

# Indice

11	INTRODUZIONE
23	1. CREATIVE INDUSTRY. L'ORIGINE DELLA SPECIE
23	1.1 Introduzione
24	1.2 Industrie creative: la "nascita" di un settore
30	1.3 Industrie creative: i "confini" del settore
42	1.4 Le imprese delle <i>creative industry</i> : i caratteri condivisi
51	1.5 Le industrie creative nel nuovo Millennio
63	2. I PROCESSI DI INNOVAZIONE NELLE IMPRESE CULTURALI E CREATIVE
63	2.1 Introduzione
65	2.2 I primi passi della ricerca sulle industrie creative
69	2.3 Gli studi sull'innovazione nelle industrie creative
81	2.4 Le forme dell'innovazione nelle imprese culturali e creative
93	2.5 L'innovazione negli <i>art world</i>
102	2.6 Un modello multidimensionale di innovazione nelle imprese culturali e creative
115	3. I LUOGHI DELLA CREATIVITÀ
115	3.1 Introduzione
116	3.2 Atmosfera, <i>milieu</i> , città, cluster nelle industrie creative
131	3.3 Le industrie creative: radici culturali e reti globali

143	4.	L'INDUSTRIA DELL'ANIMAZIONE NELL'ECONOMIA DELLA GLOBALITÀ
143	4.1	Introduzione
145	4.2	Il cinema d'animazione come caso di industria creativa
154	4.3	Il sentiero evolutivo dell'industria dell'animazione
154	4.3.1	<i>Disney e il mito fondatore</i>
159	4.3.2	<i>Pixar e il salto di specie</i>
169	4.3.3	<i>Oltre i confini degli Stati Uniti</i>
177	4.3.4	<i>Il cinema di animazione diventa adulto</i>
183	4.3.5	<i>La rivoluzione dello streaming</i>
190	4.4	Uno sguardo all'industria dell'animazione in Europa
197	4.5	L'evoluzione del cinema d'animazione in Italia
197	4.5.1	<i>Le origini</i>
203	4.5.2	<i>L'era di Carosello</i>
214	4.5.3	<i>Bozzetto e l'età di mezzo dell'animazione italiana</i>
224	4.5.4	<i>L'arte dell'animazione: da Luzzati alla corrente neo-pittorica</i>
231	4.5.5	<i>Il paesaggio contemporaneo dell'industria dell'animazione in Italia</i>
241	5.	L'ARTE DELLA CREATIVITÀ. IL CASO MAD ENTERTAINMENT
241	5.1	Introduzione
242	5.2	La metodologia di indagine
242	5.2.1	<i>Il design della ricerca</i>
244	5.2.2	<i>La scelta del caso</i>
247	5.2.3	<i>La strategia di raccolta dei dati</i>
250	5.3	L'analisi del caso
250	5.3.1	<i>Introduzione</i>
251	5.3.2	<i>La corrente del golfo</i>
253	5.3.3	<i>Una nave di creativi</i>
257	5.3.4	<i> Davide contro Golia</i>
260	5.3.5	<i>Un passo in avanti</i>
262	5.3.6	<i>C'era una volta una Gatta</i>

265	5.3.7	<i>È come un quartetto jazz</i>
269	5.3.8	<i>Sono i sogni a far crescere gli uomini e i luoghi in cui vivono</i>
275	5.3.9	<i>La piccola Mad cresce</i>
281	5.3.10	<i>La stagione della pandemia</i>
285	5.3.11	<i>Il terzo cantiere: una piccola ballata per i nati alla fine del mondo</i>
311	5.3.12	<i>Mad, verso nuovi orizzonti</i>
318	5.4	Discussione dei risultati e proposizioni di ricerca
319	5.4.1	<i>Il modello di innovazione creativa applicato al caso Mad</i>
332	5.4.2	<i>Le determinanti dell'innovazione e le capacità fondamentali di un'impresa culturale e creativa</i>
359	5.4.3	<i>La configurazione metanazionale di una piccola impresa creativa</i>
367		NOTE CONCLUSIVE
373		<i>Bibliografia</i>
409		<i>Appendici</i>
465		<i>Ringraziamenti</i>
469		<i>Indice dei nomi</i>
487		<i>Hanno scritto nella Collana punto org</i>