

Archivio Dedalus

strategy in the creative industries

Durante il lavoro di gruppo relative all'esame di "strategy in the creative industries" è stato analizzato l'Archivio Dedalus e il suo progetto evidenziando punti di forza e di debolezza dell'associazione, il modo in cui si pone all'interno del settore creativo in cui opera, e quali sono le prospettive future di breve termine.

1. Una Breve Storia

L'Archivio Dedalus è una associazione no-profit istituita nel 2003 con l'intento di raccogliere, conservare, e spesso, costituire, opere audio-video sulla poesia contemporanea. Sono molti i lavori che durante questi anni sono stati portati a termine dall'Archivio (Voci e Luoghi, Amemus Carmina, Comunic-abilità, ecc.), e l'associazione in questo modo, copre un deficit culturale all'interno del panorama italiano: infatti prima dell'Archivio Dedalus in Italia, non esisteva una istituzione che si dedicasse principalmente a questi temi.

2. Analisi Interna

L'istituzione si divide su 2 livelli organizzativi, uno direzionale composto da individui con competenze principalmente artistiche e un altro, quello più strettamente operativo, composto da giovani tirocinanti provenienti dalle migliori università milanesi. La scelta di non avere dipendenti può rappresentare sia un vantaggio, in quanto vengono apportate competenze e idee sempre nuove, sia uno svantaggio, poiché il tempo che gli studenti possono dedicare è sempre limitato.

Le principali difficoltà dell'associazione sono relative alla ricerca di fondi permanenti per coprire le proprie attività principali; l'esternalizzazione della maggior parte di esse permette di ottenere una sensibile riduzione dei costi necessari, che rimangono comunque consistenti rispetto alle entrate che l'Archivio riesce a ottenere.

3. Analisi Esterna

L'associazione può vantare ancora adesso di essere l'unica organizzazione in Italia ad occuparsi di opere audio-video sulla poesia italiana, conseguentemente, essere stati i primi in questo settore, ha portato l'Archivio Dedalus a non avere dei competitori diretti. Le barriere d'entrata in questo mercato sono tra l'altro molto alte: ci riferiamo alla tecnologia, i flussi di informazione, il governo e la politica. Dal punto di vista indiretto, però, sono molte le attività culturali che un consumatore può scegliere per ottimizzare il proprio tempo libero; nasce dunque spontanea la domanda: l'Archivio Dedalus, è sufficientemente conosciuto nel nostro panorama?

4. Prospettive Future

Progettando degli eventi collaterali che accompagnino l'attività centrale dell'Archivio, si può cercare di incrementare e migliorare la conoscenza e la percezione che i "consumatori culturali" hanno dell'Archivio Dedalus; in questo modo, oltre alle classiche attività di raccolta e conservazione di opere, si aggiungono quelle di progettazione di eventi e di produzione letteraria.

Per cercare di risolvere il problema relativo all'economia dell'associazione, le soluzioni che proponiamo possono essere di 2 tipi:

- Integrare uno specialista finanziario ai livelli amministrativi
- Sviluppare una campagna associativa

La prima soluzione si mostra più complicata visto l'assetto organizzativo dell'Archivio ma potrebbe rivelarsi comunque utile per cercare di risolvere problemi di non poca rilevanza. La seconda idea, ben più realizzabile, è già in fase di implementazione da parte dell'associazione che ha la possibilità di creare intorno a se, la prima community di amanti della poesia contemporanea e, soprattutto, delle opere audio-video su di essa.