quel les produits acquéraient valeur et spécificité était non seulement l'innovation technologique mais, plus en général, la connaissance. Mais il n'y a pas longtemps que la littérature, italienne et internationale, dans ce rayon de pensée, à explicité le lien qui existe entre le «nouveau» et la créativité. C'est l'élément de nouveauté, élément qui était déjà dans l'intuition initiale des théories de l'innovation comme facteur de compétitivité, qui permet de différencier les produits d'une offre indifférencié. Et voilà que l'action créative devient l'objet d'une

attention renouvelée et de politiques spécifiques.

L'ainsi dite «troisième Italie» est celle portion de notre territoire qui a montré un modèle de développement - différent par rapport à celui du nord industrialisé - basé sur les districts industriels spécialisés dans les secteurs traditionnels. Elle s'est posée aux économistes comme une alternative inexplorée par rapport à la dichotomie entre régions développées basées sur l'industrie d'échelle et technologique et régions du sud peu développées. L'apparent paradoxe de la permanence des spécialisations traditionnelles dans les districts industrielles, en contraste au modèle de spécialisation internationale, s'explique donc avec la conjonction de l'innovation e de la capacité créative du tissu économique et social qui s'exprime grâce à:

- la présence d'innovations incrémentales, qui ne sont pas à même de produire des sauts technologiques importants, mais qui sont tout de même capables, grâce à leur pervasivité dans les secteurs traditionnels, de produire des grands impacts économiques;
- des grands capitaux accumulés, localisés et non transférables de connaissance tacite;
- des fortes concentrations de capacité créative, liés aux secteurs de la mode, du design et de la mécanique.

Dans ces districts industriels où le lien entre tradition productive, identité sociale et créativité est venu à la surface plus tôt, ceci a été la base pour des activités et des projets de mise en valeur nouveaux des produits. Dans les territoires d'ancienne industrialisation on retrouve à niveau local une synthèse entre aspects économiques, sociaux et culturels qui représentent un capital utilisable soit pour la promotion sectorielle, soit pour le soutien à la naissance de nouvelles filières capables d'offrir au consommateur final pas seulement un bien, mais la possibilité de faire expérience avec une tradition.

En plus, la prise de conscience de la créativité comme facteur compétitif et de différenciation a apporté à un rapprochement de deux milieux apparemment éloignés : celui de l'industrie et celui de l'art. Le papier examinera deux cas

de districts industriels italiens (Biella et Carrara) où l'aspect culturel de la production traditionnelle a été enrichi par des projets dans le milieu de l'art et de la créativité. Cela a été le point de départ pour une valorisation du système territorial et pour la naissance d'une offre intégrée produits-services qui a élargi les frontières de la précédente spécialisation et peut représenter un élément fort de la compétitivité territoriale.

1. SPECIALISATION PRODUCTIVE ET IDENTITÉ

Le territoire peut être défini par moyens de des paramètres qui sont soit physiques (naturelles ou anthropiques), soit et bien plus importants, sociaux, liées à la population qui l'habite et qu'y travaille. Le territoire est donc avant tout le lieu auquel une population, socialement identifiable, sent d'appartenir.

L'activité économique ne peut pas être considérée séparée de cette définition de l'identité locale. Ceci est d'autant plus vrai dans les spécialisations productives traditionnelles, où le temps a sédimenté des aspects immatériels (techniques de travail, savoirs, traditions orales) et des signes matériels (le patrimoine industriel historique, les modifications dans le paysage rural et urbain provoquées par l'activité de travail) qui deviennent souvent un vrai patrimoine culturel.

La littérature sur les districts, issue de travaux empiriques sur les régions de la « terza Italia » (Bagnasco, 1977; Becattini, 1989; Scott et Garofoli, 2007) n'est jamais arrivée à une définition univoque de district industriel, mais il y a eu néanmoins une convergence vers un modèle typique idéal. Même si l'importance donnée aux aspects sociaux change fortement suivant les approches, la littérature a toujours constaté l'existence d'éléments qui ne sont ni techniques, ni économiques à la base du succès de ces systèmes productifs.

Dans les districts, le système de petites et moyennes entreprises (avec quelques exceptions, dont Biella est un exemple notable), travaille en réseau grâce à une

proximité qui est en même temps spatiale, sectorielle et organisationnelle. Ce réseau travaille par une division locale du travail au sein de la chaîne de valeur qui est efficiente, même sans contrôle centralisée, grâce au recouvrement avec un réseau social constitué d'une communauté de personnes liées par des croyances et des valeurs communes.

Sur la ligne de pensée des culteurs des districts industriels certains auteurs (Santagata, 2002 et 2005) sont parvenus à proposer le modèle de district culturel. Celui-ci, veut emprunter les aspects organisationnels des cas de district réels issus d'une spécialisation industrielle, pour des projets de développement local centrés sur la mise en valeur du patrimoine culturel. Mais la définition de district culturel, à l'exception des cas (assez semblables aux districts industriels canoniques) des *districts culturels industriels*¹, identifie dans la réalité des opérations qui, à partir d'un certain patrimoine du territoire, veulent créer un réseau économique pour le mettre en valeur. Il s'agit donc, contrairement à l'idée originale de Santagata, d'une opération à fort risque de durabilité ; comme elle nécessite un fort investissement public elle n'est pas endogène, et donc il n'y a pas la garantie qu'un processus vertueux autonome s'enchaîne. En plus, il faut aussi considérer les risques qu'encourt le caractère durable du patrimoine mis en valeur, si sa conservation n'est pas programmée avec sa mise en valeur.

¹ Santagata (2005) parle de quatre types de districts culturels:

- districts culturels industriels (pôles de production basés sur les industries de la créativité);
- les districts culturels institutionnels (où le capital de connaissance collective est identifié par la formalisation de la propriété intellectuelle à une marque collective);
- les districts culturels liés aux musées (systèmes publics de mise en valeur du patrimoine culturel en forme de réseau);
- les districts culturels urbains (une agglomération spatiale d'édifices destinés aux services culturels, comme par exemple les spectacles de théâtre).

L'optique adoptée dans cet article est assez différente, car on veut souligner l'importance de la mise en valeur du lien entre production et culture, pour que l'identité du territoire devienne un ressort endogène de développement. L'économie crée une culture, la culture renforce l'économie. Ce qui est un cercle vertueux durable. Récemment, le lien entre l'économie du système productif local et les éléments culturels a été revitalisé par l'introduction du concept de capital symbolique (Bonaccorsi et Granelli, 2006). Par ce concept, on souligne comment la logique de marché peut aussi employer le levier de la réalité sociale de façon à ce que la valeur du produit ne soit plus uniquement liée à sa capacité à satisfaire des besoins directs, mais aussi à sa capacité à transmettre une valeur ajoutée d'identité. En effet, dans un monde globalisé où les facteurs productifs deviennent mobiles, l'existence d'un contexte local spécifique et inimitable², car enraciné dans la tradition sociale, représente une base de compétitivité à exploiter.

Les projets culturels et artistiques alors ne sont pas conçus comme activité économique à soi même, mais comme une façon de renforcer la veine créative de l'industrie locale d'un côté, et de la montrer d'une façon indirecte à l'extérieur, sur les marchés. En plus le lien étroit entre histoire, économie et territoire peut alors devenir le point de départ d'une mise en valeur moderne des produits sur les marchés globaux, tant qu'il offre la possibilité d'expérimenter, indirectement mais concrètement, une tradition qui n'est pas nécessairement la notre. Par expérience, on entend la relation émotive et de connaissance de l'individu avec le monde. Elle n'arrive que dans un contexte spécifique et, pour cela, elle reste dans la mémoire des personnes beaucoup plus que dans le cas de la consommation de produits et de services, qui sont de plus en plus perçus comme indifférenciés. Les produits et les services liés au capital symbolique du territoire sont en même temps un bien, un symbole et un souvenir.

² C'est le concept de ressource spécifique de Pecqueur (Peyrache-Gadeau, Pecqueur, 2004).

2. L'ART ET LA CULTURE COMME NOUVEAUX INSTRUMENTS DE DEVELOPPEMENT LOCAL

2.1. *L'approche de la créativité dans les systèmes urbains*

Le thème de l'utilisation de l'art et de la culture (ou plus en général de la créativité) dans le développement local a été objet de nombreuses études; néanmoins on doit noter que le focus de la littérature est axé surtout sur les villes et, en particulier, sur deux typologies de ville:

- les grandes villes entourées d'une aire métropolitaine qui, en Europe et en Amérique du Nord ont dû gérer des transformations économiques importantes, et où une réduction des activités industrielles a été compensée par des nouvelles activités axées sur l'innovation, la créativité et, en général, les services ; parmi les cas plus étudiés on peut citer Berlin (Ebert et Kunzmann, 2007), Helsinki (Landry, 2008), Barcelone, Montréal et Mannheim (Gosselin et alii, 2009), Baltimore (Acs et Megyesi, 2007);
- les villes de grande et de moyenne taille qui ont subi des défis similaires en réagissant surtout par le biais de certains événements de grande portée (capitale de la culture pour Lille et Gênes, jeux olympiques d'hiver pour Turin, etc.) pour redéfinir et relancer leur développement. Certaines recherches (Lacour et Puissant, 2008, Puissant, 2008) ont aussi analysé la capacité d'attraction, ou de combiner attraction et agglomération, des villes moyennes avec l'émergence de niches de talents qui pourraient être dynamisées dans le cadre de politiques spécifiques.

INDEX DE CREATIVITÉ ITALIEN (ICI)

<i>ICI position</i>	<i>Province</i>	<i>Index de Créativité Italien(ICI)</i>	<i>Talent (position)</i>	<i>Technologie (position)</i>	<i>Tolérance (position)</i>
1	Roma	0,786	1	4	1
2	Milano	0,720	5	1	2
3	Bologna	0,665	4	2	4
4	Trieste	0,602	2	8	9
5	Firenze	0,585	6	6	3
6	Genova	0,555	3	7	20
7	Torino	0,518	19	3	17
8	Parma	0,516	11	8	6
9	Rimini	0,489	21	12	5
10	Perugia	0,477	12	19	10
49	Massa C.	0,306	32	24	73
68	Biella	0,249	97	77	36
100	Brindisi	0,139	100	62	93
101	Potenza	0,135	66	100	100
102	Nuoro	0,094	93	101	101
103	Oristano	0,092	102	94	94

Source: Tinagli et Florida, 2005

Par contre ici l'intérêt est centré autour des territoires d'ancienne industrialisation, des districts industriels spécialisés sur des produits traditionnels, avec des villes de petite taille, situé au centre d'un territoire, qui est cohérent avec le centre urbain, car il héberge de multiples localisations des activités productives et d'habitation, et au dehors de l'évaluation d'événements exceptionnels. Il s'agit, en Italie, mais pas seulement, de territoires qui doivent faire face au déclin des anciennes industries et en même temps au défi de maintenir une base industrielle par le biais de nouveaux secteurs, de nouvelles activités où connaissance, culture, art peuvent jouer un rôle important. La plupart de ces districts ont une très forte spécialisation dans des secteurs murs, avec des métiers de basse qualification, des salaires inférieurs à ceux des grandes aires métropolitaines, une prévalence de petites et

microentreprises et enfin des phénomènes de fuite des jeunes qualifiés vers les villes plus grandes où les opportunités d'emploi sont meilleures. Il est difficile d'y trouver des concentrations de population créative ou d'industries créatives telles qu'elles décrites dans la littérature.

Si on prend le classement réalisé en Italie à l'intérieur du projet « Città creative » par Creativity Group Europe selon la méthodologie élaborée par Richard Florida aux Etats-Unis, on trouve que les provinces italiennes caractérisées par la présence de districts industriels sont placées entre la vingtième (Pesaro) et la quatre-vingtième position (Verbanò) : la tête de la classification est constituée par les grandes villes italiennes et par les provinces de l'Emilie-Romagne face à une queue représentée surtout par les provinces méridionales. Ces résultats, bien

que objet de critique pour la méthodologie utilisée (les trios T de Richard Florida ; talent, technologie et tolérance)³, sont néanmoins reliés avec les indicateurs de richesse par habitant et jusqu'à un certain point avec les indicateurs de qualité de la vie. Ils représentent donc une bonne *proxy* de la situation de districts industriels italiens et des villes petites et moyennes, même si avec une très grande variabilité interne. On peut voir en effet de très grandes différences de position entre les trois indicateurs qui contribuent à l'indicateur général sur la créativité. Mais le fait que toutes ces provinces montrent des valeurs entre 0,2 et 0,4 nous confirme la présence d'une base commune de faiblesse.

Des résultats en partie meilleures viennent d'une analyse de la production culturelle en Italie (Bertacchini et Borrione, 2009) qui utilise les données sur l'emploi concernant soit les productions culturelles au sens stricts, soit les productions dans les quelles il y a un contenu important de design (par exemple textile-habillement, chaussures, meubles). Si d'un côté on confirme la concentration d'art et culture dans les grandes aires métropolitaines, de l'autre on met en évidence que les systèmes créatifs du design se concentrent dans les districts industriels de l'Italie du centre-nord ; un plus un large espace défini comme « *infinity city* » semble enfin émerger au nord en liant Milan et Como, soit une aire métropolitaine à une petite ville au centre d'un district industriel historique.

Une analyse plus ponctuelle de cas, comme les deux suivants, pose néanmoins quelques questions sur la validité de ces types d'analyses : en effet si celles-ci ont l'avantage de nous offrir une base commune et comparable de données, cependant ils nous ne permettent pas d'investiguer en profondeur et de percevoir les éléments distinctifs de chaque réalité locale.

Surtout ils ne permettent pas de cueillir les

parcours historiques, les différences économiques et sociales de chaque territoire, les gouvernances locales, les projets actuels concernant art, culture, environnement. Les deux cas choisis sont de ce point de vue éclairant : il s'agit de deux districts industriels de longue tradition, axés sur des secteurs traditionnels, confrontés à une très forte concurrence des pays émergents avec des évidents signes de déclin, mais aussi avec des initiatives importantes.

2.2. *L'approche des milieux innovateurs*

Beaucoup plus centré sur les territoires est l'approche du Gremi (et donc des milieux innovateurs) qui se déroule autour d'un concept dynamique de ressources « en tant que processus liant des objets et un système de production » (Kebir et Crevoisier, 2004). L'évolution des ressources d'un territoire permet d'analyser les différentes formes de découplage entre objet et système économique local dans les situations de crise, de couplage, quand le lien se fonde avec succès et évolue merci par exemple l'innovation technologique, ou encore de re-couplage, quand on réutilise des anciens objets pour un nouveau système productif.

Quatre typologies de dynamiques peuvent être enregistrées par le croisement de ces facteurs:

- croissance renouvelable,
- érosion/épuiement,
- mise en valeur,
- pénurie.

Ces quatre dynamiques peuvent utilement décrire l'évolution et la situation d'un territoire même si, à notre avis, comme on le verra plus tard, il est possible que sur le terrain se puisse déterminer un certain mélange entre elles à la suite de la présence de forces différentes: il n'est pas rare que dans un territoire on puisse observer au même temps, par exemple, des dynamiques d'érosion des ressources locales avec des dynamiques de croissance renouvelable.

³ Parmi les critiques les plus intéressantes pour le débat sur la résurgence des villes voir Markusen (2006), Storper et Manville (2006), Evans (2009).

Notre étude s'inscrit dans ce socle avec le but d'explorer l'évolution de deux cas de districts industriels italiens vers des formes de compétitivité où culture (matérielle et immatérielle) et art s'associent à l'innovation technologique. L'émergence de nouveaux acteurs et les problèmes de gouvernance font aussi part des thèmes abordés.

L'étude est la synthèse de plusieurs études de terrain, réalisés sur plusieurs années en analysant avec les acteurs locaux l'évolution du territoire et les facteurs clé de cette évolution (projets, gouvernance, acteurs).

3. BIELLA: ART ET CULTURE POUR RENFORCER L'IDENTITE SOCIALE DU DISTRICT INDUSTRIEL

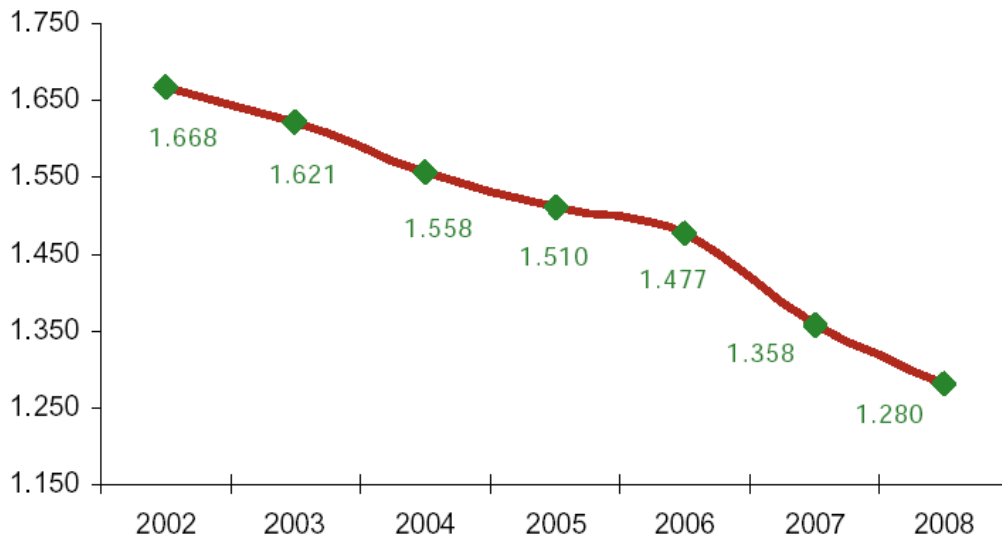
3.1. Une transition forcée par la crise

Biella est un des pôles industriels italiens les plus anciens dont les origines datent au XVIII^e siècle avec la localisation dans les vallées alpines des premières activités textiles et l'introduction de systèmes productifs de type manchesterien. L'industrie anglaise devient le modèle de référence aussi pour la qualité avec une spécialisation dans les tissus de laine peignée pour vêtements masculins qui sera conservée jusqu'aujourd'hui. Le succès des manufactures locales a permis l'émergence autour de grandes usines intégrées de quelques familles d'entrepreneurs qui ont fortement contribué à la vie politique, économique et

culturelle du jeune état italien, et de survivre au début du XX^e siècle à la crise des districts anglais. Biella devient un véritable district industriel (au sens de Marshall et Beccattini) seulement après les années '70 quand la crise industrielle touche aussi Biella et cause des taux de chômage avant inexplorés. Les ouvriers qualifiés sortis des grandes entreprises créent des petites entreprises sous-traitantes de spécialité et redonnent compétitivité au système. La structure productive devient beaucoup plus diversifiée, du point de vue sectoriel (du textile aux vêtements, à la tricoterie, aux machines textiles, aux services à l'industrie) et géographique (le district se déploie sur les plaines préalpines). Il devient un des plus grands districts d'Italie avec, en 2002, plus de 20.000 entreprises, dont près de 3.000 industrielles et 1.668 dans le textile, occupant 83 000 actifs.

Le succès de Biella a été généralement attribué à une très haute qualité du produit réalisé à partir de laines importées (mohair, alpaga, chameau, vigogne) pour les exigences de l'industrie de la mode internationale. Il faut en tout cas souligner comme les firmes les plus importantes et réputées ont conduit dans les dernières années une évolution vers le système mode et la distribution : les groupes comme Ermenegildo Zegna, Piacenza, Loro Piana sont désormais diversifiés dans l'habillement féminin, les accessoires, et sont présents tout le long de la filière jusqu'à la distribution avec des magazines mono marque ou des *corner* dans des magazines de mode.

ENTREPRISES DU TEXTILES-HABILLEMENT DANS LA PROVINCE DE BIELLA
2002-2008



Source: Movimprese Infocamere. Notre élaboration

SOUTIEN AU REVENU DES SALARIÉ DES ENTREPRISES EN CRISE (CASSA INTEGRAZIONE)
EVOLUTION DES HEURES PAYÉE

District de Biella

	2008	2009
Secteur Textile	2.805.729	7.323.934
Secteur des machines textiles	265.107	1.390.334

Source: Intesa SanPaolo sur la base de données Imps

Aujourd'hui le district de Biella doit se confronter avec une crise qui n'est pas seulement conjoncturelle, mais aussi structurelle: si dans le passé la qualité de ses produits n'était pas menacé par les produits de faible prix du sud-est asiatique maintenant les industries locales sont face à une croissance de la qualité des concurrents et à une diminution du marché classique de Biella : l'habillement formel masculine (Maggioni, 2009). Aujourd'hui, aux difficultés déjà

apparues (changement des goûts des consommateurs, croissance des concurrents, même sur les segments de haute qualité, moindre attrait pour la qualité) s'ajoute la forte crise conjoncturelle. La crise produit des fermetures et des réductions de capacités productives : entre 2002 et 2008, 400 entreprises industrielles ferment leurs portes avec une réduction de l'emploi et un taux de chômage qui reste en légère augmentation, merci le soutien de la Cassa Integrazione

Guadagni, qui connaît au contraire entre 2008 et 2009 une véritable explosion⁴. Un nouveau changement devient impératif pour ce district de 187.314 habitants (dont 45.842 à Biella ville) qui a toujours connu un des taux d'activité les plus élevés d'Italie: 67,6%.

3.2. *Les réponses du territoire*

D'ici l'idée de soutenir la spécialisation productive du district par le biais d'une image de qualité à partir de la tradition, des valeurs partagés tels que l'environnement et les droit humains, l'hybridation avec les créatifs, de l'introduction d'innovations vers des secteurs proches comme la santé et le sport.

Point fort de cette stratégie peut être considéré le projet «Biella the art of excellence» visant à relancer l'image du district autour d'un concept de qualité manufacturière où créativité et capacité artisanales se conjuguent dans un système d'excellence mondiale avec des valeurs come l'entreprise éthique et la durabilité des productions. Dans la même ligne on retrouve «Biella produces», marque d'identification et promotion du district.

Il s'agit de projets fortement soutenus par l'association patronale de Biella qui a toujours joué un rôle très important dans le territoire pas seulement de stimulation, mais parfois, comme dans ces cas, de véritable initiative active.

L'intérêt entrepreneurial s'inscrit dans le socle des initiatives de mécénats lancées dans le

⁴ La Cassa Integrazione Guadagni (CIG) est un moyen de soutien aux revenus des salariés prévu par la loi italienne qui permet aux entreprises en crise de ne pas licencier les employés. Les travailleurs ne reçoivent plus un salaire de l'entreprise mais ils reçoivent par l'état italien un salaire social pour une période définie. Trois types de CIG sont possibles selon les conditions de l'entreprise et du secteur. Après un maximum de deux ans, faute d'une reprise productive, on peut arriver à la mise en mobilité du personnel et ensuite au licenciement. Par ce mécanisme les employés en CIG ne touchent pas les taux de chômage, même s'ils sont un clair signe de la difficulté des entreprises.

siècle passé par des entrepreneurs locaux comme l'oasis Zegna⁵, la route panoramique Zegna ou le parc de la Burcina (Piacenza) qui sont encore aujourd'hui un élément d'attrait touristique et qui s'ajoutent à un système important d'associationnisme culturel qui débouche par exemple sur trois bihebdomadaires, deux revues d'histoire et culture locale, un prix artistique (Biella per l'incisione) et un prix littéraire (Biella Letteratura e Industria).

Dans les années '80 des projets importants sur le plan de l'éducation et de la recherche ont été réalisés, avec la création de Città Studi où sont localisés un institut technique textile, un centre de recherche du Cnr, des cours universitaires, un centre de transfert technologique (Textilia). Aujourd'hui, avec la création du Pole d'innovation textile (Région Piémont), il y a les conditions pour le relance de l'activité de recherche et d'innovation surtout autour des TIC et avec le projet «Textile et santé» visant à garantir la salubrité des produits textiles et à soutenir les innovations dans le champ de l'interaction entre la peau humaine et les vêtements.

Sur le plan culturel la véritable nouveauté des dernières années a été représenté par la découverte et la valorisation du territoire au sens d'un tourisme culturel; éléments forts de cette stratégie ont été pas seulement la création du musée du territoire localisé à Biella, mais surtout d'autres initiatives sur le territoire comme l'usine de la roue, un musée de la technologie textile hébergé dans l'ancien Lanificio Zignone à Pray qui représente le seul cas en Italie d'un système complet de transmission de l'énergie selon le model de la télé-dynamie. Avec sa riche récolte de documents de la culture industrielle textile locale il représente un des meilleures exemples de réutilisation du patrimoine architectural industriel.

Ils s'y ajoutent une route de la laine de 50 kilomètres et une route de l'archéologie

⁵ Un parc de sapins qui avait été planté en occasion de la création d'un sanatorium, bâti en faveur de la population locale.

industrielle réalisée dans les vallées orientales du district. Les écomusées de Biella se sont mis en réseau avec la création d'un écomusée intégré et diffusé sur le territoire avec 15 cellules muséales (dont aussi les musées cités au-dessus) ce qui est une expérience d'avantgarde et un paradigme à niveau régional et national. Un nouveau projet de création et valorisation des musées et des archives d'entreprises a été lancé par l'association patronale de Biella en 2008 sur l'horizon 2009-2012.

Mais deux autres cas importants de réutilisation du patrimoine industriel sont déjà opérationnels : la Fondation Sella créée par la famille Sella dans l'ancien Lanificio Maurizio Sella avec la mise à disposition d'un patrimoine documentaire unique (archives des familles Sella et Maggia, les archives photographiques de Vittorio Sella⁶ et du studio Rossetti de Biella, l'archive de l'association de l'industrie lainière italienne) et Città dell'Arte dans l'ancien lanificio Trombetta à Biella.

Città dell'Arte, créée en 1998 par l'artiste Michelangelo Pistoletto (un des fondateurs du mouvement de l'art pauvre) représente le point de rupture dans une évolution certainement intéressante, mais traditionnelle de réappropriation de part d'une communauté de son histoire, de sa tradition industrielle et de relance même touristique. En fait à partir de son « Projet art » il théorise et met en pratique un concept d'art ouverte à la société dans différents espaces d'activité. D'un point de vue pratique il cherche à mettre en contact le monde de la créativité (jeunes artistes) avec le monde de la production, textile en particulier. Par exemple UNIDEE – Université des Idées réalise un programme de résidence internationale visant à former la nouvelle professionnalité d' "activateur", qui réunit les caractéristiques et les compétences de l'artiste, de l'entrepreneur, du curateur du patrimoine, de l'animateur social et du

⁶ Grande alpiniste, voyageur et photographe actif au début du XX siècle

développeur local.

Dans les années on a donc assisté à des initiatives et à des interventions sur le territoire qui ont convoité à Biella surtout des jeunes artistes et intéressé les entreprises locales soit par le biais de projets spécifiques d'entreprise, soit avec de projets collectifs comme A.I.M. (Attraverso i muri) qui en 2005-2006 a mené sept artistes de niveau international à réinterpréter les murs des usines de Biella. Città dell'arte n'est pas le seule exemple d'artiste actif à Biella avec un sens collectif, mais certainement l'initiative de Pistoletto est unique dans le panorama italien (et international) par sa vision artistique, sa dimension internationale et sa capacité d'implication.

Il semble donc évident que le district de Biella a commencé un parcours évolutif où art et culture deviennent des facteurs stratégiques pour quatre objectifs:

- relance d'une image de qualité totale où le produit est strictement associé au terroir;
- relance d'un tourisme culturel de haut niveau capable d'apprécier environnement, archéologie industrielle, art ancienne et contemporaine⁷;
- création de nouvelles activités soit dans des secteurs avancés liés à la recherche dans le textile, soit dans les services créatifs et dans le tourisme ; ces activités vont part des jeunes;
- relance des localités marginales de montagne qui ont connu un processus d'abandon des activités industrielles.

Il faut néanmoins souligner deux aspects critiques: le premier concerne le manque d'un projet global même si la plupart des acteurs locaux ont démontré de partager ces objectifs.

⁷ Il s'agit néanmoins d'un retour à une activité économique qui dans le district de Biella a eu un certain succès dans la période 1850-1920 autour de l'hydrothérapie à l'époque de mode (Chiorino, 1999).

Le district de Biella qui dans le passé a révélé des excellentes capacités de gouvernance, aujourd'hui semble-t-il en difficulté face au nouveau défi qui est donc affronté avec des initiatives importantes telles que nous venons de citer, mais sans une régie commune: il s'agit sans doute d'une faiblesse même si les acteurs les plus importants (le comité de district, l'association patronale, la chambre de commerce, la province, les associations culturelles, les mairies, les grandes entreprises, les deux banques locales) y sont plus ou moins part prenants. Il y certainement la perception de l'importance du défi comme semblent démontrer soit le congrès national «Culture, art, créativité, entreprise: l'Italie comme ouvrage d'art» (Biella, 2006), soit la participation au projet «Villes créatives», mais l'engagement des différents acteurs semble discontinu, ce qui oblige à chaque projet une sorte de redéfinition des participants et des conditions.

A ce moment seul Città dell'arte semble avoir un projet défini et clair et donc représente une sorte de point fort dans le panorama du district.

4. CARRARA: L'ART POUR DIFFERENCIER UN PRODUIT PRIMAIRE

4.1. *Le pôle de la pierre de Carrara: district ou agglomération?*

Le district de Carrara est connu depuis l'antiquité pour l'extraction dans les montagnes arrières la côte de marbre blanc et gris qui était travaillé et transformé dans les villes et les villages dans la plaine entre mer et montagne. Plus récemment (après la deuxième guerre mondiale) le succès du district a été fondé sur le commerce international de pierres, marbre et granits et la réalisation dans le monde de bâtiments et travaux importants sur le plan architectural et artistique.

Ce cercle vertueux est cependant entré en crise⁸ face à la montée en puissance des pays comme la Chine qui en utilisant les mêmes machines (produites à Carrara ou en Italie) ont commencé à réaliser chez eux les premières phases du travail avec une progression rapide pas seulement en quantité, mais aussi en qualité. Tout ça a comporté des problèmes de compétitivité du district (et de ses entreprises) et de rentabilité des mêmes entreprises, poussées à transférer les productions dans les nouveaux pays producteurs. Si on ajoute à niveau local la compétition - en termes de partage des espaces, de politiques de soutien et d'identification de la population locale - du travail du marbre avec le tourisme et une croissante sensibilité locale vers l'environnement ont parvenu à comprendre les termes de la crise du district.

Le système a toujours été partagé entre le secteur de l'extraction en montagne et le secteur de la transformation dans la plaine. Il s'agit en général de PME sauf un nombre limité de grandes entreprises qui disposent aussi de caves à l'étranger et qui sont les seuls capables de répondre aux appels internationaux, souvent comme chefs de file avec des producteurs mineurs: pour eux Carrara représente sur le plan de l'image un élément qualifiant du "made in Italy".

4.2. *Projets privés et politiques publiques pour la mise en valeur du capital symbolique*

Dans ce contexte de crise le secteur du marbre artistique (statuaire), qui a toujours été une petite niche du marché, prend aujourd'hui une nouvelle envergure merci deux éléments: d'un côté l'attrait exercé sur les artistes à niveau international qui peuvent trouver dans le district (surtout dans la commune de

⁸ En 2010 les salariés en Cassa Integrazione Guadagni représentent le 8,8 % des employés dans la Province de Massa-Carrara ce qui est un des pourcentages plus élevés d'Italie; les heures de CIG rétribués ont augmentés de 336 % entre mai 2009 et mai 2010.

Pietrasanta) des laboratoires artisanales capables de gérer certaines phases délicates sur le plan technique ou pénibles sur le plan de l'effort physique de la réalisation d'une sculpture en marbre; de l'autre côté on a commencé à intégrer le cycle du marbre avec l'activité touristique avec des visites par exemple aux caves de Michelangelo⁹ ou aux laboratoires artistiques ou encore par une activité d'exposition de bonne qualité capable d'attirer même au-delà de la saison balnéaire un tourisme culturel. On pourrait donc affirmer qu'à niveau local on a été capable de transformer une ressource spécifique «dédiée» (la carrière de marbre) dans une ressource spécifique «contextualisée».

Très important sur le plan de la visibilité internationale est le salon biennal de la sculpture de Carrara (aujourd'hui arrivé à la XIV^{ème} édition) qui est devenu un événement de longue durée (de fin juin à fin octobre) avec une pluralité d'espaces d'exposition et d'événements.

En alternance, toujours à Carrara, il y a le symposium de sculpture qui sélectionne des sculpteurs que pendant la période (mois d'août) acceptent de réaliser leur oeuvres devant le publique dans les rues ou les places de Carrara. Il s'agit de deux initiatives qui associent une pluralité d'acteurs locaux (des collectivités locales à l'Académie des Beaux Arts de Carrara, à la société de gestion des foires à la banque locale) et qui débordent d'une initiale attention à la sculpture contemporaine vers des différents expressions artistiques jusqu'au design et à l'architecture. Dans ce contexte on signale encore «Stone & Style» événement dédié aux applications du marbre dans le design et le prix «Marble Architectural Awards» finalisé à supporter la meilleure utilisation du marbre par les

⁹ C'est ce grand artiste qui à découvert le marbre de Pietrasanta, qui, différemment de celui de Carrara n'avait jamais été extrait, aussi à cause de la difficulté de l'exploitation. En effet on conserve encore aujourd'hui une partie des œuvres d'ingénierie civile projetés par Michelangelo pour bâtir la route d'exploitation.

architectes.

En plus, quelques entreprises parmi les plus importantes (Henraux, Telara, Campolunghe) ont développé des projets de diversification artistique qui, bien que très liés à la promotion de leur image, ont néanmoins une capacité d'attrait et de renforcement des efforts collectifs.

On peut donc dire qu'il y a dans le district de Carrara une pluralité de projets visant à diversifier le produit merci le rappel à l'art et à la créativité, à élargir les marges de la valeur ajoutée et à intégrer finalement industrie et tourisme. Art et culture pourraient jouer un véritable rôle d'intégration et de valorisation du capital symbolique du territoire.

Par contre ce qui semble manquer c'est la coordination, même informelle, parmi ces projets dans une logique de gouvernance locale partagée. Il s'agit d'une faiblesse historique qui a des raisons très évidentes. Sur le plan administratif, le territoire du district fait part de la province de Massa et Carrara (donc deux villes: Massa avec 70.000 habitants et Carrara avec 65.000), mais aussi des provinces de Lucca à sud et de La Spezia¹⁰ à nord. En plus sur le plan industriel la division des activités entre extraction en montagne, grand groups de transformation avec des intérêts internationaux, et petits laboratoires artisanaux et encore les entreprise mécaniques et de services, a traditionnellement généré des intérêts différents, voir divergents, et donc rend difficile un partage d'objectifs sur le territoire. Il faut encore considérer que les mêmes associations patronales son divisés par province et donc on comprend comme le comité de district ait du mal à représenter une position commune et à lancer des initiatives partagées entre tous les acteurs.

¹⁰ La Spezia se trouve en Ligurie, donc ce district est sous la juridiction administrative de deux régions différentes!

5. CONCLUSIONS: LA CRISE A-T-ELLE ENGENDRE' UN NOUVEAU TYPE DE DEVELOPPEMENT ET DES NOUVELLES POLITIQUES?

A partir des deux cas présentés, on peut tirer des leçons générales pour les politiques d'accompagnement de la transition des systèmes économiques. Les deux exemples sont très différents, pour les caractéristiques du produit et pour la structure industrielle et sociale du territoire, mais ils ont des points en commun qui justifient en partie la richesse de projets qu'on a analysés :

- des districts spécialisés sur des produits de qualité, avec une image reconnue;
- avec une grande ouverture (et exposition) internationale;
- qui ont été saisis par une crise (spécifique du secteur, donc même avant la grande crise financière mondiale) qui a déjà apporté des coûts économiques et sociaux;
- les entreprises et les autres acteurs de la gouvernance ont su s'engager dans des nouveaux projets, parmi lesquels certains avec retombées incertaines et éloignées dans le temps, au lieu de s'arrêter à une bataille d'arrière-garde.

Pour une défense du système et non seulement d'un petit nombre d'entreprises actives dans la niche de la très haute qualité, il faut trouver des leviers pour différencier le produit, qui ne subissent pas l'érosion d'une concurrence toujours plus qualifiée.

Beaucoup d'études insistent sur les retombées économiques des projets culturels comme «sortie de secours» dans la désindustrialisation. Les exemples qu'on a vus montrent qu'il y a une autre façon d'exploiter la culture pour avoir des effets économiques et sociaux sur le territoire sans s'écarter de l'ancienne spécialisation. Cela signifie qu'on va chercher non seulement de créer des fluxes

touristiques autour du patrimoine culturel ou de des expositions ou événements – ce qui est un aspect mais non le plus important – mais surtout de renforcer le système productif local. Ce chemin touche à la fois un aspect social et un aspect économique.

Du point de vue social relancer de l'identité locale, avec une correcte mise en valeur du rôle joué pour cette identité par la spécialisation productive, peut augmenter la cohésion sociale, la participation à la vie publique et aux projets collectifs et, donc indirectement, améliorer la qualité de la vie.

Du point de vue économique il s'agit d'incorporer dans les produits les économies externes du système local. On peut trouver bien d'exemples de ça, surtout dans les secteurs des produits agroindustriels, pour ces produits traditionnels dont la valeur n'est pas liée uniquement aux caractéristiques physiques du produit, mais aussi à des composantes immatérielles telles que le paysage, la culture, la tradition, l'image publique du territoire.

Dans l'industrie aussi, le territoire et, en particulier, le lien entre production industrielle et image symbolique du territoire sur lequel elle est installée peut être très important, mais il n'est pas facile à exploiter. La récupération de l'identité territoriale doit devenir la base pour la naissance de nouvelles filières qui naissent de l'expansion de la spécialisation historique.

A Carrara le travail de la pierre a été relancé à travers l'association à l'idée du travail artistique du marbre et, plus en général, à travers l'image artistique du territoire, riche en patrimoine médiéval et de la Renaissance. Par contre à Biella on a associé le choix touristique avec l'usage à ces fins des anciennes usines en tant que ressources spécifiques «contextualisées» (Peyrache-Gadeau et Pecqueur, 2004) à une claire perception que le cadre histoire-art-culture-environnement peut soutenir l'image collective de Biella en tant que territoire producteur de biens de très haute qualité qui matérialisent ces mêmes valeurs.

Pour mettre en valeur le lien entre spécialisation et culture il faut agir de façon systémique sur ces deux spécificités locales. Les exemples ont montré qu'il est très difficile qu'une évolution si complexe s'enchaîne et arrive à bénéficier tout le territoire, sans un élément catalyseur, car il faut intégrer beaucoup de sujets différents (entreprises industrielles, entreprises tertiaires, sujets collectifs, acteurs publics). En plus, puisque cette tendance ou politique implique des niveaux d'action différents, quelques conditions sont nécessaires pour parvenir à un nouveau système d'offre et pas seulement à la juxtaposition de services complémentaires au produit traditionnel:

- permanence d'un fort sens d'identité lié à la production typique du territoire;
- présence d'un système équilibré d'acteurs capables d'opérer à de différents niveaux
- prédisposition de politiques, capables de favoriser l'intégration parmi des acteurs divers autour d'un objectif commun, adapté aux caractéristiques du territoire, du produit et du système;
- présence d'un acteur fort et fortement enraciné dans le territoire capable de catalyser les énergies publiques et privées sur le projet.

Les nouvelles techniques de marketing stratégique ont la tendance à associer à un produit le bénéfice qui dérive des économies externes de système. Dans les cas étudiés il s'agit de l'image créée par le territoire comme ensemble, ou comme héritage historique, à laquelle s'ajoute la contribution récente des entreprises leader et de certains projets de grande visibilité. Cette base d'appui peut être exploitée soit par les entreprises du territoire pour la promotion de leurs produits, soit par les autorités locales en termes de marketing du territoire.

C'est un système qui peut se auto-alimenter: pour les entreprises la possibilité que le

marché final puisse reconnaître le produit par rapport à des autres non différenciés sur la base de leur provenance territoriale est un facteur de compétitivité, ainsi comme pour le territoire la mise en valeur de l'identité économique peut être un facteur de cohésion (point de vue culturel) et de promotion vers l'extérieur (point de vue touristique).

BIBLIOGRAPHIE:

- ACS Z.J., MEGYESI M.I., 2007, Creativity and industrial cities: A case study of Baltimore, *Discussion Papers on Entrepreneurship, Growth and Public Policy*, n. 807, Max Planck, Institute of Economics, Jena.
- BAGNASCO A., 1977, *Tre Italie. La problematica territoriale dello sviluppo italiano*, Bologna, Il Mulino.
- BECATTINI G., 1989, Riflessioni sul distretto industriale marshalliano come concetto socioeconomico, *Stato e Mercato*, n° 25, Aprile.
- BERTACCHINI E., BORRIONE P. (2009), The city mouse and the country mouse: the geography of creatività and cultural production in Italy, Università di Torino, Dipartimento di Economia "S. Cagnetti De Martiis", *Working Paper*, n. 2.
- BONACCORSI A., GRANELLI A., 2006, *L'intelligenza s'industria, creatività e innovazione per un nuovo modello di sviluppo*, Il Mulino, Bologna.
- BRUSCO S. (au soins de), 1989, *Piccole imprese e distretti industriali*, Rosenberg & Sellier, Torino.
- CALABRESE G., LEONE G., ROLFO S., VITALI G., 2007, Innovazione tecnologica nel settore lapideo. Un'indagine sul distretto apuo-versiliese, *Ceris-Cnr, Rapporto Tecnico*, n° 9, mai.
- CAVES R.E., 2000, *Creative industries. Contracts between art and commerce*, Harvard University Press, Cambridge, Mass.

- CE-KEA, 2006, *The economy of culture in Europe*, Bruxelles.
- CHIORINO G.P., 1999, Quasi un secolo di cure ghiacciate, *Rivista Biellese*, n° 4, octobre.
- DOSI, G., PAVITT K., SOETE L., 1990, *The Economics of Technical Change and International Trade*, Brighton, Wheatsheaf.
- EBERT R., KUNZMANN K.R., 2007, Kulturwirtschaft, kreative Räume und Stadtentwicklung in Berlin, *Disp*, vol. 171, n° 4, pp. 64-79.
- EVANS G., 2009, Creative cities, creative spaces and urban policy, *Urban Studies*, vol. 46, n° 5-6, pp. 1003-1040.
- FLORIDA R., 2002, *The rise of the creative class*, Basic Books, New-York.
- GARNIER J., (aux soins de) 2008, *La transition des anciens tissus productifs aux nouveaux clusters. Provence-Alpes-Côte d'Azur, Piémont, Comunitat Valenciana*, Harmattan, Paris.
- GILLY, J.P., WALLET F., 2001, Forms of Proximity, Local Governance and the Dynamics of Local Economic Spaces: the Case of Industrial Conversion Processes, *International Journal of Urban and Regional Research*, vol. 25, n°3, pp. 553-570.
- GOSSELIN F., BAIER E., MULLER E., ZENKER A., COHENDET P., 2009, «Métropoles créatives: acteurs et facteurs à Montréal, Barcelone et Mannheim», in MULLER E (aux soins de) *Regards croisés sur la culture, l'innovation et la créativité en Alsace*, Strasbourg et Karlsruhe, BETA, Fraunhofer ISI et Strasbourg Conseil.
- HELPMAN E., KRUGMAN P., 1985, *Market Structure and Foreign Trade: Increasing Returns, Imperfect Competition, and the International Economy*, Cambridge (Mass.), MIT Press.
- KEBIR L., CREVOISIER O., 2004, «Dynamique des ressources et milieux innovateurs», in CAMAGNI R., MAILLAT D., MATTEACIOLI A. (aux soins de), *Ressources naturelles et culturelles, milieux et développement local*, GREMI et EDES, Neuchâtel, pp. 261-290.
- LACOUR C., PUISSANT S., 2008, Medium-sized cities and the dynamics of creative services, *Cahiers du GRES*, n° 7, mars.
- LANDRY C., 2008, *The creative city. A toolkit for urban innovators*, Earthscan, Londres.
- LIEFOOGHE C., 2009, La créativité: une ressource pour le développement économique d'une région de tradition industrielle?, *relation au XLVI Colloque ASRDLF*, Clermont-Ferrand, 6-8 juillet.
- LONGHI C., (2005), Local systems and networks in the globalisation process, in Quadrio Curzio A. et Fortis M. (aux soins de), *Research and technological innovation. The challenge for a new Europe*, Physica Verlag, Heidelberg.
- MAGGIONI, M.A. (aux soins de), 2009, Il distretto tessile biellese. L'eccellenza sfida la crisi, Libri Schwiwiller, Milano.
- MALERBA, F., ORSENIGO L., 1995, Schumpeterian Patterns of Innovation are Technology Specific, *Research Policy*, vol. 25, n° 3, pp. 451-478.
- MALMBERG A., SÖLVELL O., ZANDER I., 1997, Accumulazione locale di conoscenza e competitività delle imprese, *Sviluppo locale*, vol. IV, n° 4.
- MARKUSEN A., 2006, Urban development and the politics of a creative class: Evidence from the study of artists, *Environment and Planning A*, vol. 38, n° 10, pp. 1921-1940.

- MENDEZ A., RAGAZZI E., 2008, «La dualité coopérative dans deux districts en transition», in GARNIER J. (aux soins de), *Des anciens tissus productifs aux nouveaux clusters: quelle transition?*, L'Harmattan, Paris.
- MISIANI A., VALENTINO P., 2004, *Gestione del patrimonio culturale e del territorio*, Carrocci, Roma.
- MUELLER K., RAMMER C., TRÜBY J., 2008, The role of creative industries in industrial innovation, *ZEW Discussion paper*, n° 109.
- NESTA, 2006, *Creating growth. How the UK can develop world class creative business*, Londres.
- PADULA G., TINAGLI I., 2005, *Biella nell'era creativa*, Creativity Group Europe, octobre.
- PEYRACHE-GADEAU V., PECQUEUR B., 2004, Les ressources patrimoniales: une modalité de valorisation par les milieux innovateurs des ressources spécifiques latentes ou existantes, in CAMAGNI R., MAILLAT D., MATTEACIOLI A. (aux soins de), *Ressources naturelles et culturelles, milieux et développement local*, GREMI et EDES, Neuchâtel, pp. 71-89.
- PORTER M., 1993, *L'Avantage concurrentiel des nations*, Dunod.
- PUISSANT S., 2008, La question des services créatifs dans les villes moyennes : agglomération ou attraction?, in G. POUYANNE (au soins de), *Un renouveau des villes moyennes par les services aux entreprises?*, Gretha, Bordeaux, octobre.
- RAGAZZI E. (2007), Il Patrimonio Teatrale Antico per lo Sviluppo Locale: problematiche e linee guida dall'analisi dei casi del progetto Mediteatri, in *Archeologia, Turismo e Spettacolo, Quaderni Formez*, n° 56, Roma.
- RAGAZZI E., MILANETTO L., 2007, Le patrimoine archéologique ancien pour le développement local, colloque *Création d'entreprises et territoires*, 3 et 4 Décembre, Tamanrasset, Algérie.
- ROLFO S., 2008, La gouvernance locale comme moteur de l'évolution des territoires, in GARNIER J. (aux soins de), *Des anciens tissus productifs aux nouveaux clusters: quelle transition?*, L'Harmattan, Paris.
- SANTAGATA W. (aux soins de), 2009, *Libro bianco sulla creatività. Per un modello italiano di sviluppo*, Università Bocconi Editore, Milan.
- SANTAGATA W., 2002, Cultural Districts, Property Rights and sustainable Economic Growth. *International Journal of Urban and Regional Research*, n° 26, http://www.eblacenter.unito.it/WP/1_WP_Ebla.pdf.
- SANTAGATA W., 2005, I distretti culturali nei paesi avanzati e nelle economie emergenti, *Economia della Cultura*, n° 2.
- SCOTT A.J., 2006, Creative cities: conceptual issues and policy questions, *University of California Post prints paper* n° 2499.
- SCOTT A.J., GAROFOLI G., 2007, The Regional Question in Economic Development, in SCOTT A.J., GAROFOLI G. (aux soins de), *Development on the Ground: Clusters, Networks and Regions in Emerging Economies*, Routledge, New York.
- STORPER M., MANVILLE M., 2006, Behaviour, preferences and cities: urban theory and urban resurgence, *Urban Studies*, vol. 43, n° 8, pp. 1247-1274.
- TINAGLI I., FLORIDA R., 2005, *L'Italia nell'era creativa*, Creativity Group Europe, octobre.
- UNDP-UNCTAD, 2008, *Creative Economy*, Report 2008, Nations Unies, Genève.
- Unione Industriale Biellese-Camera di Commercio Biella, 2009, *Economia Biellese 2008*.

 Consiglio Nazionale delle Ricerche

CERIS

Working Paper Ceris-Cnr

ISSN (*print*): 1591-0709 ISSN (*on line*): 2036-8216

Download



http://www.ceris.cnr.it/index.php?option=com_content&task=section&id=4&Itemid=64

Hard copies are available on request,

please, write to:

Ceris-Cnr

Via Real Collegio, n. 30

10024 Moncalieri (Torino), Italy

Tel. +39 011 6824.911 Fax +39 011 6824.966

segreteria@ceris.cnr.it <http://www.ceris.cnr.it>

Copyright © 2010 by Ceris-Cnr

All rights reserved.

Parts of this paper may be reproduced with the permission of the author(s) and quoting the source.