



Centro Universitario Europeo
per i Beni Culturali
Ravello

Territori della Cultura

Rivista on line Numero 34 Anno 2018

Iscrizione al Tribunale della Stampa di Roma n. 344 del 05/08/2010

International Forum *Colloqui Internazionali*

**RAVELLO
LAB**
13^o Edition **2018**

NUMERO SPECIALE

Atti XIII edizione Ravello Lab
Investing in People
Investing in Culture

Ravello 25/27 ottobre 2018

PEUR
ANNO EUROPEO
DEL PATRIMONIO
CULTURALE



Sommario



Centro Universitario Europeo
per i Beni Culturali
Ravello

Comitato di Redazione

Pietro Graziani	
La rotta da seguire	8
Alfonso Andria, Claudio Bocci	
Ravello Lab: il valore della Community	12

Contributi

Gabriella Battaini Dragoni Le politiche del Consiglio d'Europa per la cultura: la Convenzione di Faro	20
Antonello Grimaldi Beni culturali e futuro	26
Erminia Sciacchitano 2018 Anno Europeo del Patrimonio Culturale. Il contributo dell'Italia nelle Istituzioni Europee	30

Panel 1: Audience Engagement, Audience Development: la partecipazione dei cittadini alla cultura

Francesco Caruso <i>Audience Engagement, Audience Development: la partecipazione dei cittadini alla cultura</i>	36
Maria Grazia Bellisario Quella gestione consapevole del paesaggio...	40
Michele Riccardo Ciavarella Verso una comunità/community della cultura?	44
Annalisa Cicerchia Come scegliersi un pubblico da amare e tenerlo stretto	48
Giuseppe Di Vietri Motivazione, intenzione, (don)azione. La promozione dell'Art Bonus e il ruolo ecosistemico dei Commercialisti	54
Laura Cecilia Garavaglia Il Festival Europa in versi	60
Stefania Monteverde Per una cultura democratica: dal bagno di folla alla comunità che partecipa	64
Patrizia Nardi Per una visione articolata delle Convenzioni UNESCO e del Consiglio d'Europa. Il patrimonio culturale, le sinergie possibili e la <i>governance</i> circolare.	70
Luca Pulvirenti Case Research and contribution	78
Fabio Viola Le istituzioni culturali alla prova dei pubblici del XXI secolo	82

Panel 2: L'impatto economico e sociale dell'Impresa Culturale

Flavia Barca L'impresa culturale attrattiva e generativa di valore nel Mezzogiorno	92
Lucia Biondi L'impatto economico e sociale dell'impresa culturale. Qualche domanda per riflettere	98

Sommario



Centro Universitario Europeo
per i Beni Culturali
Ravello

Paola Raffaella David, Salvatore Aurelio Bruno Appunti sul recupero alla fruizione di beni marginalizzati, imprese culturali ed aiuti di stato	102
Paola Raffaella David, Salvatore Aurelio Bruno La via partecipata e sociale alle politiche culturali e le imprese culturali e creative	116
Paola Dubini Le anime delle imprese culturali e creative	128
Samanta Isaia Il Museo Egizio: un modello di Impresa Culturale	130
Chiara Laghi L'impatto economico e sociale della cooperazione culturale	134
Giovanni Marasco Accountability, indicatori e standard di qualità per i musei civici	140
Filippo Montesì Nota sul contributo della valutazione alla promozione e all'investimento nel settore culturale	144
Luciano Monti Il ruolo delle imprese culturali nelle nuove traiettorie dello sviluppo locale	150
Dunia Pepe La valorizzazione dei beni artistici e culturali per la crescita dell'economia circolare e dell'occupabilità giovanile	158
Marco Pini, Alessandro Rinaldi L'impatto economico e sociale dell'impresa culturale visto dal lato della relazionalità di impresa: un'analisi sull'Italia	166
Appendice	
Gli altri partecipanti ai tavoli	172
Bando "Patrimoni Viventi"	197

Comitato di Redazione



Centro Universitario Europeo
per i Beni Culturali
Ravello

Presidente: Alfonso Andria

comunicazione@alfonsoandria.org

Direttore responsabile: Pietro Graziani

pietro.graziani@hotmail.it

Direttore editoriale: Roberto Vicerè

redazione@qaeditoria.it

Responsabile delle relazioni esterne:

Salvatore Claudio La Rocca

sclarocca@alice.it

Comitato di redazione

Jean-Paul Morel Responsabile settore
"Conoscenza del patrimonio culturale"

jean-paul.morel3@libertysurf.fr;

Claude Albore Livadie Archeologia, storia, cultura

morel@msh.univ-aix.fr

Max Schvoerer Scienze e materiali del

alborelivadie@libero.it

patrimonio culturale

Beni librari,

documentali, audiovisivi

schvoerer@orange.fr

Francesco Caruso Responsabile settore

francescocaruso@hotmail.it

"Cultura come fattore di sviluppo"

Piero Pierotti Territorio storico,

pieropierotti.pisa@gmail.com

ambiente, paesaggio

Ferruccio Ferrigni Rischi e patrimonio culturale

ferrigni@unina.it

Dieter Richter Responsabile settore

dieterrichter@uni-bremen.de

"Metodi e strumenti del patrimonio culturale"

Informatica e beni culturali

Matilde Romito Studio, tutela e fruizione

matilderomito@gmail.com

del patrimonio culturale

Adalgiso Amendola Osservatorio europeo

adamendola@unisa.it

sul turismo culturale

Segreteria di redazione

Eugenia Apicella Segretario Generale

Monica Valiante

Velia Di Riso

Rosa Malangone

univeur@univeur.org

Progetto grafico e impaginazione

PHOM Comunicazione srls

Info

Centro Universitario Europeo per i Beni Culturali

Villa Rufolo - 84010 Ravello (SA)

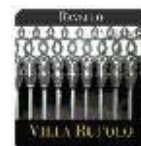
Tel. +39 089 857669 - 089 2148433 - Fax +39 089 857711

univeur@univeur.org - www.univeur.org

Per consultare i numeri
precedenti e i titoli delle
pubblicazioni del CUEBC:
www.univeur.org - sezione
pubblicazioni

Per commentare
gli articoli:
univeur@univeur.org

Main Sponsors:



ISSN 2280-9376

Come scegliersi un pubblico da amare e tenerlo stretto

Annalisa Cicerchia



Il non-pubblico di oggi è il mio pubblico di domani.

Il non-pubblico della cultura è numeroso, e, in Italia, tra il 2006 e il 2015, è andato aumentando. L'inchiesta europea Eu-Silc, nel 2015, documenta come la percentuale di persone che negli ultimi 12 mesi non sono mai state al cinema, a uno spettacolo dal vivo, o in un sito culturale sia superiore alla metà dei cittadini italiani (nella media UE a 28 paesi è circa il 37%) e sia salita del 4% rispetto al 2006.

Su 100 italiani, nel 2016, secondo l'indagine Istat "Aspetti della vita quotidiana", il 78,1% non era mai stato a teatro, il 46,1% mai al cinema, il 67% non era mai andato a visitare una mostra né un museo, il 90% non aveva mai assistito a un concerto di musica classica o all'opera, il 77,2% non aveva mai partecipato a un concerto di altro genere, il 73,2% si era tenuto alla larga da siti archeologici e monumenti. E il 18,6%, quasi un italiano su cinque non aveva fatto nemmeno una di tutte queste cose in 12 mesi.

Dunque, per quelle organizzazioni culturali che decidessero di ampliare il proprio pubblico, conquistandone di nuovo, i margini di miglioramento sono molto ampi. Ed è possibile, anche solo in base ai primissimi dati disponibili circa i profili dei non partecipanti, anche avventurarsi in qualche tentativo di segmentare il pubblico che si vuole catturare.

Qualche suggerimento di segmentazione del pubblico.

Se, per segmentare il non-pubblico, si vuole partire dalle differenze di comportamento per sesso, i dati da considerare sono questi:

- Mai al museo: il 67,3% dei maschi, il 66,8% delle femmine.
- Mai in un sito archeologico: il 72,8% dei maschi, il 73,5% delle femmine.
- Mai al teatro: 80% dei maschi, 76,3% delle femmine.
- Mai al cinema: 44,5% dei maschi, 47,7% delle femmine.
- Mai a un concerto di musica classica: 89,9% dei maschi, 89,5% delle femmine.
- Mai a un concerto di altro genere musicale: 76,5% dei maschi, 77,8% delle femmine.
- Non partecipazione assoluta: 15,5% dei maschi, 21,5% delle femmine.

La tavola n.1, i cui dati sono tratti sempre dall'indagine "Aspetti della vita quotidiana" riferiti al 2016, mostra i profili di mancata partecipazione per fasce di età.

Persone di 6 anni e più che non sono andate nemmeno una volta nell'ultimo anno...							
Età	Al teatro	Al cinema	A visitare musei o mostre	A concerti di musica classica, opera	Ad altri concerti di musica	A visitare siti archeologici e monumenti	Nessuna attività culturale
6-10	66,6	21,6	55,3	90,9	86,5	66,8	11,2
11-14	66,6	17,8	50,8	90,2	75,7	67,0	8,3
15-17	66,0	13,8	51,1	89,6	66,0	68,3	4,6
18-19	68,8	13,5	53,8	89,3	54,9	64,6	4,1
20-24	76,7	14,2	59,1	86,7	53,6	68,5	5,4
25-34	78,9	27,5	64,1	87,8	61,9	69,9	12,1
35-44	78,3	36,4	66,8	90,7	72,8	70,8	14,8
45-54	78,1	43,2	65,6	89,8	77,3	71,0	16,6
55-59	78,2	56,6	67,9	88,7	80,8	71,2	20
60-64	76,5	61,4	66,8	86,6	84,3	70,9	20,1
65-74	81,0	73,7	73,2	89,9	89,5	78,3	25,6
75 e oltre	89,7	89,4	86,9	93,2	94,2	90,0	43,5
Totale	78,1	46,1	67	89,7	77,2	73,2	18,6

Tavola n.1

In evidenza, con valori nettamente superiori alla media nazionale, il progressivo ritiro dall'impegno culturale delle persone con più di 60 anni. La tavola fotografa il fallimento delle politiche (ma ce ne sono state, poi?) di educazione alla musica classica, e la dipendenza diretta della frequentazione dei luoghi del patrimonio dal sostegno delle istituzioni scolastiche e universitarie.

La figura n.1 rielabora i dati sulla non partecipazione (sempre da Aspetti della vita quotidiana, 2016) in termini geografici, per macroarea.

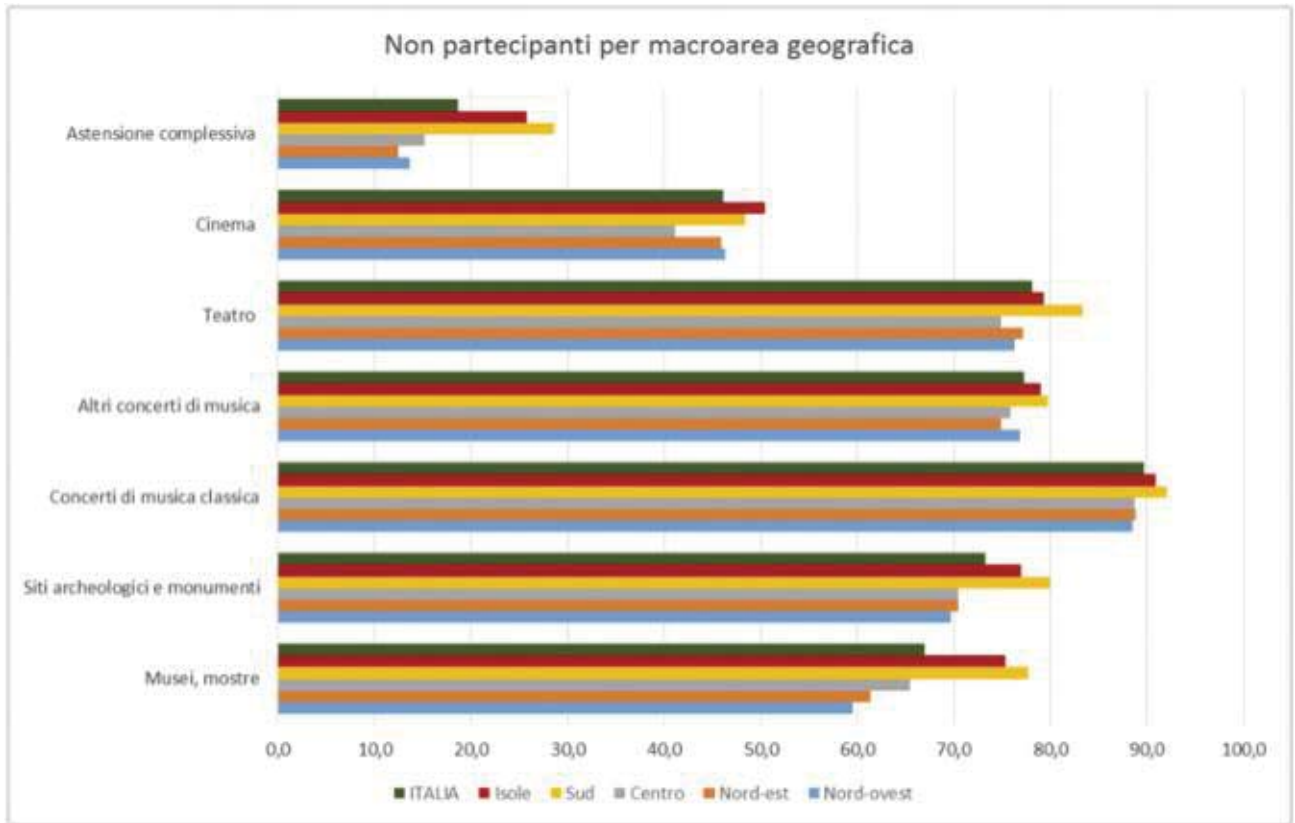


Fig. 1

Sud e Isole superano in maniera rilevante la media nazionale, con scostamenti particolarmente consistenti per i siti archeologici, la musica classica, il teatro. Una situazione paradossale, soprattutto se si considerano le dotazioni e la grande tradizione meridionale proprio in questi settori della cultura.

Una lettura del paese attenta alla dimensione degli insediamenti permette di accertare come nei comuni fino a 2.000 abitanti quasi un quarto dei residenti dichiarino una totale inattività culturale.

Se si adotta una visione funzionale del territorio, così come è stata proposta dall'Istat nel 2015 con il Rapporto Annuale¹, le sacche di maggiore resistenza alla partecipazione culturale, descritte nella tavola n. 2, si concentrano nel Mezzogiorno interno (per teatro, cinema, musei, mostre e monumenti); altri primati negativi, per la musica (classica e non) sono invece conseguiti dai territori del disagio.

¹ Per una descrizione dettagliata delle aree, rimando al Rapporto Annuale 2015 – La situazione del paese, Istat: Roma 2015.

Persone che non hanno partecipato a vari tipi di attività culturale - Dai 6 anni - Media 2013-14 (per 100 persone della stessa zona)						
	Teatro	Cinema	Musci, mostre	Monumenti	Concerti di musica classica	Altri concerti
Le città del Centro-Nord	75,5	48,5	65,1	73,0	88,5	81,0
La città diffusa	83,1	56,3	72,0	78,7	90,8	82,0
Il cuore verde	83,5	58,9	73,7	79,7	92,0	84,0
I centri urbani meridionali	84,7	56,1	83,9	86,2	93,3	86,0
I territori del disagio	85,1	53,5	83,9	87,3	94,4	87,0
Il Mezzogiorno interno	89,0	63,0	86,6	88,3	93,7	83,7
L'altro Sud	87,2	59,1	82,8	83,7	92,8	82,7
Italia	82,3	55,2	74,6	79,8	91,3	82,9

Nostra elab. Su dati Istat, Rapporto annuale 2015

Tavola n. 2

Se si rivolge lo sguardo al tema delle disuguaglianze, l'esclusione culturale segue molto da vicino quella di tipo economico e sociale. Nella tavola n.3, il confronto fra 2008 e 2016 permette di misurare l'aggravarsi della non partecipazione nei gruppi con reddito più basso, a fronte di pochissimi, isolati casi di allargamento della pratica.

GRUPPI SOCIALI	Nessuna attività culturale		1-2 attività culturali		3 o più attività culturali	
	2008	2016	2008	2016	2008	2016
Famiglie a basso reddito con stranieri	49,5	55,5	31,7	27,5	15,8	14,1
Famiglie a basso reddito di soli italiani	40,9	44,4	36,2	34,1	21,5	20,0
Famiglie tradizionali della provincia italiana	33,6	42,3	38,5	33,3	25,8	23,4
Anziane sole e giovani disoccupati	50,8	49,6	28,6	29,5	18,1	19,5
Le famiglie degli operai in pensione	44,3	51,3	37,1	33,8	17,3	14,1
I giovani Blue collar	33,8	35,9	38,7	37,8	26,5	25,8
Le famiglie di impiegati	16,0	19,7	33,0	34,3	49,7	45,4
Le pensioni d'argento	14,7	22,2	33,7	35,2	49,4	41,7
La classe dirigente	8,1	9,3	23,5	24,0	66,1	65,8
Totale	34,0	37,4	34,7	32,7	29,6	28,8

Fonte: Istat, Indagine Aspetti della vita quotidiana

Tavola n. 3

In conclusione, i dati documentano almeno 10 possibili linee di sviluppo del pubblico delle organizzazioni e delle imprese culturali, che mi limito a enunciare in forma sintetica:

1. Archeologia: così vicina, così straordinariamente lontana.
2. Musica classica, fra bande di paese e flautini di plastica.
3. Il teatro ha da dire qualcosa a chi ha più di 20 anni?
4. Il museo: dialogare con i *millennial*, catturare gli adulti con famiglia.
5. A chi interessano 13,6 milioni di persone con più di 65 anni?
6. Alla cultura spetta di spezzare l'isolamento culturale delle donne anziane.
7. L'inclusione culturale parte da quota 55,5: le famiglie di stranieri che non partecipano mai alle attività culturali.
8. Impariamo a parlare con le famiglie a basso reddito.
9. SOS: 3.509 comuni con meno di 2.000 abitanti e i loro 3,3 milioni di cittadini.
10. Facciamoci aiutare dal cinema.



*Annalisa Cicerchia con
Rosaria Mencarelli.*

Annalisa Cicerchia

È economista della cultura, primo ricercatore presso l'Istituto Nazionale di Statistica. Ha fatto parte del Nucleo di valutazione del Ministero per i beni e le attività culturali, della Commissione Nazionale sulla Creatività e Produzione di Cultura in Italia, dell'European Group on Museum Statistics e partecipa al Working Group on Cultural Statistics di Eurostat. Insegna Management delle imprese creative all'Università di Roma Tor Vergata – Economia. È membro del Comitato Scientifico della Fondazione Symbola e della redazione della rivista Economia della cultura.