



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 2018**  
13<sup>o</sup> Edition

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

# 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  
patrimonio culturale

alborelivadie@libero.it

Beni librari,

schvoerer@orange.fr

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  
"Metodi e strumenti del patrimonio culturale"

dieterrichter@uni-bremen.de

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

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

*Per commentare  
gli articoli:  
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

Main Sponsors:



ISSN 2280-9376

# Il ruolo delle imprese culturali nelle nuove traiettorie dello sviluppo locale

Luciano Monti



## Introduzione

Nel dibattito accesosi nel corso della XIII edizione dell'International forum di Ravello Lab "Investing in people, investing in culture" attorno all'impatto economico e sociale dell'impresa culturale in Italia, è emerso con chiarezza come le imprese culturali, nelle loro variegate forme, non possono limitarsi a rilasciare *output*, ma devono necessariamente produrre *outcome* per l'intera collettività (come maggiore integrazione sociale) e più in generale contribuire al benessere dei cittadini. Ne deriva come i beni materiali e immateriali che tali imprese valorizzano, non dovranno essere considerati dei meri *item* ma veri e propri *asset* di quel patrimonio che è bene comune e che non può più soltanto essere conservato e contemplato ma soprattutto vissuto.

Per provare a contestualizzare questi assunti nella dinamica della crescita economica e dell'occupazione, la prima domanda preliminare da porsi è la seguente: a quale economia devono fare riferimento le imprese culturali? A quella attuale o a quella futura i cui percorsi di trasformazione sono già in gran parte evidenti? Solo dopo aver risposto a questa domanda, voglio sinteticamente affrontare il secondo tema: quale il ruolo delle imprese culturali e in generale dell'economia della cultura nell'accompagnamento ai nuovi scenari che ci traletteranno nel 2030? Nel primo paragrafo provo a fornire qualche elemento per rispondere alla prima domanda, in quello successivo alla seconda domanda e nel terzo il ruolo guida che può fornire Agenda 2030 e alcuni dei suoi obiettivi.

## 1. I pilastri del nuovo paradigma di sviluppo locale: le nuove competenze e la "città diffusa"

La rivoluzione in atto sta trasformando non solo la nostra economia, i modelli di business e i processi produttivi, ma anche la qualità e quantità dell'occupazione, le competenze e la formazione del capitale umano, le relazioni industriali e gli stessi schemi tradizionali dei rapporti di lavoro. L'imprevedibilità, la "dirompenza", l'ampiezza e la profondità del cambiamento tecnologico, integrando processi produttivi e tecnologie digitali, investono tutti i domini dell'economia: dalla produzione, al consumo, ai trasporti, alle telecomunicazioni.

Rispetto a questo contesto *disruptive*, è richiesto in particolare



ai giovani di adattare le proprie competenze alla domanda crescente di conoscenze sempre più tecniche e di saper cogliere i nuovi spazi del progresso tecnologico, offrendo in particolare la loro creatività e flessibilità. Una sfida che rischia di ampliare ulteriormente il divario rispetto alle generazioni precedenti e di lasciar dietro di sé numerosi perdenti negli anni a venire. Da un lato, i lavoratori attuali e futuri, infatti, potrebbero non avere il tempo né l'opportunità di acquisire le competenze richieste per le nuove mansioni; dall'altro, queste stesse competenze rischiano di evolversi più velocemente della capacità di adattamento dei lavoratori stessi (MARCHETTI F.-MONTI L.-SANDULLI P., 2018).

Se queste sono le argomentazioni che inducono a guardare con grande apprensione al futuro mercato del lavoro, e dunque non vanno sottovalutate, è parimenti chiaro come la stessa rivoluzione ridisegna anche il vecchio rapporto del lavoratore con il suo luogo di lavoro, sin da ora in parte già smaterializzabile, che quello con il datore di lavoro (sempre più il mero gestore di una rete) e quello con il tempo libero e la famiglia. È chiaro come in un futuro non molto lontano, la scelta di eleggere una determinata città come luogo di residenza, non sarà più determinata dalla prossimità con il luogo di lavoro e il suo datore, ma dalla disponibilità di piattaforme idonee a svolgere la propria attività lavorativa, concentrare il proprio tempo libero e ottenere servizi per la cura della persona. Volendo sintetizzare una prospettiva di sviluppo integrato sostenibile nell'ambito urbano, è opportuno ritornare alle possibili – e non necessariamente alternative – vie per traguardare il benessere cittadino al 2030. Un problema non solo italiano, infatti, in quell'orizzonte temporale oltre il 60% dei circa otto miliardi di popolazione mondiale vivranno in una realtà urbana (UN DESA 2017). Oggi il 78% degli europei vive nelle città, dove è prodotto l'85% del Pil (Commissione Europea 2007). Ebbene, cosa offre oggi il "mercato urbano"? L'offerta dominante è quella della cosiddetta "città diffusa" o "città di città", caratterizzate da un nucleo centrale e da contigui insediamenti urbani di medie e piccole dimensioni (per una sintetica bibliografia sul tema vedi MONTI L. CERRONI R., 2017).

Osservando, per esempio, la conformazione di aree come Milano, Napoli e, parzialmente, Roma, questo fenomeno appare riconoscibile, laddove si assiste a un'area sempre più vasta e con sempre maggiore densità di popolazione, senza soluzione di continuità tra metropoli e piccoli o medi centri limitrofi. In

queste realtà sono identificate tre caratteristiche comuni e complementari: la prima è la dispersione delle residenze e delle attività; la seconda la perdita della rilevanza dei confini; e la terza la presenza di flussi di mobilità di pendolari non residenti che, soprattutto per motivi di lavoro, si muovono verso la città capoluogo.

Dal punto di vista prettamente economico, queste forme urbane si caratterizzano, rispetto alla città metropolitana novecentesca, per la necessità di promuovere un rinnovato connubio tra la tutela della tradizione e l'indispensabile apporto delle nuove tecnologie dell'informazione e della comunicazione (ICT) e dell'economia digitale alle porte della rivoluzione 5G. Mentre il modello urbano tipico del ventesimo secolo era fondato sullo sviluppo industriale, relegando alle campagne il ruolo di fonte di approvvigionamento alimentare, l'attuale modello appare molto più complesso e di difficile tracciabilità. Le strategie di sviluppo integrato urbano e territoriale della "città diffusa", in linea con la nuova logica dell'attrattività e della commercializzazione della dimensione locale – il cosiddetto *city branding* (SALMAN S., 2018) – premiano la realizzazione di grandi progetti e di grandi eventi – si pensi alle Olimpiadi, o alla creazione di grandi centri commerciali -, che, in molti casi, hanno generato uno sviluppo disuguale tra centro e periferie e tra città interna e centri medio-piccoli limitrofi, coinvolti solo marginalmente in queste importanti iniziative.

È interessante rilevare, da un'elaborazione curata da Ancitel su dati ISTAT, riferiti all'inizio del 2016, come soltanto il 15% della popolazione italiana viva in un agglomerato urbano di grandi dimensioni – superiore ai 250mila abitanti. Sebbene la maggioranza, invece, abbia la propria residenza presso aree rurali di piccole dimensioni – inferiori ai 20mila abitanti – una percentuale rilevante, pari al 16%, risiede nei centri urbani di medie dimensioni (con più 60mila abitanti e meno di 250mila). Si tratta di un patrimonio urbano rilevante che non può rischiare di essere disperso e che coinvolge oltre 9,5 milioni d'italiani residenti nelle 92 città che rientrano in questa fascia. È probabilmente in quest'ambito che le imprese culturali svolgeranno il ruolo più significativo.

La "città diffusa" delinea, infatti, una nuova forma urbana composita, in quanto costituita da un nucleo centrale, la vecchia città metropolitana, e da altre realtà urbane situate in prossimità. Queste ultime, spesso, non sono affatto delle realtà marginali e anzi rappresentano una risorsa fondamentale

per lo sviluppo locale del Paese, non solo dal punto di vista economico, in quanto “custodi delle tradizioni del territorio” (MONTI L. CERRONI R., 2016), ma anche come consistente bacino demografico e, sotto il profilo storico e artistico, come testimoni della nostra plurimillenaria identità.

È proprio in queste emergenti realtà, come dire “a misura d’uomo” e con ingente capitale non solo ambientale ma anche storico-artistico e culturale, che le imprese culturali possono giocare un ruolo di primo piano. Ruolo che tuttavia deve essere valorizzato mediante una strategia integrata di sviluppo locale e non, viceversa, con singoli micro-interventi del tutto incapaci di generare un indotto positivo nell’economia del territorio locale. Una strategia che miri inoltre a valorizzare le aree interne del paese, che per loro natura (consistente patrimonio naturale) possono svolgere il ruolo di vere e proprie comunità rigenerative (NAVA C., 2018), come tali in grado di accogliere le nuove comunità dei lavoratori digitali e dei loro figli.

Una sfida questa, per rimarcare anche la grande attenzione riservata a questa tematica in sede di conclusioni della XIII edizione di Ravello Lab, che potrebbe essere la vera opportunità soprattutto per le aree interne delle regioni meridionali (NAVA C., MANGANO G., 2016).

## 2. La dimensione culturale nelle realtà urbane e locali

Nella competizione territoriale sopra delineata, l’offerta culturale non può essere giocata dalle singole municipalità ma da quella rete che lega la città polo ai suoi satelliti, che dovranno farsi *smart villages*. Questi ultimi fanno riferimento a quelle aree rurali e ai piccoli nuclei urbani nei quali l’elemento della tradizione è valorizzato e promosso mediante il supporto delle tecnologie dell’informazione e della comunicazione e dell’innovazione digitale, al fine di creare nuovi prodotti, nuovi servizi e opportunità alla popolazione residente.

In particolare, la Commissione europea ha lanciato lo scorso 11 aprile 2017 il documento “*EU action for Smart Village*” (Commissione europea, 2017) annunciando una serie di iniziative in materia di ricerca e innovazione, trasporti, energia, politiche digitali, con l’obiettivo di promuovere una crescita intelligente, sostenibile e inclusiva di tali realtà. La via degli *Smart Villages*, di fatto, consente così di superare le principali barriere che limitano lo sviluppo socio-economico delle aree



rurali: il *digital divide*, dal lato delle infrastrutture immateriali, e le barriere alla mobilità, da quello delle infrastrutture materiali. I benefici che tali territori ricaverebbero da questo nuovo approccio particolarmente ambizioso non possono essere sottovalutati (MONTI L., 2014). Nella realtà attuale la velocità di connessione è fondamentale per uno sviluppo economico, per permettere anche alle regioni più isolate di essere competitive sul mercato globale. I vantaggi che qualsiasi cittadino può trarre da una rete capillare ed efficiente sono sotto gli occhi di tutti, e di conseguenza ogni cittadino deve essere messo in condizione di usufruire di questi vantaggi. La rete è forse uno dei pochi strumenti che ha un ruolo trasversale, in grado di influenzare i diversi settori dell'economia.

Mobilità, turismo, cultura, PA, occupazione, scuola sono solo alcuni dei settori che possono trarre benefici rilevanti dallo sviluppo di questa rete. Alla luce di quanto appena sostenuto, è possibile definire lo *Smart village* come un piccolo nucleo urbano dotato di un elevato tasso di alfabetizzazione digitale (*e-literacy skills*); un buon accesso alla sanità digitale (*e-health*); un'economia circolare ben sviluppata; una rete di promozione dei prodotti locali mediante l'uso delle tecnologie digitali e ICT. Il tutto con al centro la *Green economy* e i prodotti culturali come fattori di sviluppo economico sostenibile (Commissione Europea, 2017) dove l'offerta è integrata con quella della città polo rappresentate in Italia da oltre 90 realtà urbane di medie dimensioni del nostro Paese (tali sono le città medie tra i 60.000 e i 250.000 abitanti).

In quest'ambito appare evidente come la dimensione culturale e dunque gli *outcome* delle imprese culturali, siano un fattore chiave, sia per la rigenerazione dei piccoli centri urbani sia per l'attrattività dei poli di sviluppo per la loro capacità di offrire servizi culturali integrati e infine per l'accompagnamento delle nuove comunità insediate.

### 3. La via indicata da Agenda 2030

La strada da percorrere in questa direzione è dettata dall'Agenda 2030 per lo sviluppo sostenibile e dagli "Obiettivi di sviluppo sostenibile" (SDGs), approvati dalle Nazioni Unite nel settembre 2015.

Questi obiettivi costituiscono una sfida indispensabile per promuovere una crescita intelligente, sostenibile e inclusiva



nel medio-lungo periodo e per rispondere alle esigenze dei cittadini che, con sempre maggiore consapevolezza, vedono nella dimensione locale delle città il livello di *governance* più funzionale per garantire un livello di benessere adeguato. Dopo l'entrata in vigore dell'Agenda 2030 per lo sviluppo sostenibile, numerose organizzazioni internazionali ed enti territoriali, associazioni imprenditoriali e della società civile si sono progressivamente mobilitati in tutto il mondo per proporre e implementare politiche volte al perseguimento dei 17 SDGs e dei relativi 169 sotto-obiettivi. In quest'ottica è nata nel marzo 2016 l'Alleanza Italiana per lo Sviluppo Sostenibile (ASviS), un'associazione che coinvolge oltre 160 organizzazioni italiane del mondo economico e sociale del nostro Paese con l'obiettivo di far crescere tra le istituzioni e la società civile la consapevolezza dell'importanza dell'Agenda e favorire la realizzazione degli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile.

In merito alla relazione tra impresa culturale e sviluppo economico e sociale locale, il primo riferimento va naturalmente ad alcuni dei target del Goal 8 "Incentivare una crescita economica duratura, inclusiva e sostenibile, un'occupazione piena e produttiva e un lavoro dignitoso per tutti" e del Goal 11 "Rendere le città e gli insediamenti umani più inclusivi, sicuri, duraturi e sostenibili".

Più nello specifico, il target 8.2. invita a "raggiungere livelli più elevati di produttività economica attraverso la diversificazione, l'aggiornamento tecnologico e l'innovazione, anche attraverso un focus su settori ad alto valore aggiunto e settori ad alta intensità di manodopera". Due componenti che si ritrovano spesso anche contemporaneamente nelle imprese culturali. Il successivo target 8.3. invece, suggerisce di "promuovere politiche orientate allo sviluppo che supportino le attività produttive, la creazione di lavoro dignitoso, l'imprenditorialità, la creatività e l'innovazione, e favorire la formalizzazione e la crescita delle micro, piccole e medie imprese, anche me-

dianche l'accesso ai servizi finanziari". Credito che spesso non si è dimostrato sufficientemente attento alle dinamiche e alle prospettive delle imprese culturali.

Il target 8.5 stabilisce inoltre che, entro il 2030, si dovrà "raggiungere la piena e produttiva occupazione e un lavoro dignitoso per tutte le donne e gli uomini, anche per i giovani e le persone con disabilità, e la parità di retribuzione per un lavoro di pari valore"; mentre il successivo 8.6. prevede che, entro il 2020, dovrà essere ridotta "sostanzialmente la percentuale di giovani disoccupati che non seguano un corso di studi o che non seguano corsi di formazione". Anche in questo caso, la strategia suggerita è quella di rendere il polo cittadino e la sua rete maggiormente inclusivi, competitivi e attraenti rispetto alla cintura urbana della metropoli, spesso teatro di degrado urbano e ambientale. Naturalmente, si tratta di una strategia che dovrà rispondere all'accresciuta domanda di servizi sociali e culturali locale, in particolare proveniente dalle generazioni più giovani, e che risponde ad effettive esigenze della comunità territoriale: dalla soluzione abitativa a quella della mobilità e dei trasporti pubblici sino all'offerta culturale, secondo la logica dell'educazione al consumo di prodotti culturali e dell'integrazione di servizi di fruizione.

Un tema, quest'ultimo, che, unito alla complementare attività di sviluppo turistica, viene ripreso dal target 8.9 dell'Agenda delle Nazioni Unite, invitando entro il 2030 ad "elaborare e attuare politiche volte a promuovere il turismo sostenibile, che crei posti di lavoro e promuova la cultura e i prodotti locali". Cultura, turismo e prodotti locali per i quali più che mai deve valere il ruolo aggregante ed identitario del polo urbano di riferimento di un dato territorio. Qui forse la sfida più difficile per il successo di questo nuovo modello, che necessita di politiche partecipative in grado di coinvolgere non solo la popolazione del capoluogo, ma anche i rappresentanti dei comuni minori e delle aree rurali limitrofe in una governance partecipata che includa anche gli attori economici e sociali del settore culturale. Poli di sviluppo locale capaci, da un lato, di attrarre dalla cintura extraurbana della metropoli e, dall'altro, di integrarsi e svilupparsi assieme alle piccole comunità di cui è il centro economico, sociale e culturale di riferimento. Questo è lo spirito invocato dal target 11.a dell'Agenda 2030, che invita a "sostenere rapporti economici, sociali ed ambientali positivi tra le zone urbane, periurbane e rurali, rafforzando la pianificazione dello sviluppo nazionale e regionale". Rapporti, quelli

economici sociali e ambientali, che non possono prescindere dalle imprese culturali.

## Bibliografia

- Commissione Europea 2007, *Libro Verde Verso una nuova cultura della mobilità urbana*, 25 settembre 2007, COM(2007)551 definitivo.
- Commissione Europea, 2017, *EU action for Smart Villages*, European Network for Rural Development, Brussels, 12 aprile 2017.
- MARCHETTI F., MONTI L., SANDULLI P. (a cura di) 2018, *Il Rapporto del divario generazionale*, Fondazione Bruno Visentini.
- MONTI L., 2014 (a cura di), *Indagine Digital Divide e mobilità. Spunti per nuove soluzioni di sviluppo territoriale*, Alter Ego, Viterbo.
- MONTI L., CERRONI R., 2016 *Valorizzazione del patrimonio culturale dell'ADSI attraverso percorsi di alternanza scuola-lavoro*, Amministrazione in Cammino – Politiche Sociali, settembre 2016.
- MONTI L., CERRONI R., 2017, "Le città del futuro: "la 'terza via' possibile tra smart cities e smart villages", *Amministrazione in cammino*, Roma.
- NAVA C., 2018. "Impact regenerative design": *paradigms, strategies and mapping. Enabling Technologies for the city-laboratory in the metropolitan city of Reggio Calabria* in M. Carta ; Barbara Lino, Daniele Ronsisvalle. *Re-Cyclical Urbanism. Visions, Paradigms and Projects for the circular metamorphosis* ListaLab ed.Tn.
- NAVA C., MANGANO G., 2016. "Communiting Design processes for resilient co-territories. Sustainability and Innovation in Calabria (South Italy)", in *Territories - Rural-urban Strategies*, a cura di Jörg Schröder, Maurizio Carta, Maddalena Ferretti, Barbara Lino; Jovis ed., Berlino.
- SALMAN S., 2018 *Future of cities (Society), Communities (Society), Society (London)*, Guardian.co.uk, 1 ottobre 2008.
- UN Department of Economic and Social Affairs (UN DESA). 2017 Population Division, *World Population Prospects. The 2017 Revision*, United Nations, New York (v. [https://esa.un.org/unpd/wpp/Publications/Files/WPP2017\\_KeyFindings.pdf](https://esa.un.org/unpd/wpp/Publications/Files/WPP2017_KeyFindings.pdf)).

## Luciano Monti

Docente di Politiche dell'Unione Europea alla Luiss Guido Carli di Roma, dove insegna dal 1999, condirettore scientifico della Fondazione Bruno Visentini, membro del consiglio generale della Fondazione Roffredo Caetani, proprietaria del Giardino di Ninfa e del Castello di Sermoneta, e componente del comitato di Presidenza di ADSI, Associazione Dimore Storiche Italiane. Autore di oltre 90 tra studi e ricerche sulla valorizzazione del capitale umano, in particolare quello dei giovani, e sulla valorizzazione del patrimonio storico e artistico, scrittore e poeta. Tra le sue più recenti opere il saggio bestseller *Ladri di Futuro* (Luiss University Press 2016), il romanzo distopico *H24* (Amazon 2018) e il poema in versi *Lucifero* (Luoghi Interiori 2018) tutti dedicati all'emergente divario generazionale. Ha firmato un saggio nel XIV Rapporto annuale di Federculture.