



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

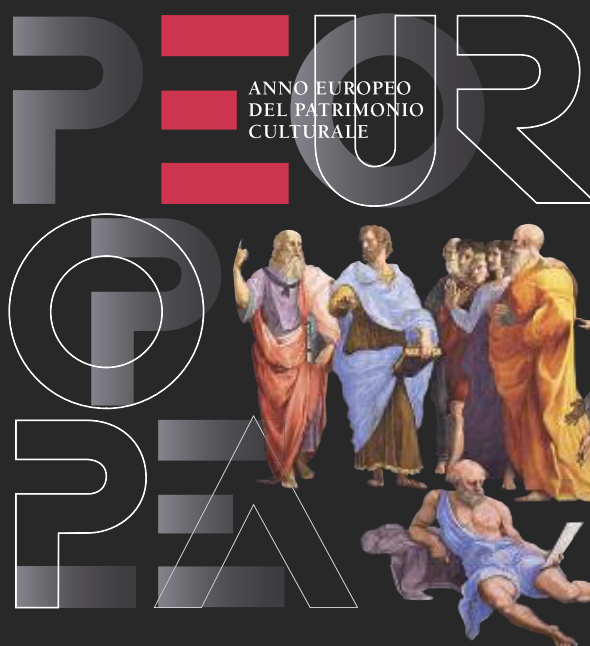
International Forum **Colloqui Internazionali**

**RAVELLO
LAB 2018**
13^o Edition

NUMERO SPECIALE

Atti XIII edizione Ravello Lab
Investing in People
Investing in Culture

Ravello 25/27 ottobre 2018



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
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

Progetto grafico e impaginazione

PHOM Comunicazione srls

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

*Per commentare
gli articoli:
univeur@univeur.org*

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

L'impatto economico e sociale dell'impresa culturale visto dal lato della relazionalità di impresa: un'analisi sull'Italia

Marco Pini
Alessandro Rinaldi

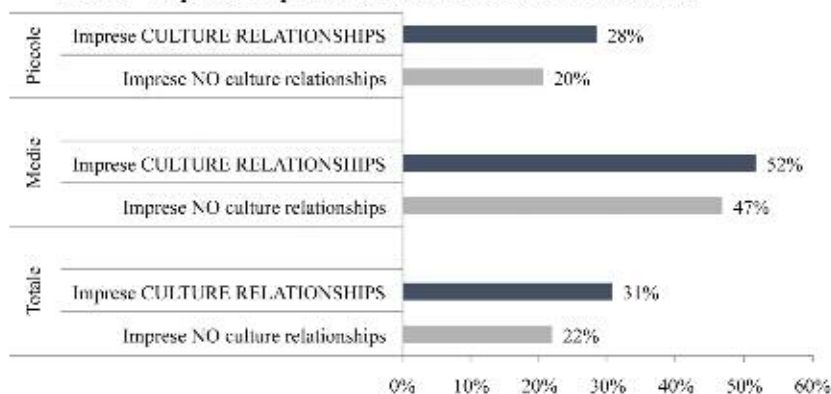
Recentemente il concetto di cultura si sta sempre più avvicinando a quello di economia, alla luce di molteplici studi condotti sull'impatto economico del sistema culturale su scala sia europea (es. KEA, 2006, 2009) che nazionale (Pini e Rinaldi, 2010; Menghini e Pini, 2013; per una recente analisi sulle imprese culturali cfr. Federculture, 2018). Il contributo della cultura, per mezzo della presenza di imprese culturali, si può studiare anche in via indiretta attraverso i possibili benefici prodotti dalla relazionalità tra tali imprese e quelle più tipicamente profit. Benefici che possono spaziare da quelli di natura prettamente economica a quelli di stampo sociale: partendo innanzitutto dall'idea di un modello di economia che guarda al benessere condiviso all'interno della comunità, fondato sul trinomio impresa-società-bene comune (Zamagni, 2007; Bruni e Zamagni, 2015). Ciò perché comunità significa prima di tutto dono (*munus*) reciproco (*cum*), dove la valorizzazione del territorio, della cultura e dell'arte passa da progetti etici e civili capaci di produrre anche valore economico (Bruni, 2013a). Infatti, proprio sul piano economico, si rileva come tra le imprese tipicamente profit che si relazionano con le imprese culturali (definite "imprese CULTURE-RELATIONSHIPS") la quota di quelle che si attendono un aumento del fatturato nel 2018 è maggiore rispetto al caso delle imprese che non si relazionano con le imprese culturali ("imprese NO culture relationships") (31% vs 22% graf.1)¹. Si tratta di performance che si riflettono positivamente anche sul piano occupazionale, perché un aumento degli occupati è maggiormente dichiarato proprio dalle imprese che si relazionano con le imprese culturali (28% vs 14% graf. 2). Tali spread positivi trovano conferma anche analizzando più nel dettaglio separatamente le piccole imprese da quelle grandi, sgombrando così il campo da dubbi relativi all'influenza della dimensione aziendale nel determinare le diverse performance tra i due gruppi di impresa (graf. 1-2). Tra gli elementi a cui la cultura è fortemente ancorata vi è certamente il territorio, luogo di incontro tra sistema produttivo e convivenza sociale (es. Becattini, 1989, 2007; Garofoli, 1993; Rullani, 2007; Bruni, 2013a, 2013b), oltre che fattore di competitività delle piccole e medie imprese italiane (Pini, 2017, 2018). Infatti, non a caso, le imprese *culture relationships* dichiarano in misura maggiore di essere legate alla tradizione produttiva del territorio rispetto alle altre (75% vs 68% graf. 3) e sono più diffusamente imprese coesive (47% vs 13% graf. 4): intendendo queste ultime le imprese che sono legate alle comunità di ap-

¹ I dati della presente nota sono tratti da un'indagine Unioncamere svolta nel 2018 su un campione di 3.007 piccole e medie imprese manifatturiere (5-499 addetti), statisticamente rappresentativo dell'universo formato da 54.300 unità.

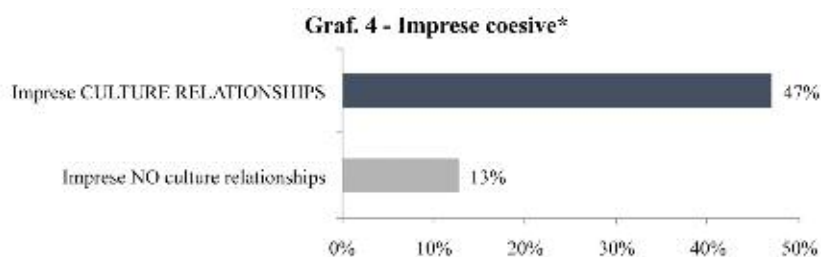
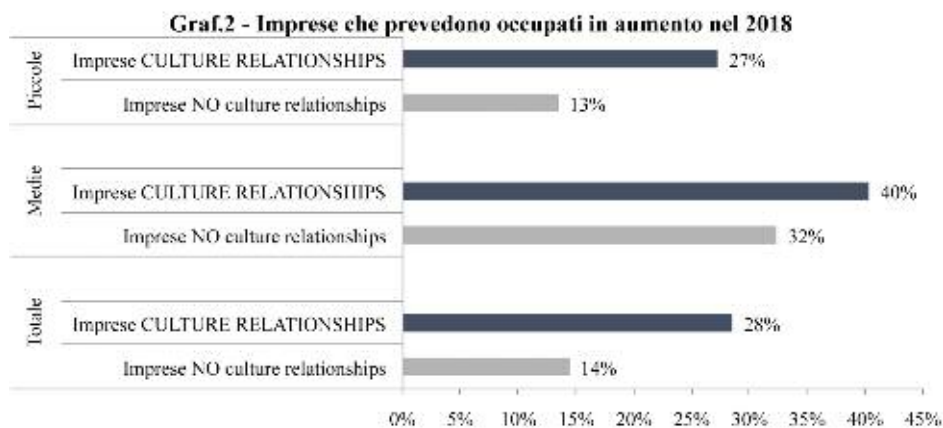
partenenza, relazionandosi con tutti gli attori del territorio (altre imprese e consumatori, organizzazioni non profit, istituti di credito, scuola, Università e Istituzioni, lavoratori), rimandando al concetto della responsabilità sociale di impresa (Freeman, 1984) e alla creazione di valore condiviso (*shared value*) (Porter e Kramer, 2011). Cultura significa non solo sostenibilità sociale ma anche ambientale, perché le imprese che si relazionano con le imprese culturali hanno una maggiore propensione ad effettuare investimenti green rispetto alle altre (62% vs 38% graf.5).

In conclusione, il valore della presenza delle imprese culturali va ricercato anche nella loro capacità di trasmettere competitività e responsabilità sociale di impresa alle imprese profit, apportando benefici al benessere dell'intera comunità di appartenenza. Ciò rappresenta una ulteriore conferma dell'importanza del riconoscimento di tali imprese (si ricorda la Proposta di Legge Ascani A.C. 2950: "Disciplina e promozione delle imprese culturali e creative") al fine di delineare al meglio le policy che possano valorizzare il patrimonio culturale del Paese accrescendo nel contempo la competitività dell'intero sistema economico.

Graf. 1 - Imprese che prevedono fatturato in aumento nel 2018



Imprese CULTURE RELATIONSHIPS: Imprese che svolgono almeno una delle seguenti attività: Donazioni, sponsorizzazioni, partnership con istituzioni culturali, promozione e realizzazione diretta di iniziative culturali, rapporti di acquisto/vendita con imprese PMI culturali e creative. Piccole imprese 24%; Medie imprese 40%; totale PMI 25%.



* Si tratta di imprese che curano le relazioni con i propri lavoratori nonché con i soggetti che fanno parte del loro ecosistema: altre imprese e consumatori, organizzazioni non profit, istituti di credito, scuola, Università e Istituzioni. Sono imprese legate alle comunità di appartenenza, che investono nel benessere economico e sociale dei propri lavoratori e della comunità di appartenenza.



Bibliografia

- Becattini G. (1989), *Riflessioni sul distretto industriale marshalliano come concetto socio-economico*, in «Stato e Mercato», 25, pp. 111-128.
- Becattini G. (2007), *Il Calabrone Italia. Ricerche e Ragionamenti sulla Peculiarità Economica Italiana*, Bologna, Il Mulino.
- Bruni L. (2013a), *Economia con l'anima*, Bologna, EMI.
- Bruni L. (2013b), *La forza dei legami forti: l'impresa di famiglia come paradigma dell'economia italiana*, in Ferri G. Mariani A. (a cura di), *L'impresa di famiglia nell'economia italiana*, Quaderno n. 32, Università LUMSA e Fondazione Telos, Roma, pp. 18-33.
- Bruni L., Zamagni S. (2015), *L'economia civile*, Bologna, Il Mulino.
- Federculture (2018), *Impresa cultura: comunità, territori, sviluppo. 14° Rapporto annuale Federculture*, Roma.
- Freeman R.E. (1984), *Strategic management*, Cambridge, Cambridge University Press.
- Garofoli G. (1993), *Economic Development, Organisation of Production and Territory*, in «Rèvue d'Economie Industrielle», 64, pp. 22-37.
- KEA European Affairs (2006), *The Economy of Culture in Europe*, studio preparato dalla società KEA per la Commissione Europea.
- KEA European Affairs (2009), *The Impact of Culture on Creativity*, studio preparato dalla società KEA per la Commissione Europea.
- Menghini M., Pini M. (2013), *Il ruolo economico del sistema produttivo culturale*, in «Rivista di Economia e Statistica del Territorio», 1, pp. 111-122.
- Pini M. (2017), *L'effetto territorio sulla competitività internazionale e sulla sostenibilità sociale dell'economia: un'analisi sulle piccole e medie imprese manifatturiere italiane*, in «L'industria», XXXVIII, 2, pp. 171-199.
- Pini M. (2018), *Territory, Competitiveness and Sustainable Growth: the Case of the Italian Medium-Sized Manufacturing Firms*, in «Rivista Italiana di Economia Demografia e Statistica» (in corso di pubblicazione).
- Pini M., Rinaldi A. (2010), *Il sistema economico integrato dei beni culturali*, in «Rivista di Economia e Statistica del Territorio», 1, pp. 151-157.
- Porter M.E., Kramer M.R. (2011), *Creating Shared Value*, in «Harvard Business Review», 89, 1-2, pp. 62-77.
- Rullani E. (2007), *Cluster: tendenze e scenari nell'economia globalizzata*, Convegno *Patterns of Clusters Evolutions*, Venezia.
- Zamagni S. (2007), *L'economia del bene comune*, Roma, Città Nuova.

Marco Pini

Marco Pini, economista presso l'Area studi economici e statistici di Si.Camera-Unioncamere. Gli ambiti di lavoro sono gli studi nel campo dell'economia dell'impresa con particolare riferimento alla competitività, digitalizzazione, al capitalismo familiare e alle filiere territoriali, nel campo dell'economia della cultura, della green economy, dell'economia sociale. È stato ricercatore presso la Fondazione Istituto G. Tagliacarne e l'Istituto di Studi e Analisi Economica (ISAE) dove è stato membro del gruppo di coordinamento della "Relazione Generale sulla Situazione Economica del Paese" del Ministero dell'Economia e delle Finanze. Socio ordinario della Società Italiana di Economia Demografia e Statistica. Autore di pubblicazioni su riviste scientifiche nazionali e internazionali di economia e statistica.

Alessandro Rinaldi

Dirigente dell'Area informazione economica e statistica di Si.Camera-Unioncamere, laureato in Scienze statistiche, è esperto in progettazione, realizzazione e gestione di attività di ricerca socio-economica. I suoi temi di studio riguardano in particolare analisi territoriali, analisi settoriali e di filiera e i comportamenti e le strategie delle piccole e medie imprese e benessere e qualità della vita, argomenti rispetto ai quali è autore di numerosi testi e articoli per giornali, riviste specialistiche, volumi e pubblicazioni scientifiche. Docente presso la Libera Università Internazionale degli Studi Sociali Guido Carli (LUISS) e presso Universitas Mercatorum, è Socio ordinario della Società Italiana di Statistica e della Società Italiana di Economia Demografia e Statistica.