



Centro Universitario Europeo
per i Beni Culturali
Ravello

Territori della Cultura

Rivista on line Numero 42 Anno 2020

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

15th Edition

RAVELLO International Forum
LAB 2020

NUMERO SPECIALE

Atti XV edizione Ravello Lab
**L'ITALIA E L'EUROPA ALLA
PROVA DELL'EMERGENZA:**
*Un nuovo paradigma
per la cultura*

Ravello 15/17 ottobre 2020



Sommario



Centro Universitario Europeo
per i Beni Culturali
Ravello

Comitato di Redazione

Alfonso Andria	
L'Italia e l'Europa alla prova dell'emergenza: un nuovo paradigma per la cultura	8
Pietro Graziani	
Scenari futuri post COVID 19	10

Contributi

Andrea Cancellato	
Il <i>management</i> culturale italiano volano e garanzia per la ripresa della vita culturale	14
Francesco Caruso	
Il Futuro dell'Europa. Le occasioni da cogliere. Un ruolo per il Centro di Ravello	16
Pier Virgilio Dastoli	
La Cultura al centro del dibattito sul futuro dell'Europa	20
Patrizia Nardi	
Patrimoni UNESCO. Buone pratiche di salvaguardia del patrimonio culturale immateriale al tempo del Covid	24
Paolo Russo	
Dietro la "Rete" una grande comunità che è attrice e spettatrice	40
Erminia Sciacchitano	
Il contributo di Ravello Lab alla Conferenza sul futuro dell'Europa	42
Vincenzo Trione	
Il museo: tra online e offline	44
Leandro Ventura	
Il risarcimento di un'assenza	50
Alessandra Vittorini	
Le competenze per il patrimonio culturale: gestire la complessità	54

Panel 1: La sostenibilità delle imprese culturali post Covid

Adalgiso Amendola	
Dal <i>management</i> del patrimonio culturale alla <i>governance</i> dello sviluppo "culture led"	64
Claudio Bocci	
Luoghi della cultura e sviluppo territoriale	72
Paola Raffaella David	
Gestione dei 'luoghi della cultura' e sostegno alle imprese culturali	80
Federica Epifani, Gerald Wagenhofer	
Saper innovare nel settore culturale: il progetto INCREAS	86
Paolo Giulierini, Daniela Savy	
Il Quartiere della Cultura Mediterranea a Napoli. La sostenibilità delle imprese culturali post Covid	92
Samanta Isaia	
La sostenibilità economica e sociale dei musei post-Covid	98
Salvatore Claudio La Rocca	
Quale cultura, quale sviluppo?	102
Francesco Mannino	
Imprese culturali e crisi, chi deve fare cosa	110
Mita Marra	
Resilienza, digitalizzazione e scalabilità. Brevi note sulla valutazione dell'offerta culturale in tempi di crisi	114

Sommario



Centro Universitario Europeo
per i Beni Culturali
Ravello

Marcello Minuti	
Sfide post COVID e patrimonio diffuso: ingredienti per l'innovazione gestionale	120
Stefania Monteverde	
Un faro per una navigazione sicura: la sostenibilità culturale delle comunità locali	124
Giovanni Pescatori	
Il risparmio energetico come sostegno alla filiera delle imprese culturali	132
Fabio Pollice	
Dalla visione all'azione. La Cultura per il rilancio del Paese	138
Sergio Valentini	
Nuovi Equilibri, Nuove Sfide	148

Panel 2: Progettazione, gestione e sostenibilità nell'era digitale

Maria Grazia Bellisario	
Cultura e nuove tecnologie per l'inclusione	162
Salvatore Aurelio Bruno	
Programmazione e motivi di eleggibilità a finanziamento di un "flagship project" per un "nuovo lascito di beni culturali digitalizzati"	168
Annalisa Cicerchia	
Una rilevazione online sui pubblici dei musei durante il lockdown	176
Sandro Debono	
Quali futuri per il museo post-Covid19?	180
Giuseppe Di Vietri	
Fotografare cultura. Una diversa prospettiva per le politiche e le pratiche pubbliche	184
Valeria Fascione	
Tecnologia, apertura internazionale e <i>open innovation</i> come soluzioni permanenti per la valorizzazione e la tutela del patrimonio culturale	192
Alberto Garlandini	
La ripartenza dei musei: innovazione, ricerca, ruolo sociale	196
Antonello Grimaldi	
Ripartiamo da... RavelloLab 2020!	202
Anna Maria Marras	
Trasformazione digitale e inclusione per i musei e il patrimonio	206
Mirco Modolo	
Reinventare il patrimonio: il libero riuso dell'immagine digitale del bene culturale pubblico come leva di sviluppo nel post Covid1	210
Francesco Moneta	
L'Innovazione Digitale nelle Arti e nella Cultura e il rapporto con le Imprese	218
Erminia Sciacchitano	
La rigenerazione a base culturale. Il ruolo delle comunità digitali	220
Maurizio Vanni	
Ravello Lab. Il digitale indica le nuove strade della museologia?	224
Fabio Viola	
Da attrattori ad attivatori culturali	230
Appendice	
Gli altri partecipanti ai tavoli	237

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

Claude Albore Livadie Responsabile settore
"Conoscenza del patrimonio culturale"

alborelivadie@libero.it

Jean-Paul Morel Archeologia, storia, cultura

moreljp77@gmail.com

Max Schvoerer Scienze e materiali del
patrimonio culturale
Beni librari,
documentali, audiovisivi

schvoerer@orange.fr

Francesco Caruso Responsabile settore
"Cultura come fattore di sviluppo"

francescocaruso@hotmail.it

Piero Pierotti Territorio storico,
ambiente, paesaggio

pieropierotti.pisa@gmail.com

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
Monica Valiante
Velia Di Riso

univeur@univeur.org

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 858195 - Fax +39 089 857711
univeur@univeur.org - www.univeur.org

Main Sponsors:



ISSN 2280-9376

L'Innovazione Digitale nelle Arti e nella Cultura e il rapporto con le Imprese

Francesco Moneta

Se il tema del secondo Panel è **'Progettazione, gestione e sostenibilità nell'era digitale'**, affrontare il tema della **sostenibilità economica** è opportuno se non necessario (tema evocato anche dagli interventi di Valdo Spini, Lorenzo Casini, Alberto Garlandini, e ripreso da Maurizio Vanni). L'approfondimento delle questioni di principio e 'di senso' che ha giustamente caratterizzato l'intera giornata del Panel 2 deve anche essere accompagnato da considerazioni sulla fattibilità e l'attuabilità dei progetti di innovazione digitale.

Se l'Innovazione Digitale diventa una componente strategica e obbligata della produzione culturale – quale strumento funzionale piuttosto che modalità di produzione creativa e artistica – e può essere in parte autofinanziata dal 'Sistema Cultura' (a livello europeo, nazionale, regionale), **determinante diventa anche il contributo dei privati**, sia dei singoli cittadini (che possono essere coinvolti con iniziative di crowdfunding se finalizzate a rendere più disponibili e accessibili ad esempio i propri beni culturali 'del cuore') che soprattutto delle **Imprese attraverso le Partnership culturali e le Produzioni culturali d'Impresa**.

L'Osservatorio del Premio **CULTURA + IMPRESA** ha mappato i progetti ricevuti nel 2019-2020, avendo dedicato per la prima volta una Menzione Speciale alla **'Digital Innovation in Arts'** (assegnata il luglio scorso alla **Guida Multimediale del Tesoro di San Gennaro finanziata da Q8 Italia**). Tra tutti i progetti ricevuti in questa VIII edizione, **il 51% prevedeva l'uso di strumenti digitali innovativi** per potenziare la fruizione dei contenuti culturali protagonisti delle Sponsorizzazioni e Partnership culturali, Produzioni culturali d'Impresa e Art Bonus. Di questi, **il 60% è stato presentato da Imprese**, in particolare per le proprie Produzioni culturali d'Impresa, mostrando attenzione e sensibilità di queste nei confronti del valore aggiunto che il digitale assicura alle Arti e alla Cultura.

In sintonia con il nostro progetto **SMIM - SMart Interactive Museum** abbiamo classificato i progetti di **Digital Innovation in Arts** in 4 categorie: **IN MUSEUM** (ovvero il digitale consente una migliore fruizione del bene culturale – Museo, Mostra, Spettacolo, Festival, etc – da parte di chi lo vive *in loco*, con strumenti come ad esempio i QR code, i beacon, gli schermi interattivi, altri device utilizzati



nella narrazione e a supporto della esperienza di visita); **OUT MUSEUM** (il digitale consente una più ampia diffusione dei contenuti culturali, principalmente attraverso il web, quindi siti e social media); **IN-OUT MUSEUM** (mix di strumenti come le produzioni 3D, la realtà aumentata, la gamification, il video-mapping, ...); **PROGETTI SPECIALI**, come la produzione di APP e software gestionali, innovazioni digitali nella Produzione culturale, ... Dei progetti di Innovazione Digitale presentati (e attuati nel corso del 2019), **quasi la metà riguardavano l'area OUT MUSEUM**, componente che immaginiamo sia ulteriormente incrementata nel 2020 a causa delle dinamiche causate dal Covid-19, che peraltro appare anche di più semplice applicazione. **Perché le Imprese sostengono i progetti di Digital Innovation in Arts?** Perché in questo modo possono espletare la propria missione in chiave di Corporate Culture Responsibility mostrando visione innovatrice, capacità di rapportarsi alle nuove tecnologie, e al tempo stesso associandosi a progetti di più elevata visibilità mediatica, essendo spesso la dimensione divulgativa insita negli obiettivi e nelle dinamiche della Innovazione digitale. **Talvolta il knowhow di Digital Innovation che l'Impresa possiede e applica per la propria attività aziendale può essere reso disponibile e applicato a favore dell'Istituzione/Progetto culturale partner**, razionalizzando i costi di ricerca/gestione/comunicazione.

Come intercettare e motivare l'interesse delle Imprese nell'accompagnare gli Operatori culturali pubblici e privati in questo percorso di Digital Innovation? La risposta sta anche nelle dinamiche emerse nel corso di alcuni interventi del Panel 2, in particolare di Fabio Viola e Valentina Montalto, quando si è parlato di 'opere partecipate dal pubblico e in progress grazie al digitale', ovvero la creazione di quell'*engagement* che le Aziende cercano di attivare nei confronti dei propri pubblici; piuttosto che l'associazione a fenomeni digitali di successo come il caso di Wattpad; o la possibilità di misurare l'effetto delle produzioni culturali digitali non solo 'contando' i contatti prodotti, ma ampliando le metriche di valutazione alla dimensione del 'tempo' speso nella fruizione dei contenuti prodotti, che è la chiave di successo delle attività di '*content related marketing*' in auge nella comunicazione d'impresa. In sostanza, **il dialogo tra Cultura e Impresa può essere rafforzato anche creando partnership dedicate alla costruzione comune di percorsi, contenuti, produzioni di Innovazione Digitale nelle Arti e nella Cultura.**

Francesco Moneta

Professionista della Comunicazione per Imprese e Istituzioni con la società The Round Table - progetti di comunicazione, è Presidente del Comitato CULTURA + IMPRESA, fondato nel 2103 con Federculture per favorire il sostegno del 'Sistema Cultura' da parte del 'Sistema Impresa' con le Sponsorizzazioni e Partnership culturali, le Produzioni culturali d'Impresa e l'Art Bonus. Il Premio CULTURA + IMPRESA, alla VIII edizione, oggi è il principale osservatorio italiano di benchmarking in questi ambiti. È docente in materia di eventi, sponsorizzazioni e comunicazione integrata, in vari istituti.