



Centro Universitario Europeo
per i Beni Culturali
Ravello

Territori della Cultura

Rivista on line Numero 50 Anno 2022

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

17° Edizione

RAVELLO International Forum
Colloqui Internazionali

LAB 3000

NUMERO SPECIALE

Atti XVII edizione Ravello Lab
CULTURA e DEMOCRAZIA

- *Il lavoro culturale*
- *La finanza per la cultura*

Ravello 20/22 ottobre 2022



Sommario



Centro Universitario Europeo
per i Beni Culturali
Ravello

Comitato di Redazione	5
Alfonso Andria	
La forza della Democrazia è la Cultura	8
Andrea Cancellato	
Azioni concrete per il sistema "Cultura" in Italia	10
Vincenzo Trione	
Ridurre il gap tra Università e mondo del lavoro	12
Claudia Ferrazzi	
Responsabilità della cultura al servizio della Democrazia	14
Panel 1: Il lavoro culturale	
Fabio Pollice	
Il lavoro per la cultura	22
Giovanna Barni	
Il lavoro culturale è un tema complesso	30
Maria Grazia Bellisario	
Lavorare per la cultura: progettare il futuro, riorientare e gestire il presente	34
Aldo Bonomi	
Per uno Statuto del lavoro culturale e creativo	40
Giusy Caroppo	
La valorizzazione del lavoro culturale e artistico, tra riorganizzazione del sistema e resilienza	46
Giovanni Ciarrocca	
Le dimore storiche: occupazione, giovani, lavoro, filiere, identità e sviluppo del territorio	50
Giuseppe Di Vietri	
La domanda culturale pubblica. Riflessioni sugli strumenti del Codice dei contratti pubblici per la committenza di prodotti e servizi culturali e creativi	56
Pietro Graziani	
Il lavoro culturale	64
Stefano Karadjov	
Domanda e offerta culturale	68
Salvatore Claudio La Rocca	
Il lavoro culturale: una tematica da contestualizzare	72
Ester Lunardon, Marina Minniti	
La cultura dello sfruttamento. Le condizioni di lavoro nel settore culturale	82
Francesco Mannino	
Cosa si può ancora dire sul valore sociale del lavoro culturale	88
Stefania Monteverde	
Il valore della partecipazione culturale è l'energia solare	94
Emanuele Montibeller	
Il lavoro culturale: alcune opportunità	104
Vincenzo Pascale	
Cultura e Democrazia	108
Elena Pelosi	
Musei come luogo di lavoro e formazione	110

Sommario



Centro Universitario Europeo
per i Beni Culturali
Ravello

Francesca Velani	
Il lavoro culturale: nuova produzione e nuovi ambiti di intervento.	
Elementi di riflessione sulla <i>governance</i>	114

Roberto Vicerè	
Cultura come riferimento identitario	122

Alessandra Vittorini	
Lavorare con le persone, lavorare per le persone	126

Panel 2: La finanza per la cultura

Felice Scalvini	
La finanza per la cultura	134

Salvatore Amura	
Proposta di progetto di conservazione programmata	142

Francesca Bazoli	
Rapporto tra impresa e istituzioni culturali	146

Serena Bertolucci	
In arte l'economia è sempre bellezza	148

Irene Bongiovanni	
Cambiare sguardo per le nuove sfide culturali	150

Francesco Caruso	
Opportunità di finanziamenti in campo culturale da parte delle organizzazioni internazionali	154

Francesco Cascino	
Ravello LAB 2022: dalla vista alla Visione	158

Mario Eboli	
Il finanziamento pubblico della Cultura al tempo del neoliberalismo	162

Alberto Garlandini	
Musei e patrimonio culturale per la difesa della diversità e della democrazia	166

Antonello Grimaldi	
Preservare per valorizzare	170

Alessandro Leon	
Crisi economica e finanza d'impresa in ambito culturale	174

Marcello Minuti	
Cultura aziendale per le aziende della cultura: prospettive e limiti	188

Francesco Moneta	
Comunicazione d'impresa e cultura, nuove regole del gioco	190

Marco Morganti	
Un nuovo modello di valutazione per l'impresa culturale	194

Celestino Spada	
Strane scelte di finanza pubblica nel settore dell'audiovisivo italiano	198

Remo Tagliacozzo	
La rilevanza della fruizione ibrida	202

Appendice

Gli altri partecipanti ai tavoli	209
----------------------------------	------------

Patrimoni viventi 2022. La premiazione	226
--	------------

Il programma	229
--------------	------------

Comitato di Redazione



Centro Universitario Europeo
per i Beni Culturali
Ravello

Presidente: Alfonso Andria

andria.ipad@gmail.com

Direttore responsabile: Pietro Graziani

pietro.graziani@hotmail.it

Direttore editoriale: Roberto Vicerè

redazione@qaeditoria.it

Responsabile delle relazioni esterne:

Salvatore Claudio La Rocca

sc.larocca2017@gmail.com

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

francescocaruso@hotmail.it

"Cultura come fattore di sviluppo"

Territorio storico, 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

univeur@univeur.org

Monica Valiante

Progetto grafico e impaginazione

PHOM Comunicazione srls

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

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 Sponsor: 
Villa Rufolo | Festival

ISSN 2280-9376

Comunicazione d'impresa e cultura, nuove regole del gioco



Francesco Moneta

In questo panel vorrei portare il punto di vista dell'Impresa nel dialogo con la Cultura, anche riprendendo alcuni degli interventi che mi hanno preceduto, e portando l'esperienza e i benchmark del nostro *Premio CULTURA + IMPRESA*, che nel 2023 festeggia la X Edizione.

Oggi, infatti, l'Economia delle Istituzioni culturali pubbliche e private può contare su un'alleanza sempre più forte e convinta da parte dell'Impresa, a condizione che i due mondi vogliano e riescano a sintonizzare reciprocamente i propri diversi obiettivi e linguaggi, nel segno di progetti strategici e tattici dove le differenze di partenza possono rappresentare un elevato valore aggiunto.

Engie – sponsor di questo Ravello Lab – ci ha sintetizzato la propria strategia nel rapporto con la Cultura, un ambito al quale dedica i propri servizi, ricercando opportunità reputazionali e di marketing relazionale.

La *Fondazione Brescia Musei* ci ha ricordato come con *Alleanza per la Cultura* sia protagonista di un modello di 'Networking in Arts', ovvero il coinvolgimento non occasionale di una rete di Imprese intorno a un progetto culturale ben strutturato, attratte dai benefici di un percorso di 'Corporate Membership' che può essere un riferimento per altre Istituzioni e realtà culturali italiane.

Infine *Claudia Ferrazzi* ci ha portato il punto di vista di *Viarte*, che in Francia sta lavorando sulla capacità della Cultura di soddisfare anche gli obiettivi di marketing delle Imprese, andando oltre la mera dimensione mecenatistica.

Questa è una realtà di fatto, ripresa anche da *Antonio Calabrò*: Arte e Cultura oggi possono contribuire alla competitività dell'Impresa, se ben interpretate e applicate.

Il primo messaggio chiave è questo: l'Impresa riconosce che quello che noi in *The RoundTable* – l'agenzia di comunicazione che nel 2013 ha fondato con *Federculture* il *Comitato CULTURA + IMPRESA* – chiamiamo 'Arts Factor', se ben applicato, contribuisce ad assicurare identità, valore, esclusività, mediaticità alla Comunicazione d'Impresa, apportando valore aggiunto a diversi livelli, dalla Comunicazione Corporate a quella Interna, fino a quella di Marketing.

Questo è il motivo, ad esempio, che ha portato *Confindustria Cuneo* – primo caso in Italia – ad aprire *pro bono* la propria Associazione d'Imprese a un nutrito novero di Operatori culturali del territorio, avviando il progetto 'Io investo in

Cultura, riconoscendo il valore e i benefici che la frequentazione della realtà e dei linguaggi delle Arti e della Cultura può apportare ai propri associati, accrescendone la competitività. Qui abbiamo ad esempio applicato il nostro format *'Art Visitors'*, organizzando con grande successo la visita di 50 associati di Confindustria Cuneo prima ad *Artissima 2022* e poi al *Museo Lavazza*: in una intensa giornata dedicata alla Cultura: gli imprenditori e i manager di Confindustria Cuneo hanno incontrato galleristi e artisti approfondendo le dinamiche dell'Arte contemporanea anche sinergica con la Comunicazione d'Impresa, e quindi hanno conosciuto come la storia, i valori e la cultura di un'Impresa possono essere ben rappresentati in un Museo moderno, tra i benchmark dei Musei d'Impresa.

Un secondo messaggio riguarda la *CCR – Corporate Cultural Responsibility*, ovvero il fatto che la Responsabilità Sociale d'Impresa – oggi semplificata in Sostenibilità Ambientale Sociale ed Economica – può essere declinata con successo anche con l'Arte e la Cultura, riconosciuti driver dello sviluppo sociale occupazionale ed economico dei nostri territori.

A questo tema, ad esempio, abbiamo dedicato una Menzione Speciale del Premio CULTURA + IMPRESA, tra le più significative, e la CCR è protagonista ormai da qualche anno di uno dei Workshop del Salone della Sostenibilità e dell'Innovazione Sociale, all'Università Bocconi di Milano.

Questa per gli Operatori culturali rappresenta una importante opportunità anche in chiave di risorse economiche provenienti da altri budget aziendali, complementari a quelli della Comunicazione, poiché operare all'insegna della Sostenibilità oggi è un *must* diffuso, non solo tra le grandi Imprese.

Purtroppo tra i 17 Goal dell'Agenda 2030 dell'ONU – parametro cui diffusamente le Imprese fanno riferimento, impostando in questo senso i propri percorsi di Sostenibilità – non esiste la parola *'Cultura'*, che si può solo induttivamente ritrovare nel Goal 11 delle *Città e Comunità Sostenibili*. A mio modesto avviso questa è stata una omissione grave, cui propongo di porre rimedio *istituendo il 18° Goal 'Cultura e Società'*: Ravello Lab è stata spesso luogo di ispirazione e innovazione culturale, sto raccogliendo il consenso e la disponibilità di alcune realtà istituzionali e associative per portare questa proposta a livello europeo.

Il terzo messaggio riguarda la richiesta sempre più diffusa tra le Imprese – ma di interesse anche degli Operatori culturali –

di misurare i risultati e l'impatto delle Sponsorizzazioni e Partnership culturale, anche in chiave sociale.

Civita recentemente nel suo Rapporto "Quando la Cultura incontra la Sostenibilità", ha segnalato come i criteri di valutazione di efficacia degli investimenti in Cultura delle Imprese sono in ordine decrescente *Reputation, Contatti e relazioni, KPI ad hoc, Visibilità del brand e Vendite*, confermando quanto accennato inizialmente in questo intervento.

Sottolinea inoltre che tra gli elementi di criticità nel rapporto tra Cultura e Impresa in chiave di Sostenibilità c'è uno scarso utilizzo dell'accountability e la carenza di metodi condivisi per la valutazione sistematica di questi rapporti.

Questa misurazione è possibile? La risposta è affermativa.

Il Comitato *CULTURA + IMPRESA*, in collaborazione con l'Università *IULM* e grazie al sostegno di *Fondazione Cariplo* ha creato il *VAAS - Value Analysis in Arts Sponsorship*, il primo modello di misurazione delle Sponsorizzazioni e Partnership culturali, già illustrato in una delle edizioni del Rapporto di Federculture. La buona notizia è che si sta lavorando alla seconda fase per sperimentare empiricamente questo modello applicandolo a 10 casi d'Impresa. Le variabili di misurazione sono 6: Comunicazione, Cultura organizzativa, Relazioni con gli Stakeholder, Performance, Territorio, Sostenibilità. Grazie al



contributo di *ALES*, *Confindustria Cuneo* e *A2A* – la prima Azienda che ha aderito a questa seconda fase – i Team dell’Università *IULM* e del Comitato *CULTURA + IMPRESA* stanno avviando il percorso di monitoraggio, ascolto e misurazione di Sponsorizzazioni Culturali di diversa natura: la possibilità di misurare questi interventi con un modello sperimentato, riconosciuto e reso disponibile ai settori dell’Impresa e della Cultura rappresenterà un altro incentivo a rafforzare le Partnership culturali.

Francesco Moneta

Imprenditore esperto di Comunicazione d’Impresa e istituzionale. Ha fondato The Round Table progetti di comunicazione www.theroundtable.it che opera principalmente nei settori Wine, Food & Tourism, nella Comunicazione associata alle Arti e alla Cultura, nel Brand Urbanism – il rapporto tra Imprese, Brand e Città – e nel Brand Heritage – cultura e identità d’Impresa. Nel 2013 ha fondato con Federculture il Comitato CULTURA + IMPRESA - di cui è Presidente – che ha lo scopo sviluppare e rendere più efficace il rapporto tra ‘Sistema Cultura’ e ‘Sistema Impresa’ attraverso le Sponsorizzazioni e Partnership culturali, le Produzioni culturali d’Impresa e l’Art Bonus d’Impresa.