



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;

morel@msh.univ-aix.fr

Claude Albore Livadie Archeologia, storia, cultura

alborelivadie@libero.it

Max Schvoerer Scienze e materiali del
patrimonio culturale

schvoerer@orange.fr

Beni librari,

documentali, audiovisivi

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
del patrimonio culturale

matilderomito@gmail.com

Adalgiso Amendola Osservatorio europeo
sul turismo culturale

adamendola@unisa.it

Segreteria di redazione

Eugenia Apicella Segretario Generale

univeur@univeur.org

Monica Valiante

Velia Di Riso

Rosa Malangone

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

Beni culturali e futuro

Antonello Grimaldi

Sono molto felice di essere qui oggi a scambiare con voi esperienze, idee e spunti per la valorizzazione di quei piccoli grandi tesori con i quali tutti ogni giorno lavoriamo. Ripetiamo spesso che un tratto fondamentale dell'identità nazionale è quello che nasce dall'intreccio di storia, paesaggio monumenti e arte.

Quel complesso di beni che va sotto la categoria "culturali"

Il bene culturale serve all'oggi come radice del passato ed ha in nuce l'orizzonte del futuro. È un'evidenza di quello che siamo e che potremmo essere.

Dunque il senso in cui interpretare lo stesso motto scelto per l'anno Europeo del Patrimonio Culturale, *"dove il passato incontra il futuro"*, è proprio un fare appello al bene culturale quale segno ed espressione di un'identità.

Se questo è vero dovrebbe essere prioritario definire una linea di sviluppo nazionale e locale, in cui i diversi territori siano interpretati come sistemi culturali, come esito di processi stratificati nel tempo, come matrice genetica di tutte le sostenibilità dello sviluppo.

C'è vita in mezzo ai sassi

Il rischio insito in queste considerazioni è quello di enfatizzare il valore del bene culturale in un'ottica ristretta, tra virgolette, prettamente "museale" e passiva, lontana dal sentire comune, riservata di fatto ad una elite. Lo sforzo è di entrare in un futuro più inclusivo che sappia interpretare la cultura come vita, come strumento sociale, come attività quotidiana, come elemento integrante della quotidianità delle persone.

È un'utopia, starà pensando qualcuno, ma necessaria, aggiungo io: dobbiamo puntare su quel 91 % degli italiani che secondo l'ultimo Rapporto Federculture, considera importante il patrimonio culturale per il Paese, senza lasciarci sconfortare da altri indici che ci tratteggiano poco attenti a queste questioni.

Se dovessi inventare uno slogan per questo futuro sarebbe: c'è vita tra i sassi! (ironico ndr)

L'impresa culturale

Purtroppo dobbiamo fare i conti con un contesto imprenditoriale giudicato poco attrattivo sul piano internazionale. Il TTC Index¹ 2017 del World Economic Forum, che misura la competitività turistica dei paesi (dunque uno degli aspetti d'interesse per l'impresa culturale ndr), riconosce all'Italia l'ottava posizione

¹ Travel&Tourism Competitiveness Report.

su scala mondiale, ma la performance è data da una combinazione di alti e bassi. Secondo l'indice risultiamo infatti quinti per le risorse culturali e dodicesimi per quelle naturali, ma siamo al 121° posto per quanto riguarda il contesto imprenditoriale e al 75° per quanto riguarda la *brand strategy*.

L'asset cultura è strategico per il Paese, ma è necessario investire di più e credere nell'impresa culturale, per partecipare a pieno ad una nuova stagione di sviluppo che metta al centro condivisione, sostenibilità e bellezza. Musei, mostre, teatro devono essere percepiti come qualcosa di aperto e alla portata di tutti e l'impresa culturale lo potrà rendere possibile se anche lo Stato investe e crede nel proprio patrimonio, in coerenza con i principi costituzionali e le linee guida europee.

La media europea della spesa pubblica in cultura è dell'1% del PIL e del 2,2% della spesa pubblica totale. In Italia siamo allo 0,8% del PIL e all'1,7% della spesa pubblica totale.

Il privato nella cultura va visto come fonte di partnership produttive e non solo di eventi culturali elitari. Sviluppare impresa culturale porterebbe beneficio a tutto il settore, consentendo di organizzare manifestazioni alla portata di un pubblico più ampio e a creare anche ricchezza. Solo la consapevolezza che di cultura si può vivere potrà guidarci verso dei concreti sviluppi dell'industria culturale che portino a promuovere, attraverso le risorse che la cultura può generare, obiettivi di pubblico interesse.

Palazzo Pirelli, un bene culturale pieno di vita

Ho la grande fortuna di lavorare a Palazzo Pirelli - per tutti il Pirellone, sede del Consiglio regionale della Lombardia - un gioiello dell'architettura moderna che rappresenta esso stesso, anche indipendentemente dagli eventi e dalle mostre alle quali sempre più spesso fa da cornice, un bene culturale di prim'ordine, di cui abbiamo festeggiato il sessantesimo della posa della prima pietra con una mostra facente parte della XXI Esposizione Internazionale e una serie di iniziative realizzate in collaborazione con la Fondazione Triennale, di cui Andrea Cancellato era allora direttore.



Pensate che negli ultimi 5 anni il Palazzo ha registrato l'ingresso di più di un milione di visitatori!

Anche la sola apertura del Palazzo senza attività contestuali al suo interno è sufficiente ad attirare l'attenzione del pubblico. Questo perché, come ha scritto Dino Buzzati, il Pirellone "*È un grande personaggio*" e i personaggi sono simboli per antonomasia.

Lo *storytelling* di Palazzo Pirelli è una narrazione con tante sfumature e implicazioni: la storia di Milano, il culto modernista, l'orgoglio della borghesia industriale, la lettura proletaria degli immigrati meridionali, la semplice fierezza del primato in altezza. Un personaggio che si fa *monumentum*, appunto, un'opera fissata nella sua svettante asciuttezza ed esilità, che ha saputo trasformarsi nel corso della sua storia, divenendo sede istituzionale di Regione Lombardia e del Consiglio regionale.

Ogni anno apriamo ai cittadini le porte, per conto nostro o in collaborazione con Associazioni ed Enti. Abbiamo ideato una "contaminazione" tra pubblico e privato che ha riscosso un grande successo.

I numeri che abbiamo collezionato durante l'ultima legislatura parlano chiaro: 50 aperture domenicali che hanno attirato, come dicevo prima, un milione di visitatori; 20 orchestre e 350 giovani musicisti che hanno richiamato un pubblico di 5000 spettatori; 100 mostre realizzate con eccellenti collaborazioni.

Le aperture straordinarie realizzate con partnership esterne hanno inoltre riscosso grande successo: durante le giornate FAI di primavera il Grattacielo è stato il secondo luogo più visitato della Lombardia con 7000 utenti.

Anche l'abbinamento tra apertura del palazzo ed eventi culturali allestiti al suo interno ha dimostrato di funzionare: la mostra "*LEGO - Potere ai piccoli*" ha contato durante la sua apertura circa 26000 visitatori più 8000 solo durante l'ultima apertura domenicale; la mostra "*Il Pirelli a sessant'anni dalla posa della prima pietra*", in collaborazione con la Triennale di Milano, ha visto ben 16000 accessi ed è ora divenuta un allestimento permanente ospitato dal 26° piano.

Partendo dall'identità del palazzo - non solo capolavoro dell'architettura, ma parte integrante della vita e della storia di Milano - siamo quindi riusciti nel lancio di attività culturali di rilievo al suo interno che hanno visto una risposta entusiasta da parte del pubblico.



Da sinistra: Renzo Iorio, Don Antonio Loffredo, Alfonso Andria, Andrea Cancellato e Antonello Grimaldi.

Tutto questo è stato possibile attraverso operazioni di sponsorizzazione del palazzo e partnership con operatori privati che hanno curato gli allestimenti.

Qualcuno si chiederà cosa c'entra tutto questo con la *mission* di un Consiglio regionale, che è assemblea rappresentativa e organo legislativo (le Regioni, con la riforma del Titolo V, hanno specifiche competenze in tema di cultura e beni culturali e la stessa Lombardia nel suo Statuto ha tra le finalità quella di promuovere e diffondere "cultura")? La domanda trova una facile risposta nell'obiettivo che ci siamo dati di aprire il palazzo alla cittadinanza, far vedere che la politica non è un "corpo estraneo" alla società civile, ma qualcosa al suo servizio. Come potete immaginarvi non potevamo certo spiegare tutto questo da un punto di vista sociologico, ma abbiamo voluto indirettamente raccontare tante storie, attraverso gli eventi, per dire "qui si costruisce una cosa importante per voi". Senza parlarsi addosso, io credo che ci siamo riusciti, valorizzando il bene culturale Palazzo Pirelli e più in generale i protagonisti della cultura.

Antonello Grimaldi

È Dirigente dell'Unità di Supporto Specialistico Comunicazione, Relazioni Esterne e Stampa del Consiglio Regionale della Lombardia.