

#BETTER  
MUSIC  
CITIES

SOUND  
DIPLOMACY

# MANUALE DI RESILIENZA

---

PER LE CITTÀ DELLA MUSICA



UNA SCENA  
MUSICALE  
RICCA E VIBRANTE  
CREA FELICITÀ. È  
IMPORTANTE COME  
L'ARIA. DEVI AVERLA  
NELLA TUA VITA PER  
RICORDARTI CHE VALE  
LA PENA VIVERLA.

Dave Grohl, 2019<sup>1</sup>

Immagine di copertina © Antonio Hugo/Adobe Stock  
Immagine di retro copertina © svtlini/Adobe Stock  
Immagine pagina seguente © eskystudio/Adobe Stock

# MANUALE DI RESILIENZA PER LE CITTÀ DELLA MUSICA

## COME COSTRUIRE MIGLIORI CITTÀ DELLA MUSICA

Un piano per aiutare la ripresa attraverso la musica, come attivare un processo di resilienza e creare città della musica migliori per un nuovo sviluppo urbano.

#BETTER  
MUSIC  
CITIES



# INTRODUZIONE



La crisi economica e sociale internazionale innescata dalla pandemia del COVID-19, ci ha costretti a riesaminare le nostre prospettive sul valore attribuito a ruoli e meccanismi di funzionamento – sia che riguardi il salario dei lavoratori essenziali come infermieri o gli addetti alle pulizie, o che si parli del nostro modo di percepire l'importanza del lavoro di insegnanti e dottori.

**L'isolamento forzato ha anche intensificato il valore delle arti e della cultura in relazione alla salute mentale, al benessere e alle abilità di connetterci con gli altri senza necessariamente accorgerci che stiamo occupando lo stesso spazio fisico in un preciso momento.**

La possibilità di ascoltare la musica, imparare a suonare uno strumento, fare lezioni di danza o cantare in un coro in collegamento Zoom, è stata un'ancora a cui appigliarsi per molti di noi in questi tempi di crisi. La musica, come quasi nient'altro, ha favorito e rafforzato un senso di comunità e connessione in momenti di profondo isolamento.

Per decenni, si è visto allo sport come uno strumento attraverso cui generare un innegabile ritorno sull'investimento in termini di salute pubblica e benessere. Non allo stesso modo si è visto alla musica. Oggi, nel corso di questa cupa crisi attuale, comprendiamo perfettamente l'impatto e i risultati positivi che la musica e la cultura riescono a generare quando si tratta di apportare benefici sulla salute, sia mentale che fisica. La musica ha rivelato, ancora una volta, tutto il potere della sua energia creativa capace di rafforzare la tenuta e la coesione sociale.

Questo studio di Sound Diplomacy vuole analizzare la cultura come forza tangibile e quantificabile al servizio del bene pubblico. Mi auguro sinceramente che i nostri leader possano trarne ispirazione e prenderne spunto.

Nel momento del bisogno, la musica ci ha dato tanto. Dovremmo sempre ricordarcene della sua capacità di creare comunità e apportare continuo valore alla nostra società. Il sistema musicale merita più investimenti e maggiore attenzione, come ogni altro piano strategico per lo sviluppo sociale.

## Paul Pacifico

CEO, Association of Independent Music, UK

Visiting Professor in the 'Artist as a Startup', Berklee Valencia, Spain

Trustee, English National Ballet

Strategic Advisor, Creative Industries Federation, UK



# PREMESSA

**Vogliamo ripensare e ridisegnare il ruolo della musica nelle nostre città, nei nostri paesi. Questo manuale vuole favorire l'inizio di un nuovo processo d'innovazione.**

Milano sta riprogettando l'intero sistema della mobilità.<sup>2</sup> Singapore sta rinnovando il design dei propri spazi pubblici.<sup>3</sup> In tutto il mondo, la pandemia ci sta incoraggiando a ripensare il nostro ambiente urbano. Le aziende sono state sconvolte e le norme, dal prezzo dell'olio al nostro bisogno di incontrarci in ufficio, stanno cambiando. Ma una costante è rimasta tale: il bisogno collettivo – e il piacere – della musica. Il World Economic Forum afferma che Beethoven può "salvarci dalla crisi".<sup>4</sup> Le dirette streaming, l'acquisto di strumenti musicali e la nuova musica caricata online stanno aumentando. Molta più gente ascolta la musica, servendosi per combattere l'isolamento. Molti di noi hanno visto video di cittadini italiani e spagnoli cantare dai balconi.

Ma le fondamenta su cui la musica è costruita – come entertainment e come business – sono malfunzionanti. I musicisti stanno perdendo i mezzi di sostentamento. La musica live è annullata. L'industria – come altre – ha perso entrate significative.

## Abbiamo bisogno di musica.

E, se abbiamo bisogno di qualcosa, creiamo sistemi, strutture e leggi per facilitarne la diffusione, per proteggerla e investire su di essa. Ma non è lo stesso per la musica. È il contenuto che viene valutato piuttosto del creatore. Ingiustizie che esistono da troppo tempo hanno ridotto le entrate degli artisti, ridotto i programmi di educazione musicale e promosso politiche che proteggono multinazionali invece dello sviluppo del talento locale. **Ciò deve cambiare.**

Questo manuale offre una prospettiva diversa. Se reinventiamo il ruolo della musica e della cultura nella fase di ripresa, possiamo creare una nuova norma in cui vi siano contributi attivi, economici e sociali per tutti noi. Per fare ciò, dobbiamo **cambiare il nostro modo di pensare alla musica e alla cultura.** Dobbiamo essere onesti su ciò che abbiamo fatto in passato, quel che ha funzionato e non, e come – senza risorse aggiuntive – possiamo creare un migliore ecosistema musicale e culturale che funzioni per tutti noi.

Il nostro obiettivo non è di essere autorevoli, ma inquisitori. Come possiamo creare città musicali più eque nella fase di ripresa? Se stiamo immaginando future città con più biciclette e meno macchine, con aria più pulita e meno inquinamento, perché allora non creare anche delle migliori città musicali? **Possiamo farlo.**

Questo manuale descrive come favorire un maggiore sviluppo urbano attraverso la musica e come costruire un migliore ecosistema culturale nel prossimo futuro. Stiamo riunendo i migliori esperti attraverso le nostre piattaforme per confrontarci, dibattere e costruire assieme un nuovo *brain trust* globale per la realizzazione di #bettermusiccities.

Possiamo creare *città della musica* migliori ed economie creative più forti. Ciò richiede che le istituzioni si impegnino a prendere decisioni politiche coraggiose di leadership e partnership. Questo manuale non è che l'inizio. Il meglio deve ancora venire.

**Leggi. Pensa. Commenta. Agisci. Unisciti a noi.**

[www.bettermusiccities.com](http://www.bettermusiccities.com)  
[www.sounddiplomacy.com](http://www.sounddiplomacy.com)  
[www.musiccitiesevents.com](http://www.musiccitiesevents.com)

#bettermusiccities



## NOTE PER I LETTORI

**Il nostro studio non vuole predire il futuro, né vuole criticare le iniziative attuate per porre rimedio alle difficoltà di artisti, musicisti e creativi. Ogni centesimo devoluto sul conto bancario o al portafogli di un creativo è benvenuto. Più supporto c'è, meglio è.**

### **Vorremmo inoltre far notare quanto segue:**

- Questo report è stato originariamente scritto in inglese americano, con il dollaro americano come moneta di riferimento. Ciò non significa che si debba privilegiare un paese piuttosto che un altro, ma pensavamo che, in questo modo, fosse più facile rendere questo manuale rilevante a livello globale.
- Siamo inoltre stati travolti da commenti positivi dopo aver condiviso la prima stesura. Per cui ti invitiamo ad utilizzare questo report come un documento fluido, dal quale far scaturire delle domande e far avviare un dibattito. Ci auguriamo che sia il primo di tanti report scritti su questo argomento mentre il mondo continua a cambiare, giorno dopo giorno. Abbiamo già iniziato la stesura del prossimo.
- Se interessati a partecipare, mandate una mail a [info@sounddiplomacy.com](mailto:info@sounddiplomacy.com). Vi risponderemo.

- Questo report è incentrato su cosa le città – e tutti noi che ci viviamo – possiamo fare per sostenere al meglio la musica. Non considera ciò che il settore musicale può fare per sostenere le città. Ciò sarà oggetto di un prossimo studio.
- Non abbiamo intenzione di creare sensazionalismo sulla musica. Tutta l'arte è ugualmente di valore. La musica è il nostro settore, ciò che conosciamo. È per questo che ne abbiamo scritto al riguardo. Crediamo che possa essere detto lo stesso della danza, della scultura, delle belle arti o di qualunque linguaggio artistico. Investire in una di queste forme significa investire su tutti noi.
- Ci sono così tanti aspetti sulla musica che tocchiamo, ma non vi andiamo fino in fondo. La musica significa così tante cose per così tante persone. L'abbiamo capito. Vi preghiamo di leggere questo report attribuendo alla parola musica tutti i significati che volete.

- Ogni settore dell'industria musicale è essenziale e tutti meritano di essere ascoltati e supportati.
- Vi preghiamo di sostenere i talenti locali. Di pagare per le dirette streaming. Di comprare biglietti per spettacoli futuri. Di iscrivervi a quelle lezioni di chitarra di cui parlate sempre. Di prendere parte attiva. Di cantare. La musica è per tutti noi.

**Grazie per voler comprendere quanto abbiamo da dirvi. Non vedo l'ora di parlare con voi.**

**Shain Shapiro, PhD**

## INTRODUZIONE





# PORRE LE BASI

**Il mondo come lo conosciamo oggi è diverso da quello che condividevamo due mesi fa. L'impatto del COVID-19 ha portato innumerevoli sfide al nostro modo di vivere – al lavoro, a come ci incontriamo e a come ci relazioniamo con gli altri.**

Questa pandemia è considerata la più importante sfida globale dalla Seconda Guerra Mondiale.<sup>5</sup> La crisi del COVID-19 sta colpendo il mondo di 3.3 miliardi di lavoratori.<sup>6</sup> Metà dei lavoratori nel mondo sta rischiando di perdere la propria occupazione.<sup>7</sup> In Europa e nel continente americano, più del 40% degli impiegati lavorano in settori ad alto rischio.<sup>8</sup> Quasi metà (40%) degli adulti americani non sono riusciti a risparmiare \$400 nel loro conto bancario per le emergenze.<sup>9</sup> Negli Stati Uniti, quasi 26 milioni di persone hanno fatto domanda per la cassa integrazione da marzo alla fine di aprile.<sup>10</sup> 78% dei lavoratori americani faticano ad arrivare a fine mese, e i banchi alimentari sono mal forniti. Ad Amherst, nel Massachusetts, ad esempio, un banco alimentare ha distribuito 847% in più di cibo nel marzo 2020 rispetto all'anno precedente.<sup>11</sup> In oltre 950.000 hanno fatto domanda per l'Universal Credit (sussidi pubblici) nel Regno Unito dall'inizio della crisi.<sup>12</sup> 700.000 persone hanno perso il lavoro in Australia nel primo mese di crisi, con la disoccupazione prevista fino al 16%.<sup>13</sup> In Germania, 718.000 di compagnie hanno ridotto le ore dei propri lavoratori attraverso il programma di congedo non pagato lanciato dal governo, a marzo e aprile.<sup>14</sup>

Per molti settori economici, l'impatto è stato negativo. Con negozi e aziende chiuse e milioni di lavoratori costretti a lavorare da casa, la produttività ha subito un calo netto.<sup>15</sup> Ma diverse imprese e industrie hanno risposto con creatività, ingegnosità ed innovazione. Aziende che prima producevano automobili hanno reindirizzato i propri sforzi a produrre ventilatori polmonari. Manifatture di abbigliamento stanno producendo attrezzature sanitarie. I ristoranti hanno lanciato o espanso i loro servizi di consegna a domicilio e takeaway. Classi di fitness, lezioni di musica e corsi di lingua si sono spostati online per necessità.

**Una costante in tutto questo, ad ogni modo, è il nostro bisogno collettivo di musica, arte e cultura. Infatti, la domanda sta aumentando notevolmente malgrado le industrie creative stiano affrontando pesanti perdite finanziarie.**

Ad esempio, il numero di iscritti ad Apple Music continua a salire, ora arrivato a 60m<sup>16</sup> e Disney+ ha raggiunto 50 milioni di iscritti dal lancio di cinque mesi fa.<sup>17</sup> La musica, le arti e la cultura sono strumenti vitali per ispirare le persone, preservare lo spirito di comunità e accrescere il benessere. Dagli italiani agli spagnoli che cantano dai balconi

in simbolo di solidarietà, alla crescita dei cori online, alle sinfonie virtuali, ai concerti in live streaming e le mostre museali online, il ruolo della musica, dell'arte e della cultura è sempre più importante per la salute mentale.

Tuttavia, molti di coloro che creano musica, arte e cultura vivono una situazione di difficoltà senza precedenti. Più di 500 festival all'aperto in grande scala sono stati cancellati in tutto il mondo.<sup>18</sup> Sondaggi da Stati Uniti e Europa non fanno presagire niente di positivo. Nel Regno Unito, ad esempio, secondo la Musicians Union, sono stati persi più di \$60 milioni in tasse per musicisti e band fino ad ora.<sup>19</sup> Secondo l'Americans for the Arts, l'industria americana delle arti e della cultura ha perso \$4.5 miliardi tra più di 11.000 di organizzazioni. Un reportage congiunto di tutte le associazioni musicali tedesche stima una perdita di 5.4 miliardi di euro (\$6mld) per il settore della musica nei prossimi sei mesi.<sup>20</sup> Secondo l'Australian Bureau of Statistics, solo il 47% delle arti e delle imprese creative sono ancora in attività, in confronto a prima che la crisi iniziasse.<sup>21</sup>

Come risultato, istituzioni e governi in tutto il mondo stanno offrendo milioni per sostenere artisti, musicisti, creativi e associazioni culturali non-profit.<sup>22</sup> Città come Detroit e Los Angeles

negli Stati Uniti hanno creato il proprio programma d'aiuto per artisti, in cooperazione con banche e fondazioni locali.<sup>23</sup> La città di Amburgo in Germania ha creato un fondo d'aiuto speciale per club e locali, per un totale di 1.5 milioni di euro (\$1.7m).<sup>24</sup> Come i fondi stanno circolando nelle arti, verso i \$100m a livello globale nel maggio 2020, è tempo di iniziare a pensare a cosa possiamo imparare da questa crisi così che, quando la prossima si presenterà, la musica, le arti e i settori creativi siano meglio preparati, pieni di risorse e strutturati a sostenerne l'impatto.<sup>25</sup>

**LA MUSICA, LE ARTI E LA CULTURA SONO STRUMENTI VITALI PER ISPIRARE LE PERSONE, CONSERVARE LO SPIRITO COMUNITARIO E CONTRIBUIRE AL BENESSERE.**



In senso orario da in alto a destra:  
Image © ismel leal/Adobe Stock  
Image © Antonio/Adobe Stock  
Image © PhotoSpirit/Adobe Stock



## COSA SAPPIAMO

- Le industrie globali dell'arte, della musica e della cultura non sono preparate a far fronte all'attuale crisi.
- Attraverso la crisi del COVID-19, ci stiamo sempre di più unendo attraverso le arti, la musica e la cultura.
- Non tendiamo a trattare le arti, la musica e la cultura come essenziali. Ma il loro prodotto si sta rivelando un bene essenziale.

Economie post-industriali danno priorità allo sviluppo dei beni: attraverso la vendita si ricava profitto e si pagano gli azionisti. La musica è stata riproducibile come prodotto "soft" per oltre un secolo, per cui si adatta molto bene a questo modello. Il problema è che, quando la musica diventa una parte di questo modello, si disconnette dalle proprie radici creative proprio come il creatore, già raramente rispettato.

Questa connessione necessita di una modifica. Dobbiamo apprezzare il *creatore* quanto la *creazione*. Per sostenere ciò, abbiamo sviluppato questo manuale: una guida per meglio comprendere cosa è successo, come ci saremmo potuti preparare diversamente e cosa si possa fare in futuro.

**Questo è il nostro  
Manuale di Resilienza per  
le Città della Musica.**

La focalizzazione sulla musica è in linea con altri report di Sound Diplomacy, ma questa guida va oltre la musica come industria, vocazione o strumento educativo. Le arti posso guarire le nostre ferite comuni, così che il vero obiettivo sia come meglio condividere ed esprimere la nostra ripresa collettiva.



Immagine © eshana\_blue/Adobe Stock

## PARTE 1 INTRODUZIONE AL GRANDE PARADOSSO<sup>26</sup>

Immagine © babaroga/Adobe Stock



NON È ABBASTANZA AVERE  
MUSICISTI DI SUCCESSO.  
SERVONO ANCHE TANTE  
STRUTTURE ED OPPORTUNITÀ  
PER AIUTARE I CREATIVI A FAR  
FECONDARE LE PROPRIE IDEE.  
LA CONVERGENZA DI FATTORI  
ESTERNI AIUTA A INCORAGGIARE  
IL TALENTO LATENTE A FIORIRE  
NELL'AMBITO DI UNA COMUNITÀ.

Davd Byrne, 2018<sup>27</sup>

In senso orario da in alto a destra:  
Immagine © eshana\_blue/Adobe Stock  
Immagine © master1305/Adobe Stock  
Immagine © kappa400/Adobe Stock

## 2.1 DOVE ERAVAMO RIMASTI?

Siamo convinti che:

1. LE ARTI,  
LA MUSICA E LA  
CULTURA SIANO BENI  
PUBBLICI. TUTTI NOI  
CI AFFIDIAMO AD ESSE  
CON LA CONVINZIONE  
CHE SIANO SEMPRE  
LÌ, E SEMPRE LO  
SARANNO.

2. IN TEMPI DI  
CRISI, CI AFFIDIAMO  
A CIÒ CHE CONOSCIAMO  
– SE CI APPOGGIAMO  
ALLA MUSICA IN TEMPI DI  
BISOGNO, È QUEL CHE  
SEMPRE FAREMO IN  
SITUAZIONI SIMILI.

3. LA CRESCITA  
ECONOMICA  
VISSUTA DA QUESTI  
SETTORI È EVIDENTE E BEN  
DOCUMENTATA. EPPURE,  
IGNORIAMO I FATTORI  
ECONOMICI NECESSARI AD  
ASSICURARE CHE LE ARTI,  
LA MUSICA E LA CULTURA  
CONTINUINO A  
SVILUPParsi.

Noi lo chiamiamo *Il Grande Paradosso*, ed è esploso in tutta la sua complessità nell'era del COVID-19. Il pubblico consuma musica, arte e beni culturali a un ritmo accelerato, ma non sta contribuendo finanziariamente per assicurare che gli artisti, i musicisti e i creativi, dal cui lavoro traggono beneficio, possano venire incontro ai propri bisogni più essenziali. Per la vasta maggioranza, la loro arte non paga le bollette, e sono costretti a fare secondi e a volte terzi lavori per poter continuare a creare arte.

## ESPLORANDO IL GRANDE PARADOSSO

Le cose a cui ci affidiamo maggiormente sono quelle che più diamo per scontato.

Quando apriamo il rubinetto e ci versiamo un bicchiere pulito d'acqua, pochi di noi conoscono le infrastrutture, i sistemi e le leggi che hanno consentito quel gesto. Per coloro che sono fortunati abbastanza da avere acqua pulita, è raro immaginare—o capire—le pompe di estrazione, gli impianti di depurazione, tubi e pozzi che devono funzionare correttamente affinché quel momento possa accadere. Questa dissonanza cognitiva è inclusa nell'esitazione di alcuni di noi nel credere che il riscaldamento globale sia una minaccia esistenziale. In un certo senso, vedere e credere sono la stessa cosa.

Le industrie creative funzionano allo stesso modo.<sup>28</sup> Prendete la musica. Quando sentiamo una canzone alla radio, il nostro cervello si concentra su quella canzone, piuttosto che sull'apprezzarne le infrastrutture e i sistemi che hanno contribuito a crearla. Analizzandolo, questo è ciò che è dovuto accadere:

- Uno strumento musicale è stato progettato, disegnato, modellato e prodotto con tutti i materiali necessari per far sì che potesse riprodurre dei suoni;
- In tenera età, giovani individui sono stati introdotti allo studio della musica;
- Pratica, esercizio, studio, che sia stato svolto in camere da letto, sale prove, aule di scuola;
- Singoli musicisti o gruppi hanno dovuto convertire un'idea musicale in una struttura che potesse essere compresa dagli altri – versi, ritornelli, un bridge e melodie;

- Sono stati creati spazi e i luoghi deputati per scrivere, produrre e registrare musica. Ciò ha necessitato design, costruzione, logistica, trasporto, permessi, licenze, salute e sicurezza, tra le altre esigenze;
- Una qualche forma di industria è dovuta esistere per diffondere la canzone – ovvero stazioni radiofoniche o piattaforme di streaming. La gestione dell'aspetto legale, contabile, delle risorse umane e dei diritti legato alla commercializzazione della canzone stessa;
- È stato creato un modello economico per retribuire coloro che hanno creato la musica, ogni volta che quest'ultima viene suonata/campionata/usata. Ciò ha permesso loro di guadagnare un salario così da permettere loro di continuare a fare musica.

E se avete sentito il pezzo live? Aggiungete quanto segue:

- I promotori sono stati necessari per coordinare concerti e agenti per prenotare gli artisti. Le compagnie legate alla vendita di biglietti sono state necessarie per vendere biglietti. Tour manager sono stati assunti per gestire il coordinamento delle operazioni.
- Diversi lavori secondari sono stati implementati e pagati fra cui illuminazione, allestimento, ingegneria del suono, catering, gestione del tour, servizi di ospitalità, manutenzione, pulizie, sicurezza e così via.

Tutti noi necessitiamo e vogliamo l'output finale del processo creativo. Eppure, i sistemi che forniscono musica e cultura si basano su sistemi vecchi e datati, in disperato bisogno di essere innovati. Delle rapide misure possono essere adottate per assicurare che il sistema funzioni nella crisi attuale, ma adesso dobbiamo iniziare a considerare come potrebbe essere un mondo migliore se riformassimo il sistema per risolvere il Grande Paradosso.

Cosa accadrebbe se trattassimo la musica, le arti e la cultura come ogni altra forma d'infrastruttura e le dessimo priorità? Tale domanda può essere posta da ogni organizzazione, che sia di arte, musica o cultura, o un governo di ogni dimensione, ovunque. Crediamo che tale domanda verrà posta e, per portare avanti questa idea, ci concentreremo su una piattaforma artistica che ne tocca molte altre, **la musica**.

**VI PREGO DI APPREZZARE E CAPIRE CHE IL VALORE NETTO DI QUESTA RARA ARTE MUSICALE, PROPRIO QUI NEL TUO CORTILE, È SENZA PREZZO E INESTIMABILE.**

Al Bell, Presidente e Proprietario della Stai Records & Presidente di Motown Records Group<sup>29</sup>







## 2.3

# IL GRANDE PARADOSSO E LE CITTÀ AD AGGRAVARE IL PROBLEMA

Come Richard Florida fa notare, i lavori creativi nelle città americane sono cresciuti del 72.5% dal 2005, in confronto alla crescita del 13.6% nel mercato del lavoro in generale.<sup>30</sup> Ciò corrisponde a 11 milioni di lavoratori in più. Mentre alcune città hanno espanso le proprie classi creative più degli altri, molte aree metropolitane americane e altre città nel mondo hanno testimoniato un'espansione e con essa un aumento nei prezzi dell'alloggio, affitto e servizi. Le città stanno diventando più inique.<sup>31</sup>

Certi luoghi conosciuti come 'città della musica' negli Stati Uniti hanno disparità significative di entrate. Austin è conosciuta come la *Live Music Capital of the World*, la capitale della musica live.<sup>32</sup> Eppure, secondo l'Austin Community Foundation "le entrate medie nelle famiglie bianche sono pari a \$72.341 e a \$40.004 per quelle nere."<sup>33</sup> Il Nashville Visitors and Convention Bureau ha registrato il termine *Music City*, città della musica.<sup>34</sup> Quelle alla decima posizione, però, guadagnano di più di quelle alla novantesima posizione, messe insieme.<sup>35</sup> Entrambe le città hanno visto i prezzi delle case e dell'affitto aumentare e Austin è tra le più grandi negli Stati Uniti.<sup>36</sup>

Queste statistiche posso essere messe a confronto con altre città nel resto del mondo. Berlino e Dublino, entrambe famose per la musica e la vita notturna, soffrono a causa di sfide simili riguardanti il costo degli alloggi.<sup>37</sup> Nessuna di queste città è anomala. Vero è che entrambe le città hanno usato la musica più di altre per attirare talenti, farsi pubblicità e creare lavori. Il risultato è che l'inevitabile crescita dei creativi nelle città (imprenditori, artisti e musicisti) aumenta le iniquità sociali.<sup>38</sup> Ciò può essere perpetuato e rinforzare il *Grande Paradosso*, creando diverse contraddizioni complesse alla propria radice. Le città competono per il talento attraverso i settori. La tecnologia e i servizi professionali attraggono salari più alti, che apportano più tasse e reddito disponibile. Questa competizione è tassata da camere del commercio, enti turistiche e autorità dello sviluppo economico. Quando un luogo è destinato ad avere successo – così tanto che attrae imprenditori e lavoratori creativi per fornire servizi – ciò spesso è attuato attraverso la rimozione, piuttosto che l'addizione. Ciò può far aumentare l'affitto e i costi della vita. Eppure, allo stesso tempo, le città celebrano il risultato di tale creatività – locale o importata che sia.

Questa competizione spesso considera le fondamenta essenziali costruite nelle comunità, per approfittare di questa crescita di lavoratori, lavori e opportunità. Per assicurarsi che tale crescita dia opportunità a persone di diversa età, razza, genere, occupazione e così via, le leggi che sostengono questa crescita devono riconoscere i punti di pressione. Riformare l'uso del suolo e la politica della zona, mettere a disposizione alloggi convenienti, trasporto pubblico ed educazione sono tutte azioni necessarie. Senza tutto ciò, il paradosso viene rinforzato e accresce l'iniquità in una città della musica e della cultura come prodotto del proprio successo.

Ad esempio, spesso le città competono per una nuova arena o un festival come priorità chiave, al di là della qualità e della disponibilità dell'educazione musicale nelle scuole pubbliche. Inclusa in questa ambizione di sviluppare l'economia creativa di una città (e promuovere il *Grande Paradosso*) vi è una complessa rete di razzismo strutturale e classismo – che ancor di più rende acerba questa mancanza di comprensione dei bisogni dell'economia creativa. Molte città sono piene di regole inique sull'uso terreno che sostengono l'eredità del *redlining*



(specialmente nell'America del Nord), ineguaglianze di salario a basate su razza, genere e classe e una mancanza di opportunità. Le città che perseguono le economie creative senza assicurarsi che tutte le decisioni necessarie siano prese per riconoscere tali problemi strutturali sono spesso parte del problema.

Le città celebrano miglior caffè, più murali, avvalendosi del diritto di vantarsi se un famoso musicista emerge e così via, ma spesso mancano dell'umiltà e di capire meglio il paradosso e con esso il razzismo e spesso anche il classicismo. La musica, le arti e la cultura possono essere strumenti per alleviare questi problemi di struttura urbana se inclusi nello sviluppo comunità, piuttosto che esservi imbullonati.

Amazon, ad esempio, ha ricevuto uno sconto \$129 milioni sulle tasse negli Stati Uniti e 294 milioni di euro (\$310m USD) in Europa nel 2019.<sup>39</sup> Immaginate ora questo sconto diviso in pagamenti da \$100.000, disponibili a ogni comune, ad esempio, per essere investiti localmente nella musica, nelle arti e nella cultura. In alternativa, provate a immaginare cosa accadrebbe se Amazon dedicatesse il 10% - \$12.9 milioni - dei loro sconti sulle tasse alle arti, alla musica e alla cultura. **Questi sono dettagli, lo sappiamo. Ma è pur sempre un inizio.** Amazon ha costruito il proprio business sulla vendita della cultura. Ed esso si mantiene su prodotti musicali, artistici e culturali. Se le grandi ditte riceventi tali incentivi fossero obbligate a fare ciò, i risultati si sommerebbero. Secondo Princeton, il totale degli incentivi offerti nel 2019 negli Stati Uniti era di \$30 miliardi.<sup>40</sup> Solo negli Stati Uniti. Il 10% di questo è tanto.

**PER ORA, CI SONO OLTRE 20 PROGRAMMI DI AIUTO PER MUSICISTI E CREATIVI AD AUSTIN, NEL TEXAS. APPLE HA RICEVUTO UN PACCHETTO INCENTIVO DI \$16 MILIONI PER IL NUOVO CAMPO AD AUSTIN 2018.**

Investire nell'economia creativa ha messo in primo piano il risultato finale e in un certo senso ignorato le viti, i bulloni, i tubi e le giunzioni che assicurino che i sistemi funzionino, e nel fare ciò creare, sostenere e sviluppare lavori, talenti e autostima. *Il Grande Paradosso* ci ha convinti a concentrare tutte le nostre energie su attrazione e celebrazione, non incubazione, sviluppo e mantenimento. È raro per le città che competono per fondi multinazionali di investire ugualmente nella musica, nell'arte e nelle infrastrutture locali come meccanismo di crescita.

Per ora, ci sono oltre 20 programmi di aiuto per musicisti e creativi ad Austin, nel Texas.<sup>41</sup> Apple ha ricevuto un pacchetto incentivo di \$16 milioni per il nuovo campo ad Austin 2018.<sup>42</sup> Mentre uno non può sostituire l'altro facilmente, ciò dimostra che le città posso agire da agenti di cambiamento per riformare *Il Grande Paradosso*. La maggioranza dell'aiuto verrà distribuito nelle città e, quando il lockdown verrà alleggerito e una nuova normalità inizierà, le città saranno in prima linea - a determinare se il mondo da noi creato sia migliore di quello precedente alla pandemia. Questo lavoro può essere assestato dalla nostra risposta alle crisi nei nostri ecosistemi musicali, artistici e culturali.



Immagine © Denys Kurbatov/Adobe Stock

## PARTE 2 QUEL CHE ABBIAMO FATTO NON FUNZIONA



Immagine © Thorben/Adobe Stock



## COME DEFINIAMO LA MUSICA E LE CITTÀ CULTURALI OGGI?

Mentre ne esistono diverse definizioni, incluse nel nostro Music Cities Manual,<sup>43</sup> una comprensione più approfondita di quel che una città musicale e/o culturale sia – e anche ciò che potrebbe essere – è richiesta nel mondo post-crisi. Ma per considerare quel che potrebbe essere – e influenzare – nel futuro, definiamo le basi di quel che una ‘città della musica’ o una ‘città della cultura’ sia adesso. Capire meglio ciò che è stato fatto nel passato aiuta a definire meglio, e a contestualizzare, quel che non ha funzionato. Ecco i tratti attuali di una ‘città della musica’ o una ‘città della cultura’.

### 1. La creazione di un Ufficio Musica o Task force

**Un ufficio musica o task force rappresenta la comunità musicale in un discorso pubblico in una discussione civica.** Le città che hanno previsto e pianificato i costi per avere degli uffici musica sono poche e lontane fra di loro. Comunque, molte città hanno fatto dei passi in avanti per legittimare i bisogni della loro musica assemblando enti musicali, comitati e task force. Molte di queste organizzazioni sono gestite da volontari che si concentrano sui bisogni dell'industria di musica commerciale, mentre altri sono gestiti da staff cittadini o da entità esterne.

### 2. La creazione di Uffici per gli Affari Culturali, Vita notturna e il Night Mayor

**Molte città e paesi hanno uffici per gli affari culturali e le arti, che hanno il compito di supportare lo sviluppo di assetti culturali, patrimonio e, in alcuni casi, turismo.** Molte città possiedono ed operano i loro assetti fisici, ad esempio, Denver negli Stati Uniti o molte città Scandinave. Molte hanno responsabilità espansive che coprono la musica non-profit e il settore culturale, l'istruzione, l'arte pubblica e la preservazione storica. Quasi tutte mancano dei fondi necessari per soddisfare questo ampio ordine. Inoltre, molte città come Londra, Berlino, Sydney, Amsterdam e Tokyo si stanno attivamente ed intenzionalmente muovendo in direzione dello sviluppo e della gestione delle economie notturne. L'economia notturna è di solito definita come un qualsiasi business che operi primariamente tra le 19.00 e le 7.00 di mattina tra la cultura, la logistica, l'ospitalità, il turismo e l'assistenza sanitaria.

### 3. La Creazione di un Brand

**35 città in tutto il mondo detengono il titolo di Music Cities dell'UNESCO e nove città fanno parte del Music Cities Network.**<sup>44</sup> Molte altre città si sono invece concentrate sulla dimensione museale o l'industria cinematografica con budget dedicati tra il turismo e lo sviluppo economico per promuovere, posizionare e sviluppare il brand.

### 4. Musica e Turismo Culturale

**Come attivatore di una nuova economia e opportunità per creare nuovi posti di lavoro: varie città, paesi e regioni hanno dato priorità al turismo musicale.**

Il Mississippi, ad esempio, è il *Birthplace of America's Music*, ovvero il luogo di nascita della musica americana. New Orleans, Melbourne, Berlino o Liverpool sono sinonimi di turismo musicale. C'è una statua di Frank Zappa a Vilnius, in Lituania che attrae decine di migliaia di turisti l'anno, malgrado non ci sia nessuna connessione tra Zappa e la Lituania.<sup>45</sup> Stessa cosa per il bar dei Depeche Mode a Tallinn, in Estonia.<sup>46</sup> Il turismo musicale è ovunque.



Immagine © f11photo/Adobe Stock

### 5. L'importanza della musica live

**Tutti noi gravitiamo verso ciò che riusciamo a vedere, sentire e toccare. Come risultato, il rapporto con la musica tende spesso all'incentrarsi su musica live, festival ed esperienze dal vivo.** Il diffusissimo beneficio economico della musica live, i promotori, gli agenti e l'ecosistema della musica live è più immediatamente tangibile. Al contrario di altre forme di musica e creazioni culturali, essa si può vedere, percepire e sentire da tutti. Quindi le città spesso gravitano sull'iniziale finanziamento della musica live, l'organizzazione di festival e la costruzione di strutture deputate.



Immagine © DWP/Adobe Stock

### 6. Storia

**Molte città, luoghi e regioni possiedono un'enorme eredità e storia musicale.** Canzoni, suoni e movimenti sono dovuti emergere da qualche parte e quei movimenti sono diventati dei fattori chiave significativi a livello economico e turistico per specifici luoghi. Da una semplice placca commemorativa di dove qualcuno ha vissuto, a un parco a tema dedicato al luogo di nascita di una star, la musica e la cultura sono spesso governate attraverso la storia e la celebrazione, o strumentalizzazione, della stessa.

### 7. Istituzioni esistenti

**Molte città e luoghi sono fortunati ad avere grandi istituzioni che spesso prendono le redini nella promozione dell'identità musicale e culturale di una città.** Dal National Music Centre a Calgary, in Canada, al Lincoln Center a Washington, o la nuova Elbphilharmonie di Amburgo, tali luoghi hanno spesso dei ruoli chiave del mondo della musica, delle arti e della cultura. Il 'luogo' può spesso diventare secondario all'istituzione. Le istituzioni possono anche assumere la forma di fondazioni che investono nelle loro comunità. Esempi includono la Walton Family Foundation nel Northwest Arkansas, o l'Aga Khan Foundation nel Pakistan.



INVECE DI APRIRE  
SEMPLICEMENTE UN ALTRO  
UFFICIO MUSICA, DOBBIAMO PENSARE  
A COME QUEL MODELLO POSSA  
CAMBIARE PER MEGLIO SOSTENERE  
GRUPPI, MUSICISTI ED ARTISTI,  
IN MANIERA DIVERSIFICATA.



Immagine © erwin widmer/EyeEm/Adobe Stock

## 3.2 COSA CI SUGGERISCE TUTTO QUESTO?

Ognuno di questi sette aspetti assunti da città e luoghi per gestire i loro ecosistemi musicali e culturali sono importanti per sostenere un ecosistema civico prospero. Avere una task force musicale biso per incoraggiare il dialogo tra musicisti, sedi, altri creativi e governi locali.

Sia l'attività economica indiretta che quella indotta dall'utilizzo dell'assetto storico o di grandi istituzioni contribuiscono sostanzialmente alla base delle tasse delle città, tanto che in certi posti, preservare la storia sorpassa l'investimento nella cultura vivente. I festival sono elementi motore significativi per l'economia. La South by Southwest Conference and Festival si sarebbe dovuta tenere dal 13 al 22 marzo 2020. I costi di cancellazione sono stati stimati intorno ai \$350 milioni solo per la città di Austin.<sup>47</sup> Ma vi sono un po' di cose da considerare qui:

- Vi è spesso una mancanza di comprensione su come i sette aspetti siano collegati alla politica onnicomprensiva di città/luoghi, pianificazione comprensiva e progettazione specialistica.
- Gli indicatori sull'impatto di queste iniziative sulla qualità della vita vengono raramente misurati – la sola esistenza è spesso considerata sufficiente. C'è tanto lavoro da fare per collegare la musica alla salute fisica, il benessere, prescrizioni sociali e la salute mentale.
- Possiamo aprire uffici musicali e uffici per gli affari culturali, ma se tutto il sostegno del governo esiste esclusivamente per sostenere i concerti live in un modo o nell'altro (permessi, festival, concerti per strada, ecc.) non possiamo pensare

che la situazione sia meglio di prima. Invece di aprire solo un altro ufficio musica, dobbiamo pensare a come quel modello cambi per equipaggiare musicisti e artisti ed accedere a diverse entrate lunghe una vita.<sup>48</sup>

- Vi sono poche azioni legate alla musica che vengono confrontate con la sostenibilità (incluso il Global 17 Sustainable Development Goals delle Nazioni Unite), l'azione climatica, e strutture di business resistenti.

Molto del lavoro collegato a questi sette aspetti – tranne in alcune città – è ad hoc. Seattle e Austin hanno programmi di assistenza sanitaria specifici per musicisti e artisti.<sup>49</sup> La Germania promuove un programma di assistenza sanitaria per artisti, ma il problema è meno importante in paesi con un sistema sanitario nazionale. In pochi casi negli Stati Uniti si hanno programmi per l'educazione musicale nelle città disponibili a tutti i membri della comunità; ciò è più comune nelle città europee e australiane. Mentre ci sono sindacati per musicisti in molte città e cittadine americane, nessuna di esse ha sviluppato polizze o diritti per il compenso di artisti a livello municipale e la maggior parte dei paesi o città europei mancano di queste assicurazioni. L'Islanda rappresenta un'altra anomalia perché il governo offre salari direttamente agli artisti. Ad esempio, nel 2017, 1.606 di artisti hanno fatto domanda

e 391 sono stati selezionati per ricevere circa 3.000 euro (\$3.400) al mese.<sup>50</sup> Il Regno Unito aveva un programma tra il 1998 e il 2003 chiamato il *New Deal For Musicians*, praticamente un programma di sicurezza sociale che garantiva il sostegno dei costi della vita ai musicisti così da poter fare musica.<sup>51</sup> E gli Stati Uniti avevano il *Federal Music Project*, tra il 1935-1943, un programma che pagava i musicisti per essere musicisti.<sup>52</sup>

Per certi versi, **tutte le città sono città della musica.** Lo stesso vale per i paesi, gli stati e le regioni. Se ci sono persone, c'è musica, arte e cultura. Ma non vi è sempre un supporto coordinato per queste. Mentre le organizzazioni e le iniziative non-profit impiegano la musica per ridurre comportamenti antisociali e il crimine, ci sono pochi luoghi che comprendono il ruolo della musica – o di altre forme d'arte – nella riduzione del crimine. Essi esistono, come il programma *Teens in Transition* a Kansas City nel Missouri, ma non sono ovunque.<sup>53</sup> Lo stesso vale per l'impatto della musica sulla salute e l'assistenza sociale. Certi ospedali, case di cura e ospizi offrono programmi di musica.<sup>54</sup> Certe compagnie esistono per impiegare i musicisti negli ospedali e creare cori. Ma c'è poco investimento nel comprendere il ruolo della musica e della cultura sulle prescrizioni sociali, sulla salute mentale a fisica o, in senso più ampio, sui benefici alla comunità.



## CON COSA CI HA LASCIATO TUTTO CIÒ?

Molte città hanno i mezzi, le relazioni e il potere delle raccolte fondi per identificare un bisogno di aumentare e distribuire aiuti a musicisti, artisti e promotori della cultura. Molti luoghi riconoscono il valore intrinseco di questo prodotto e dei responsabili. Ma tende a finire qui. Siamo bloccati in uno stato di triage, dove ricevere aiuto finanziario sulla porta di casa è la sola priorità. Ciò è comprensibile, ma chi prima arriva meglio alloggia non è un modo equo di distribuire fondi perché le persone non hanno tutte lo stesso livello di accesso alle informazioni. Lo stato della musica, dell'arte e della cultura nelle nostre comunità si presenta come segue:

- Valorizziamo musica e cultura ma ci mancano le leggi per dimostrarlo. Tendiamo a valutare l'arte, ma non l'artista.
- Dimostriamo rispetto per la musica, arte e cultura.
- Abbiamo un sistema che perpetua la disuguaglianza. Ad esempio, i concerti live richiedono una connessione internet veloce: coloro che facilmente ricevono più supporto sono spesso quelli che in precedenza sono stati beneficiari; un rinforzamento dei metodi tradizionali di dare e ricevere più soldi possibili sulla porta di casa.

- Non controlliamo o rivisitiamo consistentemente le nostre attività per meglio evolvere le pratiche legate all'interrogativo che il come abbiamo agito, o continuiamo ad agire, non funziona per tutti.

La difficoltà dei musicisti e dell'industria della musica in generale durante il COVID-19 sta dimostrando l'impatto che la musica ha sulla società e il nostro fallimento collettivo nel sostenerla. Ci mancano leggi resistenti, partnership e programmi. Il nostro modello è basato sul **valore interno** della musica – aumentando il valore della musica si aumenta anche il valore di coloro che vi partecipano attivamente.

**Invece, creiamo leggi musicali per tutti noi e diamo priorità al valore esterno della musica – il valore della musica per noi, la società, per la nostra salute e benessere. Aumentando ciò si aiuterà a sostenere un settore più capitalizzato; un approccio più ampio alla musica live; più investimento locale. Questo significa riconoscere il valore economico della musica come ogni altra industria. Significa rispettare e pagare equamente per la musica, che sia il biglietto per un concerto, un evento live in streaming o un performer di strada. Significa ridefinire come la musica – in politica – sia coinvolta in tutto ciò che tocca – l'educazione, la salute pubblica, la city regeneration, la salute mentale e il benessere, la vivacità, il turismo, l'uguaglianza, le licenze su alcool e liquori e le leggi dell'uso del suolo, per elencarne alcuni.**



Immagine © dmitrimaruta/Adobe Stock



Immagine © Peeradontax/Adobe Stock



# PARTE 3

## UN PIANO DI RESILIENZA PER LE NOSTRE CITTÀ

### 4.1 INTRODUZIONE

Nel breve e medio termine, il budget delle città sarà valorizzato per fornire – e pagare – servizi essenziali. Questo include gli alloggi, i progetti di grandi trasporti, l'assistenza sanitaria, l'educazione e il mantenimento di infrastrutture di base. In molti casi l'aiuto finanziario per piccoli e grandi business è escluso dal budget di operazioni chiave o fondi per tempi duri, come è stato fatto a Seattle, Washington, ad esempio.<sup>55</sup>

In questo caso, sono stati estratti da un account di riserva e quello per progetti capitali. A Liverpool, nel Regno Unito, 150.000 pounds (\$200.000) per l'investimento strategico attraverso i fondi per le infrastrutture capitali, una volta stanziati per spenderli sullo sviluppo dell'assetto, sono adesso riservati ad aiuti all'industria musicale, agli artisti e agli imprenditori di Liverpool. Questo è il solo precedente in Inghilterra, e dimostra come la musica, in questo caso, venga vista come un investimento strategico.<sup>56</sup> Ma non tutte le città, i paesi e i governi regionali e locali hanno le risorse che Seattle e Liverpool stanno distribuendo. A Detroit, la comunità sta raccogliendo \$100,000.<sup>57</sup> A New Orleans, tante iniziative della comunità stanno mostrando la via.<sup>58</sup>

L'aiuto finanziario è temporaneo. Una nuova normalità emergerà e qualunque aspetto avrà per tutti noi, la musica e la cultura necessiteranno di investimenti e supporto, che sia attraverso fondi privati o pubblici. Questa nuova normalità dovrà essere più resistente sia per le necessità dei musicisti, artisti e promotori della cultura, che i bisogni delle città e dei loro residenti. Deve indirizzare ineguaglianze razziali, di classe e strutturali e sostenere tutti i residenti. Tutte le città, paesi e luoghi possono diventare città della musica e della cultura migliori, quando investiamo sul valore esterno della musica.

#### Questo cambio di mentalità necessita:

- Un cambio in come trattiamo la musica. L'arte e la cultura mettendo in primo piano il suo valore esterno.
- Che le città rivedano le leggi così da essere meglio preparate a trattare la musica, l'arte e la cultura come supporto per tutti, piuttosto che un lavoro creato per alcuni.
- Permettere a coloro che fanno le leggi di riconoscere e gestire i punti di pressione – costi degli alloggi aumentati, costi della vita aumentati – che una città musicalmente e culturalmente attiva può generare.
- Trovare modi di sostenere la musica, le arti e la cultura con meno soldi, o almeno per adesso.<sup>59</sup>

Sotto, troverete diverse strategie e iniziative che possono essere sperimentate adesso, per creare città e luoghi più resistenti, equi e migliori – tutto attraverso leggi sulla politica della musica, dell'arte e della cultura deliberate e intenzionali. Ognuno schematizza come e perché questo dovrebbe essere attuato e alcuni esempi da cui possiamo imparare.





## COME ANDARE AVANTI

Il nostro piano di resilienza per le città della musica è basato sulle seguenti premesse:

Ci sono molti pochi budget pubblici disponibili per le arti e la cultura al momento. Mentre alcune città e paesi stanno aumentando budget, ciò non è qualcosa che possiamo pensare sia vero ovunque.

Per iniettare soldi nelle arti e nella cultura, i municipi possono riappropriarsi di fondi esistenti.

Nulla si risolve facilmente. Molto di ciò si incentra sul ricostruire una base forte perché la resilienza si costruisce col tempo affinché possiamo continuare a migliorarci, giorno dopo giorno.

Tutto ciò è possibile. Ogni città, paese e luogo può farcela a prescindere della dimensione e dell'affiliazione politica.

Questi esempi si basano sulla musica come industria chiave, ma tutti gli esempi si possono trasferire ad altre forme d'arte e sono destinate a supportare tutte le discipline culturali.

### IL PIANO DI NOVE PUNTI:

1. Dare lavoro agli artisti: incentivare la creazione dalla crisi
2. Convertire la creatività in veicoli di investimento comunitari
3. Creare un registro delle città della musica
4. Avviare un piano di infrastrutture culturali
5. Sviluppare piani di preparazione in caso di emergenza (a livello di sede, evento, città)
6. Assicurarsi che il linguaggio della musica, delle arti e della cultura venga incluso nelle strutture politiche
7. Valorizzare la varietà dei generi musicali
8. Pianificare e sviluppare una politica economica notturna
9. Stabilire regole per il compenso agli artisti a misura di città, servizi di assistenza ed equo trattamento

## 1. DARE LAVORO AGLI ARTISTI – INCENTIVARE LA CREAZIONE DALLA CRISI.

### COSA SI PUÒ FARE?

- Il sistema dei fondi di soccorso – e se ne stanno implementando di migliaia in questo momento – può essere utilizzato nel futuro per creare supporto alla messa in servizio.
- Per gli artisti, incoraggiare o stipulare che i riceventi del sostegno e dell'aiuto si impegnino a creare nuovi lavori. Per le sedi, i promotori e gli organizzatori, il supporto si può tradurre nell'incoraggiamento della promozione di – e la collaborazione con – contenuto locale emergente.

### PERCHÉ È IMPORTANTE?

- Fare musica e altre forme d'arte è un mezzo per riconquistare controllo.<sup>60</sup>
- Il distanziamento sociale e l'isolamento sta creando un boom nella creazione di contenuti. I distributori di musica stanno testimoniando un aumento del 20-40% nel contenuto caricato.<sup>61</sup> Secondo Rolling Stone, stiamo anche assistendo a un boom della vendita degli strumenti musicali.<sup>62</sup>
- Il prodotto dell'aumento della proprietà intellettuale (IP) può generare più reddito. Anche se non immediatamente, se tale contenuto viene consumato un futuro singolo di successo viene creato, quel IP genererà entrate per anni a venire.
- È prevista la nascita di nuove partnership, soprattutto considerato che per un certo periodo, la musica locale sarà l'unica forma di musica live, fino a che i tour non torneranno ad essere organizzati. Ciò è dimostrato già dalla Cina, dove i club stanno riaprendo e stanno dando più opportunità agli artisti locali, a causa dell'impossibilità di andare in tour.<sup>63</sup>

### WHO CAN WE LEARN FROM?

- La Città di Boise, nell'Idaho (Stati Uniti), ha creato un Fondo Gestione per il COVID-19. Una cooperazione fra la città, le fondazioni locali e il suo festival di musica locale, Treeford. Il fondo è mirato a usare la crisi come fonte d'ispirazione per nuova musica.<sup>64</sup> L'obiettivo è quello di rendere disponibili \$1.000 di fondi, per un numero predeterminato di artisti, per creare lavori esplorando, documentando /o riflettendo sulle esperienze personali della pandemia del COVID-19 e il suo impatto sulla comunità.





## 2. CONVERTIRE LA CREATIVITÀ IN VEICOLI DI INVESTIMENTO COMUNITARI

### COSA SI PUÒ FARE?

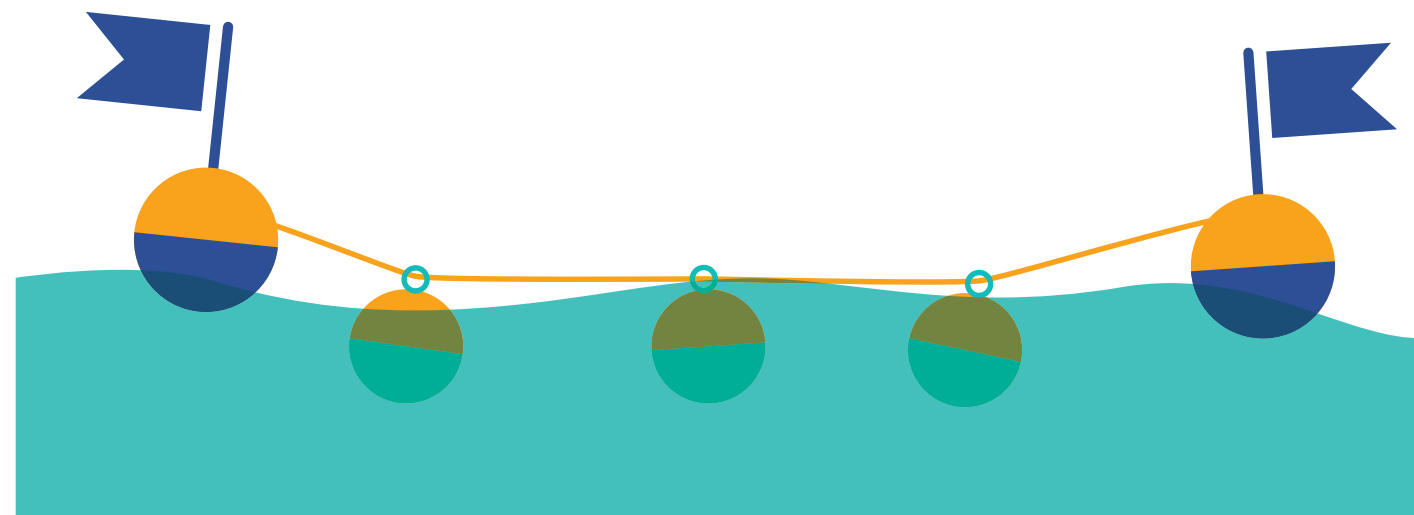
- Gli aiuti o il supporto di gestione distribuiti possono esistere con due condizioni: che il recipiente crei un nuovo pezzo di proprietà/contenuto intellettuale (che sia una canzone, un'opera d'arte, una raccolta di poesie) e che l'agenzia concessionaria conservi una piccola percentuale dell'equità in quel IP, l'1% ad esempio, per essere usato in un veicolo comunitario di investimento.
- Quel veicolo potrebbe allora essere re-investito in tutti i procedimenti futuri ritornando infine alle infrastrutture musicali, artistiche e culturali con i recipienti inclusi nel processo. Sono gli artisti a scegliere come spendere i soldi.

### PERCHÉ È IMPORTANTE?

- Creare un'eredità di contenuto nell'era del COVID-19 può servire la comunità in tre modi chiave: In primo luogo, creerebbe una futura biblioteca formalmente registrata, tracciata e monetizzata. Secondo, fornirebbe spunti per quello che manca all'infrastruttura culturale e, come tale, potrebbe essere sviluppato. Infine, traccerebbe la creatività nella comunità, fornendo più idee su come investire in quegli artisti ne che hanno più bisogno.
- Il veicolo di investimento comunitario permette alle città culturali e musicali di investire in sé stesso, attraverso gli auspici di fornire aiuto. L'aiuto si traduce anche nelle transazioni di business, che possono incentivare entrambe le parti ad investirsi di più nella transazione.

### DA CHI POSSIAMO IMPARARE?

- Molti settori investono in questo modo. Ad esempio, le grandi etichette musicali ingaggiano vari artisti per sviluppare accordi. Non tutti questi affari finiscono in una pubblicazione formale. Alcuni sì, altri no. Coloro che riescono sostengono il capitale necessario a sviluppare tutti quelli che sono stati ingaggiati all'inizio.<sup>65</sup>
- I capitalisti e gli incubatori avventurosi fanno la stessa cosa con le app e le nuove tecnologie e le compagnie farmaceutiche lo fanno con le prove farmacologiche. Alcuni hanno successo commerciale e tale successo può sostenere l'ecosistema generale. Una patente farmacologica riuscita può finanziare centinaia di prove.



## 3. CREARE UN REGISTRO DELLE CITTÀ DELLA MUSICA

### COSA SI PUÒ FARE?

- Le città potrebbero rendere disponibile un servizio di copyright – usando piattaforme esistenti e in collaborazione con Performing Rights Organizations (PRO) locali, stabilendo registri non-profit per le città della musica o biblioteche musicali per coloro che desiderano parteciparvi.
- L'obiettivo è di offrire uno sbocco agli artisti per registrare il loro contenuto, dovessero desiderare di fare ciò.
- Similmente ai registri di proprietà, creare registri di musica locale può fornire una struttura di supporto maggiore ai creativi locali, che possa fungere da strumento per confrontare e organizzare contenuto locale, così che ogni uso sia retribuito.
- L'obbiettivo qui è catturare contenuto musicale informale nelle città, senza competere con i settori privati.
- Molti cantautori non sono registrati, e secondi Billboard, più di \$250 milioni (in totale) rimangono non riscossi perché i service provider (ISP) non sanno chi pagare.<sup>66</sup> Un ulteriore livello come un servizio pubblico produrrebbe, col tempo, più entrate ai musicisti locali.
- Nel tempo, una città può diventare un catalogo in sé per sé, la cui biblioteca potrebbe essere aperta a business locali per usare pubblicità locali, aumentare il circolo dell'economia costruito intorno alla musica che viene resa locale.

- È importante che le rate (ovvero il costo di ogni utilizzo) sia fisso ad uno standard commercial (in linea con le organizzazioni che si occupano della gestione dei diritti), così che gli artisti vengano retribuiti equamente per tutto l'utilizzo. L'obiettivo di una tale iniziativa è di supportare ulteriormente i sistemi di gestione dei diritti esistenti, e non di rimpiazzarli.
- Coordinare con biblioteche, archivi, musei e agenzie di arti locali, che potrebbero star facendo un po' del lavoro di registro/biblioteca/diritti potrebbero sviluppare più partnership, sia pubbliche che private.

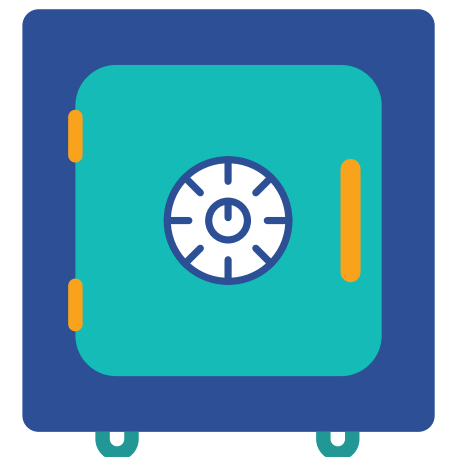
### WHY IS THIS IMPORTANT?

- Comprendiamo che le logistiche di una tale iniziativa differiscano in ogni paese, ma l'obiettivo di fondo – riconoscere e retribuire più proprietà intellettuale – è universale.
- Perché la musica (o altre forme d'arte) faccia profitto ad autori e artisti – affitto, bollette e cibo – il lavoro deve essere registrato con un'organizzazione che si occupa dei diritti delle performance, come la ASCAP, BMI, PRS, GEMA, PPL, Sound Exchange, GVL, SACEM, Unison o SESAC.<sup>67</sup>
- I diritti musicali sono un'entrata ricorrente che produce investimenti. I diritti musicali vengono conservati per 70 anni. Ogni volta che una canzone viene suonata, guadagna profitto per coloro che sono coinvolti. In pratica, ciò si potrebbe tradurre come una frazione di centesimi, ma con il maggiore consumo arriva più profitto che viene accumulato nel tempo.

- Al di là di dove la musica viene trasmessa, i coinvolti possono essere retribuiti. Questa dovrebbe essere l'idea, ma non è universale.
- Ammettiamo che ciò richieda amministrazione, investimento e capitalizzazione. È una grande idea. Ma durante la ripresa, i soldi lasciati sul tavolo non sono accettabili. Ci sono entrate esistenti nelle comunità per il mondo che non vengono raccolti in questo momento.

### DA CHI POSSIAMO IMPARARE?

- Le città investono in altre forme di infrastrutture musicali e culturali. Le città posseggono sedi e lasciano terreno ad altri scopi musicali. Red Ricks a Denver ha restituito \$65m alla città nel 2016.<sup>68</sup> Le città investono nell'educazione musicale, come il recente investimento di Abu Dhabi nel Berklee College of Music.<sup>69</sup> Se le città investono nella musica come una proprietà fisica, perché non anche nella proprietà intellettuale?
- L'Hipgnosis Music Fund, una compagnia di investimenti quotata con sede a Londra e Los Angeles, ha visto il proprio prezzo delle azioni salire durante la crisi mentre continua ad acquistare cataloghi.<sup>70</sup>







## 4. AVVIARE UN PIANO DI INFRASTRUTTURE CULTURALI

### COSA SI PUÒ FARE?

- Una comunità potrebbe creare una mappa delle infrastrutture culturali basata su WIKI, includendo i luoghi e gli spazi dove la musica, le arti e la cultura vengono sviluppate. Queste potrebbero impiegare centri dati urbani già esistenti, tecnologie GIS, la conoscenza locale e l'estrazione di dati. Molti di questi dati sono ampiamente disponibili in molti paesi e città, ma non organizzati in una maniera tale da essere utilizzati per fare politica.
- Il Piano potrebbe essere ospitato dal sito web di una città e aperto alla comunità per essere aggiornato. Potrebbe essere specifico quanto la comunità desiderata possa includere cose come cori, insegnanti di arte e musica, sedi, studi e incubatori comunitari.
- Le Città investono in piattaforme e tecnologie smart cittadine. Più di 750 hanno partecipato all'ultimo Smart Cities Expo.<sup>71</sup> Ciò si allinea con l'incentrarsi dell'investimento urbano nell'hardware. Ma stavolta, sostiene sua hardware che software.

### PERCHÉ È IMPORTANTE?

- Nel mondo, sempre più luoghi culturali sono stati minacciati da chiusura permanente finché la crisi del COVID-19 continua. Da Singapore a Londra, da Austin a Seattle, le sedi musicali, teatri, bar, pub e ristoranti stanno affrontando un futuro incerto dove il distanziamento sociale potrebbe essere la norma per i prossimi 18-24 mesi o oltre. Conoscere – con più possibile precisione – le risorse disponibili è sempre più importante, per cui le città possano meglio pianificare cosa incentivare, influenzare e sostenere con l'evoluzione della crisi.
- Tale processo di mapping può essere riferito contro le assunzioni, la povertà, il crimine o le statistiche sull'assistenza sanitaria, che possono essere usate per meglio dirigere supporto e azione in futuro. Come ogni altra decisione legata all'investimento comunitario, analisi e mapping migliori incoraggiano la precisione.
- Questo piano può essere usato per informare cornici di master planning comprensive, che col tempo creerebbe maggiore infrastruttura culturale.

### DA CHI POSSIAMO IMPARARE?

- Il London's Cultural Infrastructure Plan ha schematizzato migliaia di spazi e posti dedicati alla cultura, dagli studi artistici alle strutture per le registrazioni.<sup>72</sup> Viene utilizzato dagli sviluppatori per meglio capire come fornire infrastrutture comunitarie e come strumento analitico per meglio capire tendenze esterne, incluso l'utilizzo del trasporto, la riduzione del crimine e la creazione di business.
- Mappe simili esistono a Berlino, Huntsville, Indianapolis, Amsterdam, Cardiff e Parigi.
- Può anche supportare un bisogno di lobby per l'Agente del Principio del Cambiamento (vedi pagina 32).

## 5. SVILUPPARE PIANI DI PREPARAZIONE IN CASO DI EMERGENZA (A LIVELLO DI SEDE, EVENTO, CITTÀ)

### COSA SI PUÒ FARE?

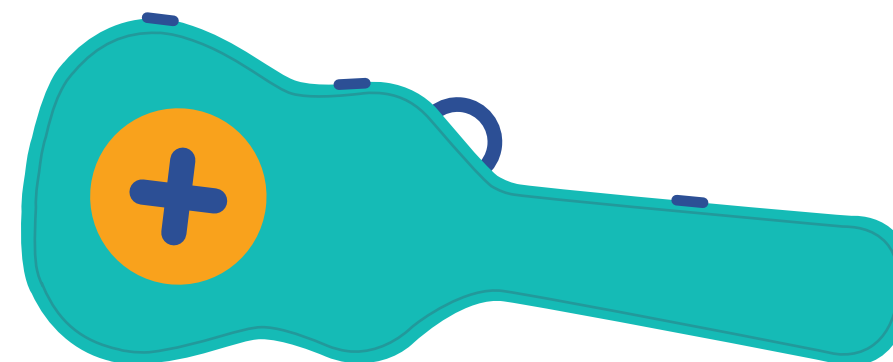
- È imperativo che il ruolo della musica, dell'arte e della cultura – e le infrastrutture necessarie a sostenerla – siano incluse nel piano di aiuto per la sostenibilità, la resilienza i disastri. Utilizzare risorse esistenti, come il piano di emergenza del Performing Arts Readiness,<sup>73</sup> si può sviluppare una cornice sulla comprensione dei rischi associati all'ecosistema musicale, artistico e culturale, affinché si possano impiegare piani migliori in crisi future.
- Incorporare la musica, le arti e la cultura in piani di resilienza può meglio supportare le politiche che – nel tempo – ridurranno l'impatto climatico e andranno incontro ai Sustainable Development Goals delle Nazioni Unite.

### PERCHÉ È IMPORTANTE?

- Malgrado la pandemia, il cambiamento climatico rimane la nostra sfida più seria a livello globale. Dalla creazione di sedi e festival più sostenibili (incluso l'utilizzo di energia, rifiuti, acqua, transiti, ecologizzazione, supply chain management), allo sviluppo di un miglior coinvolgimento e partecipazione della comunità nel prendere decisioni, se dobbiamo creare strutture più eque e città della musica e della cultura più resistenti, dobbiamo allora migliorare la nostra pianificazione dei disastri e preparazione alle emergenze.
- La resilienza e la sostenibilità sono parole con molti significati. Nella musica, esse comprendono l'intera struttura del Sustainable Development Goals delle Nazioni Unite. Crediamo che città resistenti abbiano uguaglianza di genere, paghino un salario minimo, abbiano piani per l'azione climatica e creino collaborazioni per affrontare le sfide collettive. Ogni sede, spazio o luogo ha il potenziale di contribuire al miglioramento del nostro ambiente urbano. Questo evidenzia il valore di partnership pubbliche e private. Lo stiamo affrontando insieme.

### DA CHI POSSIAMO IMPARARE?

- Majestic Collaborations è una delle principali organizzazioni per prevenire emergenze negli Stati Uniti.<sup>74</sup> La loro piattaforma, *The Art of Mass Gatherings*, può essere usata da spunto per ogni città: questo modello esperienziale ed immersivo è il primo al mondo ad utilizzare i festival come aule per attivare un approccio alla resilienza e alla preparazione alle emergenze basato sull'arte. Le persone che preparano i festival sanno creare delle città temporanee con tutte le infrastrutture necessarie come acqua, rifiuti, energia e strutture. Quando ci raggruppiamo per condividere le nostre competenze, eleviamo i risultati sicuri, sostenibili, accessibili e comunitari degli eventi nelle nostre comunità. La partecipazione di produttori, professionisti della preservazione, poliziotti/pompieri/paramedici, parchi, organizzatori, persone di colore, presentatori e performers è di primaria importanza in questo programma di preparazione.
- Il reportage *Tackling Climate Change Through Culture* del World Cities Culture Forum & Julie's Bicycle guarda a come la politica, la cultura e la politica del cambiamento climatico possano essere riunite in modi pratici per promuovere un'infrastruttura creativa resistente e a prova di futuro nelle città.<sup>75</sup>
- La Performing Arts Readiness e la City of Denver Arts and Venues sono leader globali nei piani e strategie per la preparazione alle emergenze. La prima ha diverse risorse disponibili gratis sul loro sito, attraverso una partnership con la Fondazione Andrew W. Mellon.<sup>76</sup>





## 6. ASSICURARSI CHE IL LINGUAGGIO DELLA MUSICA, DELLE ARTI E DELLA CULTURA VENGA INCLUSO NELLE STRUTTURE POLITICHE

### COSA SI PUÒ FARE?

- Sviluppare un semplice comitato cittadino, statale, regionale o nazionale e costruirvi sopra una struttura risolutiva per definire cosa sia un ecosistema musicale, come si relaziona al governo della città e le regole base del coinvolgimento su come supportarlo può aiutare a focalizzare l'investimento e le risorse nel futuro.
- Iniziare con i fatti: la musica, le arti e la cultura sono essenziali per la salute economica, sociale e culturale di una città. Delineare, iniziando in termini generali per poi spostarsi sullo specifico, come questo sia il caso. Incluso assicurare equità, diversità, inclusione e azione climatica. Spesso, la parola 'musica' non appare nel regolamento di una città, oltre a ordinare l'inquinamento acustico.
- Consultarsi con i colleghi che si occupano dello sviluppo economico, crescita inclusiva, attrazione di business e talenti, pianificazione, licenze, turismo e salute ambientale.
- Riferire ai modelli politici sviluppati da Sound Diplomacy o altri modelli che sono a misura della tua comunità.

### PERCHÉ È IMPORTANTE?

- Le città tendono a riferirsi alla musica come solo 'musica live'. La musica live è importante, ma non è che un solo elemento di un ecosistema musicale. Non esiste nel vuoto.
- Comprendere il ruolo della musica nell'educazione, nella riduzione del crimine, nella salute e benessere, pianificazione e zonizzazione e la licenza sull'alcool è importante quanto assicurarsi che una città abbia una prospera scena di musica live e intrattenimento.
- Per fare ciò, la lingua necessita di essere scritta – accordata e votata – per definire un ecosistema musicale (o artistico, o culturale) e il proprio ruolo.

### DA CHI POSSIAMO IMPARARE?

- Dalla pubblicazione di *Grassroots Music Venues Rescue Plan* nel 2015, scritto da una task force riunita dal Sindaco di Londra, molti

successi politici sono avvenuti nel Regno Unito. Diverse organizzazioni che sedevano all'ultima task force hanno aiutato ad istituire l'Agente del Principio del Cambiamento nel Regno Unito, (Music Venue Trust, Musicians Union, UK Music, BPI, Mayor of London, Village Underground, 100 Club ecc.).<sup>77</sup>

- L'agente del principio del cambiamento' incapsula la posizione che una persona o business (ovvero l'agente) che introduce un nuovo uso del terreno sia responsabile nella gestione dell'impatto di quel cambiamento, così da non influenzare negativamente le infrastrutture esistenti.<sup>78</sup> Lo stesso vale se si volesse aprire una sede in una zona residenziale. È una legge nel Regno Unito, alcune regioni in Australia e San Francisco. Vi preghiamo di vedere le appendici per maggiori informazioni.

- Le tasse di proprietà per le sedi musicali sono state ridotte. L'aiuto è stato mirato a supportare sedi musicali e musicisti di Londra.<sup>79</sup> Tutto ciò è iniziato con un semplice documento, scritto da Taskforce – che definisce cosa sia una *grassroots music venue*.<sup>80</sup> Senza una definizione, non c'era modo che possa essere protetto dalla legge. Definendolo, i policymakers sono stati in grado di trattarlo con un pezzo di infrastruttura singolare ed identificabile, diverso da pub, teatri o bar. Ora il termine *grassroots music venue* può essere trovato nell'Hansard, il registro pubblico dei procedimenti parlamentari nel Regno Unito.<sup>81</sup>

Musica

Cultura

Arte

## 7. VALORIZZARE LA VARIETA' DEI GENERI MUSICALI

### COSA SI PUÒ FARE?

- L'educazione musicale è un impegno personale – scuole private e famiglie scelgono a quali strumenti musicali e generi indirizzare i propri figli. Le città dovrebbero sviluppare piattaforme di comunicazione e risorse per valorizzare la varietà dell'offerta musicale disponibile per essere appresa ed apprezzata e pensare in seguito a finanziare quei musicisti *fuori dal coro* e sostenere tutti i diversi generi musicali.
- Questo non significa che le orchestre dovrebbero perdere fondi, dato che ciò sarebbe controproducente, ma un approccio più olistico e comprensivo di tutti i generi dovrebbe essere attuato con i fondi disponibili.
- Per qualsiasi evento, festival o conferenza che utilizzi fondi pubblici per sostenere il proprio programma artistico o di intrattenimento, gli organizzatori dovrebbero essere incentivati per includere una gamma più ampia possibile di generi. Questo dovrebbe rimanere la scelta personale di ciascuno, ma la maggiore promozione, organizzazione e celebrazione del più ampio spettro di genere musicali può – col tempo – creare un maggior senso di familiarità dei linguaggi artistici.

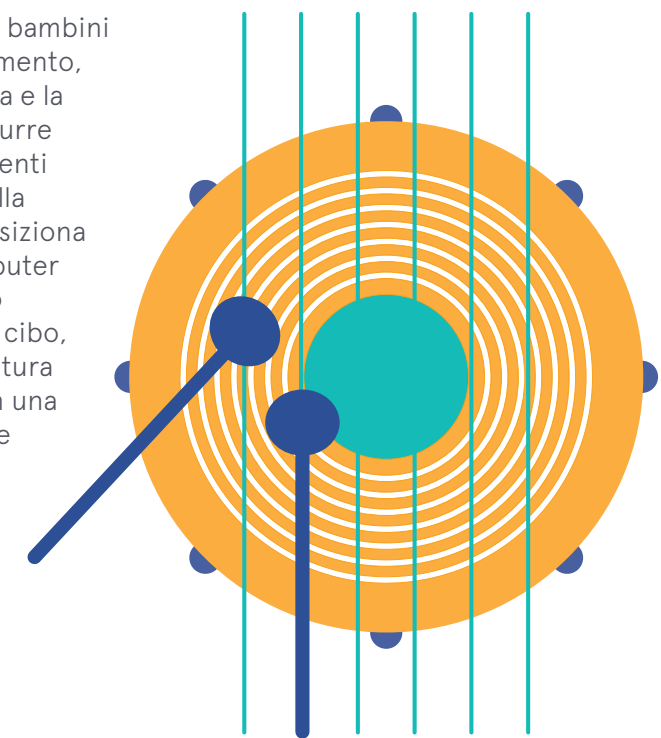
### PERCHÉ È IMPORTANTE?

- Cittadini che sono attivamente esposti all'ascolto dell'hip-hop, del metal o dell'EDM, così come della musica sacra o tribale, vedono spesso diminuire i pregiudizi e gli stereotipi legati alle culture da cui la musica proviene. Ciò può aiutare ad unire le comunità.
- Il modo in cui la musica viene sostenuta nel governo della città è carico di discriminazioni di genere, anche se non intenzionali. Forme di educazione musicale tradizionali predominano, per cui partecipare ad un'orchestra o a un coro potrebbe essere l'unica opportunità di avvicinamento alla musica offerta ad un bambino, al di fuori del proprio nido familiare. Questo sta cambiando, ma un'ampia revisione delle leggi sull'educazione musicale che dà la priorità a diversificare i generi può avere benefici significativi a livello cognitivo, sociale ed emozionale.
- Insegnare l'hip-hop ai bambini insegna anche il movimento, la danza, la coreografia e la coordinazione. Introdurre all'utilizzo degli strumenti del DJ e all'ascolto della musica elettronica posiziona la tecnologia e il computer programming al primo posto.<sup>82</sup> Similmente al cibo, un'esposizione prematura a nuove cose risulta in una maggiore familiarità e

tranquillità. Ciò può condurre all'empatia, qualcosa di cui tutti necessitiamo di più.

### DA CHI POSSIAMO IMPARARE?

- La Knight Foundation e la Little Giant Creative hanno sviluppato il primo istituto per Hip-Hop Entrepreneurship a Philadelphia nel 2017.<sup>83</sup> Il corso intensivo di 9 settimane ha aiutato ai partecipanti a creare il proprio modello di business.
- Il Bronx, a New York City, sta lavorando alla creazione di un nuovo museo dedicato all'hip-hop con vari programmi comunitari che introducono le origini e l'arte del genere ai residenti del quartiere. Questo tipo di programmi comunitari possono essere replicati.<sup>84</sup>





## 8. PIANIFICARE E SVILUPPARE UNA POLITICA ECONOMICA NOTTURNA

### COSA SI PUÒ FARE?

- Sviluppare un network di business locali che svolga le proprie attività primariamente di notte per formare un'alleanza di supporto locale. Questo può essere realizzato creando una nuova pagina sul sito web della vostra città, paese, luogo o fondazione, delineando alcuni punti chiave: *la night time economy* è apprezzata e non dimenticata; tutte le risorse disponibili a sostenerla sono al momento collocate in un posto; e quando la ripresa comincia, il governo locale sarà meglio disposto ad impegnarsi positivamente con esso come settore e a riconoscerne il valore economico, sociale e culturale senza pregiudizi.

### PERCHÉ È IMPORTANTE?

- Uno dei settori che sono stati più messi alla prova dalla crisi del COVID-19 sono i business associati all'economia notturna: i nostri bar, ristoranti, club musicali, nightclub e altri servizi di intrattenimento. Nel mondo, centri musicali e ristoranti sono stati costretti a chiudere: molti non riapriranno. Milioni di persone sono e saranno senza lavoro a causa di questo. Come conseguenza, favorire una migliore comprensione di regolamenti, politiche e ordinanze legate a questi business può rivelarsi uno strumento sostanziale per assicurarsi che essi siano meglio regolamentati dopo la crisi.
- Solo alcune città nel mondo hanno stabilito strutture per la gestione dell'economia notturna, sia attraverso i Night Mayors (sindaci notturni), manager dell'economia notturna o consigli notturni. Ogni città ha bar, ristoranti e centri musicali. È tempo di trattare tutte le città come città h24 in politica ed essere proattivi nel coinvolgimento positivo e attivo, piuttosto che ignorare o regolamentare solo i business essenziali e i propri impiegati.

- I business che operano nell'economia notturna forniscono diversi servizi chiave durante la crisi. Dagli operatori provenienti dall'ambito musicale, che aiutano negli aspetti di produzione di ospedali temporali e unità triage, ai produttori di festival ed eventi che aiutano nella gestione della logistica dell'assistenza sanitaria.<sup>85</sup> Queste capacità si possono trasferire e richiedono una politica cittadina di supporto e strutturata.

### DA CHI POSSIAMO IMPARARE?

- Varie città hanno professionisti dedicati a gestire, sostenere e sviluppare l'economia notturna. Da Orlando a Washington DC, Fort Lauderdale a Seattle, San Francisco a Iowa City, queste città guardano all'economia notturna come un'area che ogni città deve considerare, regolare e valorizzare. Lo stesso vale per l'Europa e il mondo. Parigi, Mannheim, Zurigo, Amsterdam, Groningen, Berlino, Sydney, Melbourne, New Delhi, Tokyo e Leopoli hanno tutte infrastrutture di economia notturna. Una mappa delle città che ne hanno una si trova online.<sup>86</sup>

## 9. STABILIRE REGOLE PER IL COMPENSO AGLI ARTISTI A MISURA DI CITTÀ, SERVIZI DI ASSISTENZA ED EQUO TRATTAMENTO

### COSA SI PUÒ FARE?

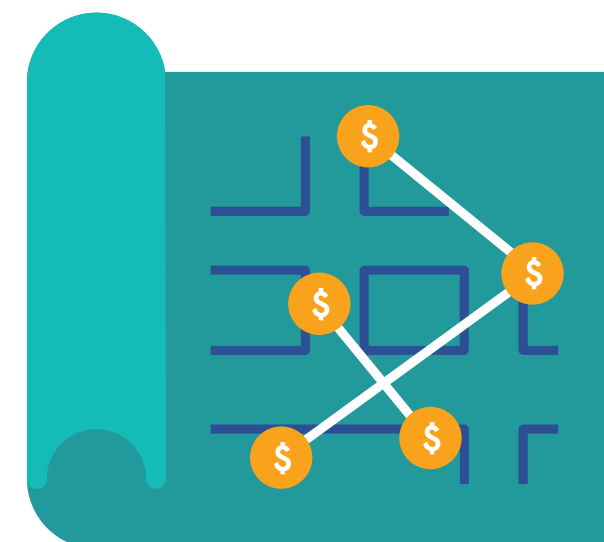
- Creare una politica di compenso per gli artisti, definendo se ci sia un qualche coinvolgimento pubblico fiscale – che sia fornendo uno spazio pubblico o una sospensione sulle tasse o imposte – qualsiasi contenuto (live, registrato) che venga usato deve essere retribuito equamente.
- Creare una politica che regolamenti l'aumento del prezzo di biglietti, così che quando si tornerà a realizzare eventi di concerto, ai fan non sarà chiesto di pagare più del prezzo definito dall'artista e dal suo team. Questo può essere fatto creando un meccanismo di collaborazione tra le compagnie di ticketing e le autorità locali/nazionali.

### PERCHÉ È IMPORTANTE?

- La resilienza nella propria comunità musicale e culturale viene creata attraverso lo sviluppo di un modello di consumazione che si rifornisca da solo – così che agli artisti locali siano offerte nuove opportunità. Tale obiettivo può essere raggiunto con la diversificazione di commissioni di arte pubblica nelle città – così che molti artisti locali siano in grado di esibire la propria arte nelle loro comunità. Ai musicisti locali può essere assegnato fare la stessa cosa per i business locali attraverso eventi o iniziative.

### DA CHI POSSIAMO IMPARARE?

- La UK Musicians Union ha operato uno schema e rete per sedi fair play nel Regno Unito dal 2010.<sup>87</sup>
- Lo schema *FanFair* del Music Management Forum ha ridotto con successo il 'racimolare' o 'scotennare' delle sedi partecipanti nel Regno Unito.<sup>88</sup>
- Il Colorado ha creato una posizione per il *trial music supervisor*, assunto dal batterista dei DeVotchka, Shawn King, che si è concentrato sul creare partnership con musicisti locali e business, così che i business locali usassero musica locale nei loro materiali di pubblicità e marketing.<sup>89</sup> Questo ha creato una soluzione redditizia per i business, promozione di musica locale e una nuova fonte di entrate per gli artisti, tutto ciò mentre si manteneva il profitto nella comunità. Questo può essere implementato ovunque, con database più robusti e biblioteche musicali che siano utilizzate per connettere business locali con musica locale.





# PARTE 4



Immagine © tanaonte/Adobe Stock

## 5.1 DOVE ANDIAMO DA QUI?

**Eccoci qui. Questo manuale propone un modello dove la musica, l'arte e la cultura rappresentano dei driver economici, sociali e culturali primari per la ripresa urbana. Se tutti questi esempi fossero stati stabiliti prima della crisi, si potrebbe affermare che ci sarebbero meno difficoltà. Invece, ci troviamo in una posizione precaria.**

Solo il 27% degli intervistati alla fine di aprile ha risposto che tornerebbe a un concerto o un festival (o incontro sportivo) prima che ci sia un vaccino.<sup>90</sup> Di questi tempi, dove i budget per la sicurezza sociale sono provati e le città sono in debito, rimane difficile per i governi dare priorità o maggiore considerazione alla musica, l'arte o la cultura – perché in tempi di stabilità, questi settori erano ausiliari, non settori di crescita economica primaria. **Ma adesso, è il momento migliore per trattare la musica in maniera diversa.**

Uno dei modi più semplici ed efficaci per sviluppare la crescita economica è influenzare – e incoraggiare – la creatività. Dedichiamo tante risorse all'estrazione di materiali dal suolo. Potremmo estrarre più anche da noi stessi. Lavoriamo a estrarre più valore dal capitale umano creativo. Ma per capitalizzare su questa opportunità e iniziare una strategia che ci possa ricondurre alla crescita, dobbiamo creare città della musica e della cultura più resilienti, ben amministrate, sostenibili ed eque. Dobbiamo

riconoscere che con la passata crescita, l'inequità è aumentata. Pianificare meglio adesso darà maggior precedenza alle risorse, il che è specialmente importante perché le risorse saranno limitate per un po' di tempo. E nel mentre, non dimentichiamoci a cosa ci affidiamo in una crisi – a noi stessi.

**Prendete queste idee ed esaminatele. Testatele. Espandetele. Lavorate con noi per rendere migliori tutte le nostre città. Creiamo #bettermusicities.**



Sinistra-destra:  
Immagine © f11photo/Adobe Stock  
Immagine © Ronny/Adobe Stock





## 5.2 CONCLUSIONE

La pandemia globale del COVID-19 ha fatto emergere il bisogno di pensare alla musica e alla cultura in un modo diverso. Resilienza significa molte cose per molte persone. Noi crediamo che:

Se miglioriamo i nostri ecosistemi politici e sociali;

Se creiamo politiche attive che siano veramente eque;

Se assumiamo misure per tenere la musica, le arti e la cultura al centro del dibattito nelle nostre comunità;

**Allora saremo in grado di valorizzare meglio il ruolo sociale della musica, a cui ci stiamo affidando adesso come non mai.**



**Resilienza  
significa impegnarsi.  
Impegnarsi significa che  
dobbiamo fare di più.  
Se facciamo di più,  
staremo meglio,  
ovunque ci troviamo,  
qualunque sia la  
nostra condizione.**



In senso orario da in alto a sinistra:  
Immagine © snedorez/Adobe Stock  
Immagine © ODIN Daniel/Adobe Stock  
Immagine © bepsphoto/Adobe Stock  
Immagine © nagaets/Adobe Stock



# NOTE A FONDO PAGINA

1

<https://www.citylab.com/life/2019/10/dave-grohl-foo-fighters-interview-grunge-music-scene-brand/601051/>

2

<https://www.theguardian.com/world/2020/apr/21/milan-seeks-to-prevent-post-crisis-return-of-traffic-pollution>

3

<https://nymag.com/intelligencer/2020/04/how-to-rethink-public-space-after-covid-19-start-with-tape.html>

4

<https://www.weforum.org/agenda/2020/04/covid-19-and-joy-in-times-of-crisis/>

5

Bloomberg (2020)

6

International Labour Organization (2020)

7

The Guardian (2020a)

8

Settori considerati ad alto rischio di disagio sono l’immobiliare, le attività di ristorazione, la manifattura, il commercio all’ingrosso e la vendita al dettaglio.

9

ABC News (2019)

10

The Washington Post (2020)

11

Common Dreams (2020)

12

The Guardian (2020b)

13

The Guardian (2020c)

14

Frankfurter Allgemeine (2020)

15

McKinsey & Company (2020)

16

The Telegraph (2020)

17

The New York Times (2020)

18

Forbes (2020a)

19

Music Business Worldwide (2020a)

20

Live Musik Kommission (2020)

21

<https://www.theguardian.com/world/2020/apr/08/as-we-crave-the-return-of-our-cultural-life-arts-workers-and-organisations-are-being-left-behind>

22

Organization for Economic Co-operation and Development (2020)

23

Clty of Detroit (2020), American Federation of Musicians Local 47 (2020)

24

Norddeutscher Rundfunk (2020)

25

Calcolato dalla ricerca interna di Sound Diplomacy.

26

Questo termine è stato preso dal fantastico libro di Arlie Hothschild, Stranger in Their Own Land. Questo libro ha influenzato il nostro report e per questo vi suggeriamo di leggerlo.

27

<http://davidbyrne.com/explore/american-utopia/press/how-to-build-a-music-scene-according-to-david-byrne>

28

Ai fini di questo report, ci riferiamo alle industrie creative includendo musica, arte, danza, arti dello spettacolo, film e multimedia. Non includiamo invece i videogiochi, le biblioteche e i musei – questo report necessiterebbe di più lavoro di ricerca se includesse tali settori. Non conosciamo abbastanza questi settori per poterne trattare.

29

<https://eu.theadvertiser.com/story/news/2018/10/11/music-cities-convention-lafayette/1511432002/>

30

Citylab (2019a)

31

Citylab (2019b)

32

KVUE (2018)

33

Spectrum News (2019)

34

Trademarkia (2020)

35

Fox 17 (2019)

36

Curbed Austin (2020)

37

Deutsche Welle (2019)

38

Mic (2015)

39

Fortune (2019)

40

Princeton Economics (2020)

41

Recording Academy (2020)

42

Wired (2018)

43

Sound Diplomacy (2019)

44

Music Cities Network (2020)

45

Atlas Obscura (2020)

46

Depeche Mode Baar (2020)

47

Fox Business (2020)

48

Fox Business (2020)

49

Smash Seattle (2020), Health Alliance for Austin Musicians (2020)

50

Icenews (2017)

51

Shapiro, Shain (2020)

52

<https://www.loc.gov/rr/program/bib/newdeal/fmp.html>

53

KSHB Kansas City (2019)

54

<https://musicandmemory.org/> and <https://www.dhs.wisconsin.gov/music-memory/index.htm>

55

Crosscut (2020)

56

Culture Liverpool (2020)

57

Detroit Free Press (2020)

58

WWOZ (2020)

59

CNBC (2020)

60

World Economic Forum (2020)

61

Forbes (2020b)

62

Rolling Stone (2020)

63

Resident Advisor (2020)

64

Treefort Music Fest (2020)

65

Lawyer Drummer (2016)

66

Billboard (2019)

67

Per la dichiarazione di conflitto di interesse, chi scrive è un’azionista di Unison ([www.unisonrights.com](http://www.unisonrights.com))

68

Colorado Creative Industries (2018)

69

Zawya (2020)

70

Music Business Worldwide (2020b)

71

<http://www.smartcityexpo.com/en/home>

72

Greater London Authority (2019)

73

Performing Arts Readiness (2020)

74

Majestic Collaborations (2020)

75

Julie’s Bicycle (2019)

76

Performing Arts Readiness (2020)

77

L’Agente del Principio del Cambiamento ritiene che l’entità che crea un cambiamento in un’area sia responsabile per l’impatto che questo cambiamento possa avere su quell’area stessa. Nel caso della musica, di solito l’Agente del Cambiamento richiede che la costruzione arrivi per ultima (che sia la sede musicale o lo sviluppo residenziale) per insonorizzarla adeguatamente per evitare disturbi e lamentele, e/o per informare i nuovi residenti che si stanno trasferendo vicino a una sede musicale o entro un’area riservata allo spettacolo che diffonde rumore.

78

<https://www.womblebondtdickinson.com/uk/insights/articles-and-briefings/agent-change-principle-new-revised-nppf>

79

<https://www.screendaily.com/news/london-mayor-sadiq-khan-launches-23m-culture-at-risk-fund/5149494.article>

80

[https://www.london.gov.uk/sites/default/files/londons\\_grassroots\\_music\\_venues\\_-\\_rescue\\_plan\\_-\\_october\\_2015.pdf](https://www.london.gov.uk/sites/default/files/londons_grassroots_music_venues_-_rescue_plan_-_october_2015.pdf)

81

<https://hansard.parliament.uk/search?searchTerm=%22grassroots%20music%20venues%22&partial=False>

82

<https://www.rollingstone.com/music/music-news/how-one-man-is-using-hip-hop-to-diversify-architecture-629922/>

83

Institute of Hip-Hop Entrepreneurship (2020)

84

Universal Hip Hop Museum (2020)

85

Los Angeles Times (2020)

86

Nighttime.org (2020)

87

Musicians’ Union (2020)

88

<http://fanfairalliance.org/have-your-say/>

89

The Denver Post (2016)

90

Reuters (2020)

## INFORMAZIONI DI COPYRIGHT

© Sound Diplomacy

Sound Diplomacy  
Londra, Berlino, Barcellona, New Orleans  
+44 207 613 4271

[www.sounddiplomacy.com](http://www.sounddiplomacy.com)

Non è consentita alcuna riproduzione di questo documento senza il consenso scritto degli autori.

Questo report è stato scritto da Shain Shapiro, PhD.

Diverse persone vi hanno contribuito in un breve periodo di tempo, compresi (in nessun ordine particolare): Tara Tank, Rob C. Hain, Sherri McConnell, Matthew Kowal, Bryce Merrill, Duncan McKie, Azucena Mico, Katja Hermes, Frank Kimenai, Rob Challice, Paul Pacifico, Tom Huston, Chris Stelly, Molly North, Jesse Elliott, Jean Michael Schert, Greg Lawrence, Sly James, Joni Wickham, Chiara Badiali, Dominique Greco, Olaf Furniss, Lisa Gedgaudas, Dave Webster, Lucas Knoflach, Kayla Hain, Frank Kimenai, Keith Harris, Larry Leblanc, Jett Glozier, Whitney Ringen, Elizabeth Cawein, Michael Blair, Chris Bye, Colin Kendrick, Mark Davyd, Dennis Madsen, Tara Hernandez, Lewis Jamieson, Kaley Beisiegel, Laura Mueller, Daryl Friedman, Reid Wick, James Drury e altri.

Vi ringraziamo per tutti i commenti, suggerimenti e le critiche costruttive. Stiamo costruendo città della musica migliori, insieme.

Design, grafica e illustrazioni: [www.aliceclarke.com](http://www.aliceclarke.com)





SOUND  
DIPLOMACY

© Sound Diplomacy | [www.sounddiplomacy.com](http://www.sounddiplomacy.com)  
[www.bettermusiccities.com](http://www.bettermusiccities.com) | [#bettermusiccities](https://twitter.com/bettermusiccities)