

REPORT ATTIVITÀ 2023 E PROGETTI 2024

ITALIAN CULTURAL CONTENT INDUSTRY

QUANDO IL CONTENUTO DIVENTA BUSINESS

L' ITALIAN CULTURAL CONTENT INDUSTRY (ICCI) È UN LABORATORIO DI SPERIMENTAZIONE CHE SI PONE L'OBIETTIVO DI CONTRIBUIRE A DISEGNARE LINEE GUIDA UTILI PER TUTTO IL COMPARTO DELL'INDUSTRIA DEL CONTENUTO, IN ACCORDO CON GLI ATTORI DEL TERRITORIO.

INTERCETTANDO E DIFFONDENDO LE SPINTE PIÙ INNOVATIVE, ICCI SI PROPONE DI PROMUOVERE ATTIVITÀ E SUGGERIRE INIZIATIVE E STRATEGIE UTILI PER LE IMPRESE DELLA FILIERA DI RIFERIMENTO.

ICCI segue la classificazione internazionale legata all'industria creativa e del contenuto. Queste le aree coinvolte:

- Editoria (libreria, scolastica, giornalistica, cartacea, multimediale)
- Cinema, tv audiovisivo, radio e fotografia
- Musica, spettacolo e arti visive e performative
- Musei, archivi, gallerie e biblioteche
- Pubblicità e marketing
- Design, industria grafica e cartotecnica, fashion design
- Ingegneria e architettura
- IT, software e servizi informatici, videogames
- Università e istruzione

Ormai le barriere tra tutte queste aree, che da sempre hanno collaborato, sono definitivamente cadute a causa dell'impatto tecnologico ma anche a causa del cambiamento radicale nel modo di fruizione dei contenuti da parte degli utenti: tutti i produttori di contenuto collaborano e si intersecano continuamente, abbattendo le barriere tra le discipline e integrando tra loro linguaggi, stimoli e strumenti tecnologici.



LA TIPICIÀ INDUSTRIALE DI TORINO E DEL PIEMONTE

TRASFORMARE LA CULTURA IN IMPRESA

Torino ha, da sempre, la straordinaria capacità di trasformare la cultura in impresa.

Editoria, cinema, design, musica hanno trovato in Torino il luogo adatto in cui sperimentare, creare confronto e innovazione continua.

I contenuti esprimono una grandissima potenzialità e capacità di applicazione delle nuove tecnologie (dall'analisi del linguaggio naturale alla lettura automatica delle immagini): l'industria del contenuto è quindi il comparto industriale strategico che genera innovazione per tutti gli altri e la cui influenza si irradia in ogni altro campo del sapere e della produzione.

Il Piemonte si colloca in terza posizione nazionale rispetto alla produzione industriale di contenuti, con un'incidenza sull'economia della regione pari al 6,4% in termini di valore: solo in ambito editoriale le imprese censite sono oltre 4000 (a cui vanno aggiunte quelle che si occupano di design, di cinema, di audiovisivi, di arti performative ecc.).



AIUTARE A FAR CRESCERE LE IMPRESE DELL'INDUSTRIA DEL CONTENUTO SIGNIFICA INVESTIRE NEL PIÙ IMPORTANTE STRUMENTO DI SVILUPPO DI UN TERRITORIO: NON SOLO PERCHÉ QUESTE AZIENDE LAVORANO PER AUMENTARE GLI STRUMENTI DI CRESCITA PER I CITTADINI, E NON SOLO PERCHÉ SONO IMPRESE MOLTIPLICATRICI (CIOÈ CHE GENERANO VANTAGGI ANCHE PER I SETTORI AFFINI) MA ANCHE PERCHÉ COMPONGONO IL SETTORE CHE OCCUPA PIÙ DONNE E PIÙ GIOVANI, CIOÈ LE CATEGORIE PROFESSIONALMENTE PIÙ SVANTAGGIATE.

INOLTRE LA VIVACITÀ CULTURALE DI UN TERRITORIO ATTIRA PLAYER E LAVORATORI QUALIFICATI E COSTITUISCE UN ELEMENTO COMPETITIVO INDISPENSABILE PER LO SVILUPPO.

- 
1. PROGETTI 2024 (IN CORSO)
 2. ARCHIVIO ATTIVITÀ 2023

PROGETTI 2024

MASTER CUAP LE IMPRESE DEL LIBRO

**LE NUOVE PROFESSIONALITÀ EDITORIALI
TRA TECNOLOGIA E NUOVI MODELLI DI BUSINESS**

DA MAGGIO 2024

L'editoria rappresenta la prima industria culturale del Paese ed è il quarto mercato europeo (dopo Germania, Francia e Inghilterra).

ICCI, in collaborazione con il dipartimento di management della scuola di management ed economia dell'Università degli Studi di Torino, ha sviluppato il progetto del master *Le imprese del libro*, che rappresenta **la prima iniziativa di questo genere in una città di prestigiosa tradizione editoriale come Torino**, in cui è presente e attiva tutta la filiera nelle sue molteplici professionalità.

L'originalità di questo master si esprime nell'offrire a tutti coloro che aspirano a un'attività nel mondo della cultura e desiderano trasformare la propria passione per il mondo editoriale in un mestiere, le conoscenze e gli strumenti indispensabili per lavorare in una casa editrice, non limitandosi ai contenuti tecnici, ma **affrontando ogni aspetto della gestione operativa della casa editrice e degli studi editoriali, senza trascurare le nuove professionalità rese attuali dall'evoluzione tecnologica e digitale**, che ha impregnato l'attività editoriale e la produzione del libro.

Il master, attraverso un approccio didattico ibrido e altamente innovativo (anche dal punto di vista dell'impatto tecnologico sulla filiera), si propone di fornire ai partecipanti (studenti e giovani laureati, ma anche disoccupati o già occupati nell'ambito editoriale) una preparazione di base non solo rispetto alla tradizionale di formazione di settore (cioè l'editing), ma soprattutto rispetto a tutte le altre **professioni altrettanto indispensabili riguardo alle quali c'è invece scarsissima formazione: finanza, marketing, nuove tecnologie, area legal, bandi, sostenibilità** sono tutte aree tradizionalmente trascurate nell'approccio all'industria editoriale ma di cruciale importanza per lo sviluppo delle imprese.

FORMAZIONE • ORIENTAMENTO
• PROMOZIONE DEL TERRITORIO



Il taglio teorico e pratico al corso di studi è **progettato e condotto da professionisti del settore di competenza riconosciuta** che trasmettendo le loro esperienze consentono ai partecipanti di acquisire gli strumenti di base indispensabili per lavorare nel comparto.

Il corso è propedeutico a successive esperienze formative professionalizzanti (tra cui anche master più ampi), volte ad approfondire significativi e specifici temi della filiera editoriale.

La didattica prevede 125 ore totali tra lezioni d'aula frontali (45), pratico-laboratoriali e lo svolgimento di un project work (80).

Il master ha anche l'intento di far incontrare i/le partecipanti con le aziende che hanno promosso ed erogato la formazione, con l'obiettivo di facilitare le relazioni e di favorire la possibilità di ingresso degli studenti nella compagine delle imprese. Questo strumento formativo dunque è utile per **contribuire a generare occupazione e a creare un luogo in cui far incontrare domanda e offerta di lavoro qualificato, in un settore come l'industria del contenuto in cui questo incontro è tradizionalmente difficile.**

In tal senso il programma didattico è stato impostato dall'Università degli Studi di Torino e da ICCI tenendo conto delle esigenze delle aziende associate e della possibilità di assorbire in seguito **i meritevoli che hanno contribuito a formare.**





APERTURA PREISCRIZIONI

15 Aprile 2024 - 24 Maggio 2024

IMMATRICOLAZIONI

29 Maggio 2024 - 5 Giugno 2024

INIZIO E FINE CORSO

7 Giugno 2024 - 11 Ottobre 2024

COSTO

Tassa universitaria di **1.300€**, comprensiva dell'esame per il rilascio della certificazione CEPAS.

CERTIFICAZIONE

Master **Cuap** - Corso Universitario di Aggiornamento professionale.

Certificazione rilasciata da CEPAS - ente nazionale del gruppo Bureau Veritas di accreditamento riconosciuto dallo Stato italiano per la certificazione delle competenze professionali acquisite.

CREDITI

Il master dà diritto a **5 crediti universitari** ed è professionalizzante.

MODALITÀ

Le lezioni saranno tenute in modalità online per dare anche a chi si trova fuori sede la possibilità di partecipare.

FONDIMPRESA

Possibilità per le imprese di finanziare la formazione per i loro dipendenti tramite fondimpresa o fondi interprofessionali analoghi.





IL PROGRAMMA

L'EDITORIA DI OGGI, L'EDITORIA DEL FUTURO

Il programma è stilato in modo da coprire non solo l'area tradizionale di formazione in ambito editoriale (editing, impaginazione), ma soprattutto tutte le professioni tanto trascurate quanto richieste: marketing, finanza, nuove tecnologie, area legal e così via.

LEZIONI FRONTALI

LA STRUTTURA DELLA FILIERA EDITORIALE

- Inquadramento generale su mercato editoria
- La filiera editoriale a monte: autori, agenzie letterarie, studi editoriali, grafici, impaginatori, illustratori, stampatori, legatori, agenzie letterarie: presentazione del comparto, mappatura e professioni
- Che cosa si intende per editore: coordinatore delle azioni della filiera
- L'editore, le varie tipologie e i vari supporti dell'editoria libraria
- Testo, grafica e didattica: come si declina il contenuto nelle varie tipologie editoriali

MODELLI DI BUSINESS E SOSTENIBILITÀ ECONOMICA

- Modelli di business e strategia in relazione alla tipologia editoriale
- Modelli di business editoria di varia (promotori, distributori, librai)
- Modelli di business e canali commerciali editoria scolastica e accademico-professionale
- Canali di vendita in relazione alla tipologia editoriale, atipici o alternativi

INNOVAZIONE, TECH E NUOVE PROFESSIONI

- I vari supporti per i contenuti del libro
- Focus su AI: applicazioni e casi studio
- Digitalizzazione e ibridazione delle nuove figure professionali
- Il futuro dei processi di produzione
- Editoria del futuro: i trend del contenuto

ADEMPIMENTI NORMATIVI E FISCALI, AREA LEGAL

- La specificità del regime fiscale (introduzione)
- Diritto d'autore, copyright e AI
- Diritti secondari e legati alle nuove realtà (e-book, audiolibri, riduzione TV e cinematografica, streaming, podcast, etc.)
- Contratti e accordi editoriali, cessione del diritto d'autore e contratti legati alle nuove forme di creatività del contenuto
- Diffamazione e dati personali
- Diritto di immagine e diritto d'autore
- Organizzazione di un piano di comunicazione
- Scelta titolo e grafica come strumento di marketing



WORKSHOP

FONDAMENTI DI TECNICHE EDITORIALI

- Che cos'è e cosa fa un editore
- Che cos'è e cosa fa uno studio editoriale
- Flussi editoriali, gestione di base del testo
- Gender equality e diversity nei contenuti
- Gender equality e diversity dal punto di vista legale
- Fondamenti di InDesign
- Principi di disegno grafico
- Gamification e didattica
- Come saranno le aule del futuro
- Editoria del futuro e multidisciplinarietà

MARKETING E COMUNICAZIONE

- Tools AI e marketing editoriale: strumenti e pratiche
- Piano marketing, PR e ufficio stampa: cenni pratici
- Gestione big data, metadati e SEO
- Social media marketing e social media management
- Canali di vendita in relazione alla tipologia editoriale, atipici o alternativi

FILIERA

- Stampa e nuove tecnologie
- Il rapporto tra editore e fornitori

ADEMPIMENTI NORMATIVI E FISCALI, AREA LEGAL, FINANZA

- La specificità del regime fiscale (workshop)
- Protezione del Diritto d'Autore: bollino SIAE, costi e attività
- Propaganda del libro: forme di remunerazione, Enasarco e Anarpe
- Progettazione europea e bandi
- Declinazione finanziaria editoria scolastica
- Definizione del punto di pareggio di un'operazione editoriale
- Nuove forme di creatività legate al contenuto (audio, video, streaming, social media, influencer, etc.) ed AI
- Vendere una rivista di carta, il caso di Torino Storia



I DOCENTI E LE DOCENTI

SONO LE IMPRESE STESSE A FORMARE LE PERSONE CHE POI POTRANNO ASSUMERE IN AZIENDA O CHE SARANNO RIQUALIFICATE PER FARLE CRESCERE IN TERMINI DI COMPETENZA E DI CARRIERA

Paolo Biancone ▶ Professore – Università degli Studi di Torino – Dipartimento di Management

Silvana Secinaro ▶ Professoressa – Università degli Studi di Torino – Dipartimento di Management

Marzia Camarda ▶ Founder Sidera, founder Inkodex, founder The Publishing Fair, presidente Italian Cultural Content Industry

Lorenzo Armando ▶ Amministratore Lexis srl, presidente The Publishing Fair

Raffaella Cavaletto ▶ Socia fondatrice Ibidem Studio

Paola Berta ▶ Socia amministratrice di Puntografica S.r.l

Marco Griffa ▶ Direttore Generale divisione Loescher gruppo Zanichelli

Walter Martiny ▶ Direttore Edizioni del Capricorno

Vittorio Di Tomaso ▶ Partner Maize, H-farm innovation

Irma Ciaramella ▶ Avvocata patrocinante in Cassazione, Vicepresidente di ICCI, socia fondatrice e senior partner di studiolegale.com

Sarah Vercellone ▶ Avvocata socia Pavesio e Associati with Negri-Clementi

Giorgia Brescia ▶ Communication strategist & journalist

Luisa Gonella ▶ Socia fondatrice Merende Digitali

Ester Liquori ▶ Experienced Customer Journey Manager and CMO

Franca Auricchio ▶ Socia Propagina s.a.s.

Erika Vicaretti ▶ Co-founder & Art Director presso Bianco Tangerine

Isabella Reggio ▶ Company Owner & Art Director presso Bianco Tangerine

Paolo Giovine ▶ Chairman PubCoder, Co-CEO Conversa, Advisor, Investor, Professore – Università degli Studi di Torino

Emanuele Bona ▶ Amministratore delegato Promedia, vicepresidente Vincenzo Bona spa

Laura Fornaro ▶ European Projects, Liaison Officer at Liberitutti scs

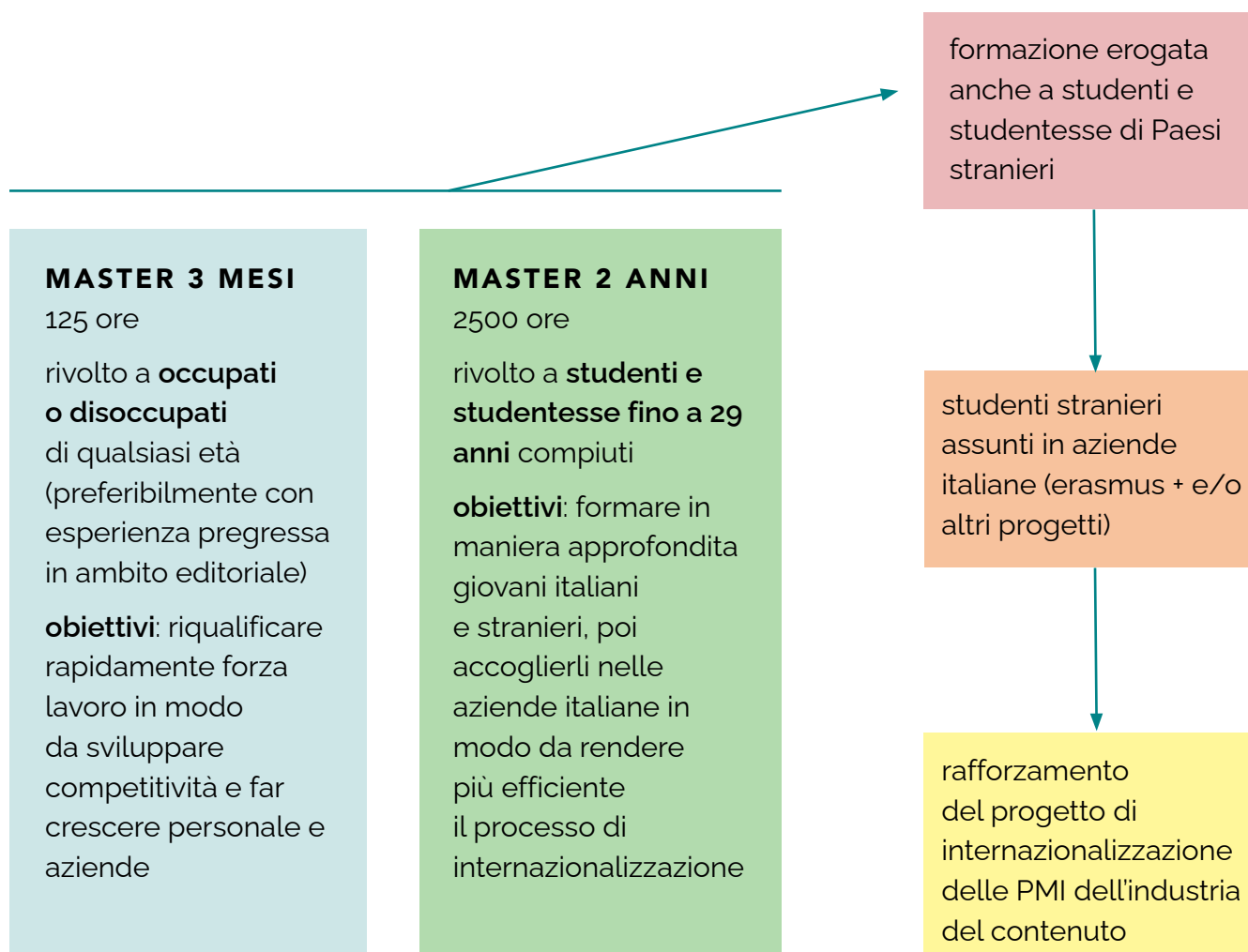
Alberto Riccadonna ▶ Direttore Torino Storia



LA VISIONE D'INSIEME

FORMAZIONE INTERNAZIONALE PER FAVORIRE LA PERFORMANCE E L'INTERNAZIONALIZZAZIONE DELLE PMI DELL'INDUSTRIA DEL CONTENUTO

Accanto al master professionalizzante rivolto a occupati e occupate per abilitarli velocemente al cambiamento del settore (cfr. p. prec.) ICCL ha pensato a una struttura formativa internazionale, che possa formare studenti anche all'estero e portarli a lavorare nelle imprese italiane, **riducendo così il mismatching di settore** e al contempo aprendo delle strade più efficaci verso una **reale internazionalizzazione delle PMI** dell'industria del contenuto.



QUANTO CONTA IL CONTENUTO

FEBBRAIO -
APRILE 2024

SECONDO CICLO DI INCONTRI PER IMPRENDITORI E IMPRENDITRICI SUI TEMI CHIAVE DEL FUTURO DELL'INDUSTRIA DEL CONTENUTO

Gli incontri di questo ciclo hanno sempre due caratteristiche:

- sono altamente focalizzati sull'area di filiera che riguarda il nostro settore
- sono di livello nazionale e internazionale.

Come nel caso del ciclo precedente, gli obiettivi sono:

- 1.** abilitare le imprese dell'industria del contenuto a comprendere, interpretare e integrare le tecnologie avanzate ai loro processi produttivi, anche conoscendo meglio il contesto di mercato internazionale
- 2.** rafforzare il network nazionale e internazionale in modo che le imprese collaborino tra loro in modo più efficiente e accrescano il loro business
- 3.** dialogare con le istituzioni e facilitare le relazioni tra imprese e istituzioni, in modo che i bisogni delle imprese del nostro comparto possano usufruire dei servizi coprogettati e messi a disposizione, a vantaggio del territorio e di tutte le parti coinvolte.

Questo il tema dei quattro incontri:

- 1. Generative AI, rischi e opportunità per l'industria del contenuto* (musica, design ecc. con approfondimento su large language model e diffusion model) **29 febbraio 2024**
- 2. Ai e impatto sulla produzione creativa e sull'analisi dei dati in azienda* (anche legata a dati, privacy, policies internazionali) **21 marzo 2024**
- 3. Neuroscience e dispersione scolastica* (in che modo gli strumenti di neuroscience e le nuove tecnologie possono aiutare gli operatori a comprendere come intervenire in area education sulla dispersione dei giovani talenti) **23 maggio 2024** all'innovation center e **10 maggio 2024** (alla Fiera del libro)



MAPPATURA DELLE COMPETENZE DELLA FILIERA DELL'INDUSTRIA DEL CONTENUTO

**UNO STRUMENTO PER LE IMPRESE,
UNO STRUMENTO PER LE ISTITUZIONI**

Dopo l'incontro con l'EEPG (cfr. p. 20) tutte le parti coinvolte hanno ragionato sulla possibilità di estendere il lavoro di elenco delle competenze delle imprese, in modo che questo possa diventare uno strumento condiviso sul quale costruire congiuntamente azioni utili per il comparto.

Un elenco così completo è il primo mai realizzato in Italia e può diventare una leva di promozione del territorio e delle sue imprese, valorizzando il distretto produttivo di Torino e del Piemonte.

I soci e le socie di ICCI stanno affiancando le istituzioni per dare il contributo tecnico necessario per formulare progetti e azioni con cui sostenere la filiera.

THE PUBLISHING FAIR

SECONDA EDIZIONE

The Publishing Fair è la prima convention in Italia interamente dedicata ad aziende e professionisti del mondo dell'editoria libraria.

Si tratta di un grande evento che coinvolge esperti ed esperte con finalità di altissima formazione e di business internazionale.

Quello editoriale è un settore industriale in enorme trasformazione e in cui è diventato indispensabile il confronto (anche formativo) tra imprese, professionisti e professioniste, esperti ed esperte di tecnologia per affrontare le sfide del comparto e la competizione mondiale.

The Publishing Fair è rivolto a editori, studi editoriali, freelance, fornitori di tecnologia, grafici, cartai e cartotecnici, insomma a tutto il mondo B2B che gravita intorno al contenuto editoriale.

Si tratta di una comunità di professionisti e professioniste che comprende centinaia di migliaia di persone altamente skillate sparse su tutto il territorio nazionale (con prevalenza nel nord Italia).

Questa convention è nata perché la nostra comunità non aveva un luogo dedicato in cui confrontarsi a livello professionale e immaginare insieme soluzioni, modelli di business, tecnologizzazione dei propri processi, in una parola: strategia congiunta.



FORMAZIONE • IMPRENDITORIALITÀ DI SETTORE
• BUSINESS • PROMOZIONE DEL TERRITORIO
• PARTNERSHIP INTERNAZIONALE





The Publishing Fair ha i seguenti obiettivi:

1. formare ad altissimo livello per rendere le aziende e i professionisti più performanti
2. sviluppare il business tra imprese e tra professionisti a livello nazionale e internazionale
3. intercettare i trend mondiali e condividerli con le aziende per migliorarne la competitività
4. promuovere le competenze del territorio.



ALCUNE IMMAGINI DELLA PRIMA EDIZIONE



LA WOMEN WRITERS ROUTE PASSERÀ ANCHE DALL'ITALIA

UN PERCORSO INTERNAZIONALE DI VALORIZZAZIONE DELLE INTELLETTUALI ITALIANE NEL CONTESTO EUROPEO

Un lavoro importante svolto dall'associazione consiste nel riconoscimento dell'importanza strategica del lavoro intellettuale, nonché nella valorizzazione del contributo al sapere elaborato dalle donne.

La partnership internazionale con la Women Writers Route, percorso patrocinato dall'European Council, ha l'obiettivo di calare il ruolo delle intellettuali italiane nel contesto europeo, come parte di una rete culturale e di identità europeista che sempre ha caratterizzato le italiane e che trova tramite questo progetto una valorizzazione istituzionale importante.

È in corso di organizzazione un primo ciclo di incontri.



LA FILIERA DEL CONTENUTO AL SERVIZIO DEL TERRITORIO

ORIENTAMENTO PER LE ISTITUZIONI RISPETTO ALLE POSSIBILITÀ TECNICHE DELLA FILIERA DEL CONTENUTO PER LA VALORIZZAZIONE DEI TERRITORI

Il progetto si pone come obiettivo la condivisione e messa in rete di contenuti e conoscenze che mettono in relazione le istituzioni locali e gli enti locali con le imprese ad alto impatto sociale, con grande valore imprenditoriale e di Ricerca & Sviluppo continui. I destinatari sono quindi le istituzioni che vogliono ricercare su un mercato per di più non conosciuto e non facilmente accessibile e di un comparto produttivo presente nel territorio dell'area metropolitana di Torino.

L'obiettivo è fare divulgazione e costruire alcuni workshop su alcuni temi che i soci e le socie di ICCI e la rete costruita dall'associazione possono mettere a disposizione, tra cui per esempio:

- Digitalizzazione, comparto tech, Innovation e applicazione AI - possibilità e rischi
- Gender equality e gender gap - strumenti e contenuti per la redazione dei Gender Equality Plan Aziendali e istituzionali, strumenti per definire politiche di genere e soluzioni innovative per l'inclusione e non discriminazione
- Accessibilità ed education - strumenti e consulenza per Bes, Dsa e altri disturbi dell'apprendimento.
- Comparto legal - privacy, GDPR, uso e utilizzo di immagini, diritto d'autore
- Storytelling - marketing promozionale per la valorizzazione del territorio.

Altri benefici inoltre saranno:

- Definizione di processi di promozione e marketing territoriale
- Identificazione di segni distintivi e modelli di identificazione del territorio
- Valorizzazione e sostegno di produzioni locali
- Promozioni di iniziative di comunicazione e valorizzazione delle filiere
- Possibilità di ingresso all'interno della rete ICCI per condividere e implementare i servizi in rete
- Attivazione di forme di sinergia e di cooperazione con società e enti sia pubblici (territoriali e non territoriali) che privati.



**ARCHIVIO
ATTIVITÀ
2023**

QUANTO CONTA IL CONTENUTO

PRIMO CICLO DI INCONTRI PER IMPRENDITORI E IMPRENDITRICI DELLA FILIERA DEL CONTENUTO

Su stimolo della Camera di Commercio di Torino ICCL ha organizzato *Quanto conta il contenuto: il futuro dell'industria creativa tra complessità e opportunità*, ciclo di tre incontri di grande successo destinato a imprese, professioniste e professionisti.

Gli incontri, che si sono tenuti al Circolo dei Lettori, hanno visto oltre 150 presenze a incontro e hanno portato al Circolo un pubblico di imprese e professionisti che di solito non gravitano in quei contesti.

Degli incontri, con ospiti di livello internazionale giunti a Torino apposta per questi incontri, si è occupato anche il TG RAI - Leonardo).

Il ciclo di incontri aveva l'obiettivo di formare gli imprenditori e le imprenditrici sui rischi e sulle possibilità degli strumenti tecnologici legati al proprio comparto, di creare un momento di dibattito, di entrare in dialogo con le Istituzioni su questi temi e di contribuire alla costruzione un network trasversale.

Primo incontro • Creatività e proprietà - A chi appartiene davvero il contenuto?

- Francesca Cassone, avvocatessa esperta di proprietà intellettuale
- Emanuela Mazzucchetti, responsabile Ufficio iconografico casa editrice Loescher
- Mauro Bennici, ethical AI expert
- Irma Ciaramella, avvocatessa esperta di diritto d'autore
- Giovanni Pescarmona, digital humanist, collaboratore esterno della Digital Library del Ministero della Cultura

modera Marzia Camarda, presidente Italian Cultural Content Industry

commentano Dario Gallina, presidente della Camera di Commercio di Torino e
Chiara Foglietta, assessora all'innovazione della Città di Torino





Secondo incontro • Creatività e AI - In che modo l'AI sta cambiando la produzione dei contenuti?

- Simone Arcagni, Nuove tecnologie e nuovi media Università di Palermo
- Marco Viganò, Sr. Product Director – Global audio, video and events – Condé Nast
- Christoph Bläsi, Professor for publishing studies at Johannes Gutenberg University Mainz
- Marina Geymonat, Head of Innovation Lab, SISAL

moderano Ester Liquori, AI evangelist e Simone Lattes, amministratore delegato Lattes editori

commenta Guido Saracco, rettore del Politecnico di Torino



Terzo incontro • Creatività e accessibilità - Il contenuto è davvero per tutti*?

- Anna Capietto, Dipartimento di Matematica "G.Peano" - Università di Torino e responsabile del Laboratorio per la ricerca e la sperimentazione di nuove tecnologie assistive per le STEM "S.Polin"
 - Artur Dyro, CEO di Learnetic
 - Dajana Gioffrè, Chief Visionary Officer di AccessiWay
 - Cristina Mussinelli, Segretaria Generale della Fondazione Lia
- moderano* Paolo Giovine, imprenditore e docente universitario e Marco Griffa, direttore generale di Loescher Editore
- commenta* Andrea Tronzano, assessore alla Attività produttive della Regione Piemonte

Questo primo ciclo di incontri ha visto la partecipazione di oltre 400 persone (imprenditori e decisori) e ha coinvolto oltre 20 relatori e relatrici di livello internazionale.



UN MOMENTO DEL TERZO APPUNTAMENTO AL CIRCOLO DEI LETTORI IN UNA DELLE SALE OCCUPATE DURANTE L'INCONTRO

UN MOMENTO DEL TERZO APPUNTAMENTO AL CIRCOLO DEI
LETTORI IN UNA DELLE SALE OCCUPATE DURANTE L'INCONTRO





AUDIZIONE ALLA CAMERA DEI DEPUTATI

L'IMPATTO DELLA DIGITALIZZAZIONE SULL'INDUSTRIA DEL CONTENUTO

L'Italian Cultural Content Industry è stata invitata come esperta dalla Commissione cultura e istruzione della Camera dei deputati a esporre il punto di vista delle imprese dell'industria del contenuto rispetto alle necessità, ai rischi e alle opportunità legate alla digitalizzazione e all'applicazione massiccia dell'innovazione tecnologica.

Naturalmente il settore è stato colpito in maniera molto massiccia dalle rapidissime innovazioni tecnologiche, e le professioni (così come le imprese) sono in grande e continua evoluzione (cfr. cicli di incontri *Quanto conta il contenuto* organizzati da ICCI per favorire la comprensione da parte delle imprese dell'impatto dei nuovi strumenti tecnologici sul loro business).

SETTIMANA DELLA CULTURA D'IMPRESA: IL CASO DELL'INDUSTRIA DEL CONTENUTO

UN SETTORE CHE ASSUME: ORIENTAMENTO PER STUDENTI E STUDENTESSE DEL LICEO E DELL'UNIVERSITÀ

Nell'ambito della Settimana della cultura d'impresa organizzata da Museimpresa, l'Italian Cultural Content Industry è stata invitata dal Museo Lavazza a raccontare a oltre 3000 studenti e studentesse di tutte le parti d'Italia (da Chieti a San Marino, da Aosta a Sanremo) in che cosa consiste la filiera dell'industria del contenuto, come funziona, qual è il suo peso economico e sociale, quali sono le possibilità professionali, quanto è internazionale e tecnologico questo comparto. L'incontro, molto partecipato e corredato da un dibattito di oltre un'ora a commento di quanto esposto, è stato un'occasione per aprire un mondo "nascosto" come quello della produzione industriale dei contenuti e facilitare l'orientamento di ragazzi e ragazze che devono scegliere quali università frequentare e quali sbocchi nel mondo del lavoro perseguire.

Questo tipo di incontri, oltre a promuovere la cultura d'impresa delle imprese che fanno cultura, ha anche l'obiettivo di ridurre nel tempo il mismatching (che nel nostro settore è del 47%).



IN COLLABORAZIONE CON L'UNIONE INDUSTRIALI,
CON LA CAMERA DI COMMERCIO DI TORINO, CON
L'EEPG (EUROPEAN EDUCATION PUBLISHERS GROUP)



ELENCO DELLE COMPETENZE DELLA FILIERA DELL'INDUSTRIA DEL CONTENUTO

**LE IMPRESE SI PRESENTANO IN OCCASIONE DELLA
CONVENTION DELL'EUROPEAN EDUCATION PUBLISHERS
GROUP**

Per la prima volta dalla sua costituzione, 14 anni fa, l'EEPG sbarca in Italia per la sua convention internazionale e lo fa proprio a Torino, riconoscendo il valore strategico della città in ambito editoriale.

In questa occasione, in cui a Torino sono ospitati i decisori di 25 case editrici da tutta Europa, le imprese dell'Italian Cultural Content Industry legate all'editoria si sono presentate e lo hanno fatto tramite la descrizione accurata ed estesa dei servizi che possono mettere a disposizione, raccogliendo il primo elenco mai realizzato di competenze specialistiche riferite alla filiera editoriale.

PARTNERSHIP INTERNAZIONALE •
PROMOZIONE DEL TERRITORIO • BUSINESS



CREATIVE BUSINESS CUP

UNA COMPETIZIONE INTERNAZIONALE PER STARTUP DELL'INDUSTRIA CREATIVA

L'Italian Cultural Content Industry, in partnership con Matera Hub e con il Creative Business Network di Copenhagen (organizzazione che riunisce oltre 10mila startup di ambito creativo in tutto il mondo) è componente della giuria della Creative Business Cup, competizione mondiale che ogni anno premia le startup più promettenti dell'industria creativa.

In genere la partecipazione italiana a queste competizioni è molto ridotta rispetto a quella di molti altri Paesi: uno degli sforzi congiunti di ICCi, insieme a Matera Hub, è quello di aumentare il numero di candidati italiani e dalla prima edizione a cui ICCI ha partecipato alla seconda il numero di candidati è raddoppiato.



START-UPS IN THE CULTURAL & CREATIVE INDUSTRIES' SECTOR BETWEEN GERMANY AND ITALY

**UN EVENTO PER COSTRUIRE RELAZIONI DI BUSINESS TRA
LA FILIERA DELL'INDUSTRIA DEL CONTENUTO ITALIANA
E QUELLA TEDESCA**

L'Italian Cultural Content Industry è stata invitata dalla Camera di Commercio di Torino a partecipare a un evento organizzato da Italcam e tenutosi all'ambasciata italiana a Berlino per presentare la filiera dell'industria del contenuto italiana alle camere di commercio tedesche.

Questo evento di presentazione ha dato origine a relazioni produttive con Italcam e con il Venetian Cluster e ha consentito ad alcuni soci dell'Italian Cultural Content Industry di iscriversi nell'elenco dei fornitori tecnologici internazionali a cui attingere in occasione dei bandi CCI europei.



DIGITALE FEMMINILE E IMPRESA: WORKSHOP

**UNA VERA E PROPRIA SESSIONE DI MENTORSHIP
PER LE IMPRENDITRICI E FREELANCE DIGITALI
NELL'AMBITO DELL'INDUSTRIA DEL CONTENUTO**

L'Italian Cultural Content Industry è stata invitata da Fabermeeting, festival dedicato all'imprenditorialità, a un confronto (sollecitato dalle imprese stesse) con le giovani imprenditrici dell'industria del contenuto che affrontano, oltre alle barriere del reverse ageism, anche quelle legate alla difficoltà di affermarsi in un settore (specie quello tecnologico) ancora in ampia parte dominato da uomini.

Il workshop ha previsto un dialogo di due ore volto a dare strumenti strategici e pratici per valorizzare la propria professionalità, la propria strategia di impresa e la propria identità.





CONTATTI

PRESIDENTE@ICCIHUB.IT

WWW.ICCIHUB.IT