

Cultura: password per il futuro

L'occupazione nella filiera beni culturali -
tecnologia - turismo. Ruolo delle istituzioni
e opportunità per imprese e operatori

Atti di LuBeC 2013
AA.VV.

A cura di
Francesca Velani

In collaborazione con
Carlotta Laffi

dibattiti



PROMO P.A.
FONDAZIONE

RICERCA ALTA FORMAZIONE PROGETTI

**Lucca
Beni
Culturali®
2013**
9ª EDIZIONE
17-19 ottobre 2013

PROMO P.A. FONDAZIONE - Dibattiti

LuBeC 2013

CULTURA: PASSWORD PER IL FUTURO

**L'occupazione nella filiera beni culturali - tecnologia - turismo.
Ruolo delle istituzioni e opportunità per imprese e operatori.**

Atti del IX Convegno Nazionale

Lucca, Real Collegio, 17 e 18 ottobre 2013

a cura di Francesca Velani

in collaborazione con Carlotta Laffi



PROMO PA Fondazione - CHI SIAMO

Presidente

Gaetano Scognamiglio

Vice Presidente

Francesca Velani

Comitato d'onore

Aldo Carosi, Giuseppe Grechi, Livia Pomodoro, Vittorio Prodi, Claudio Rovai, Piero Schlesinger, Angelo Tranfaglia

Comitato scientifico

Mauro Bonaretti, Andrea Chevallard, Marcello Clarich, Luigi De Angelis, Maria Adriana Giusti, Giovanni Maltinti, Andrea Mancinelli, Antonio Naddeo, Savio Picone, Gustavo Piga, Pasquale Principato, Alessio Scarcella, Giuseppe Stancanelli, Francesco Verbaro, Paola Verdinelli De Cesare, Goffredo Zaccardi

Consiglio

Marco Agnitti, Andrea Bicocchi, Giancarlo De Maria, Carlo Gentili, Romano Giglioli, Giovanni Iacomini, Riccardo Sarti, Gaetano Scognamiglio, Giuseppe Stancanelli, Francesca Velani

Amministratori

Fabiana Dardi – Amministratore, Legale Rappresentante

Ioletta Pannocchia – Direzione Generale

Revisore

Diana Puntoni

Hanno aderito e/o aderiscono in qualità di Partecipanti

Provincia de L'Aquila, Provincia di Bologna, Provincia di Cagliari, Provincia di Caltanissetta, Provincia di Chieti, Provincia di Grosseto, Provincia di La Spezia - Area Lavoro, Provincia di Lucca, Provincia di Olbia –Tempio, Provincia di Pescara, Provincia di Sassari - Consiglio, Provincia di Viterbo, Provincia di Trieste, Provincia di Treviso Promozione del territorio e politiche formative, Comune di Alghero, Comune di Altopascio, Comune di Anguillara Sabazia, Comune di Arezzo, Comune di Avezzano, Comune di Barga, Comune di Bologna, Comune di Brindisi - Consiglio Comunale, Comune di Capannori, Comune di Carpi, Comune di Castel San Pietro Terme, Comune di Crespellano, Comune di Forte dei Marmi, Comune di Imola - Presidenza del Consiglio, Comune di Imperia, Comune di La Spezia, Comune di Loiri Porto San Paolo, Comune di Lucca, Comune di Montecatini Terme, Comune di Orvieto - Consiglio, Comune di Parma, Comune di Pescara, Comune di Pescia, Comune di Pistoia, Comune di Porcari, Comune di Porto San Giorgio, Comune di Portovenere, Comune di Prato, Comune di Rozzano, Comune di Sassari, Comune di Zola Predosa, Camera di Commercio di Lucca, Comunità Montana della Garfagnana, Comunità Montana della Valle Samoggia, Consorzio Industriale Provinciale di Sassari, Associazione Nazionale Direttori Generali Enti Locali, Associazione Industriali di Lucca, Bipitalia Ducato SpA, Cassa di Risparmio di S. Miniato, Centro Studi Giorgio Morandi, Edizioni Nazionali "Luigi Boccherini", Fondazione Banca del Monte di Lucca, Fondazione Campus Studi del Mediterraneo, Fondazione Cassa di Risparmio di S. Miniato, Fondazione Bruno Visentini, ISPRO - Istituto Studi e Ricerche sulla Protezione e Difesa Civile, Istituzione Sesto Idee, Lucca Holding S. p. A., Noè S.n.c., Ordine degli avvocati di Milano, Università degli Studi di Pisa - Dipartimento di Informatica, UPI - Unione delle Province Italiane.

Sommario

Nota del curatore, <i>di Francesca Velani</i>	13
Saluti delle autorità	15
Sessione Plenaria	23
Cultura: navigatore per lo sviluppo	23
Introduzione ai lavori, <i>di Gaetano Scognamiglio</i>	24
Cultura: motore e moltiplicatore dello sviluppo, <i>di Carlo Flamment</i>	27
TAVOLA ROTONDA Cultura e politiche del fare: privato e PA a confronto	31
Intervento di Marco Carminati	31
Intervento di Leonardo Boni.....	32
Intervento di Paolo Carli.....	33
Intervento di Antonia Pasqua Recchia	35
Intervento di Cristina Scaletti	36
Intervento di Cristina Acidini	38
CONSEGNA DEL RICONOSCIMENTO LUBEC 2013.....	41
Intervento di David W. Packard.....	41
Intervento del Paese Ospite 2014: la Georgia, <i>di Vano Vashakmadze</i>	43
TAVOLA ROTONDA Beni culturali, occupazione e sviluppo.....	45
Intervento di Pier Luigi Sacco	45
Intervento di Andrea Marcucci.....	46
Intervento di Simonetta Giordani.....	47
Intervento di Antonio Marzano	50
Intervento di Diego Visconti	51
SESSIONI PARALLELE.....	53
1. PATRIMONIO CULTURALE TRA PUBBLICO E PRIVATO: OPPORTUNITÀ FINANZIARIE E D'INVESTIMENTO	54
Apertura di Marcello Clarich	54

Nuove fattispecie di coinvolgimento dei privati nella valorizzazione dei beni culturali dopo il Decreto Valore Cultura, <i>di Antonia Pasqua Recchia</i>	55
TAVOLA ROTONDA Il progetto “Dimore” e il partenariato ADSI per la valorizzazione dei beni culturali	57
Intervento di Aldo Patruno	57
Intervento di Niccolò Rosselli Del Turco.....	61
Intervento di Nicola de Renzis Sonnino.....	62
Intervento di Paolo D’Alessio	63
Linee guida per la valutazione economico-finanziaria dei progetti nel settore cultura, <i>di Eduardo Gugliotta e Marisa Nicotera</i>	65
2. TURISMO, SFIDA DECISIVA. LA SENTIMENT ANALYSIS PER SERVIZI SEMPRE PIÙ COMPETITIVI.....	70
Intervento introduttivo, <i>di Carlo Flament</i>	70
PRESENTAZIONE DELLA RICERCA La <i>sentiment analysis</i> applicata alle città d’arte	72
Intervento Introduttivo, <i>di Alberto Truffi</i>	72
La sentiment Analysis sulle città d’arte: focus metodologico, <i>di Annalisa Giachi</i> .	75
Strumenti e tecniche a supporto dell’analisi realizzata, <i>di Alessandro Poli</i>	76
TESTIMONIANZE Approfondimenti a valle dell’indagine sulle città d’arte	78
Intervento di Daniele Milano.....	78
Intervento di Vladimyr Martelli	78
Intervento di Emilia Petrollini.....	84
3. CAMMINANDO VERSO SUD... LA VIA FRANCIGENA: STATO DELL’ARTE E NUOVE PROSPETTIVE	85
Saluto di Cristina Scaletti	85
Un’opportunità per i territori toscani: lo stato dell’arte dei servizi lungo la Via Francigena, <i>di Massimo Tedeschi</i>	85
La Via Francigena cammino d’Europa: una rete per lo sviluppo, <i>di Alberto d’Alessandro</i>	87
PRESENTAZIONE DELLA RICERCA La Francigena Toscana nei social network, <i>di Francesca Velani, Annalisa Giachi e Elena Andreani</i>	90

TAVOLA ROTONDA – Discussione intorno ai risultati della ricerca	104
Intervento di Fausto Cecconi.....	104
Intervento di Rossana Giannettoni.....	105
Intervento di Cristina Menghini.....	107
Intervento di Sergio Signanini	108
Interventi programmati.....	118
Francigena Arts Festival, <i>di Fabrizio Datteri</i>	118
Tra Terra e Cielo, <i>di Fabio Lepre</i>	119
Costruire reti attraverso la Francigena, <i>di Giuseppe Cattanei</i>	120
Conclusioni, di Giovanni D’Agliano.....	121
4. LA FORMAZIONE PER LA VALORIZZAZIONE DEL PATRIMONIO CULTURALE	123
Introduzione di Franco Gugliermetti	123
Intervento di Giovanni Tria.....	125
TAVOLA ROTONDA Punti di vista dal sistema formativo pubblico/privato.....	127
Intervento di Davide Apollonio	127
Intervento di Stefano Bettega	128
Intervento di Enrica Lemmi	130
Intervento di Mojtaba Navvab, Franco Gugliermetti, Fabio Bisegna	131
Intervento di Susan Tintori	134
5. L’ITALIA DELLE MERAVIGLIE. I NUOVI BOOKSHOP DEI MUSEI TRA ARTIGIANATO, MADE IN ITALY E TECNOLOGIE	136
Intervento di apertura, di Gabriella Biagi Ravenni	136
Intervento di Elena Pianea	139
Artigianato e beni culturali: testimonianza opportunità di business? <i>di Stefano Micelli</i>	140
La qualità tra artigianato e industria, <i>di Cesare Verona</i>	146
TAVOLA ROTONDA	150
Intervento di Ketty Corona	150

Intervento di Laura De Benedetto	152
Artigianato artistico e merchandising museale: l'esperienza del progetto museo museo, <i>di Gianna Scatizzi</i>	156
Intervento di Stefano Monti	159
6. PRESENTAZIONE DEL LIBRO "PER UN'ITALIA POSSIBILE – LA CULTURA SALVERÀ IL NOSTRO PAESE", <i>di Ilaria Borletti Dell'Acqua Buitoni</i>	163
Intervento di apertura, <i>di Maria Talarico</i>	163
Introduzione di Remo Santini	164
Intervento di Ilaria Borletti Buitoni	165
Intervento di Stefania Giannini.....	166
Intervento di Ilaria Vietina.....	167
7. PATRIMONIO CULTURALE TRA PUBBLICO E PRIVATO: LE OPPORTUNITÀ DELLA NUOVA GOVERNANCE A LIVELLO NAZIONALE ED EUROPEO.....	169
Intervento di Apertura, <i>di Maddalena Ragni</i>	169
TAVOLA ROTONDA	172
Intervento di Giuseppe Stancanelli	172
Intervento di Anna Maria Buzzi	173
Intervento di Roberto Grossi.....	177
Quale gestione sostenibile dei musei e del patrimonio culturale italiano?, <i>di Alberto Garlandini</i>	179
Intervento di Ettore Pietrabissa	183
Il Grande Progetto per il "centro storico di Napoli – sito Unesco, <i>di Carmine Piscopo e Renata Ciannella</i>	184
Intervento di Gian Bruno Ravenni	186
Intervento di Fabio Renzi.....	187
Europa Creativa: contenuti e nuove opportunità, <i>di Silvia Costa</i>	189
Conclusioni, <i>di Andrea Marcucci</i>	191
8. LA CITTÀ PER TUTTI: VIVERE, CONOSCERE, MUOVERSI ACCESSIBILE	193
Intervento di Silvia Pieraccini	193

Saluti di Giovanna Cagliostro.....	193
Apertura di Alberto Del Carlo.....	194
TAVOLA ROTONDA	196
Intervento di Donata Vivanti	196
Le Mura di Lucca, le Mura per tutti: un esempio di valorizzazione accessibile ...	199
Intervento di Alessandro Biancalana.....	199
Intervento di Giuseppe Stolfi.....	200
“Lucca... diventare accessibile”: lo stato dell’arte, <i>di Elisabeth Franchini</i>	205
Conclusioni, <i>di Raffaella Mariani</i>	207
9. BENI CULTURALI E ICT: L’INTERATTIVITÀ DIGITALE PER GLI ATTRATTORI CULTURALI	208
Intervento di Apertura, di Stefano Monti.....	208
e-procurement per i beni culturali: l’innovazione possibile. Il caso Pompei, <i>di Salvatore Messina</i>	208
CASE HISTORY.....	211
Penso, Creo, In-formo, Sogno, <i>di Alessio Carciofi</i>	211
PA Digitale chiama Turista Digitale, <i>di Giovanni Carta</i>	214
Interagire, comunicare, creare: le opportunità dal co-working, <i>di Luigi Doveri</i> .	216
Buone pratiche per il riuso creativo dei contenuti culturali digitali, <i>di Antonella Fresca</i>	217
Mappare l’arte in Italia: il futuro del business è digitale, <i>di Piero Muscarà</i>	221
Al museo con lo smartphone, <i>di Fabio Zinesi</i>	222
L’interazione tra PA e cittadini per migliorare i servizi ... in un App <i>di Eugenio Seccia con il supporto di Gaspari Web</i>	223
10. LUCCA HERITAGE TRA PASSATO E FUTURO: RIPROGETTARE VALORIZZANDO I PROPRI ASSET	225
Apertura di Stefano Baccelli	225
Intervento di Alessandro Tambellini	226

Anteprima dei risultati del secondo rapporto sui ‘Modelli di sviluppo delle città d’arte’, di <i>Gilberto Bedini</i>	228
TAVOLA ROTONDA	231
Intervento di Claudio Guerrieri	231
Intervento di Marcello Bertocchini.....	231
Intervento di Gabriella Biagi Ravenni	232
Intervento di Ilaria Del Bianco	233
Intervento di Raffaele Domenici.....	235
Conclusioni di Alessandro Tambellini.....	236
11. VOLONTARI PER I BENI CULTURALI CRESCONO	237
Apertura, di Ilaria Borletti Dell’Acqua Buitoni.....	237
Introduzione di Paolo Balli.....	238
Volontariato e Beni Culturali in Toscana: un percorso di collaborazione, di <i>Elena Piana</i>	239
Una testimonianza di volontariato: vent’anni per gli Uffizi, di <i>Manuel Guerra</i> ...	240
La Magna Charta del Volontariato per i beni culturali: risultati del percorso 2013, di <i>Francesca Velani</i>	241
Intervento di Maria Pia Bertolucci.....	242
LE SPERIMENTAZIONI 2013	242
Testimonianza di Caterina Mazzotta	242
Testimonianza di Giacomo Baldini	245
Le nuove sfide: il 2014 per l’archeologia, di <i>Andrea Pessina</i>	250
Volontariato e beni culturali: la parola ai professionisti archeologi, di <i>Gabriele Gattiglia</i>	253
Conclusioni di Maurizio Toccafondi.....	254
12. PATRIMONIO CULTURALE E EFFICIENTAMENTO ENERGETICO: STATO DELL’ARTE, PROGETTI IN CORSO E OPPORTUNITÀ	256
Introduzione di Francesca Lazzari.....	256
BUONE PRATICHE	258

SERPENTE: per il miglioramento dell'efficienza energetica negli edifici storici pubblici, <i>di Sergio Gatteschi</i>	258
Recupero degli edifici storici e risparmio energetico. Formare per creare nuove competenze, <i>di Gildo Tognetti</i>	260
Il progetto 3EnCult. L'efficientamento energetico e immobili storici: risultati e prospettive, <i>di Alexandra Troi</i>	262
TAVOLA ROTONDA	264
Intervento di Marco Bellandi.....	264
Intervento di Stefano D'Amico	265
Intervento di Carlo Lancia.....	268
Intervento di Renzo Macelloni	269
Intervento di ADSI Giovani – <i>di Aloisia Marzotto Caotorta e Eleonora Morbelli</i> .	270
13. LE RISORSE FAS PER LA VALORIZZAZIONE TERRITORIALE E CULTURALE.....	273
Apertura di Simone de Lellis.....	273
La cultura in Regione Toscana nell'ambito del cofinanziamento FSC, <i>di Gian Bruno Ravenni</i>	275
TAVOLA ROTONDA Esperienza e risultati di alcuni progetti finanziati nell'ambito dell'Asse 4 del programma PAR FAS di Regione Toscana.....	277
Intervento di Stefano Filipponi.....	277
Intervento di Barbara Catalani	279
Intervento di Nicola Bellucci.....	282
Intervento di Cristina Gnoni	284
Dal restauro di ripristino al restauro moderno. La valorizzazione di Palazzo Pretorio, <i>di Maria Pia Mannini</i>	286
14. CULTURA E FUTURO: IL VALORE DEI BENI CULTURALI NEL PROCESSO DI CAMBIAMENTO	289
Apertura di Michele Andreuccetti	289
Saluti di Luigi Bruni	289
Introduzione di Giorgio Burdese	290

TAVOLA ROTONDA	292
Intervento di Franco Valente.....	292
Intervento di Maddalena Ragni	295
Intervento di Carla Peruta	298
Intervento di Mariella Zoppi.....	299
Intervento di Enzo Feliciani	300
Intervento di Bruno Molea	302
Intervento di Paolo Manzelli	304

Nota del curatore, di Francesca Velani¹

CULTURA: PASSWORD PER IL FUTURO. L'occupazione nella filiera beni culturali – tecnologia – turismo. Ruolo delle istituzioni e opportunità per imprese e operatori. Questo il tema della IX edizione di LuBeC - Lucca Beni Culturali, affrontato attraverso convegni, workshop, dibattiti, focus group e una straordinaria rassegna espositiva tra il 17 e il 18 ottobre 2013 a Lucca.

L'occupazione è stato il tema cardine di questa nona edizione. Occupazione come nuove opportunità e competenze per una filiera che deve confrontarsi ed integrarsi con la green economy, il turismo, l'ICT e il "Made in Italy".

Grazie alla collaborazione e alla partecipazione di MiBACT, Formez, CNEL, CESVOT, ICS - Istituto per il Credito Sportivo, AICS, Università La Sapienza di Roma, Regioni ed Enti locali, sono stati approfonditi il ruolo del terzo settore, le opportunità di investimento, il partenariato e gli strumenti finanziari, il rinnovamento del rapporto musei/imprese e la formazione in relazione alla filiera beni culturali - tecnologia - turismo.

E ancora nei workshop e nella rassegna espositiva gli strumenti più innovativi nati a sostegno delle politiche di valorizzazione dei beni culturali e del turismo: sistemi di gestione di reti, supporti per la fruibilità, la didattica e il gaming, per la promozione, la comunicazione e la divulgazione, metodologie di trasferimento della conoscenza, modelli economici e gestionali.

Questo volume raccoglie gli interventi di coloro che hanno partecipato alla due giorni. La disposizione degli interventi rispecchia lo svilupparsi dei lavori in aula, sia dal punto di vista cronologico, sia dal punto di vista della suddivisione tematica, così come in tutte le edizioni degli Atti di LuBeC.

Gli interventi sono suddivisi "per convegno". I testi presenti sono stati o consegnati dai relatori o frutto di una mera correzione redazionale delle sbobinate (ove presenti). Si è scelto di mantenere la forma colloquiale del convegno.

Gli interventi sono preceduti dalle riflessioni del Sindaco di Lucca Alessandro Tambellini, del Presidente della Provincia di Lucca Stefano Baccelli, del Presidente della Camera di Commercio di Lucca Claudio Guerrieri, del Presidente della Fondazione Banca del Monte di Lucca Alberto Del Carlo, del Presidente della Fondazione Cassa di Risparmio di Lucca Arturo Lattanzi sostenitori dell'iniziativa insieme alla Regione Toscana, che ringrazio a nome di tutta la Fondazione e della Comunità dei partecipanti a LuBeC.

Un particolare ringraziamento a Monsignor Italo Benvenuto Castellani, Arcivescovo di Lucca, per la sua benedizione e la presenza all'iniziativa.

Per gli spunti di riflessione e la costante disponibilità esprimo, inoltre, gratitudine al Presidente di Promo PA Fondazione, Gaetano Scognamiglio e a tutto il Comitato Scientifico di LuBeC - Lucca Beni Culturali.

Uno specifico riconoscimento per la collaborazione alla redazione dell'opera va a Carlotta Laffi.

¹ Vice Presidente Promo PA Fondazione e Direttore LuBeC – Lucca Beni Culturali

Saluti delle autorità

Quest'anno festeggiamo i cinquecento anni dall'inizio dei lavori per la costruzione delle Mura della nostra città. È per noi un'occasione fondamentale per ripensare alla nostra storia, per ripensare a quei valori di libertà, giustizia e pace che hanno caratterizzato il nostro passato e sui quali poggiamo la nostra vita attuale. Credo che l'impegno per il domani si giochi soprattutto su elementi quali cultura, turismo ed educazione che fanno parte della nostra prospettiva in un senso che ritengo imprescindibile.

Credo che il compito per il futuro sia creare nuove occasioni di cultura, a partire da ciò che siamo, a partire da ciò che abbiamo che tutti riconosco nella sua grandezza. Il nostro compito per l'avvenire è creare nuove occasioni culturali, è creare nuova cultura.

LuBeC si presenta, allora, come l'occasione per discutere annualmente delle prospettive che ineriscono le capacità di una città, culturalmente avanzata e ricca come Lucca, di proiettarsi ancora di più nel futuro.

Alessandro Tambellini

Sindaco di Lucca

Come Amministrazione provinciale abbiamo cercato di sfruttare tutte le occasioni per realizzare progetti culturali, ma siamo stati lungimiranti almeno su un punto, quello di organizzare per tempo un Ufficio Europa con collaboratori giovani e preparati che ci hanno permesso di attrarre risorse importanti da parte dell'Unione Europea.

Dobbiamo avere una consapevolezza ancora più forte che ci sono occasioni, occasioni di fonte europea che debbono essere sfruttate ancora meglio, per restituire risorse economiche e progetti culturali sui nostri territori.

Con la cultura certamente si mangia. La cultura può portare occupazione, nuova occupazione, in particolare in un periodo così drammatico dal punto di vista economico. Non possiamo non valorizzare questa risorsa.

LuBeC è un'occasione di riflessione, perché occorre pensare e riflettere sulla nostra identità, sui nostri valori. Occorre pensare e riflettere per programmare il nostro futuro.

Stefano Baccelli

Presidente della Provincia di Lucca

La Camera di Commercio di Lucca opera anche direttamente nel campo della cultura. Abbiamo aperto il MuSA – Museo Virtuale della Scultura e dell’Architettura a Pietrasanta, un museo reale e virtuale delle attività produttive e culturali legate all’artigianato del marmo. E appoggiamo qualsiasi iniziativa che tenda a valorizzare il rapporto beni culturali e turismo, nella convinzione che da questo binomio possa costituirsi come perno per lo sviluppo complessivo del territorio.

C’è uno studio importante dell’Università di Firenze che testimonia che con adeguate politiche di valorizzazione dei beni e delle attività culturali, questa incidenza potrebbe, nel giro di dieci-quindici anni, addirittura raddoppiare e collocarsi intorno al 20% del Pil.

Valorizzazione dei beni culturali e, aggiunto, di sviluppo economico perché valorizzazione dei beni culturali significa anche dare un’impronta ai vari progetti che abbiano un ritorno sul tessuto economico del territorio, come lo intende la Camera di Commercio.

Claudio Guerrieri

Presidente della Camera di Commercio di Lucca

La Fondazione Cassa di Risparmio di Lucca è forse la Fondazione che in Italia - percentualmente - sta investendo di più nei settori cultura e istruzione. Noi investiamo nella scuola pubblica di ogni ordine, ma in particolare nell'alta formazione, grazie a nostro IMT, la nostra università, il nostro Istituto di Alta Formazione. Inoltre abbiamo destinato il complesso di San Francesco che, voglio ricordarlo, è un investimento complessivo di quasi 50 milioni di euro, a divenire il Campus della nostra scuola di Alta Formazione IMT.

In un momento di crisi quale siamo, alla ricerca di quelli che sono gli sbocchi per lo sviluppo dell'attività economica, la cultura rappresenta senz'altro una via obbligata. Noi a Lucca siamo particolarmente favoriti per il patrimonio culturale che abbiamo. La Fondazione Cassa di Risparmio di Lucca, che ho l'onore, il dovere e il piacere di rappresentare, sta dedicando a questo settore ingenti investimenti.

Penso che l'importanza di LuBeC sia testimoniata dal sempre crescente successo che ogni anno questa manifestazione riscuote.

Arturo Lattanzi

Presidente della Fondazione Cassa di Risparmio di Lucca

L'accessibilità ha due presupposti. Un presupposto innanzitutto carattere culturale, cioè bisogna essere convinti, bisogna comprendere che l'accessibilità rappresenta un valore aggiunto nell'urbanistica di una città. La Fondazione Banca del Monte di Lucca lavora molto in questo campo, insieme ad altre fondazioni europee, insieme ad altre città europee, insieme e alle istituzioni, proprio per cercare di adeguare anche Lucca ai disabili e proprio come esempio. Se riusciamo a far ciò in una città storica, dove ovviamente è più difficile, proprio per la struttura preesistente che esistente troviamo, ciò sarà possibile anche in tutte le altre città d'Italia.

I beni culturali e la cultura sono strumenti importanti per lo sviluppo. Lo sviluppo oggi dipende soprattutto dall'innovazione che è frutto della ricerca e questa ha come presupposto forti fondamenti culturali.

LuBeC è importante per il nostro Paese e, in particolare, per Lucca perché è un incontro periodico di grandi professionalità provenienti da tutt'Italia e anche dall'estero.

Alberto Del Carlo

Presidente della Fondazione Banca del Monte di Lucca

Noi a Lucca abbiamo un patrimonio culturale immenso. Come non tenerlo per noi, ma arricchirlo e dividerlo? Penso, in particolare, al grande servizio della Via Francigena. A ben pensare questi pellegrini che si muovevano dal Nord d'Europa e passavano per Lucca per visitare, per motivi di fede, i luoghi santi come Roma, Gerusalemme e altri, trasmettevano cultura, modi di vivere e di pensare che venivano ad arricchire la nostra realtà. Oggi i moderni pellegrini sono i turisti.

Senza idea non ci può essere creatività del mondo imprenditoriale. Ma allora qual è l'idea, il valore aggiunto che muove l'umanità, il mondo, che muove la creatività dell'uomo? Io ritengo che sia la bellezza che per me, in termini di credente è Dio.

Una ricchezza di arte, di cultura, di bellezza, di vita, di amore, dico da cristiano. È importante aver la chiave per poter condividere questo con il mondo e viceversa. Ecco, ritengo quindi che questa chiave, questa password, sia non solo un titolo indovinato, ma anche una grande prospettiva per la nostra città.

Carissimi amici, già alcuni di voi ho avuto la gioia, per passate conoscenze, d'incontrarvi qua, ma ce ne sono di nuovi.

A tutti dico, benvenuti a Lucca, e lo dico con grande affetto e gratitudine a voi, e benvenuti al LuBeC.

Monsignor Italo Benvenuto Castellani

Arcivescovo di Lucca

SESSIONE PLENARIA

Cultura: navigatore per lo sviluppo

Introduzione ai lavori, di Gaetano Scognamiglio²

LuBeC 2013, nona edizione, si apre con un segnale positivo per il settore dei beni culturali con la conversione in legge del dl 91/2013, Valore Cultura, proposto dal Ministro Massimo Bray, che fra gli altri interventi prevede l'inserimento di giovani nel progetto di digitalizzazione del patrimonio culturale.

Occupazione e tecnologia sono anche il focus di LuBeC 2013, che conferma perciò la capacità di centrare nelle varie edizioni temi di attualità. Di beni culturali, occupazione e sviluppo si parlerà infatti in questa sessione, che vede anche un dibattito sul rapporto pubblico-privato nella valorizzazione del patrimonio. Sulle potenzialità dell'occupazione nel settore se ne parlerà inoltre diffusamente in tre seminari fra oggi e domani e in uno organizzato da AICS, Associazione Italiana Cultura e Sport, sui rapporti fra nuove metodologie di divulgazione culturale e occupazione. Un cenno sulla formazione: come ci ricorda il Nobel Amartya Sen, è sempre maggiore la consapevolezza che il modello meramente economicistico di sviluppo debba essere ripensato, perché accanto ai fattori economici sono i valori a determinare il successo o l'insuccesso di un sistema economico e in questo quadro la cultura svolge un ruolo da protagonista. Per questi motivi la consapevolezza del valore del nostro patrimonio culturale deve essere trasmessa alle giovani generazioni in modo più incisivo e soprattutto con l'ausilio della tecnologia, che in questo caso funge nei confronti dei giovani da mediatrice culturale. Tecnologia che costituisce uno degli assi portanti di LuBeC e che vede nella contemporanea rassegna LuBeC Digital Technology la possibilità di conoscere in anteprima soluzioni innovative applicate alla valorizzazione dei beni culturali.

A fronte dei segnali positivi, i più importanti rapporti di settore propongono invece un quadro con molte ombre e poche luci. Federculture ci restituisce una rappresentazione complessivamente negativa del 2012, con tutti gli indici di performance in calo. Nei siti culturali statali per esempio vi è una riduzione di visitatori nel 2012 rispetto al 2011 di quattro milioni. Lo stesso trend negativo nei musei civici delle principali città italiane, che perdono visitatori, con l'eccezione di Firenze e Venezia. La spesa pubblica per la cultura continua a diminuire. Il budget del MiBACT nel 2013 sarà di 1.547 mln di euro, al limite dello 0.2 % della spesa pubblica. Se poi andiamo alla spesa per abitante siamo a 25 euro, incredibilmente la metà della Grecia in crisi, ma più della virtuosa Germania che è al 18. Anche le risorse destinate al comparto dagli enti locali calano negli ultimi anni di circa 400 milioni.

In qualche modo fino ad oggi – e sottolineo fino ad oggi, perché il decreto Valore Cultura sembra indichi una inversione di tendenza – il legislatore sembra considerare la spesa in cultura improduttiva. Il che è singolare se pensiamo che il turismo culturale rappresenta il 35% della spesa turistica, in un quadro in cui l'Italia ha enormi potenzialità perché, pur perdendo posizioni sotto altri aspetti, rimane il primo paese al mondo per attrattività connessa al fattore cultura (secondo il Country Brand Index 2013)³.

² Presidente Promo PA Fondazione.

³ A dire la verità anche i privati nel complesso (erogazioni liberali, sponsorizzazioni, interventi delle fondazioni bancarie) hanno ridotto i loro finanziamenti dal 2008 in poi del 35%. Segno che è soprattutto la crisi a dettare le scelte.

L'altro rapporto, quello di Symbola, da un altro angolo visuale, offre alcuni spunti positivi. In estrema sintesi Symbola calcola il valore aggiunto delle attività private nel settore in 75,5 mld di euro in leggero calo dello 0,3 % rispetto al 2011 (comunque inferiore al calo di tutte le altre attività economiche), ma con una variazione positiva dello 0,5% sul versante occupazionale. Aggiungendo il contributo di PA e non profit si arriva a un totale di valore aggiunto di circa 80,8 mld di euro, con una ricaduta occupazionale di 1.500.000 addetti. Considerato che, sempre secondo gli studi di Symbola il moltiplicatore medio sul resto dell'economia è 1,7 questo significa un indotto di 133,4 mld euro, che sommati agli 80,8 fanno calcolare il valore complessivo delle attività culturali e dell'indotto in 214,2 mld di euro e cioè il 15,3 % del pil.

Ho parlato finora di numeri perché non se ne può fare a meno in tempo di crisi ma la tutela del nostro patrimonio e la sua valorizzazione non può essere fondata solo sul conto economico e deve essere considerata in ogni caso una priorità e un valore intrinseco, come da dettato costituzionale.

Il confronto fra una visione prevalentemente valoriale e una anche economicistica nella governance dei beni culturali introduce uno degli argomenti tradizionalmente affrontati qui a LuBeC, qual è innanzitutto il rapporto pubblico-privato nella valorizzazione dei beni culturali, tema che sarà subito affrontato nel primo dei dibattiti della mattina. Al di là di contrapposizione ideologiche bisogna prendere atto che "mai e in nessun luogo il patrimonio culturale si è automantenuto né tantomeno ha generato reddito, se non in senso indiretto"⁴. Proprio per questo motivo vanno approfondite le possibili modalità virtuose dell'intervento dei privati nel settore, in un momento in cui è ragionevolmente prevedibile che la spesa pubblica italiana – pur nell'auspicabile riequilibrio di risorse a favore del settore culturale – si ridurrà nel corso dei prossimi anni per la crisi economica aggravata dal vincolo del nostro enorme debito pubblico. L'alternativa è quella di tutelare inumando o abbandonando al degrado e di non cogliere le occasioni di creare appunto reddito indiretto da una valorizzazione, che ha di fronte a sé una opinione pubblica mondiale, che – come si è detto – considera l'Italia la prima destinazione culturale del mondo, anche se non si comporta di conseguenza per una serie di ragioni, molte delle quali a dire il vero non stanno nel potere di chi ha la responsabilità del nostro patrimonio.

Si pensi per esempio alla difficoltà del sistema di trasporto pubblico locale che di fatto rende difficile per gli stranieri ma anche per gli italiani l'accesso "all'Italia delle cento capitali, con cento storie artistiche, ognuna delle quali ha prodotto capolavori, che se messi tutti insieme farebbero in assoluto il museo più bello e più grande del mondo"⁵, accesso che fra l'altro decongestionerebbe l'afflusso non più sostenibile in alcuni periodi dell'anno alle mete più gettonate. Il secondo rapporto sui modelli di sviluppo delle città d'arte di cui anticiperemo domani alcuni passaggi evidenzia in modo chiaro questi problemi.

E che dire del paesaggio e del governo del territorio?

Mi auguro che nel dibattito generale e in quello dei due seminari di approfondimento possano emergere elementi di utilità e fattivi contributi per il lavoro della commissione tecnica per la revisione del codice dei BBCC. Nel rapporto pubblico-privato, in questo caso

⁴ Tommaso Montanari, *A che serve Michelangelo*, Einaudi 2011, p. 52.

⁵ Paolucci sul QN 9 maggio 2013, p. 27.

privato sociale, rientra anche il ruolo crescente che il volontariato può esercitare nella valorizzazione del patrimonio culturale. La Magna Charta elaborata da Promo PA Fondazione col sostegno della Regione, del MiBACT e del Cesvot è entrata nella fase attuativa e nuove opportunità sono già all'orizzonte.

Torniamo alle cose positive. Lucca ce ne offre tante in questo momento. Anzitutto le celebrazioni promosse dal Comune di Lucca per il cinquecentenario delle mura. Mi auguro che si possano concludere qui a LuBeC l'anno prossimo con un forum delle principali città cintate del mondo. Poi, ma non in ordine di importanza il più grande recupero di un bene culturale effettuato in Europa quest'anno, quello del complesso conventuale di S. Francesco ad opera della Fondazione Cassa di Risparmio di Lucca, condotto a termine a tempo di record, che ha restituito alla fruizione della città un patrimonio immenso con l'illuminata guida della Sovrintendenza. E poi l'impegno del Comune sostenuto dalla Fondazione Banca del Monte di Lucca per rendere Lucca una città completamente accessibile, di cui si parlerà domani nel seminario che vede la presenza di importanti organismi internazionali. E ancora una buona notizia per gli ospiti di LuBeC: musei aperti in questi giorni per gli ospiti di LuBeC che avranno modo di conoscere meglio le bellezze di questa città.

Infine qualche numero: 170 relatori, 19 seminari tematici, il tutto realizzato dallo staff della direttrice di LuBeC Francesca Velani.

LuBeC è un progetto in continua evoluzione: quando lunedì faremo il punto di questa edizione e cominceremo già a pensare a quella del 2014, che si svolgerà dal 9 all'11 ottobre, vorremmo poter recepire critiche e suggerimenti di tutti i partecipanti. Lo faremo attraverso un forum di discussione al quale siete tutti invitati a partecipare.

Non posso concludere senza ricordare che l'anno scorso, come tutti gli anni, eravamo qui con Francesca Velani a discutere anche in modo acceso di dettagli organizzativi con Aurelio Russo, presidente e motore di questo Real Collegio, che è diventato la casa di LuBeC e che sotto la sua direzione si è avviato a una completa rifunzionalizzazione. Aurelio non è più con noi. Ci conoscevamo da quindici anni. Come tutti sanno era un appassionato uomo del fare che ricopriva i ruoli che gli venivano affidati con una assoluta dedizione e grande combattività. Di lui ci manca la ruvidità, la positività, il confronto a volte duro ma sempre aperto e leale. Alla moglie e alle figlie che sono qui in sala va il mio abbraccio affettuoso e quello di tutti coloro che lo hanno conosciuto.

E ora diamo il via a LuBeC 2013, come di consueto ascoltando il nostro inno nazionale.

Cultura: motore e moltiplicatore dello sviluppo, di Carlo Flamment⁶

Grazie a Nino Scognamiglio, al LuBec, alle Autorità presenti, a tutti quanti sono qui oggi, ai giovani, alle classi che abbiamo qui presenti. È con grande piacere che io ho accettato l'invito di Scognamiglio di fare una relazione, prima delle Tavole Rotonde, su un tema che ho trovato non solo di grandissimo favore, quello dell'occupazione della filiera beni culturali, tecnologia, turismo; ma anche controcorrente.

Quindi volevo ringraziare lui e tutti quelli che si occupano con passione dei beni culturali, di cultura, di turismo perché non c'è dubbio che sono degli eroi, siamo ai margini dell'attenzione politica – come giustamente ha evidenziato – e legislativa. E quando i ragazzi andranno a votare (credo che pochi di loro abbiano già votato), si accorgeranno come nei dibattiti politici preelettorali, di cultura si parla assai poco, come del resto anche nei mass media. Ci auguriamo naturalmente che sia un primo passo importante controcorrente il decreto sulla cultura appena approvato dal Parlamento.

Tuttavia è ancora lunga la strada da fare perché il settore della cultura venga considerato non un lusso, non un superfluo, non un qualcosa che viene solo dopo le priorità urgenti, ossia le tasse, i cassaintegrati, il welfare, bensì se ne parli come un qualcosa che può dare reali possibilità di sviluppo. Quindi, essere – in questi due o tre giorni – qui a Lucca a discutere su un'idea della cultura vista come filiera che porta occupazione, che porta sviluppo, è sicuramente un qualcosa controcorrente e di significativo, vista anche la rilevanza delle persone, l'importanza delle Tavole Rotonde, degli ospiti che sono qui presenti, degli ospiti stranieri, di Packard, a cui con grande onore prego di rivolgere un applauso perché è una delle aziende che ha dimostrato di credere nella cultura finanziando importanti opere, in Italia e fuori dalla sua nazione, dimostra di come invece questi temi sono di grande attualità.

Oggi, contemporaneamente, ci sono altri due momenti seminariali nel paese, uno è sul turismo in Emilia Romagna, a Rimini; oggi si danno i dati sul turismo nazionale e un altro a Bologna sulle nuove tecnologie, sulle Smart City, due temi che si collegano.

Ragazzi, giovani che siete qui oggi, due classi che si occupano anche di queste materie, di marketing internazionale, di turismo e studiano anche queste materie; questa può essere una grande fonte di occupazione ma soprattutto è uno degli asset fondamentali che ha l'Italia. Lo diceva benissimo Scognamiglio: se siamo ancora – lo eravamo venti anni fa, lo eravamo quaranta anni fa – e siamo ancora al primo posto come attrattività culturale, non siamo più al primo posto, siamo scesi al 5° posto invece come ricezione turistica, come valorizzazione concreta di quella attrattività che poi si traduca veramente in ricchezza. E il settore del turismo mondiale, come viene oggi detto e come i dati ci dimostrano, è il settore che ha la crescita più travolgente. Nel solo passaggio fra il 2011 e il 2012, ma i dati del primo semestre 2013 vanno nella stessa direzione. La Cina, che è passata al primo posto come spesa mondiale per il turismo, ha superato quest'anno gli Stati Uniti, ha aumentato di 30 miliardi di euro la spesa che si sparge sugli altri paesi sul turismo. La Russia, che è passata al 5° posto, ha aumentato di 10 miliardi di euro in un anno la spesa

⁶Presidente Formez PA.

sul turismo. Il Brasile, che sta risalendo posizioni velocemente, ha aumentato di 3 miliardi di euro la spesa per il turismo internazionale.

Un settore che nel 2012 ha fatto 1.075 miliardi di euro. Immaginate, quindi, quanto è grande il settore del turismo mondiale, in cui l'Italia è il primo paese come livello di attrattività sulla cultura – e guardate che la cultura orienta il 60% delle vacanze e quindi orienta una fetta importantissima. Quindici anni fa era ancora il 1° paese europeo come attrazione e, nella metà degli anni '90, era ancora il primo paese come spesa sul PIL per il turismo. Oggi è diventato il 5° nel mondo, il 3° in Europa, superato dalla Francia e dalla Spagna.

La Spagna fa 4 punti di PIL più dell'Italia sul turismo. Noi stiamo combattendo con una recessione che ci vede sempre un punto e mezzo o due punti sotto quello che dovrebbe essere un normale aggancio alla ripresa. 4 punti la sola Spagna li ha presi all'Italia. Le sole regioni delle Canarie e delle Baleari hanno più pernottamenti turistici dell'intero paese Italia; hanno da sole più pernottamenti di Roma, Firenze e Venezia messe insieme. C'è qualche cosa che il nostro paese su questo ha sbagliato. Ma questo è un aiuto per il futuro, perché se noi fossimo stati perfetti, precisi, nella gestione del nostro patrimonio e continuassimo ad essere un paese in recessione, probabilmente i giovani vedrebbero solo quei dati sulla disoccupazione giovanile che è arrivata al massimo storico, al 40%.

E con grande piacere abbiamo ascoltato il Presidente Letta – come non avveniva da tempo – quando aveva messo al centro dei suoi discorsi programmatici questo. Poi le priorità sembrano ancora essere altre, ma certamente c'è, questa sensibilizzazione comincia ad esserci. E quindi, dicevo, la lettura del futuro può essere migliore sapendo che, forse, una lettura sbagliata del federalismo che ha attribuito la competenza esclusiva del turismo alle regioni – rispetto all'azione magari più compatta che ha saputo fare la Spagna come paese – può aver determinato una parte di quella perdita, perché gli sforzi sono stati tanti. Ciò è dimostrato dal fatto che tutto il Mezzogiorno di Italia, tutto insieme, comprese le isole, ha presenze che sono un decimo di quello che fanno le Canarie, o che sono comunque inferiori a quello che fa da solo la provincia di Bolzano; riuscire a vendere i sassi di Matera, non è semplice, se non c'è una "strategia paese", se non c'è un portale unico dove le tre grandi città storiche, le tre principali regioni italiane facciano da traino. La Toscana in questo è sicuramente una terra avvantaggiata; ancora oggi in Europa è la decima regione come attrazione turistica, come pernottamenti. Riesce a sfruttare le capacità dei suoi beni culturali, di Firenze in primis, ma anche di Lucca e tante altre, e continua ad essere la seconda regione italiana e la decima in Europa, quindi con una posizione di grande prestigio.

Ma è la "strategia paese" che difetta. Il nostro Mezzogiorno è una ricchezza per tutto il paese. Lì abbiamo un treno 2014-2020 di fondi strutturali incredibili, di grandi... quindi, non c'è un problema di finanziamenti che va utilizzato per rilanciare i vari asset del paese. Perdere quel treno sarebbe assurdo; sarebbe un errore gravissimo. Ma dagli errori commessi nasce in genere una grande attenzione, se ancora c'è gente che ci crede, un messaggio positivo. Mi voglio rivolgere un attimo ai ragazzi, perché la nostra è una società che ha lasciato un po' abbandonato il suo futuro, togliendo investimenti all'istruzione, all'occupazione giovanile, ma voi non dovete mai smettere di crederci.

Intanto spendo qualche parola sul dato della disoccupazione giovanile che riguarda tutti i settori, non solo quello dei beni culturali, ma che, in questo dato impressionante che ci

viene lanciato, il 40%, fa pensare che non ci sia nessuna possibilità. Intanto è un dato completamente diverso nel territorio. Purtroppo colpisce gravemente, in misura più che doppia le regioni del Mezzogiorno, dove però una politica europea intelligente sta investendo forti risorse che potrebbero consentire di recuperare in parte questo gap. Ma è molto diverso nella composizione. I laureati entro tre anni, nella media italiana, ma molto di più nelle regioni del nord, trovano lavoro al 66%; i diplomati al 45%, quelli che si fermano sotto il diploma al 27%.

Allora, credere che sia uguale, che comunque, tanto è tutto inutile, che l'impegno non serva è sicuramente il messaggio più sbagliato che possiamo vedere. È una società che tanto non ti dà futuro. No, non è così. Se c'è l'impegno, se c'è la capacità di credere, l'investimento su se stessi, la cultura che ti fa crescere sicuramente è diversa la competizione in un sistema globale. Crederci, essere un po' (inc.) come diceva Steve Jobs, quindi quella pazzia, quella fame, ma che in fondo, risalendo un po' più lontano, era quel coraggio che Gates metteva al centro della realizzazione. Se hai un sogno comincialo, perché il coraggio porta dietro di sé la magia, la capacità di realizzare. Quindi non smettete mai di credere che questo sia un paese che non dà futuro ai giovani.

I giovani che si impegnano, che ci credono, che costruiscono, possono averlo; e gli asset del paese ci sono? Perché questi asset che noi abbiamo, la storia, la cultura, la posizione geografica, il clima, lo stile di vita, il Made in Italy sono cosa che nonostante i tanti errori, nonostante decenni di errori, sono ancora un punto fortissimo su cui si fonderà la crescita... siccome sono i settori in crescita che non sono più l'industria, ma sono il terziario, i servizi, il turismo. Si è allungata negli ultimi trent'anni la vita come mai nella storia della umanità. E questo porta tempo libero; e questo porta costi e problemi al bilancio dello Stato; ma porta, dall'altra parte, una grande massa di risorse su quei paesi che riusciranno ad essere pronti, a rispondere a queste esigenze.

Io credo, quindi, che occorra pensare a investire nel turismo, nei beni culturali visti come attrazione, studiandone la fruibilità. E lancio qui proprio a flash alcune provocazioni per le Tavole Rotonde e per le autorità politiche, governative e parlamentari, che poi nell'ambito della giornata saranno presenti.

La Governance del sistema turistico che giustamente è stato riunito a quello dei beni culturali, va rivista; va rivista in modo coordinato fra Stato centrale e regioni. Occorre una promozione unica ben strutturata, una piattaforma multicanale su cui pubblico e privato insieme investano. Oggi via web le nuove tecnologie possono consentirci di valorizzare enormemente quel grandissimo patrimonio che abbiamo, culturale e paesaggistico. È un qualcosa su cui certamente sono pronti a investire tanti gruppi privati ma su cui il paese deve credere per non far sì che questo sia lasciato poi magari solo o addirittura proprietà di stranieri.

Poi i piani di area, le reti, le filiere. Non c'è dubbio che è cambiato il mondo e non si compete più da soli. Noi abbiamo tante ricchezze nel paese, oltre a quelle dei beni culturali di cui parliamo; basti pensare anche all'agroalimentare, al fatto che i nostri prodotti nel mondo sono famosi. Ma oggi la Carrefour da sola fa 80 miliardi di fatturato annuale. La distribuzione, per esempio: può pensare un produttore da solo di interfacciarsi a questi colossi? E questo vale in tutti i settori. Quindi la filiera, le reti, i consorzi, i consorzi di garanzia, gli investimenti (inc.) devono essere fatti per mettere insieme una rete di piccole e medie imprese che sono la forza del paese in tanti settori,

ma che per reggere nei settori a competizione internazionale devono avere strumenti di sostegno. Quindi esistono i piani di area, i distretti, sono previsti già dal codice dei beni culturali però sono poco utilizzati; ci sono pochi investimenti. Sulle start-up, tutte queste misure che sta prendendo il governo, giustamente sta facendo cose importanti per fronteggiare la crisi, ma devono avere nel settore dei beni culturali, nella filiera beni culturali, turismo e agriturismo, produzione anche agroalimentare, un canale diretto.

Forse la tassa di soggiorno può essere investita più correttamente – la tassa di soggiorno può portare risorse enormi; è giusto che ci sia, è giusto che un euro, due euro, tre euro si paghino per utilizzare un patrimonio che è patrimonio dell’umanità e non solo di chi ci abita. A Roma sono perché finalmente si riesca a far decollare il più grande parco archeologico mondiale; certo, dando qualche sacrificio ai romani, ma facendolo diventare un biglietto di promozione nel mondo, se diventasse completamente fruibile. Però la tassa di soggiorno è giusto che venga almeno in parte reinvestita sui beni culturali che, dovunque, esempio di Bilbao, l’esempio di Berlino, dovunque ci sono investimenti riporta in pochi anni due o tre volte la ricaduta e un ritorno economico.

Gli incubatori, le start-up, supporto ai giovani, la valorizzazione dei siti Unesco – siamo ancora al 1° posto come siti Unesco, molti abbandonati; dobbiamo dargli dignità; costa poco: valorizzarli e renderli fruibili in una strategia comune in cui non ci sia la gelosia di difendere esclusivamente il proprio sito ma diventi parte di una strategia complessiva dell’Italia.

Ecco, queste sono alcune delle proposte fatte nell’ambito di questi giorni e oggi pomeriggio presenteremo una ricerca – concludo con questo – perché poi dice: “Sì, d’accordo, questo è il quadro. Ma cosa facciamo direttamente per capire perché abbiamo perso 4 punti di PIL e un milione e mezzo di posti di lavoro verso la Spagna e quasi altrettanti verso la Francia negli ultimi 15 anni?”

Noi siamo andati, abbiamo pensato di cominciare a fare questo; oggi la rete te lo consente. Andiamo a leggere, sia con dei motori semantici che interpretano i milioni di messaggi che si scrivono i visitatori internazionali quando tornano nel loro paese. E poi, con un ulteriore approfondimento che abbiamo cominciato a fare, nella loro lingua in cinese, in russo, in tedesco in quelle che sono le maggiori prospettive di attrazione per l’Italia, andare a vedere i loro commenti perché, magari, hanno scelto un altro paese invece che l’Italia, che cosa riportano quanto tornano indietro. Qual è la loro immagine dell’utilizzo della cultura, dei beni culturali nel paese; quali sono le difficoltà che hanno incontrato. Ecco, crediamo che questo lavoro, fatto in modo sistematico, noi lo stiamo sperimentando; oggi presentiamo come si può fare a recuperare una parte di quel gap e di dare, di nuovo, la spinta a un paese che è al centro del mondo geograficamente, culturalmente e storicamente e che, per ricominciare, deve credere in sé stesso valorizzare gli asset che possiede. Grazie.

TAVOLA ROTONDA Cultura e politiche del fare: privato e PA a confronto

Intervento di Marco Carminati⁷

Siamo in un luogo particolare, in una città – detto da me che sono milanese – particolarmente affascinante, una delle città più belle di Italia, siamo alle spalle di una delle chiese più belle di Italia: San Frediano. E siamo nel luogo adatto per introdurre la nostra giornata. Questa è un’aula, che se guardate le decorazioni, – di solito noi siamo talmente abituati come italiani ad avere le decorazioni che non le guardiamo quasi mai – ha queste meravigliosi busti che non sono né imperatori, né gonfaloni, ma sono la gloria artistica della città, sono i grandi artisti di Lucca, e le decorazioni non sono le solite armi o i frutti o le grottesche, ma sono un insieme di ferri del mestiere, tavolozze, pennelli, scalpelli, compassi per le sculture. Quindi siamo nel luogo adatto per parlare della cultura del fare, che è il primo degli argomenti che LuBeC propone a voi in queste intense e lunghe giornate in cui si discuterà di beni culturali e della loro applicazione nel settore del turismo.

La cultura del fare è la cultura dell’esperienza. Sono state invitate persone qui che hanno tutte qualcosa da dire, perché vivono e lavorano nel settore dell’impresa molto vicina però alla cultura e, in particolare, alla bellezza e naturalmente con l’impegno della tutela del patrimonio artistico e della promozione di questo stesso patrimonio.

Vi presento le persone che sono qui convenute: il dottor Leonardo Boni che è responsabile delle nuove tecnologie della Baldi Srl e il dottor Paolo Carli che è il Presidente della Fondazione Herno, l’architetto Antonio Recchia che è il segretario generale del Ministero per i beni e le attività culturali e del turismo, interessante aggiunta in questa compagine nuova. È presente con noi Cristina Scaletti, che è l’assessore alla cultura e al turismo della Regione Toscana e Cristina Acidini che è la Sovrintendente al Polo museale fiorentino. Tutte queste persone vivono nella cultura del fare, lavorano apparentemente distanti perché abbiamo due imprenditori e tre funzionari, ma in realtà si occupano della stessa cosa, cioè di promuovere intanto il nostro paese attraverso il proprio patrimonio che è quello ereditato dal passato, la grande tradizione dei beni culturali, ma è quello che abbiamo ancora presente, cioè la grande tradizione dell’impresa che ha come attività, per esempio, il tema della bellezza o il tema dei marmi – qui tanto caro a questa provincia.

Noi possiamo attualizzare questo passato in quelle che sono le nostre attività economiche. Quindi, chi fa questo lavoro, gli imprenditori che fanno questo lavoro, fanno qualcosa che è molto simile e può essere anche di aiuto alla amministrazione pubblica nei termini che adesso ci spiegheranno.

Cominciamo già con Leonardo Boni con la sua esperienza nella Baldi Srl, che è un’azienda storica di complementi di arredo di altissimo livello, dove appunto il tema della qualità del fare è la loro caratteristica; hanno un’esperienza molto particolare nella promozione dei beni culturali, in quanto si tratta dei beni che loro producono. E poi, credo ci sarà anche

⁷ Responsabile Pagine d’Arte Domenica Sole 24 Ore.

un accenno alla collaborazione che questa azienda ha anche con i beni culturali dello Stato. Prego dottor Boni.

Intervento di Leonardo Boni⁸

Buongiorno a tutti. Intanto ringrazio l'organizzazione per avermi chiamato a presenziare a questo importantissimo evento. Per una piccola presentazione dell'azienda vorrei far vedere un breve video al quale poi seguirà un dibattito.

[n.d.r. proiezione del video *Baldi Jewels* disponibile on line sul canale youtube di LuBeC]

Come potete vedere, è stato più facile mostrarvelo che spiegarvi cosa facciamo. La nostra azienda è profondamente radicata sul territorio fiorentino e sull'artigianato fiorentino, per questo anche Carminati ha detto che siamo molto collegati alla cultura, e di questo siamo orgogliosi perché credo che portare avanti questi tipi di mestieri al giorno di oggi sia una grande sfida e una preservazione della cultura del territorio. Quindi era molto importante per me farvi vedere e farvi capire che cosa facciamo e quanto ci impegniamo a fare del bello e a portare in giro per il mondo il nostro prodotto e quindi, conseguentemente, tutta la cultura che ci sta dietro e tutto l'artigianato che è una parte importantissima del nostro territorio.

Proprio per questo sono qui anche oggi per parlare del nostro progetto di nuove tecnologie e di sviluppo di nuove tecnologie e mi allaccio proprio al nuovo Decreto Cultura che parla della digitalizzazione del patrimonio culturale, un processo che noi abbiamo iniziato tre anni fa in azienda collaborando con l'Università di Design di Firenze, creando un laboratorio misto impresa/Università all'inizio del 2012 che prevede nel suo svolgimento di tre anni la completa digitalizzazione di tutto il nostro archivio storico dei modelli, dei bronzi e di tutto ciò che abbiamo prodotto fino ad oggi nei nostri quasi 150 anni di storia e di attività. Quindi credo di essere ormai dentro a questa tecnologia da due anni in prima persona; di lavorarci da almeno quattro, perché il progetto ha avuto bisogno di almeno un paio di anni di ricerca e di pianificazione prima di poter essere attuato, anche perché la tecnologia in questo settore – come potete immaginarvi – ha delle evoluzioni repentine e quindi negli ultimi due anni, devo dire, ci ha aiutato molto.

E siamo orgogliosi di dire che siamo stati il primo laboratorio misto imprese/Università del nostro settore, quindi del settore dell'arredo in Italia, non in Toscana. Grazie a questo siamo qui oggi e grazie a questo abbiamo anche sviluppato un know-how che sicuramente può essere messo a disposizione di tutti i soggetti che vogliono avere qualsiasi tipo di informazione al riguardo. In più, sviluppato con un team di ricercatori universitari, chiaramente passando tramite la formazione di ragazzi e ragazze che escono da un corso magistrale o di laurea breve dell'Università di Design che vengono selezionati e che vengono portati in azienda per sei mesi per entrare in contatto con tutto ciò che è questo tipo di tecnologia. Quindi è un'alta formazione specifica in questo settore.

Questo può essere sicuramente un aiuto anche per questo percorso, che è molto ambizioso, che lo Stato vuole intraprendere e credo che possa essere anche uno spunto per poter magari iniziare a inserire questo tipo di tecnologie, che ad oggi in molti corsi universitari, se non in tutti, sono del tutto al di fuori di questi percorsi formativi. Quindi,

⁸ Responsabile Nuove Tecnologie Baldi srl.

per questo, forse sarebbe anche plausibile, diciamo, l'inserimento di alcune di queste tecnologie all'interno di un percorso di studi, visto che c'è proprio una volontà anche dello Stato di andare in questo tipo di direzione.

Intervento di Paolo Carli⁹

[N.d.r. proiezione del video *Fondazione Henraux*]

Ho voluto introdurre con la materia prima, una materia nobile come il marmo delle Alpi Apuane. Siamo nel bacino della Versilia, sul Monte Altissimo, la montagna che fu scoperta da Michelangelo nel 1517. Tra l'altro, proprio in questi anni decorrono i festeggiamenti per i cinquecento anni da che Papa Leone X invitò Michelangelo sul Monte Altissimo per estrarre i marmi per la facciata della Basilica di San Lorenzo.

Nel 1821 un generale di Napoleone capi, dopo aver terminato il suo mandato con Napoleone per gli acquisti dei marmi bianchi per il periodo del Rinascimento parigino, che c'era la possibilità di una grande avventura imprenditoriale. E così creò questa azienda che ancora oggi porta il suo nome; è un'azienda bellissima che nel territorio della Versilia, e non solo, è stata determinante, in quanto ha creato gli amministratori e i manager che, staccandosi successivamente da questa, hanno creato altre aziende, sempre nel territorio versiliense, dando vita a quel distretto fondamentale per tutta l'attività mondiale, ma soprattutto regionale e nazionale.

Il ruolo avuto dall'Henraux ha sempre avuto momenti di alti e di bassi. È un'azienda che naturalmente ha una storia molto lunga, con varie crisi e varie successioni di management. Io sono entrato nel 2003, quindi circa dieci anni fa e me ne sono innamorato. Si tratta di un'azienda che, ad avere il comparto estrattivo, ha uno stabilimento a Querceta, nel pieno centro cittadino urbano. È dunque ben inserita nel territorio abitativo e questo si lega bene proprio con il tema di oggi, ossia il connubio e il forte legame che c'è tra industria, territorio ed arte.

L'Henraux ha rappresentato un po' tutto questo, è un'azienda che dell'arte ha sempre fatto un proprio percorso di vita fondamentale. Nel 1800 l'architettura non si esprimeva ancora, tutto si esprime attraverso l'arte. L'architettura è subentrata solo successivamente, è un'evoluzione dell'arte. Approfondendo il mio studio della storia dell'Henraux, ho capito che nel 1950-55, l'allora amministratore unico Cionio si rese conto che stava cominciando a terminare la fase produttiva del periodo post bellico, con la necessità di ristrutturare le chiese nazionali e locali. Occorreva quindi dare una svolta all'azienda e la svolta avvenne attraverso l'architettura, facendo mutare il sapere degli artigiani dell'epoca da un figurativo religioso verso un'arte più architettonica, ossia la creazione di grandi sculture monumentali. Occorreva pertanto abituare produttori ed artigiani, sia fuori che all'interno dell'azienda, a plasmare queste forme più moderne. Lo fece invitando grandi artisti dell'epoca che trovarono in Henraux le tecnologie adeguate; gli artigiani che sapevano, da un piccolo bozzetto e in una maniera in cui la l'artista riteneva bello, sviluppare queste forme plastiche contemporanee per la scultura monumentale. E così da lì arrivarono gli architetti moderni, che cominciarono a prendere visione di questa capacità, di questa possibilità dell'utilizzo della materia prima del

⁹ Presidente Fondazione Henraux.

marmo, anche per grandi opere architettoniche, quali i grandi rivestimenti esterni delle facciate ventilate dei grattacieli moderni americani. Si può dire quindi che il polo versiliese, grazie anche alla sapienza, alla tecnologia e alla tradizione che veniva tramandata di generazione in generazione, ha saputo cogliere in ogni aspetto i cambiamenti del mercato.

Quindi l'Henraux fa di grande tradizione anche un grande vanto. Il fatto di aver voluto costituire nel 2011 la Fondazione Henraux ha voluto rappresentare anche questo, ossia dare un contributo, uno strumento diciamo che lavorasse parallelamente alla S.p.A., quindi all'industria. Un'attività pertanto dedicata esclusivamente alla cultura, alla valorizzazione di una storia e di un'arte che è rimasta all'interno dell'Henraux. Pensate che tutto questo patrimonio artistico che ancora oggi abbiamo, i bozzetti di questi grandi scultori che fanno parte del patrimonio dell'Henraux non sono mai stati presentati al pubblico in una grande rappresentazione espositiva.

La Fondazione Henraux, fondazione mista pubblico e privato, raccoglie all'interno la Provincia di Lucca, tre Comuni dove residiamo, Serravezza, Forte dei Marmi e Stazzema. Quindi ho voluto dare anche un contributo e un connotato misto, proprio per avere un radicamento sul territorio e la possibilità di divulgare ancora di più questo messaggio, anche attraverso le istituzioni pubbliche presenti all'interno della Fondazione. L'animo della Fondazione è quella di creare degli eventi che diano sostegno a dei giovani scultori o dei designer che si vogliono affacciare all'utilizzo di questa materia prima nobile che, per un artista giovane o che non ha mai sperimentato il marmo, è un po' una sfida. Pertanto, grazie anche alle nostre moderne tecnologie l'azienda (centri numerici di controllo, robotica...), facciamo avvicinare giovani scultori e designers e abbiamo così la possibilità di sperimentare un management capace di cogliere la necessità interpretativa di un moderno artista, attraverso lo sfruttamento di queste moderne tecnologie.

Siamo un'azienda molto sviluppata all'estero, il 95% del nostro lavoro è rivolto all'esportazione. Lavoriamo con tutti i più grandi architetti e le nostre committenze sono molto importanti. Si parla di realizzazione di grossi corporate building; in questo gli anni stiamo realizzando il grande campus della ExxonMobil a Houston, dove la materia prima scelta non è il bianco, ma la materia prima nazionale che è il travertino di Tivoli a Roma. Siamo quindi anche in grado di saper promuovere materie prime nazionali trasferite ai nostri stabilimenti, rilavorate e poi esportate.

Questo ci sta portando anche un grande risultato a livello commerciale e di presentazione di marketing, perché ci dà la possibilità di offrire alle committenze mondiali una conoscenza e una capacità sia manageriale che artigianale importante. E credo che le committenze apprezzino molto questa nostra possibilità di ben rappresentare un'eccellenza nazionale, che ci difende anche in una crisi così profonda come quella che stiamo affrontando in questi anni. La capacità di offrire un prodotto con un valore aggiunto ci consente anche di competere ad un livello un po' più alto rispetto ai competitor che si stanno affacciando sui mercati e che ci danno veramente dei grandi pensieri, in quanto abbiamo perso diverse fette di mercato soprattutto nella parte medio-bassa. Con questo strategia di comunicazione stiamo cercando di portare l'azienda di alto di alto profilo, offrendo un prodotto unico, innovativo ma anche curato nel vero senso del termine.

Credo che la cultura ben si leghi con il nostro col nostro progetto industriale. Abbiamo un rapporto positivo con le istituzioni; in questi mesi tra l'altro siamo presenti a Lucca con una mostra molto bella sulle mura, che ci ha portato a ben rappresentare anche qua un prodotto lapideo in marmo bianco. Con questa mostra, che durerà due anni, siamo presenti anche all'aeroporto di Pisa e in precedenza è stata presentata anche a Forte dei Marmi; in questo modo riusciamo a comunicare che questo territorio è ricco di eccellenze, di bellezze e di industrie, ma è anche un territorio che può offrire veramente molto all'economia nazionale e toscana.

Intervento di Antonia Pasqua Recchia¹⁰

La cultura del fare è proprio innata nel DNA degli operatori dei beni culturali ed è un fare che si manifesta soprattutto, direi, se non quasi esclusivamente sul territorio. Gli uffici di Roma, il Ministero centrale, governa le politiche, dà gli indirizzi, emana direttive e trae report dall'attività che si svolge sul territorio, non può che essere così, dal momento che il patrimonio culturale è nei territori. Quindi questo Ministero, come tutti noi sappiamo, ha una articolazione territoriale minuta e diffusa che da un lato è il suo punto di forza e dall'altro il suo punto di debolezza perché comporta notevoli risorse per la manutenzione della macchina, per fare in modo che si possa esercitare.

La tutela che noi esercitiamo è una tutela che deve essere dinamica, non può essere una tutela volta all'imbalsamazione del patrimonio culturale. Il patrimonio culturale è il patrimonio di tutti, è una connotazione che viene attribuita a beni che sono dello Stato, sono degli enti pubblici, sono dei privati; e questa connotazione porta con sé da un lato la necessità di una consapevolezza da parte di tutti della necessità di conservarlo; dall'altro, una analoga consapevolezza che per conservare, per tutelare e conservare occorre che questo patrimonio sia inserito nei circuiti, nella complessità del quotidiano e del fare. Per questo è indispensabile che scatti sempre il collegamento virtuoso tra la tutela e la conservazione e la valorizzazione del patrimonio.

Valorizzazione che nel codice dei beni culturali viene definita con l'obiettivo della crescita, dell'accrescimento culturale dei visitatori e quindi con una visione volta esclusivamente all'accrescimento del capitale umano generale del nostro paese ma anche di tutti i visitatori del mondo; ma che ha anche una declinazione più vicina allo sviluppo economico dei territori, ed è una declinazione che io credo non dobbiamo aver paura di guardare negli occhi, di confrontarci con essa e di collaborare con essa.

Quando parliamo di fare diamo per scontato che siano risolti tutti i problemi epistemologici, tutti i problemi di definizione, tutti i problemi che attengono alle diverse categorie interpretative. Non è esattamente così nel nostro caso, perché ancora dalla parte della tutela e dalla parte della valorizzazione in senso economico ci sono diffidenze reciproche e ci sono anche delle posizioni preconcepite di negazione di alcuni valori da una parte e dall'altra che non aiutano. In questa fase di crisi del paese, che è una crisi non solo economica ma è una crisi di valori, una crisi di identità, una crisi di speranza del futuro, che è la cosa peggiore, chiudere questi anelli invece è fondamentale. Non dobbiamo avere paura di considerare il patrimonio culturale, che dobbiamo tutti tutelare, come uno

¹⁰ Segretario Generale Ministero dei Beni e delle Attività Culturali e del Turismo.

straordinario patrimonio di crescita sociale ma anche di crescita economica. Abbiamo visto degli esempi importanti da parte delle due aziende che sono state presentate perché nella conservazione del patrimonio si sperimentano nuove tecnologie, si sperimentano nuovi processi, ma si tramanda e trasmette anche una tradizione di saper fare, di professionalità, di artigianalità che è tipica del saper fare italiano, che è quello che poi dà anche una lettura ben precisa al Made in Italy.

Il Made in Italy non è soltanto l'etichetta del "fatto in Italia" che troviamo o possiamo trovare nell'alta moda, piuttosto che in altri prodotti di alta gamma. È tutto un insieme di modi di essere e anche di modi di produzione, e anche di immissione nei prodotti di questa cultura che viene da secoli e secoli di Italia. Questo credo che sia un valore da considerare. Quindi la tradizione, l'esperienza ma anche l'innovazione, le tecnologie, e devo dire che nel campo proprio della conservazione l'Italia ha degli straordinari punti di eccellenza che fanno scuola nel mondo, non solo dal punto di vista del metodo – la metodologia del restauro italiana è quella al top mondiale.

Il nostro Istituto Centrale del Restauro viene richiesto da tutto il mondo per fare corsi di formazione per insegnare qual è l'approccio giusto che è quello di conservare la materia e non di conservare solo l'immagine, e quindi della riproduzione continua e della sostituzione della materia, quindi non solo metodo ma anche proprio tecnologia, innovazione, ricerca che fanno del nostro paese un paese proiettato verso il futuro e non solo che guarda il passato. I propri gioielli e i propri tesori sono anche quelli che ci aiuteranno a guardare con più ottimismo il futuro.

E poi la nuova creatività. Ne abbiamo visto degli esempi. Noi dobbiamo costruire i beni culturali del futuro e quindi aiutare la crescita dei creatori, costruire degli ambienti che simulano la creatività. Abbiamo grandi sfide. Ne parlerà sicuramente e ottimamente nel pomeriggio Pierluigi Sacco. La sfida importante è quella di un programma europeo che si chiama Europa Creativa, e dentro Europa Creativa l'Italia ci deve stare con tutta la sua capacità di proposizione che viene da un passato lontano e ricco, ma deve guardare anche verso un futuro altrettanto ricco. Grazie.

Intervento di Cristina Scaletti¹¹

Grazie. Buongiorno a tutti. Buongiorno Lucca. Buongiorno LuBeC.

Volevo partire riflettendo un po' con voi su un dato che forse era stato in grado di mettermi più tristezza di altri in questi anni, che è il dato relativo al consumo di cultura nel nostro paese. Nel 2010 e nel 2011, che sono stati due anni drammatici rispetto alla crisi che ha attraversato il nostro paese, il consumo e la fruizione di cultura da parte dei cittadini italiani era andata crescendo e questo lo avevo letto con un po' quel senso straordinario di soddisfazione, quel senso riempitivo davvero che la cultura è in grado di dare rispetto alla qualità della vita e rispetto proprio anche alla bellezza della vita delle persone, quell'appagamento davanti a un'opera d'arte, oppure sentendo una musica straordinaria; oppure, ancora, leggendo un libro o ancora andando al cinema. Ecco, quello rappresentava per gli italiani una forma superiore rispetto alla crisi; laddove diminuivano i consumi essenziali cresceva e aumentava il consumo in cultura. Ed era un dato

¹¹ Assessore alla Cultura e al Turismo della Regione Toscana.

straordinario, che testimoniava quanto la cultura avesse un valore superiore rispetto a quello che, purtroppo, tanti atteggiamenti da parte dei governi erano stati in grado di testimoniare e di dare.

Nel 2012 comincia a calare spaventosamente il consumo in cultura. Non mi piace chiamarlo consumo; non mi piace chiamarlo fruizione; mi verrebbe da dire, forse, anche l'amore nei confronti della cultura da parte dei cittadini italiani. Ed è questo forse il dato più drammatico, molto più che contrazione economica da parte dei Governi che si sono succeduti; molto più che la marginalizzazione che è stata data alla cultura in termini di strategie e di priorità. Ecco, vedere che gli italiani avevano smesso di andare al cinema, di leggere libri, – non siamo dei grandi lettori; il 46% degli italiani legge meno di tre libri l'anno, quindi siamo davvero dei lettori deboli – però su questa media si stesse progressivamente insinuando una ulteriore decrescita, una ulteriore diminuzione.

Quindi mi è venuto da dire in quel momento, che poi è quest'anno, perché il rapporto di FederCultura 2012 è del luglio del 2013, occorre prendere una posizione chiara, la politica ha una responsabilità enorme e deve dare il segnale. Deve dare il segnale davanti a tutto e davanti a tutti e deve dire che investire in cultura è necessario, non è solo strategicamente opportuno, ma è davvero necessario perché rappresenta l'unico elemento che abbiamo a disposizione per dimostrare non solo che è un fattore strategico per l'economia ma anche un fattore strategico per la qualità della vita delle persone che vivono nel nostro paese..

Quindi un po' per questo la Regione Toscana nel 2011, nel 2012, addirittura nel 2013 ancora di più ha aumentato i propri investimenti in cultura pensando che dovesse essere indispensabile investire in cultura, in innovazione, in ricerca, investire in tutto quello che poi è in grado di determinare quel sogno di cui prima di me qualcuno ha parlato. Questo però è il segnale fondamentale affinché anche i privati possano pensare che in Italia è corretto aprire una attività, è giusto, è opportuno, è conveniente aprire una attività che fa cultura, perché l'artigianato artistico fa cultura, le botteghe artigiane fanno cultura, oltre all'immenso patrimonio artistico culturale, paesaggistico che abbiamo nel nostro paese; oltre ai teatri, oltre ai musei, oltre a tutto quello... quindi abbiamo pensato che accanto, all'aumentato investimento in cultura fosse necessario fare un altro provvedimento, che è quello di essere la prima regione in Italia che faceva una legge per poter permettere ai privati di sostenere che l'investimento in cultura fosse vantaggioso, defiscalizzando quindi gli investimenti in cultura in termini di IRAP per coloro che pensavano, in termini di contributo privato, che investire in cultura in Toscana fosse un elemento che si accompagnava all'attenzione della Toscana nei confronti della cultura, ma che faceva del pubblico e del privato un sistema congiunto che è quello di cui c'è bisogno nel nostro paese. Però la prima cosa è che il pubblico ci deve credere. Il pubblico deve pensare che la cultura, l'istruzione sono beni meritori, per cui vale la pena investire, ci deve credere e deve fare delle leggi che possano permettere al privato di ritenere che investire in cultura sia non solo più vantaggioso in termini etici, per il rispetto e l'amore nei confronti del patrimonio culturale, ma anche più proficuo dal punto di vista economico.

Abbiamo fatto la legge che ha avuto un percorso particolare perché inizialmente è stata impugnata dicendo che era incostituzionale, poi, finalmente, ci hanno dato ragione, si poteva fare una legge che consentisse al privato di investire in cultura e avere uno sgravio fiscale in termini di IRAP.

Io quindi credo che oggi il monito fondamentale che ci dobbiamo dare un po' tutti, e che dalla politica deve avere il primo motore, è quello di credere, di investire tutti insieme nella cultura, e fare in modo che tutte le anime che ruotano intorno a quel mondo, da coloro che la cultura la fanno a coloro che la cultura la gestiscono, a coloro che la cultura la amministrano. Teniamoci tutti insieme perché questa è la strada per il nostro paese; e poi, dopo, verrà l'economia, verrà il turismo, verrà tutto questo che dalla cultura consegue. Ma non possiamo pensare che la cultura venga dopo o che dall'economia tragga la sua esistenza.

La cultura deve valere per noi prima di tutto, proprio per quel senso riempitivo del vuoto che ha a che fare con la qualità della vita, con la storia e con la memoria del nostro paese. Grazie a tutti.

Intervento di Cristina Acidini¹²

Grazie. Sono lieta di questa opportunità, in verità inattesa ma graditissima, di portare qualche riflessione a questa già interessante e ricca varietà di riflessioni che sono state proposte alla nostra attenzione su questo tema. Riprendo quanto il segretario generale aveva già espresso; ma mi aggancio anche a una bella parola che ha usato Marco Carminati che non si sente spesso, impiantito. Che bella parola. Un pavimento; è un pavimento fatto per restare, per durare. Perché, come diceva il sottosegretario, non si può non fare. La cultura del fare è quella che quotidianamente, chi si occupa, chi è responsabile del patrimonio culturale deve mettere in atto e deve declinare in tutta la varietà, che un concetto così ampio e così nobile come è il fare, presuppone da quel fare fisico, che ora la parola impiantito evoca, che cosa vuol dire avere a che fare con un patrimonio culturale che ha la sua espressione più tangibile, più evidente, più corposa nell'architettura. Noi siamo qui ospitati da un complesso straordinario che fa parte a sua volta di una città di una bellezza sfolgorante, Lucca, che è bella come sono belle le altre città della Toscana, di Italia, che sono il nostro punto di forza, non delocalizzabile, da non trasformare in un qualcosa di diverso e di alieno, ma da conservare in quel modo dinamico, accogliente, costruttivo e ispiratore a cui si faceva cenno negli interventi precedenti.

Questo comporta delle attenzioni quotidiane, degli interventi, da quelli della manutenzione ordinaria che ha una sua antica nobiltà che non dobbiamo assolutamente sottovalutare, alla manutenzione straordinaria, al restauro; quel restauro che, ci ricordava il sottosegretario, genera anche un know-how tutto italiano attraverso le grandi scuole dell'Istituto Superiore di Restauro, così come dell'Opificio delle Pietre dure a Firenze; ma anche i tanti istituti privati con l'accreditamento regionale che hanno un valore nei confronti dell'intera compagine nazionale, così come di altri paesi, un valore eccezionale, che non dobbiamo sottovalutare assolutamente perché sono creatori di capitale umano; creatori di risorse di know-how che tramandano saperi antichi ma li trasportano della attualità delle nuove tecnologie e li mettono al servizio di un patrimonio culturale che può essere il nostro, deve essere il nostro, ma può essere quello dell'intera umanità.

¹² Soprintendente della Soprintendenza Speciale per il Patrimonio Storico, Artistico ed Etnoantropologico e per il Polo Museale di Firenze.

Al di fuori di ogni retorica, tra i beni che esportiamo c'è anche davvero questa altissima specializzazione nel restauro che è richiesta in tanti paesi del mondo e che non è abbastanza conosciuta, non è abbastanza presente ai committenti di oggi e di domani, e tutti noi siamo impegnati nel farla conoscere. Perché bisogna, secondo anche uno slogan molto invalso, bisogna fare ma bisogna anche far sapere. E questa in epoca di così facile, apparentemente, trasmissibilità delle notizie è tuttavia una sfida; una sfida nelle lingue, nei linguaggi, nei canali, nella messa a fuoco di un obiettivo da raggiungere.

Dunque il fare è imposto dalla fisicità prepotente dei luoghi, dalla presenza imponente delle collezioni, dei tesori d'arte diffusi nel territorio, dei beni ecclesiastici, dei beni comunali, dei beni privati, dei beni archivistici, dei beni librari, di questo tessuto così variegato che ci avvolge, ci circonda, ci impone delle responsabilità, non affatto facili da sostenere sia come addetti ai lavori ma sia come più ampia comunità perché, come sappiamo bene, la tutela è un dovere condiviso; è un ambito in cui la concorrenza – in quel senso che gli danno i giuristi, non di fare una gara tra l'uno e l'altro, ma di andare insieme verso lo stesso obiettivo – è sancita anche dal nostro sistema normativo e deve diventare, e lo è sempre di più in verità, una realtà quotidiana.

Ora se ho parlato di un patrimonio artistico, e potremmo anche parlare di un patrimonio archeologico nella sua parte monumentale, che non è delocalizzabile, vi è altresì una parte importante di patrimonio che può, in certa misura e con tutti gli accorgimenti del caso, viaggiare; può essere nostro rappresentante sia all'interno dei circuiti culturali italiani, sia europei, sia del mondo. E alludo a quella politica di valorizzazione che è di disseminazione e di conoscenza che è attuata con prestiti di opere d'arte, di settori di collezioni, con la messa a punto di esposizioni temporanee che possono in paesi anche molto lontani e diversi portare il segno della cultura italiana, attraverso la tangibile presenza di opere d'arte.

Questo è uno degli ambiti più delicati, più soggetti a un confronto anche dialettico all'interno della comunità scientifica, dell'opinione pubblica, del mondo ampio e vasto della informazione. C'è poi un terzo grado, che su quello francamente nessuno discute, che è la fuoriuscita virtuale del patrimonio artistico. Quella disseminazione che le nuove tecnologie rendono così possibile in ogni declinazione, che va dalla mera informazione, c'è chi ha messo – parlo di musei stranieri, ma posso parlare anche con soddisfazione del polo museale fiorentino, tra le tante istituzioni che il Ministero governa – intere collezioni, interi archivi in rete e li rende accessibili con quella magnifica formula 7-24 da ogni angolo del pianeta, sette giorni la settimana, 24 ore al giorno.

Dunque un sapere aperto a tutti, non criptato, non protetto da password. E credo che non sia mai avvenuto nella storia dell'umanità, è una credenza che condividiamo facilmente tutti, una così facile, una così facile disseminazione di sapere. Certo, ci vuole chi digitalizza i contenuti, ci vuole chi organizza la presentazione nell'ambito del vasto universo del Web, ci vogliono delle professionalità dedicate che noi ci auguriamo possano sempre più integrare le nostre professionalità tradizionali di storici dell'arte, architetti, curatori di collezioni, restauratori e quanto altro. Però, detto questo, sono tutti compiti affrontabili. Non sono al di fuori e al di sopra delle nostre possibilità.

E si può anche andare oltre; si possono mettere a frutto le tecnologie disponibili per ricreare in maniera scientificamente e filologicamente corretta, ma altresì suggestiva ed evocativa, mondi scomparsi, tesori disseminati ovunque e che possono essere

virtualmente ricomposti e riuniti. Un esempio tratto dall'esperienza altrui ma che ho trovato assai istruttivo, al museo di Israele, che ho visitato di recente, vi è una mostra su Erode il Grande; è o non è quello della strage dei bambini? Discutono anche loro; non entro nel merito se abbia davvero dato il via alla strage degli innocenti. Certamente diede il via a 16 cantieri, di cui alcuni arroccati su un picco, come Masada, di cui altri spersi nel deserto come Gerico. 16 cantieri. Pochi decenni prima dell'era cristiana, di una grandiosità formidabile di cui restano in verità poche pietre, pochi marmi, uno sull'altro.

Attraverso una ricostruzione virtuale esemplare, abbiamo visto rinascere questi luoghi, abbiamo visto questo grande momento della storia del popolo di Israele e di questo grande re riprendere vita per un istante sotto i nostri occhi.

Attraverso le tecnologie si può suggerire e far conoscere al tempo stesso, veramente un universo incredibile di informazioni. Dunque, cos'è che è oggetto di attenzione e di discussione e che ci impegna... quello che sta nel mezzo, una disseminazione temporanea, fisica, di oggetti. Io vorrei che su questo continuassimo a discutere e a interrogare perché è una delle nostre risorse straordinarie, uno dei nostri punti di forza. È una forma di attrattività, di ambasceria importante dal punto di vista culturale che l'Italia può continuare a mandare attraendo, perché no, attenzione, investimenti da riportare nel nostro paese, non solamente in termini di turismo, sebbene anche questo sia certamente importante e decisivo per la bilancia anche dell'economia nazionale e locale, ma anche in termini di visibilità e di interessi.

Abbiamo qui il signor Pakard che ad Ercolano ha dato un esempio così bello e meritorio; ma altri io credo potremmo crearne attraendo l'attenzione di potenziali investitori che dovrebbero essere al nostro fianco anche in quella che è una politica di conservazione e di recupero, perché si ritorna dove eravamo prima: gli edifici, le mura. Dire le Mura a Lucca vuol dire evocare un universo in termini di risorse, di doveri e di impegno.

Queste Mura che sono le nostre città, le nostre bellezze, le nostre chiese, i nostri palazzi comunali, non c'è un centro storico che non abbia una sua bellezza, un suo profondo significato storico e simbolico, dovrà tutto il mondo – scusate l'ottimismo sfrenato – aiutarci a tenerlo perché appartiene a tutto il mondo. E quindi io credo che proprio con gli strumenti normativi che qui venivano evocati e che sono in corso di affinamento, di perfezionamento e di miglioramento da parte di tutti i soggetti titolati a emettere norme, da livello centrale a quelli locali, si possa davvero condividere questa immensa eredità e questa immensa responsabilità con chi ovunque nel pianeta ami l'arte, ami la storia. Grazie.

CONSEGNA DEL RICONOSCIMENTO LUBEC 2013

Al Professor Packard

“Per l’eccezionale impegno profuso attraverso l’Herculaneum Conservation Project per la salvaguardia di Ercolano, impegno ispirato esclusivamente da motivazioni scientifiche e dalla volontà di trasmettere alle generazioni future nuove conoscenze su un sito archeologico di valore inestimabile”.

Intervento di David W. Packard¹³

Sono veramente grato per questo riconoscimento, anche se non lo considero come un riconoscimento per me personalmente ma piuttosto per la squadra, quasi tutta italiana, che lavora già da tanti anni a Ercolano.

La nostra fondazione, The Packard Humanities Institute, ha tre ambiti principali di interesse: la conservazione del cinema, la musica, e l’archeologia.

Molti anni fa ero professore di filologia classica. Ho saputo bene quanto è andato perduto nel passaggio tra l’antichità e il presente. Più tardi mi sono innamorato del cinema, soprattutto quello della età dell’oro di Hollywood, e mi è sembrato che questi film saranno considerati il contributo culturale più significativo del nostro secolo, e volevo assicurarne la sopravvivenza, anche tra mille anni.

La nostra fondazione ha costruito due grandi archivi per il cinema, uno per la Biblioteca del Congresso, e un altro, in costruzione, a Los Angeles. Il secondo ha la struttura di una stoa greca antica. Il marmo per le colonne viene da Trani. E le colonne sono state fabbricate proprio a Pietra Santa, molto vicino a noi, qui a Lucca.

Visto che le colonne sono oltre 100, il nostro progetto ha dato un piccolo stimolo all’economia Italiana.

Per quanto riguarda la musica, amiamo soprattutto Mozart, e infatti abbiamo creato un sito web dove ogni appassionato o studioso può trovare, in modo gratuito, la partitura di ogni lavoro di Mozart.

Ma l’argomento di oggi è quello dell’archeologia.

Per chiarire quale valore abbia il nostro progetto a Ercolano, vorrei confrontarlo con un altro nostro progetto. Qualche anno fa c’era una città romana antica sul fiume Eufrate che stava per essere inondata a causa della costruzione di una grande diga. Abbiamo quindi organizzato una campagna di scavo che potesse recuperare e studiare quanto possibile di quel sito in un brevissimo periodo.

Abbiamo portato sul posto una grande squadra di specialisti stranieri (compresi italiani). Venimmo. Scavammo. Partimmo.

¹³ Presidente e Fondatore Packard Humanities Institute

È pur vero che abbiamo appena pubblicato tre volumi sugli scavi che certamente hanno un valore scientifico. Ma non ritengo quel progetto soddisfacente come quello di Ercolano.

A Ercolano, invece, ogni specialista è italiano. Molti sono piuttosto giovani e di origine locale. Non è che abbiamo dovuto insegnare loro il mestiere, erano già esperti, ma abbiamo dato loro l'opportunità di partecipare a un lavoro importante, nel loro Paese.

Il nostro progetto, sin dall'inizio, è stato condotto a stretto contatto con la Soprintendenza. In sostanza, cerchiamo di lavorare insieme all'interno del sistema gestionale pubblico italiano, per renderlo più forte e più durevole. Io so bene quanto gli italiani abbiano spesso grande conoscenza e capacità, ma so anche che il sistema politico italiano ha nel tempo creato regole e condizioni che talora possono rendere particolarmente arduo il raggiungimento degli obiettivi, anche quelli semplici. Essere fuori dal sistema ha certamente aiutato.

Un altro punto di forza è stato lavorare con gli enti locali, e cercare di rafforzare il territorio in cui Ercolano si trova.

Ma forse la cosa più importante da dire è che a Ercolano, il nostro impegno è stato di lunga durata. Infatti, per quanto importante, la quantità di soldi impegnati non sono stati determinanti, ma lo è stato dare la giusta continuità. La nostra squadra si trova sul sito già da quasi 15 anni – ogni giorno.

Si potrebbe pensare che la conservazione e la manutenzione del sito non siano poi tanto interessanti quanto lo possano essere nuovi scavi. Infatti anch'io avevo pensato così. Ma, facendo conservazione, inaspettatamente, abbiamo fatto molte scoperte interessantissime. La pazienza, tipica del lavoro della conservazione, è spesso ricompensata in modo inatteso.

La riscoperta della fogna romana, ad esempio, è stata utile per trovare un metodo per smaltire l'acqua che rovinava le case. Ma è stato anche molto interessante per studiare che cosa mangiavano gli abitanti e che cosa buttavano via nella fogna.

Anche la scoperta di un tetto di legno perfettamente conservato è stato un evento imprevisto, durante la pulitura di una zona del sito.

So che in Italia ci sono già stati esempi di sponsorizzazione commerciale, dove una ditta paga per usare il nome e l'immagine di un sito storico. Forse è una prospettiva che con il tempo potrà funzionare, non lo so.

Ma io penso che sia possibile anche avvantaggiarsi del desiderio naturale dell'uomo di fare qualche cosa di utile e di essere coinvolto in progetti di successo. Non è necessariamente una cosa rara. Sono certo che ci sono molte fondazioni, e anche semplicemente molte persone, ovunque nel mondo, che sarebbero interessate a contribuire alla conservazione della cultura italiana. E non per motivi commerciali.

Forse si può esaminare – e migliorare – le leggi e le regole che permettono tali collaborazioni. Forse il nostro lavoro a Ercolano può aiutare a indicare come migliorare questa strada.

Intervento del Paese Ospite 2014: la Georgia, di Vano Vashakmadze¹⁴

Signori e signore, gentili ospiti è mio onore e anche mio piacere essere qui. Il Nome Vano Vashakmadze è forse difficile da pronunciare ma voi potete chiamarmi Vano. Sono qui perché sto presentando il progetto che ha coinvolto la Georgia sulla protezione dell'eredità culturale e sono qui invitato dal Ministero degli affari culturali e quindi vi ringrazio per avermi invitato.

Sono qui e pensando a che cosa riportarvi del mio intervento, ho pensato di dividere il mio intervento in due parti; una è una breve presentazione della Georgia e poi la seconda è la presentazione del progetto, un progetto fatto all'insegna del partenariato con gli Stati europei per la protezione del nostro patrimonio culturale e il partenariato in cui sono è un partenariato europeo che conta anche l'Italia e la Danimarca.

Questo è un territorio montano che si trova in Georgia, siamo un paese piccolo, però abbiamo una grande varietà di territori. Noi siamo un po' il crocevia di diverse culture, siamo anche bagnati da due mari e siamo un po' una piccola penisola che è un po' anche un crogiolo di culture diverse.

Questa immagine è una immagine dell'antica capitale della Georgia che poi è anche uno dei siti protetti e i parametri che voi vedete sono quelli del paese, quindi del territorio, le religioni e le lingue parlate.

Noi siamo un piccolo paese, forse un po' come l'Austria, come la Svizzera; non siamo tanto ricchi come la Svizzera ma siamo molto fieri della nostra cultura e cerchiamo di sopravvivere all'interno di questo crocevia.

L'immagine precedente era una immagine proprio della vecchia Tbilisi, che è la capitale attuale della Georgia, in cui si vedeva la chiesa, la sinagoga e la moschea, tutte riunite nello stesso posto. Solo per darvi un'idea di che razza di melting pot che è il nostro paese.

Il primo ominide è stato trovato in Georgia, alcuni dicono è il primo europeo; io non direi tale. Comunque è uno scheletro molto più vecchio di quello trovato in Africa, è 1,8 milioni di anni; quindi abbastanza vecchio da essere considerato eminente.

Ovviamente nella storia si parla soltanto da ultimo di Georgia; perché nel territorio dell'attuale Georgia ci sono state diverse popolazioni; abbiamo avuto i greci-romani, abbiamo avuto poi i turchi, abbiamo avuto gli arabi, abbiamo avuto i russi alla fine. Quindi tutte diverse culture e diverse lezioni da apprendere su come sopravvivere.

La grande sfida si è aperta per noi negli anni '90 quando col crollo dell'Unione Sovietica abbiamo cercato di creare un nostro stato e quindi di sostenere la nostra cultura.

La cattedrale di Baglati è molto importante per la nostra rivitalizzazione; è un sito dell'UNESCO e anche un sito che comunque ci desta delle preoccupazioni, perché l'area attorno ha avuto una modernizzazione molto repentina.

Nella slide precedente abbiamo visto la storia che unisce la Georgia all'UNESCO. Nel '90 c'è stata la dichiarazione di indipendenza; nel '93 c'è stata la prima convenzione e poi non

¹⁴ Responsabile Formazione, Sistema Informativo, Marketing Unità Nazionale – Agenzia per la Conservazione dei Beni Culturali in Georgia.

c'è bisogno di leggerle tutte, comunque una lunga storia di cooperazione perché noi vogliamo essere parte della famiglia mondiale.

Questi sono alcuni dei siti, alcune delle immagini che vi fanno vedere quelli che sono i nostri siti e che sono anche patrimonio mondiale. E due di questi siti sono in pericolo perché c'è stato un grosso sviluppo nell'area circostante e il partenariato con gli italiani e con la loro conoscenza di management culturale è stato per noi vitale.

Qui alcune immagini riguardanti il progetto. Il progetto è iniziato nel giugno del 2013 in cui abbiamo potuto scambiare le conoscenze con i nostri partner italiani per quanto riguarda la gestione delle risorse culturali nell'amministrazione pubblica. È molto importante il messaggio di questo progetto, soprattutto la sua visione di amministrazione e di management della nostra eredità culturale.

Il progetto è basato su tre colonne, quindi la creazione del management, e anche l'istruzione di un management, la creazione di capacità e anche e comunque la protezione del patrimonio culturale.

Il progetto sarà completato nel dicembre 2014; c'è questa sinergia di queste tre componenti e io spero che faccia da ponte per nuovi partenariati. Termino qui per questioni di tempo; ma io sarò presente qui. Mi hanno messo qui in una bella stanzina in cui potete venirmi a trovare, ho tutte le brochure e tutte le informazioni che vi saranno necessarie. Quindi se volete essere miei ospiti io sarò qui presente in queste due giornate. Vi ringrazio.

TAVOLA ROTONDA Beni culturali, occupazione e sviluppo

Intervento di Pier Luigi Sacco

Siamo quindi alla tavola rotonda che conclude la mattinata. Siamo consapevoli che vi stiamo sottoponendo ad uno sforzo di resistenza non banale.

Adesso cercheremo di presentarvi un ragionamento il più possibile agile su un tema che oggettivamente è di enorme importanza per il sistema Paese, e cioè il rapporto tra cultura, occupazione e sviluppo. È un tema su cui in Italia si fa molto spesso tanta retorica, quindi è molto importante trovarci in un contesto come questo in cui è presente una rappresentanza istituzionale della cultura assai rappresentativa, compresa anche una voce che viene dal privato, come quella di Fondazione Accenture, che proprio sul tema del rapporto tra cultura e sviluppo ha recentemente organizzato un'iniziativa importante.

Io inizierei questa tavola rotonda con una brevissima nota di prospettiva, ossia sottolineando che il momento nel quale stiamo discutendo di questi temi non è un momento qualunque, in quanto sta per aprirsi la nuova programmazione europea 2014-2020. Che, per quanto riguarda il rapporto tra cultura e sviluppo, rappresenta per il nostro continente un appuntamento che si rivelerà decisivo nel bene o nel male.

È ormai evidente infatti che, nel contesto globale, esistono paesi che stanno investendo risorse importantissime sullo sviluppo di base culturale (solo per dare un'idea, la Cina nei prossimi dieci anni investirà probabilmente un po' più del PIL italiano sullo sviluppo del sistema dell'industria culturale creativa). Quindi stiamo ragionando in un contesto nel quale l'Europa deve dare una risposta e noi, che siamo dentro l'Europa, a nostra volta.

È importante sottolineare questo, nella programmazione 2014-2020, che sarà costruita sulla base di undici obiettivi tematici. La cultura non c'è perché non si è raggiunto un accordo tra i paesi membri che permettesse di individuare, con l'accordo di tutti, la cultura come un obiettivo strategico imprescindibile. Questa potrebbe essere vista come una sconfitta, ma in realtà costituisce un'opportunità di enorme interesse perché di fatto fa sì che la cultura si possa andare a relazionare con tutta una serie di temi, quali il tema dell'innovazione, della sostenibilità ambientale, del welfare, delle tecnologie e così via.

Pertanto forse è davvero arrivato il momento per poter capire non solo quale può essere il ruolo della cultura dal punto di vista dello sviluppo, non immaginandola semplicemente come un settore tra i tanti ma come una piattaforma che permette di far dialogare tra di loro settori molto diversi. Oggi, sui temi di grandissima rilevanza, dobbiamo cercare di capire con quale prospettiva il sistema Italia arriva a questa sfida, cioè quali sono le progettualità in corso, cosa si sta facendo. Quali saranno quindi le nostre cartucce nel momento in cui dovremo, insieme a tanti altri paesi, trovarci ad affrontare la concorrenza, ma anche per avere una nostra azione di leadership strategica da far pesare in Europa.

Una delle novità più significative, da questo punto di vista, è il decreto Valore Cultura che è stato approvato da poco e di cui, in questa sede, abbiamo la possibilità di parlarne con il presidente della Commissione Cultura del Senato, Andrea Marcucci. Dunque, che cos'è questo decreto? Che cosa cambia nella prospettiva del rapporto tra cultura e sviluppo in Italia? Cosa possiamo aspettarci che accada nei prossimi mesi?

Intervento di Andrea Marcucci¹⁵

Grazie. Buongiorno a tutti. Io ho seguito molto da vicino questo procedimento perché al Senato ho svolto anche un ruolo di relatore della legge.

Intanto la prima novità importante, grande discontinuità con il recente passato, è che la cultura in generale è tornata ad essere priorità dell'attività di Governo. Sembrerà un ragionamento esclusivamente politico, invece è un ragionamento estremamente concreto, molto pratico e molto importante. Il decreto segna un atto di discontinuità molto forte che il Ministro Brai ha voluto, che il Governo e il Presidente Letta hanno portato avanti e ha testimoniato in maniera visiva, palpabile, concreta anche in termini di finanziamento, che il Governo italiano finalmente non considera la cultura un peso da dover sostenere perché ha questo enorme patrimonio culturale, ma considera la cultura una opportunità.

Dopodiché, certamente, in Italia ci sono state molte emergenze, molte situazioni complicate e quindi all'interno di questo decreto si è giustamente cercato di porre rimedio a una serie di situazioni. In particolare tre sono gli aspetti molto rilevanti. Il 1° è la vicenda di Pompei. Tutto l'articolo 1 è legato a Pompei; Pompei è stata per anni la vergogna dell'Italia. Ci sono state delle responsabilità, delle casualità. Ho sentito il Ministro Bondi, in aula se l'è presa molto perché è stata riversata su di lui tutta la responsabilità di Pompei. Probabilmente non era tutta sua, ma era di un contesto storico diverso; anni di poca attenzione. Però Pompei deve diventare la perla, l'esempio la testimonianza positiva di una Italia diversa.

Il Governo ci ha messo la faccia, ha creato dei meccanismi, ha creato una Governance diversa, ha i soldi a disposizione, quelli che arrivano dall'Europa e quelli che sono stati messi dal bilancio dello Stato Italiano. Ha dei tempi nei quali deve completare quel tipo di attività. Quindi è una grande opportunità. Non la possiamo sbagliare. Bisogna innescare un circolo virtuoso. E in più Pompei lancia un messaggio che è quello che un grande sito archeologico, un grande monumento di attrazione internazionale come Pompei non può essere nel deserto dei Tartari ma deve essere integrata in un contesto di servizi turistici, qualitativi adeguati. Quindi Pompei è un segnale importante, molto forte e anche molto pratico e visibile. Il Governo si mette in discussione e si prende le proprie responsabilità. Poi, un secondo passaggio rilevante nella parte conclusiva del decreto è quella delle fondazioni lirico-sinfoniche. La musica lirico-sinfonica è uno dei grandi momenti di marketing nazionale. La musica lirico-sinfonica è apprezzata per il significato storico che ha, ma anche per la produzione contemporanea, anche per i grandi teatri che ci sono sul nostro territorio; anche perché questa produzione, girando il mondo nei grandi teatri mondiali porta il nostro nome e il nome del nostro paese. Io sono tra quelli che pensano – anche perché provengo dal mondo dell'impresa – che non esista miglior biglietto da visita per la nostra industria che quello che siamo stati, quello che abbiamo fatto, e del qualcosa noi siamo eredi naturali.

Quindi, oggi, quando produciamo un manufatto in realtà lo produciamo sapendo che abbiamo una storia, un know-how che sono nel nostro DNA. Allora, la musica lirico-sinfonica è molto importante. Ci fu una legge, quella che istituì le Fondazioni lirico-

¹⁵ Presidente Commissione Cultura del Senato.

sinfoniche nel '96, una legge che ha dato dei buoni risultati all'inizio e poi c'è stata la catastrofe delle gestioni delle fondazioni lirico-sinfoniche. Anche qui il Governo ci mette la faccia, mette a disposizione dei fondi per risanarli ma obbliga in via definitiva, non minacciando, prevedendo la chiusura di queste fondazioni qualora si continui nella *mala gestio* che c'è stata in questi anni.

Guardate, è un passaggio importante, anche perché dà una premialità sulla qualità, sulle sinergie, sulle coproduzioni, anche sulle fondazioni lirico-sinfoniche, secondo me, con questo decreto si fa un passo in avanti molto significativo. Tutto in positivo. Dal 2007 esiste un tax credit che è un primo passo della collaborazione tra pubblico e privato. Esiste sul cinema, ha dato dei risultati eccellenti. Ha messo in moto una serie di investimenti molto consistenti. Recentemente era stato tolto, i fondi sono stati ripristinati; con questo decreto non solo vengono stabilizzati per il futuro, per cui non è che ogni anno c'è da andare a cercarli, ma vengono incrementati di 20 milioni di euro; si superano i 100 milioni di euro. Vengono stabilizzati per il futuro e vengono ampliati dall'industria cinematografica, specificatamente considerata, a tutto il mondo dell'audiovisivo.

Allora, si è fatta una legge, ha funzionato, ha portato un valore aggiunto anche per il bilancio dello Stato. Lo Stato ne prende atto, la rifinanzia, la stabilizza, incentiva dando nuovi fondi. In più ci sono una serie di attività molto importanti, più piccole ma rilevanti. Per esempio, si liberalizza, si semplifica l'accesso allo spettacolo dei gruppi musicali. Una cosa che sembrerà banale, in realtà è importantissima. Oggi e fino a ieri, per fare uno spettacolo di musica dal vivo in un piccolo locale di 110 posti ci volevano 14 autorizzazioni; da qui in avanti ci vorrà una comunicazione, ovviamente nel rispetto delle normative antincendio, di Pubblica Sicurezza e quant'altro – questo è ovvio e scontato. Però c'è una tendenza alla semplificazione.

Allora il Decreto è un passaggio importante; non è un punto di arrivo. È semplicemente un punto di partenza secondo me determinante, perché cambia l'ottica della percezione della cultura da parte della politica. La politica in particolare, nella sua massima espressione, ossia il Governo, hanno capito finalmente che salvaguardare e tutelare il nostro patrimonio è un dovere etico nei confronti del mondo intero; la cultura e l'investimento in cultura è una grande opportunità per il futuro e per il rilancio del nostro "sistema paese".

Io credo che di qui si possa cominciare a lavorare con molta serenità, molta serietà, consci di questo e consci anche delle difficoltà che ci sono. E le difficoltà si affrontano anche continuando a lavorare sul miglior rapporto tra pubblico e privato nel mondo della cultura. Non è una vergogna farsi supportare da una grande azienda privata, l'importante è che la regia di questi interventi sia sempre quella dell'autorità pubblica, della tutela e della salvaguardia di questi beni. Con questa logica, secondo me, le cose possono in Italia – almeno da questo punto di vista – finalmente cominciare a cambiare. Grazie.

Intervento di Simonetta Giordani¹⁶

Sul versante del turismo concretamente noi stiamo lavorando a un pacchetto di misure, questo è chiaro. Però vorrei ragionare in termini sempre sinergici perché io credo che questa idea forte di abbinare turismo e cultura sia una indicazione programmatica molto

¹⁶ Sottosegretario Ministero dei Beni e delle Attività Culturali e del Turismo.

forte in linea con i migliori esempi di altri paesi europei e mondiali che hanno una forte vocazione culturale. Una scelta coraggiosa – perché fra di noi qui abbiamo tutti addetti ai settori e persone esperte ed esperti di settore – non ci dobbiamo nascondere che questo abbinamento è molto sfidante perché abbiamo da una parte un mondo che è stato evocato naturalmente alla tutela, alla conservazione e alla diffusione della conoscenza e alla ricerca; dall'altra, un'attività squisitamente industriale e con una filiera produttiva che esprime per il paese un valore economico importante, perché qui parliamo di un contributo di circa il 10% del PIL – 160 miliardi di euro – in un settore che è davvero fra tutte le industrie quello a più alto potenziale per il nostro paese, in cui abbiamo un vantaggio competitivo incredibile ma fino ad ora non siamo mai riusciti a cogliere questa opportunità. E malgrado non ci sia stato niente di mirato, noi abbiamo mantenuto delle posizioni, anche se a partire dagli anni '60 a oggi siamo scivolati progressivamente al 5° posto. Senza un'azione specifica stiamo tenendo.

Ma abbiamo dei competitor molto agguerriti e quindi noi dobbiamo cogliere questa opportunità per innescare un meccanismo economico virtuoso di cui poi anche la componente dei Beni culturali e il mondo della conservazione potrà trarre vantaggi, perché c'è una ricchezza fluttuante per il resto del mondo; soltanto nel 2012 più di un miliardo di viaggiatori hanno liberato circa 700 miliardi di euro di spesa, e noi riteniamo che il nostro sia il paese della bellezza e che questa sia la nostra carta da giocare. Quindi per il turismo come ci stiamo muovendo? Per essere anche veloci, perché, vedete, su questa analisi di massima credo che tutti, anche i presenti possano convergere. Il tema è come fare accadere le cose e spingere in due principali direzioni che sono quelle della innovazione e del coordinamento.

Coordinamento perché, prima di tutto con il turismo abbiamo a che fare, come sapete, con una competenza che è estremamente frammentata, in cui abbiamo una pluralità di soggetti che si occupano della promozione turistica e dell'offerta culturale, e hanno autonomia di spesa. È una competenza esclusiva delle regioni che da sole spendono quasi un miliardo di euro l'anno, con lo Stato che ha un potere di coordinamento, ma in questa fase può usare poco, considerando che è stato anche impugnato un codice del turismo. Quindi è un pochino complicato muoversi. Ma è un momento in cui tutti i soggetti concordano sul fatto che per aggredire il segmento che per noi è prioritario in termini di flussi turistici, cioè i turisti che vengono dai paesi più lontani cosiddetti emergenti e che hanno più capacità di spesa, per concorrere su quei mercati è l'unione che fa la forza. Non ha senso che ci sia la Basilicata o perfino la Toscana che vadano da sole sui mercati cinesi, sui mercati in India o in Brasile; bisogna andarci insieme con un progetto forte di paese.

E noi questa strategia l'abbiamo indicata ribadendo con forza che il nostro è il paese della bellezza, che il nostro attrattore principale è la cultura e attorno a questo attrattore principale noi cercheremo in pacchetti integrati di costruire un racconto del paese che tenga conto di tutte le altre eccellenze territoriali, che sono quelle dell'enogastronomia, che sono il turismo balneare, montano, i circuiti religiosi, il Made in Italy, la filiera artigianale. Abbiamo una ricchezza incredibile che non è paragonabile a nessun'altro paese. Io mi lascio prendere dalla foga ma cerchiamo di essere concisi.

Coordinamento, a questo stiamo lavorando. Innovazione. Perché al di là ancora del ruolo, delle fiere e delle esposizioni come luogo di incontro tra domanda e offerta, è innegabile che sia internet il grande canale del futuro. E su questo abbiamo un gap di settore che

riguarda più complessivamente tutto il paese. Su questo stiamo ridefinendo una sorta di laboratorio di turismo in cui lavorare e un rafforzamento del portale. Abbiamo lanciato, con Expo e con Agenda Digitale, presso la presidenza del Consiglio, il registro digitale dell'offerta turistica in cui creeremo una piattaforma per le strutture ricettive e il mondo della ristorazione per iniziare a partire con uno standard che poi, se funziona, possa essere esteso a tutto il territorio nazionale. Perché abbiamo un gran bisogno di correre e di creare un unico luogo WEB in cui far convergere anche i social media e blog e, creando dei LINK ai portali regionali - perché, come vi dicevo, sono le regioni che confezionano in autonomia la propria offerta turistica - per arrivare a definire un calendario unico degli eventi che è anche l'altra preconditione necessaria per far sì che i turisti nel mondo decidano di venire, in alcuni periodi dell'anno, nel nostro paese piuttosto che in altri.

E in questo confidiamo rapidamente: che con questo strumento si possa procedere verso l'obiettivo macro che è quello di arrivare a una destagionalizzazione dei flussi per arrivare anche a decongestionare le grandi città d'arte qualificando i flussi turistici delle grandi città d'arte ma, al contempo, promuovendo quello che io definisco il patrimonio diffuso su cui noi dovremmo puntare perché, ripeto, a differenza per esempio, del nostro principale competitor che è la Francia, che può ragionare in termini di centinaia di siti, noi ne abbiamo migliaia. E parallelamente nel pacchetto misura dovremo tener conto anche di incentivi da dare alle strutture ricettive perché il nostro sistema sconta un problema di dimensionalità. Noi abbiamo troppi alberghi, ne abbiamo circa 34 mila contro i 16 mila della Spagna, per esempio. Alcuni sono obsoleti, vanno aiutati ad essere aggregati e a migliorare la loro qualità.

Altro tema, su cui noi singolarmente non abbiamo leve ma abbiamo già attivato una cabina di regia, è innegabilmente quello dei trasporti e delle infrastrutture. Problema molto grande che abbiamo, lo stiamo vedendo anche su Expo, laddove stiamo tentando di definire un cartello del fuori export, cioè un cartello dell'offerta culturale per i turisti che Expo potrebbe essere in grado di attrarre. È innegabile, per esempio, che il problema della nostra principale compagnia di bandiera e l'assenza o la scarsità di tratte low cost penalizzi il nostro paese perché soprattutto per i turisti che vengono da molto lontano, sarebbe necessario avere un modo più veloce e immediato per accedere all'Italia e questa è una grande barriera all'accesso.

Però stiamo provando a lavorarci a tempo di record e quindi, per quanto riguarda la macchina amministrativa, il Ministero entro la fine di ottobre presenterà le linee guida per la riorganizzazione del MiBACT, abbiamo aggiunto la T alla fine per fare in modo che non ci sia una semplice giustapposizione di una direzione turismo all'interno del Ministero ma che si creino meccanismi di sinergia fra tutte le strutture ministeriali. E, secondo, stiamo ridefinendo - ed entro la fine di novembre dovremmo essere in grado di presentarlo - la strategia digitale al 2020 per il turismo, in cui dovrebbero essere contenuti questi punti che ho provato a sintetizzare; e, terzo, dovremmo presentare prima della fine dell'anno questo pacchetto di misure e stiamo definendo il contenitore legislativo per dare un segnale, che si abbinerà a quello già dato sul decreto valore cultura, di una reale inversione di marcia.

Intervento di Antonio Marzano¹⁷

Come si può valorizzare questo patrimonio?

Si sostiene da tempo che i Paesi sottosviluppati lo siano perché dispongono di un capitale scarso. Il tema di oggi è diverso. L'Italia ha varie forme di capitale, di una delle quali non abbiamo particolare merito perché lo abbiamo ereditato. Tuttavia, vi è in questo capitale – la cultura, l'arte, l'archeologia – una potenzialità di crescita tuttora da far valere. Certo “bisogna fare sistema”: espressione che sembra vaga, ma nel caso del turismo culturale significa che ci sono interconnessioni, interdipendenze che se non sono realizzate non consentono appunto di valorizzare l'enorme patrimonio che abbiamo. Forse, unici al mondo.

Cerco di dare sinteticamente una risposta. Da qualche tempo mi occupo di un territorio che deve essere ancora molto esplorato. Questo territorio è quello della “ricchezza potenziale” del nostro Paese. Gli economisti hanno dato varie definizioni e aggettivazioni della ricchezza, dalla ricchezza materiale a quella immateriale. Io penso che in un Paese come l'Italia sia molto importante introdurre il concetto della “ricchezza potenziale”.

Se noi aggiungiamo questa ricchezza potenziale, che è in grande parte rappresentata dai beni culturali, alla ricchezza materiale del Paese, probabilmente saremmo i più ricchi d'Europa. Per non parlare del valore economico delle nostre ricchezze naturali. Con riferimento al problema di cui parliamo, abbiamo in Italia 100 mila chiese storiche, 20 mila centri storici, 35 mila dimore storiche, 2 mila siti archeologici, 3.500 musei e 41 siti dell'UNESCO (il massimo rispetto a tutti gli altri Paesi).

Se la nostra ricchezza in materia di beni culturali non è valorizzata a pieno, è come se avessimo una ricchezza inutilizzata. Una ricchezza inutilizzata è un controsenso in economia, è spreco. Che cosa bisogna fare in questo settore? Ho difficoltà a parlare della cultura come un settore, perché la cultura pervade tutto. Ma per usare questa terminologia tradizionale, la spesa nel settore ha un altissimo moltiplicatore: la spesa che si facesse in questo campo avrebbe un moltiplicatore grosso modo di 2, cioè raddoppierebbe l'effetto sul reddito.

Il riferimento all'indotto turistico è evidente. Vorrei ricordare che nella storia del turismo è stato possibile qualche anno fa visitare paesi che prima non era possibile visitare. La Cina, la stessa Russia, vari Paesi ex comunisti, hanno aperto le frontiere: il turista che era già stato in Italia prima di ritornarvi è andato a visitare questi Paesi. Li hanno certamente apprezzati, ma la mia previsione è che, superata la fase della novità, credo che ci sarà un flusso di ritorno nel nostro Paese.

Ma la condizione è che si faccia il necessario. Dobbiamo gestire queste cose in senso economico, e vi faccio un esempio. So che non tutti sono d'accordo nel considerare i beni culturali come dei beni economici. Ma la loro gestione chiede risorse. Un museo, una galleria d'arte se non gestiti con criteri economicistici possono impoverirsi ed al limite chiudere. I francesi mostrano di sapere, il Louvre è anche una grande azienda (non solo, naturalmente ma “anche”).

¹⁷ Presidente del CNEL – Consiglio Nazionale Economia e Lavoro.

Quando diciamo che il turismo ha un ampio indotto, ciò significa pure un'altra cosa: il turismo di oggi richiede che il "sistema Paese" sia efficiente nei vari comparti. Quello sanitario, per esempio, il turismo essendo sempre di più un turismo adulto, fa in modo che occorra assicurare servizi sanitari all'occorrenza efficienti. E così per la sicurezza, per l'ambiente, i trasporti, e così seguitando. Non è solo un fatto positivo l'indotto del turismo, perché significa anche che l'offerta richiede una politica multisettoriale: altro motivo che rende difficile dire del turismo come di un settore. Occorre quindi più gestione economica, e più complementarietà fra le varie parti in cui si manifesta il funzionamento del sistema. Se opereremo in tutte queste direzioni, allora quello che è una maggiore ricchezza "potenziale" dell'Italia potrà diventare la sua maggiore ricchezza "effettiva".

Intervento di Diego Visconti¹⁸

Due cose sulla Fondazione Accenture: per chi di voi non la conoscesse è una Fondazione d'impresa nata nel 2002 da una grande realtà multinazionale, Accenture che vanta più di 300 mila persone che vi lavorano in tutto il mondo. Solo in Italia sono circa 12 mila; l'obiettivo di Accenture è quello di aiutare i propri clienti ad essere più performanti, a riorganizzarsi internamente all'azienda per essere in grado di sfidare la globalizzazione emergente e di essere competitivi sul mercato nel quale operano.

Il sogno della nostra Fondazione è quello di riuscire a portare alcune di queste competenze, esperienza e tecnologie nell'ambito del terzo settore.

Nello specifico il bando "ARS. Arte che realizza occupazione sociale" ha come obiettivo quello di valorizzare il patrimonio artistico italiano creando occupazione sociale. Premetto che noi siamo assolutamente neofiti nel mondo della cultura, nel mondo dell'arte e quindi entriamo con grande umiltà in questo settore rispetto a coloro che in Italia, per anni e anni si sono dedicati con grande sforzo e grande passione a cercare di mantenere e migliorare quella che è la cultura e il nostro patrimonio. Quindi noi cerchiamo di entrare su questo tema come accompagnatori – speriamo – di un processo che vede la realizzazione di un vero e proprio cambiamento, peraltro complicato e difficile, soprattutto in questo settore. Quello che è importante è però recuperare i giovani, recuperare tutte quelle persone che oggi hanno una passione straordinaria e cercare di fare rete, anche grazie alle nuove tecnologie.

Oggi esistono centinaia di siti internet delle città, delle province, dei paesi e magari nessuno li conosce, nessuno sa che ci sono. Sono creati e costruiti con criteri che non sono tecnicamente omogenei. Quindi diventa quasi impossibile collegarli tra di loro. Questo però, credo non sia solo un problema del settore culturale, questo credo sia un problema più ampio che coinvolge l'amministrazione centrale.

A questo proposito, sono fermamente convinto che il tentativo di riuscire a mettere insieme queste varie realtà unendo capacità e passione dei vari enti preposti potrebbe portare a risultati di grande impatto sul turismo sia a livello locale che a livello internazionale, anche grazie all'aiuto di Fondazioni pubbliche e private. Questo è proprio ciò che noi umilmente ci proponiamo di attuare anche grazie alla piattaforma ideaTRE60.

¹⁸ Presidente Fondazione Italiana Accenture.

Il bando ARS, si è svolto proprio su questa piattaforma e ha visto una partecipazione di oltre 600 progetti, di cui 514 ammessi alla selezione da parte della giuria; è stata indubbiamente un'esperienza interessante in quanto la partecipazione è avvenuta da tutte le aree di Italia.

Il concorso ha visto una grandissima mobilitazione di giovani, fondazioni, associazioni, sistemi museali e realtà del Terzo Settore e come è possibile riscontrare sul forum dedicato nella pagina del concorso di ideaTRE60 i commenti lasciati dai partecipanti al bando sono in gran numero positivi. Questo è un bel segnale, questo è il segnale che la collettività sente la necessità di fare qualcosa per migliorare la situazione del nostro patrimonio artistico.

Tra i requisiti del bando vi erano oltre alla scalabilità e replicabilità del progetto, anche la compilazione di un conto economico e la creazione di posti di lavoro; qui abbiamo verificato quanto questi requisiti non fossero così scontati. Però il fatto di incominciare a far ragionare i giovani – o chi comunque si interessa di queste problematiche – sul tema dell'aspetto economico, sapendo delle complessità e difficoltà che ne derivano, è secondo noi un passo importante da fare.

Nei prossimi mesi, dopo aver annunciato il vincitore che si potrà aggiudicare un premio fino a un milione di euro, speriamo di concretizzare nel migliore dei modi questo progetto, magari riuscendo a riportare, fra 12 o 15 mesi i primi risultati del progetto vincitore.

Penso che questo sia un bell'esperimento, una bella sfida.

L'ultimo punto e poi chiudo, credo che un aspetto di grande rilevanza di cui il settore culturale è particolarmente carente oggi è quello relativo alla comunicazione.

Io trovo straordinario l'esperimento che ha fatto il FAI con Striscia la Notizia; il vice Presidente del FAI è infatti spesso in trasmissione per promuovere i monumenti e le aree da "salvare". In questo modo, con una adeguata comunicazione, il messaggio dell'importanza della cultura come valore e bene comune arriva a tutti, arriva in tutte le case.

Fondamentale è quindi la comunicazione.. e come si fa, in un mondo come quello di oggi? Comunicare... comunicare in maniera creativa è lì il vero sforzo.

Grazie mille.

SESSIONI PARALLELE

1. PATRIMONIO CULTURALE TRA PUBBLICO E PRIVATO: OPPORTUNITÀ FINANZIARIE E D'INVESTIMENTO

Apertura di Marcello Clarich¹⁹

Per noi questa manifestazione è molto importante, come Istituto di Credito Sportivo, in quanto da qualche anno l'attività dell'istituto, almeno come possibilità giuridica, quindi da statuto, contempla anche il supporto alle attività culturali.

Si tratta di un progetto che sta decollando piano piano, di un progetto ambizioso perché, a differenza che nel mondo dello sport, nel mondo della cultura è più difficile trovare dei progetti finanziabili in senso bancario, cioè che generino quel reddito sufficiente per poi ripagare un mutuo con i suoi interessi. Nel settore dello sport, invece, sappiamo che i grandi eventi sportivi hanno una capacità di attrazione di risorse, vuoi per i diritti televisivi, vuoi per il pubblico disposto a pagare le attività, tali da rendere più facilmente finanziabili i progetti.

Per cui essere presenti qui è davvero molto importante, anche più importante dello scorso anno, in quanto quest'anno abbiamo qualche notizia in più, nel senso che abbiamo stipulato un'importante convenzione con l'Agenzia del Demanio, per valorizzare certi beni culturali con determinate caratteristiche.

Stiamo finalizzando una convenzione con l'Associazione delle Case Storiche; anche in questo caso speriamo di individuare progetti, situazioni che si prestino a essere oggetto di un rapporto di finanziamento e quindi, complessivamente, noi abbiamo cercato in questo anno e mezzo, seppure nella veste un po' limitata di commissari straordinari di una banca, di gettare le basi per sviluppare questo secondo settore. Ritengo, infatti, che se non si finanzia anche la cultura, come il bene nostro più prezioso, che non ha eguali nel mondo, se non si valorizza in tutti i modi questo settore, il nostro Paese rischia di continuare su una strada di declino o quantomeno di non sviluppo.

¹⁹ Commissario Straordinario ICS, avvocato e ordinario di Diritto Amministrativo presso l'Università LUISS.

Nuove fattispecie di coinvolgimento dei privati nella valorizzazione dei beni culturali dopo il Decreto Valore Cultura, di Antonia Pasqua Recchia²⁰

La riflessione deve essere affrontata su due livelli: da un lato, lo stato dell'arte e, quindi, ciò che è stato fatto in questo anno, soprattutto in relazione alla, le linee guida, all'indirizzo che abbiamo dato all'istituto per inserire nella sua missione anche il sostegno alle attività culturali e alla conversione in legge del decreto cultura; dall'altro, più in generale, il rapporto tra pubblico e privato nella gestione del patrimonio culturale. Ci tengo a dividere questi due momenti, perché il secondo è fondamentale porlo o all'attenzione della discussione poiché, se non chiarito bene, determina poi posizioni, scelte, anche incertezze sulle politiche e sulla loro attuazione e, quindi, ricadute negative sull'efficienza complessiva delle azioni che si vanno a compiere. E, dunque, affronto prima questo secondo aspetto, vale a dire il rapporto tra pubblico e privato.

Questo rapporto, che è stato impostato nelle grandi linee, a partire dagli anni Novanta, cioè a partire dalla legge Ronchey, e che poi si è arricchito con la normativa, con le possibilità indicate dalla legge, riguardo al coinvolgimento del privato, ha mantenuto sempre, a mio parere, una difficoltà di fondo, e cioè la difficoltà ad una legittimazione reciproca. Da parte del privato, a volte, c'è stata una visione del pubblico come un qualcosa che non dava risposte precise e chiare, bensì indicazioni incerte, fumose ed altalenanti. E da parte del pubblico, una visione del privato connotata da diffidenza, quando non proprio da sospetto. È chiaro che se non ci si riconosce a vicenda come attori che, in questo momento, in Italia devono recitare insieme sulla stessa scena per ottenere il massimo di vantaggio dalla gestione del patrimonio culturale, si possono anche avviare tanti progetti, però non si riesce ad attuare una vera politica di sistema.

Io credo, quindi, che sia una parte che l'altra devono liberarsi dai tanti preconcetti. E dico anche l'altra, cioè la parte pubblica; il rapporto con i privati è fondamentale in una democrazia matura, specie in un sistema, come quello italiano, in cui il patrimonio culturale è talmente immenso, diffuso e anche diversificato dal punto di vista dei proprietari. Né è pensabile che, per poter esercitare la tutela, si debba possedere il patrimonio; il patrimonio culturale va tutelato a prescindere dalle proprietà. E questo vuol dire che i proprietari, che sicuramente vedono limitato il loro diritto di proprietà dalla posizione di un vincolo, tuttavia vedono anche valorizzato, in termini non solo economici ma anche in termini d'immagine, di riconoscimento sociale, il loro bene. Diventano così non solo interlocutori, ma anche coattori, compartecipanti nella grande azione di tutela del patrimonio culturale.

Per quanto riguarda la gestione, anche qui abbiamo diversi modi per interagire. Il modo classico, che è stato individuato vitato negli anni novanta, è quello di individuare il privato come il soggetto a cui conferire una concessione a fronte di un corrispettivo, all'interno quindi di un rapporto di committenza non diverso da tanti altri. Va però tenuto conto che si tratta di una committenza assai particolare e che, pertanto, necessita di elaborazioni e analisi puntuali, che tengano conto della complessità del bene culturale. La loro mancanza

²⁰ Segretario generale del Ministero dei Beni e delle Attività Culturali.

ha dato luogo ad una gestione per concessione non molto soddisfacente, ad una situazione anche giuridicamente molto censurabile, a causa delle molte proroghe (non si riescono a fare i bandi e quelli fatti sono stati tutti impugnati). C'è dunque anche un deficit di maturità normativa.

E questo è senz'altro un aspetto del rapporto tra pubblico e privato, ma quello più caratterizzante, secondo me, è quello che implica una forma di finanziamento, vale a dire le sponsorizzazioni e, in questo ambito, è presente una normativa di chiarificazione che, anche se introduce diverse complessità, ci auguriamo che porti ad interventi di sponsorizzazioni adeguati. Il chiarimento normativo prevede che il contratto di sponsorizzazione sia un contratto a corrispettivo (autorizzazione ad utilizzare il marchio culturale in cambio di denaro). Un altro aspetto è quello che riguarda le erogazioni liberali e, in questo caso, il rapporto con il privato è certamente molto più semplice, anche se va considerato che il privato, a fronte di una dazione di denaro, si aspetta qualcosa (per esempio, vantaggi derivanti dalla fiscalità).

Un altro momento interessante e importante di collaborazione con il privato sussiste quando questo è il proprietario. In tal caso davvero bisogna lavorare insieme, sostenersi a vicenda. Peraltro i proprietari di patrimonio culturale, normalmente, sono i primi ad avere consapevolezza del valore del loro bene e, insieme a loro, bisogna cercare di costruire anche dei modelli di sostenibilità economica.

Devo purtroppo ammettere che lo stato finora non potuto onorare gli impegni assunti nei confronti di questi proprietari, in quanto le procedure per l'erogazione dei contributi sono state sospese. Pertanto, attualmente, lo Stato ha un debito, nei confronti dei privati possessori di beni culturali, di oltre novanta milioni di euro, per contributi a cui queste persone hanno diritto.

Concludo dicendo che l'articolo 12 del D.L. Cultura, convertito nella legge 112, al comma 2, che entro il 31 ottobre vanno emanati dei decreti che individuino i modi con cui il privato può collaborare nella gestione del patrimonio culturale. In questo ambito può ben inserirsi una realtà come l'Istituto di Credito Sportivo, che può entrare ed aiutare a costruire progettualità sostenibili sul piano economico, nel senso che i privati si pongono giustamente anche obiettivi di redditività. Penso che questo sia il momento giusto, il momento in cui ci sono tutte le volontà di convergere, ci sono anche gli strumenti normativi e quelli di sostegno economico; occorre quindi cominciare a costruire l'ambiente per così dire culturale, ma anche imprenditoriale, adatto a far germinare questa virtuosa crescita di proposte.

TAVOLA ROTONDA Il progetto “Dimore” e il partenariato ADSI per la valorizzazione dei beni culturali ²¹

Intervento di Aldo Patruno ²²

Innanzitutto, porto i saluti del dottor Scalera, che oggi purtroppo è stato bloccato a Roma per le note esigenze di finanza pubblica e che, in questo momento vedono coinvolta l’Agenzia del Demanio in maniera importante, in vista della fine dell’anno. Tengo anche a ringraziare il LuBeC e il Credito Sportivo per questa occasione, che nasce da una collaborazione sancita nei giorni scorsi dalla stipula di un accordo specifico con il Credito Sportivo, che rientra nell’ambito di un accordo più generale di sistema che l’Agenzia del Demanio ha promosso negli ultimi mesi, a partire dal Ministero dei Beni Culturali e del Turismo per lanciare questa idea progetto forte, che abbiamo denominato Valore Paese Dimore. In questa denominazione ci stanno i contenuti forti che abbiamo voluto attribuire al progetto, sostanzialmente facendo un progetto Paese per offrire, attraverso il patrimonio immobiliare pubblico dismesso e di grande prestigio storico, culturale e paesaggistico, un contributo allo sviluppo e al rilancio dell’economia di questo Paese.

Valore Paese. E Dimore perché? Perché in realtà il concetto Dimore nasce da un’idea che il Ministero dei Beni Culturali aveva lanciato qualche tempo fa e che era il concetto degli hotel della cultura, cioè l’utilizzo di questi contenitori dismessi per farne un’occasione di ricettività non in senso tradizionale, cioè l’albergo in senso classico, ma appunto una dimora intesa come il luogo attraverso il quale restituire ai territori e al distretto culturale nel quale questi immobili si trovano, il pregio di quel bene, la storia di quel bene. E farne soprattutto l’occasione per rilanciare turismo culturale. Dunque i due elementi caratterizzanti sono turismo e cultura.

L’accordo con il Credito Sportivo nasce in funzione dell’estrema concretezza che si è provato a dare a questo progetto e, a monte del progetto, c’è un accordo istituzionale forte che si è tradotto nella costituzione di una cabina di regia nazionale, che vede la presenza di tutti i ministeri principali coinvolti a partire dai Beni Culturali, il Ministero della Coesione Territoriale, il Ministero dello Sviluppo Economico, il Demanio, Invitalia e l’ANCI, come promotori operativi, ossia le agenzie che operano concretamente nell’ambito di questo progetto, e progressivamente abbiamo associato una serie di altri attori estremamente rilevanti ai fini della concreta sostenibilità economica e finanziaria di un’iniziativa di questo genere. Tra questi la Cassa Depositi e Prestiti e il Credito Sportivo.

Questo coinvolgimento non è soltanto una dichiarazione di intenti comune con la quale le due parti, Demanio e Credito Sportivo, si sono impegnati a collaborare alla realizzazione del progetto, ma il credito sportivo ha avuto la lungimiranza di cominciare ad analizzare nel merito i progetti di cui stiamo parlando, a guardare gli immobili. E abbiamo chiesto loro l’aiuto per capire, verificare se l’idea progetto che stavamo sviluppando era un’idea sostenibile dal punto di vista finanziario, anche in termini di bancabilità.

²¹ Associazione Dimore Storiche Italiane.

²² Responsabile della struttura che si occupa dei progetti di valorizzazione dell’Agenzia del Demanio.

Oggi è fondamentale avere una grande idea progetto, ma è fondamentale anche determinare una serie di condizioni di supporto e di agevolazione attive, a partire per esempio dal credito. Oggi un investitore privato, interessato farsi carico di un immobile pubblico da recuperare, da valorizzare e da rimettere in circolo, trova un ostacolo fondamentale nell'accessibilità al credito. Non perché il progetto non sia un progetto valido o perché l'imprenditore, l'investitore non abbiano merito creditizio, ma perché le banche commerciali in questo momento, per via della crisi finanziaria in atto, non finanziano, non erogano credito. Ecco, il Credito Sportivo può allora rappresentare un'occasione estremamente importante da questo punto di vista.

Ora partiamo dalle esperienze concretamente realizzate, stiamo parlando di immobili. Qui vicino, sulle colline di Marini, una villa cinquecentesca che era stata ridotta nel corso degli anni ad una discarica, neanche a cielo aperto direi a cielo chiuso, perché il Demanio si era fatto carico di murarne le finestre, gli accessi (ovviamente evidenzio quanto costi la gestione di un immobile dismesso inutilizzato, non fosse altro in termini di custodia, di vigilanza, di manutenzione ordinaria e straordinaria, di diritti connessi al rischio del venir giù dell'immobile, le responsabilità civili, penali della proprietà). Ecco, quella villa con lo strumento dalla concessione di valorizzazione, introdotto nel 2007 con durata fino a cinquant'anni è stata trasformata in un hotel della cultura. Il corpo principale della villa è stato trasformato in un hotel a cinque stelle, con il recupero di tutta una serie di corpi annessi e connessi al convento, la limonaia e così via. Con affreschi recuperati in maniera egregia e oggi resi accessibili. Tuttavia, contestualmente alla fruizione dell'immobile di pregio storico e culturale, abbiamo esteso il concetto di cultura anche alla valorizzazione dei territori. Quella villa è circondata da 17 ettari di parco, tradizionalmente utilizzato per colture di Chianti e di olio che oggi sono state recuperate, con una produzione di Chianti DOP di olio DOP con il marchio villa Tolomei. In definitiva, l'immobile rimane di proprietà dello Stato, ma è affidato in gestione per cinquant'anni ad un raggruppamento di investitori privati, che si fanno carico di trasformarlo, rifunzionizzarlo, metterlo a reddito, gestirlo per il periodo di tempo necessario a recuperare gli investimenti importanti, significativi che sono stati effettuati.

C'è poi il faro a Capo Spartivento a Domus de Maria. Anche in questo c'è stata sia una valorizzazione paesaggistica importante, sia una valorizzazione dell'immobile. Si tratta di una tipologia diversa, si tratta di un bene di piccole dimensioni, di un migliaio di metri quadri, però con una vastissima area intorno, di grande valore paesaggistico. Resta ancora da completare ma il processo è avviato. Un'ulteriore tipologia è un ex dogana, utilizzata per finalità governative fino al 2007, a Molfetta in provincia di Bari. Anche questa in corso di trasformazione con finalità turistico-ricettive-culturali, in quanto è sita a fianco del Duomo, a ridosso del centro storico della città. Quindi, la rivitalizzazione di quel centro storico, di quello duo, di quelle ricchezze culturali quasi vien da sé.

Ecco, partendo da queste buone pratiche ci siamo domandati perché in Italia non fosse possibile riproporre qualche cosa che in altri Paesi d'Europa accade da molto tempo sul tipo dei Parador in Spagna o le Pousadas in Portogallo. Il che voleva dire costituire una rete di questi immobili, caratterizzata dalla natura pubblica degli immobili stessi; abbiamo pertanto selezionato, nell'ambito del patrimonio pubblico dismesso, tutta una serie di beni che rispondevano a queste caratteristiche. Sul vastissimo patrimonio di quello che tecnicamente si chiama demanio storico-artistico, abbiamo individuato 115 immobili, tra cui abbiamo avviato 68 iniziative, cioè abbiamo fatto accordi con i comuni di riferimento,

che hanno ovviamente in mano le deleghe urbanistiche per consentire destinazioni compatibili con le finalità del progetto. Di questi 68. 46 sono oggi iniziative start up, ossia iniziative pronte, ad altissimo livello di fattibilità sia amministrativa, in quanto i comuni, le regioni e le province sono d'accordo (col Ministero dei Beni Culturali e gli organi territoriali del ministero, le direzioni regionali e le sovrintendente, abbiamo valutato la compatibilità del progetto Dimore, rispetto a quello specifico immobile in quello specifico contesto territoriale), sia perché abbiamo anche rilevato manifestazioni di interesse da parte di operatori privati, disponibili a farsi il carico della gestione e della trasformazione degli immobili. Naturalmente mettendo a disposizione i vantaggi e gli elementi di cui parlavo prima, e cioè la possibilità di sottoporre, per esempio, al Credito Sportivo o alla Cassa Depositi e Prestiti, il progetto di investimento, il business plan e chiudere in qualche modo il cerchio. Oggi sono nove le iniziative che proponiamo al mercato; il Podere Colombaia a Firenze e i due caselli d'Assiari in centro a Milano all'Arco della Pace sono già oggetto di gare per l'affidamento in concessione di valorizzazione fino a cinquant'anni, con scadenza tra la fine dell'anno e gli inizi dell'anno prossimo. E poi ci sono ulteriori immobili, il cartello Orsini a Soriano nel Cimino nella Tuscia, le tre caserme molto importanti, storiche, nella piazzaforte di Peschiera del Garda sul lago di Garda; la villa Favorita di Ercolano, uno degli immobili più belli, più straordinari di proprietà dello Stato; il convento di San Domenico a Taranto.

Tengo ad evidenziare la distribuzione territoriale di questi immobili, poiché il progetto Valore Paese Dimore vuole per deve essere un Progetto Paese che, in quanto tale, investe l'intero territorio nazionale. Aggiungo anche che un Progetto Paese possiede anche un obiettivo di coesione territoriale, dove il tema dei finanziamenti comunitari, della nuova programmazione comunitaria è un tema col quale fare i conti e da sfruttare in pieno.

I due immobili di cui parlavo e attualmente in gara sono appunto il podere Colombaia a Firenze, un immobile che si trova a fianco della villa del Poggio Imperiale, il cui valore è noto al mondo intero, che potrebbe prestarsi, con il suo vastissimo appezzamento intorno, (40mila metri quadri di superficie territoriale e 800 metri quadri di superficie lorda, quindi un immobile di dimensioni limitate) ad una valorizzazione di cultura, paesaggio, ricettività, turismo culturale, data la sua posizione di estremo interesse.

La gara è per una concessione fino cinquant'anni con un meccanismo nuovo che l'Agenzia del Demanio sta sperimentando, cioè non ha tradizionale base d'asta, ma è ad offerta libera, cioè il privato dovrà presentare un progetto di valorizzazione, sulla base di alcuni paletti che abbiamo concordato con la direzione regionale dei Beni culturali e con il Comune di Firenze, presentare un business, con canoni che potranno essere sottoposti al Credito Sportivo, un piano di gestione e, in funzione di queste valutazioni, potrà proporci una durata di questa concessione di limite massimo di cinquant'anni e un'entità del canone.

L'obiettivo dello stato non è tanto incassare un canone, di fare cassa con operazioni di questo genere, quanto mettere a reddito l'immobile, rimmetterlo in circolo, fare in modo che non sia più un costo per la collettività, ma diventi un'occasione di sviluppo economico, contribuendo alla valorizzazione del territorio. A Villa Tolomei, partiti da una base d'asta di canone annuo di settantacinque mila euro, abbiamo aggiudicato a centocinquanta mila euro all'anno per cinquant'anni.

Il secondo immobile attualmente in gara sono i due caselli d'Assiari a Milano, due immobili completamente diversi l'uno dall'altro e che fino all'altro ieri stavano caratterizzando un'area ad elevato degrado della città (si tratta di piazza Sempione, quindi zona centralissima). Su questi due caselli abbiamo ricevuto una serie di proposte, di idee connesse all'Expo 2015, non tanto in questo caso rivolte a finalità alberghiere o ricettive in senso stretto, quanto a finalità espositive, promozionali, mostre d'arte, mostre di promozione di prodotti tipici, utilizzando anche la grande piazza, d'accordo con il comune, per realizzare concerti, manifestazioni da legare agli elementi che caratterizzano la cultura di quel territorio, ossia la moda, la musica, l'enogastronomia e così via.

In conclusione, abbiamo scoperto che il patrimonio delle Repubblica italiana è caratterizzato da una tale varietà, disomogeneità anche tipologica degli immobili che ci consente di creare non soltanto una rete delle dimore, ma dei filoni di queste dimore, diversi l'uno dall'altro, dal tradizionale hotel della cultura, alla rete dei fari, alla rete dagli ex carceri, alla rete degli ex conventi, eccetera.

Per quanto concerne le tre caserme di Peschiera del Garda, la presenza di mura larghe quattro metri configura ipotesi di valorizzazione, in cui i privati intervengono nel rispetto quasi naturale degli immobili. Su una delle tre, quella dove c'era l'ex padiglione degli ufficiali, vale a dire 24 alloggi di ufficiali, sono già pronte 24 suite e, quindi, in questo caso si configura l'utilizzo alberghiero più tradizionale. Le altre due, invece, la rocca interrata, l'ex carcere e l'ex ospedale possono invece diventare quella sintesi tra cultura e ricettività per la realizzazione di manifestazioni e, soprattutto, mettere a disposizione del comune di Peschiera del Garda luoghi in cui consentire alle associazioni di trovare spazi adeguati, risanati e riqualificati. In questa maniera, gli spazi culturali che non hanno una redditività molto alta vengono compensati in qualche modo dalla redditività della struttura alberghiera.

La Villa Favorita di Ercolano è la sintesi di tutto quello che questo progetto rappresenta. È un immobile di grandissimo pregio storico, che il Ministero dei Beni Culturali ha in gran parte restaurato, tanto le facciate quanto, all'interno, gli affreschi straordinari, ed è un immobile che oggi può diventare la sintesi di un progetto di riqualificazione che attrae i fondi dalla Banca Europea degli Investimenti, che è disponibile ad investire in modo significativo su quell'area, soprattutto sul parco. Il Comune di Ercolano, ha già in programma e finanziati alcuni interventi, che, per esempio, interrano la strada a grande scorrimento, che divide il parco superiore dal parco inferiore e con la Regione Campania stiamo lavorando a che il molo borbonico diventi una tappa di quel tram del mare, che caratterizza l'area del Golfo di Napoli, in modo da consentire l'accessibilità a quell'immobile, rimettendolo nel circolo e togliendolo dall'abbandono in cui oggi si trova. Un piccolo cenno al convento Monteoliveto a Taranto, città che avrebbe un estremo bisogno d'iniziative di rilancio.

C'è poi la rete dei fari, una sottocategoria delle dimore. Sono 17 fari su cui siamo lavorando con grande difficoltà e che proporremo però il prossimo anno. I fari rappresentano l'oggetto del desiderio di moltissimi privati, ma noi non vogliamo venderli one to one, ma vogliamo creare una rete che, messa a sistema, rappresenti in qualche modo una modalità di rilancio territoriale. I fari rappresentano, dal punto di vista demaniale, uno degli oggetti più complessi, perché spesso sullo stesso faro concorrono più

competenze gestionali, almeno 4 o 5 amministrazioni (la Marina Militare, la Capitaneria di Porto, il Demanio, la Regione, il Comune).

Un ultimo punto. Non ci bastava la rete dei beni di proprietà dello Stato, perché sappiamo che i comuni, le province, le regioni gli altri enti pubblici (per esempio, gli enti previdenziali, INPS, INAIL...) dispongono di un patrimonio equivalente a quello statale, in alcuni casi anche di maggior pregio. Quest'anno abbiamo rivolto loro un invito pubblico aperto, da febbraio a maggio, a candidare immobili di loro proprietà che avessero caratteristiche simili a quelli statali e, quindi, riconducibili al progetto dimore. In 8 settimane abbiamo ricevuto 125 istanze, di cui 86 considerate ammissibili. Le proposte più consistenti e significative sono venute dalle regioni (Abruzzo, Molise, Veneto e Sicilia), in cui erano in minor quantità gli immobili statali.

Riguardo a queste proposte, con una commissione composta da Demanio, Invitalia e ANCI e presieduta dal Ministero dei Beni Culturali, stiamo facendo una selezione che non porterà ad esclusioni, ma semplicemente ad individuare delle priorità, in modo che le proposte ad alto livello di fattibilità potranno essere indirizzate verso l'attuazione.

Infine, stiamo sviluppando con Invitalia e con l'ANCI un modello di business, per capire come funziona questa rete, quali sono gli strumenti più idonei, individuando di volta in volta se per un immobile è preferibile la cessione o la valorizzazione, studiando anche una serie di meccanismi ulteriori che il legislatore mette a disposizione, come i fondi immobiliari. Su questo stiamo ragionando, per esempio, con la Cassa Depositi e Prestiti che possiede questi fondi immobiliari e che, quindi, potrebbe cooperare a realizzare una parte del nostro del nostro progetto. Entro la fine dell'anno o all'inizio del prossimo, sulla base dei risultati dei primi bandi, lanceremo ulteriori iniziative, nel momento in cui però abbiamo garanzia che ci sia almeno un soggetto privato serio, qualificato, interessato. Dopodiché sarà l'evidenza pubblica a stabilire il migliore e chi se le aggiudicherà.

Intervento di Niccolò Rosselli Del Turco²³

Qui in Toscana si sono realizzate alcune iniziative di rete, per esempio quella delle residenze d'epoca. Quando il turismo fu assegnato, in base al Titolo Quinto della Costituzione, alla Regione Toscana, fu fatta una nuova legge sul turismo e la nostra associazione si dette da fare perché negli edifici di interesse storico-artistico potessero venire realizzate strutture ricettive. E questo è stato veramente un punto molto interessante per noi.

Un'altra cosa che abbiamo in Toscana, sia pure semplicemente monitorata dall'associazione ma non organizzata in modo collettivo, è la rete degli edifici storici privati visitabili dal pubblico. Ce ne sono circa 50 in tutta la Toscana; in particolare a Lucca ci sono 6 ville visitate annualmente da circa 200 mila visitatori. In Toscana gli altri punti di forza sono il Castello di Fosdinovo, la Torre di Populonia, il museo di San Sepolcro; in tutto possiamo contare circa 700 mila visitatori all'anno nelle dimore storiche aperte al pubblico.

La scorsa settimana abbiamo fatto la nostra assemblea regionale a Pontremoli, dove sono venuti circa 70 soci della nostra associazione e tutti sono rimasti di stucco nel vedere una

²³ Presidente della sezione Toscana dell'Associazione Dimore Storiche.

cittadina così interessante, così particolare come Pontremoli, posta ai piedi dell'Appennino che, a parte il premio Bancarella, è pochissimo conosciuta.

Noi valutiamo circa 40 mila dimore storiche in Italia, 3500 circa ne abbiamo contate in Toscana. Pensiamo che rappresentino una ricchezza non completamente sfruttata da certe comunità. Tuttavia noi abbiamo contro l'opinione pubblica, per il semplice fatto che siamo dei proprietari privati di edifici di interesse storico e, in quanto tali, sono esclusi dalle agevolazioni fiscali. L'opinione pubblica si muove in modo demagogico e ciò non aiuta la battaglia che da tanti anni facciamo per la conservazione di questo patrimonio, che deve avere anche un valore economico, altrimenti viene abbandonato e si degrada. La mancanza attualmente di un regime fiscale agevolato ci preoccupa molto, in quanto non sappiamo come questa cosa influirà sulla conservazione degli edifici storici. Anche perché è finita la moda del mecenatismo in questo campo, gli edifici storici non sono più appetibili come una volta, per cui dobbiamo considerare eroici quei proprietari che si danno da fare per mantenere questi giardini, per aprirli spesso al pubblico. Oggi la ricchezza va sulle barche, va in grandi viaggi, la vacanza in villa non è più di oggiigiorno e questo ve lo dimostra anche il fatto che in pratica, da dopo la seconda guerra mondiale, edifici che potranno diventare di interesse storico non se ne fanno più. Quindi la nostra battaglia affinché questo patrimonio venga conservato è ancora più importante.

Ci sono degli aspetti che riducono in modo sostanziale il valore degli edifici; tra questi il piani regolatori dei comuni, che dettano dei limiti, che si aggiungono ai vincoli dello Stato, al restauro e al risanamento conservativo, che naturalmente influiscono negativamente sul valore. L'impossibilità di aumento dei volumi e di modifica della sagoma degli edifici storici, le difficoltà burocratiche per gli edifici storici, la maggior lentezza delle pratiche edilizie creano grossissimi problemi. All'ufficio del Catalogo a Roma non sono mai riuscito ad ottenere risposte soddisfacenti, in merito alla catalogazione dei beni architettonici. In Toscana la Regione ha creato un sito in cui si trovano tutti i decreti di vincolo; è uno strumento di lavoro importantissimo, ma non è sufficiente perché noi abbiamo bisogno anche di capire l'entità di questo patrimonio, l'entità anche geometrica (non sappiamo i vani che costituiscono questo patrimonio). Occorrerebbe un catasto dei beni architettonici.

In definitiva, vorremmo riuscire a rinforzare questa nostra associazione, in modo che l'associazione possa dare di più alla collettività; non siamo mai riusciti a superare una certa consistenza numerica e questo non ci consente di fare tutto ciò che vorremmo fare. In un paese come l'Italia l'associazione delle Dimore Storiche dovrebbe poter fare di più e molto di più fanno i nostri amici inglesi e francesi.

Intervento di Nicola de Renzis Sonnino²⁴

Oggi abbiamo sentito parlare, da parte di tutti gli interventi dei relatori, di tutela, di conservazione e di valorizzazione del patrimonio culturale. Uno degli strumenti di supporto, di sostegno di queste attività è lo strumento economico e, quindi, anche lo strumento fiscale.

²⁴ Vice presidente nazionale dell'Associazione dimore storiche italiane.

La disciplina fiscale, in questi ultimi anni, ha in linea generale ha prodotto una serie di disposizioni che hanno ristretto e reso assai più gravoso il carico fiscale gravante sul patrimonio culturale dei privati e, quindi, possiamo dire che il legislatore tributario, negli ultimi cinque anni, è andato in controtendenza rispetto ai segnali di sensibilità registrati qui oggi. Pertanto, da un lato, abbiamo un Ministero dei Beni Culturali, un codice dei beni culturali, una norma della nostra corte della nostra Costituzione che dà delle priorità, dall'altro, però, abbiamo un legislatore tributario che nel tempo si dimentica sempre più spesso della peculiarità del patrimonio culturale.

Questa non è la sede ovviamente per approfondire la tematica, ma può essere interessante fare una riflessione su un concetto giuridico che forse potrebbe aiutare la riforma di alcune norme fiscali. Il nostro codice dei beni culturali, fin dal 2004, ha introdotto un concetto, in quel momento quasi rivoluzionario, della valorizzazione dei beni culturali. Valorizzazione intesa in un'accezione dinamica delle attività volte a conservare la dimora storica. Queste attività fu definita dal legislatore di allora come un'attività avente utilità sociale, laddove fatta su beni di proprietà privata. E oggi noi stiamo discutendo di come rendere possibile e praticabile una maggiore conservazione e una maggiore valorizzazione del nostro patrimonio culturale.

Da un punto di vista fiscale, senza entrare nel merito di questioni tecniche che riguardano la disciplina generale impositiva, uno spunto interessante nasce proprio da questo inciso (che poi è lo stesso inciso ripreso anche dal Decreto Cultura). Nel nostro sistema fiscale abbiamo un solo soggetto che viene riconosciuto come avente una rilevanza di utilità sociale, e cioè la Onlus, ossia un soggetto che può essere sia privato che pubblico, di tipo fondo azionario, di tipo associativo, ma riveste nell'ottica del legislatore una tale rilevanza, appunto sociale, da essere da un punto di vista fiscale fortemente agevolato. Ecco che allora l'idea potrebbe essere quella di riconoscere quantomeno ad alcune attività, ad alcuni interventi, anche sul patrimonio privato, quella valenza sociale che nasce dal nostro codice dei beni culturali e riconoscere, quindi, un regime fiscale che aiuti il privato ad effettuare quelle attività, che sono costose e gravose (si pensi solo alle aliquote IVA, che le ONLUS, per talune attività, hanno agevolate). A tutt'oggi, la disciplina fiscale riguardante il finanziamento per gli interventi, le attività di sponsorizzazioni, di pubblicizzazione e anche le erogazioni liberali non viene applicata nella consapevolezza che l'obiettivo ultimo deve essere quello di conservare il patrimonio culturale. Tutto il mondo delle istituzioni, insomma, deve cominciare ad attribuire al nostro patrimonio una rilevanza economica.

Intervento di Paolo D'Alessio²⁵

Il Credito Sportivo è una banca pubblica ed è un'eccezione nel panorama del sistema creditizio attuale, in quanto vuole coniugare interessi pubblici, interessi di territorio, interessi di settore, coniugando i criteri di economicità.

Il Credito Sportivo è nato nel 1957 ed ha finanziato il 75% degli impianti sportivi. Mi sono spesso domandato quali sono i fattori di successo di questa banca, cresciuta così forte in un settore difficile. Il primo fattore è la fortissima specializzazione, è una banca che ha costruito un know how unico in Italia per quanto riguarda l'impiantistica sportiva. È stata

²⁵ Commissario straordinario dell'Istituto per il Credito Sportivo.

anche poi un po' agevolata dal contributo in conto interessi, che è un intervento pubblico di limitata dimensione, perché serve a ridurre un finanziamento magari solo dell'1%, ma agevola moltissimo gli investimenti.

Dal 2005 al Credito Sportivo è stata data una nuova missione, quella di sostenere lo sviluppo dei beni culturali. Da allora abbiamo fatto tanti studi, partecipato a qualche convegno e fatto anche qualche operazione, laddove abbiamo rilevato la sostenibilità delle operazioni, però al momento possiamo dire che ha occupato una parte abbastanza limitata della nostra operatività. Oggi, invece, il Credito Sportivo è partner in due macroprogetti importanti, perché vuole essere di sostegno allo sviluppo dei beni culturali e ambientali, come lo ha fatto lo sport. E magari un domani si può anche pensare di cambiare la sua ragione sociale, aggiungendo, a banca dello sport, banca della cultura.

Pertanto con l'Agenzia del Demanio abbiamo sviluppato un protocollo d'intesa, lo abbiamo sottoscritto e adesso siamo partner, sia per quanto riguarda la fase preliminare, ossia di validazione dei progetti economici finanziari dei candidati ad acquisire la commessa per la gestione dei beni demaniali, sia per quanto riguarda, in una fase successiva, il sostegno finanziario della valorizzazione dei beni relativi al turismo culturale. Anche con l'Associazione Dimore Storiche Italiane vogliamo lavorare; non possiamo risolvere i loro problemi fiscali, ma riteniamo che debbano assolutamente essere risolti. Possiamo però risolvere i loro problemi finanziari per potere conservare adeguatamente i loro asset, che sono non solo loro patrimoni personali, ma anche patrimoni dell'intero paese.

Linee guida per la valutazione economico-finanziaria dei progetti nel settore cultura, di *Eduardo Gugliotta*²⁶ e *Marisa Nicotera*²⁷

Concludiamo l'incontro di oggi con una presentazione relativa ad un argomento molto tecnico che, quindi, non sarà di assoluto dettaglio per evitare di annoiare troppo la platea. Nell'ambito dei progetti che l'ICS ha intenzione di accompagnare finanziariamente, sia Valore Paese – Dimore, sia l'attività dell'Associazione Dimore Storiche Italiane, c'è bisogno di un aiuto per una maggiore capacità di autoanalisi da parte di chi deve investire e per favorire la valutazione da parte di chi deve finanziare questi interventi di valorizzazione o anche di conservazione. L'Istituto per il Credito Sportivo ha provato, sulla base dell'esperienza fatta nel corso degli anni, a gettare delle basi per una guida operativa che possa servire ai soggetti che devono intraprendere e realizzare degli interventi nel settore dei beni culturali, attraverso un percorso guidato di analisi dell'investimento che si va a realizzare. La guida, attraverso uno schema, cerca di cogliere tutte le peculiarità del contesto economico territoriale ed il livello di domanda e di offerta in ambito culturale: cioè cosa viene già offerto per iniziative simili a quella che si va a realizzare, come l'offerta viene modificata dall'intervento che si va a realizzare e che cosa si genera poi a livello di flussi reddituali.

L'Istituto per il Credito Sportivo concede, anche in ambito culturale, mutui di scopo, il cui obiettivo non è soltanto di mettere a disposizione delle somme che saranno restituite maggiorate degli interessi, ma anche di ottenere che gli interventi finanziati raggiungano lo scopo che si prefiggevano: quindi, in questo caso, che il bene oggetto di intervento sia recuperato a una funzione culturale o valorizzato garantendone una piena fruibilità e che nel corso del tempo mantenga la sostenibilità economica e finanziaria attraverso una corretta gestione.

A tal fine l'analisi viene integrata da elementi gestionali e da un elenco di servizi aggiuntivi che possono essere attivati nel contenitore culturale sul quale si va a realizzare l'intervento. Questi servizi aggiuntivi allegati alla guida sono 47 ed attraverso la guida è possibile identificare con maggiore precisione gli elementi di costo necessari per attivarli ed i flussi reddituali che generano. L'esposizione più in dettaglio della scheda è affidata alla mia collega Marisa Nicotera da pochi giorni all'interno della struttura di cui ho la responsabilità e che negli anni passati ha coordinato l'unità che si occupa dei finanziamenti ai soggetti privati.

La guida operativa è già stata testata con l'Agenzia del demanio su alcune operazioni che rientrano nel progetto Dimore illustrato precedentemente e ha fornito alcuni spunti utili per la messa a bando dei progetti di valorizzazione. Ovviamente non è applicabile soltanto a importanti operazioni di rifunzionalizzazione e di valorizzazione come quelle che avete visto illustrate prima, ma è una scheda che può essere di ausilio proprio perché, passo dopo passo, fa fare delle valutazioni attente a chiunque deve investire nel settore dei beni culturali.

²⁶ Responsabile Supporto Commerciale ICS.

²⁷ Istituto di Credito Sportivo.

Rispetto al passato, il Credito Sportivo vuole portare avanti progetti molto più ambiziosi nell'ambito degli investimenti culturali. Come anticipato dal Commissario Straordinario, il Dott. D'Alessio, sino ad oggi abbiamo fatto solo pochi mutui per la cultura e non abbiamo ancora intrapreso un'attività sistematica, rimanendo concentrati principalmente sulla nostra specializzazione in finanziamenti per l'impiantistica sportiva. Questi investimenti hanno tuttavia molte affinità con gli investimenti culturali, soprattutto se di ampia portata come i progetti che sono stati illustrati qui al convegno. Infatti, anche per l'impiantistica sportiva, oggi si fanno investimenti di una certa rilevanza. A differenza di quanto ho potuto constatare in questa sessione, mentre il mondo della cultura si sta orientando solo adesso verso il concetto di valorizzazione del proprio patrimonio attraverso il partenariato pubblico-privato, per l'impiantistica sportiva questa modalità di investimento è già diffusa da anni: si rileva infatti che, la quasi totalità delle operazioni di finanziamento sportivo, anche per ragioni di scarsa dotazione di risorse economiche da parte delle pubbliche amministrazioni, sono effettuate in collaborazione con i privati. Avendo una significativa esperienza in questo campo, ci siamo resi conto inoltre che una delle difficoltà maggiori, per impostare correttamente un finanziamento, era quella di avere un adeguato piano di fattibilità.

La "cultura" del piano di fattibilità, che è ancora poco diffusa tra gli operatori sportivi, al pari degli operatori culturali, in quanto ovviamente non rientra tra le loro competenze, è di fatto uno strumento di analisi fondamentale per poter ottenere un finanziamento bancario. Anni fa abbiamo iniziato ad acquisire i piani di fattibilità per una valutazione del merito creditizio di un investimento sportivo e abbiamo verificato che una delle criticità sta proprio nell'impostazione di un "business plan" attendibile. Col tempo abbiamo maturato l'esperienza che ci consente di fornire un servizio di assistenza agli operatori che pensiamo possa aiutare l'operatore culturale in questa operazione attraverso la messa a disposizione di un modello guida di analisi di fattibilità. Sicuramente la realizzazione di un progetto non può prescindere da uno studio di fattibilità, che si articola in una serie di informazioni attinte dal mercato e specifiche dell'intervento che si vuole effettuare, con la finalità di ottenere una serie di dati economico-finanziari che possano dare, sia a chi deve investire e sia alla banca, la possibilità di constatare che l'investimento è sostenibile.

Questo modello guida di piano di fattibilità è stato commissionato e creato di concerto con Promo PA Fondazione ed è costituito da una serie di schede, abbastanza intuitive, che danno la possibilità, per alcuni indicatori statistici, di accedere tramite un apposito link direttamente al sito web dell'Istat, posizionandosi automaticamente sul corretto valore di riferimento. Abbiamo visto, nella slide precedente, che lo studio di fattibilità si sviluppa anche attraverso l'inquadramento territoriale e socio economico dell'intervento. Quindi, si deve essere assolutamente consapevoli di cosa si vuole fare, dove si vuole operare, quale sia il bacino di utenza e poi andare ad individuare tutta una serie di fattori sociali ed economici, da quelli più classici, utilizzati per qualsiasi investimento, come ad es. gli indicatori demografici, a quelli più specifici, relativi al settore della domanda e dell'offerta culturale. Per quanto riguarda la domanda culturale ci si avvale di alcuni indicatori che evidenziano quale sia la propensione del territorio a supportare l'investimento e cioè, in termini di bacino d'utenza, se di tipo residenziale o turistico, quale sia la propensione al consumo del bene cultura oggetto di investimento che consenta di conseguire una redditività che possa garantire l'equilibrio economico-finanziario.

In aggiunta a quanto detto dalla collega volevo evidenziare che, sia a chi deve effettuare una valutazione a posteriori e sia a chi deve impostare un investimento, la guida consente di valorizzare, attraverso dei link di collegamento al sito ISTAT, una serie storica di valori es. n. di visitatori per le istituzioni e i musei statali oppure i consumi interni a quel determinato territorio per la cultura, che danno modo di verificare anche l'andamento storico dei consumi di fruizione dei beni culturali. Ciò consente di effettuare delle previsioni più attendibili e di chiarire a se stessi, prima che alla banca finanziatrice, perché ad esempio il proprio intervento generi dei livelli di fruizione o di andamento del proprio investimento che differiscano dal trend di quella zona, di quella provincia, di quella regione e quali siano i contenuti del progetto/dell'offerta che in qualche modo giustifichino quell'andamento.

La guida operativa consente, attraverso una serie di indicatori selezionati, sia di domanda e sia di offerta relativi al mercato, di porsi delle domande e dare delle risposte.

Chi deve avere accesso al credito da parte di una banca deve avere ben chiaro che non viene valutata soltanto la pura e semplice meritorietà sociale e culturale del progetto, ma anche e soprattutto, quali sono i ritorni economici di quel progetto, quindi i flussi economici e finanziari che quel progetto è in grado di generare per ripagare il debito e per sostenere l'intero investimento. Per questo motivo non si può prescindere dalla presentazione di un'analisi di fattibilità che comprovi la capacità di sostenibilità. Quindi, con l'ausilio di questi indicatori, bisogna provare a mettere in condizione chi valuta l'investimento, chi deve darti dei soldi su quel progetto, di capire quali sono i punti di forza e i punti di debolezza di quel progetto.

Come anticipato, i link si collegano al sito dell'Istat dove sono presenti appunto questi dati dai quali si può osservare quale è la tendenza del mercato in un dato momento. Attraverso le schede della guida si accede a delle tabelle in formato excel dove ci sono i dati suddivisi sia per regione sia per provincia. Per chiarezza di esposizione ho sintetizzato in un'unica pagina gli indicatori presi in esame (che nel sito Istat troviamo distribuiti in videate diverse) prendendo a campione i dati inerenti alla provincia di Lucca e relativi all'indice di domanda culturale degli istituti statali (che è uno degli indici principali della guida) e ad altri indici della domanda e dell'offerta. Tanto per fare un esempio concreto vediamo che, la provincia di Lucca, sul fronte della domanda, presenta un andamento tendenzialmente costante degli indici della domanda culturale degli istituti statali, con piccoli picchi che si registrano nel 2005 e nel 2008, affiancata da un andamento, con analoga propensione, dei visitatori. Anche sul fronte dell'offerta si osserva un trend costante di presenza degli Istituti statali. Probabilmente l'offerta già esistente è sufficiente a soddisfare la domanda compresi i picchi che si sono succeduti nel tempo. Questa situazione, meramente esemplificativa, è la situazione che ci si presenterà per ogni indice che andremo a valorizzare e sulla quale ogni volta si dovrà fare una riflessione per valutare l'opportunità o meno di fare un investimento in funzione di quello che risulterà dagli indici di mercato.

Come anticipato dal collega, la guida è stata testata con delle simulazioni su qualche caso concreto. Il più delle volte si è verificato che il progetto, per poter essere sostenibile sotto il profilo economico, trattandosi di investimenti che hanno un grosso impatto finanziario, soprattutto nei primi anni di avviamento, durante i quali si deve fronteggiare anche il consistente peso degli interessi sul debito, deve prevedere dei servizi aggiuntivi che sono

stati individuati attraverso uno studio che ha analizzato 5000 bandi pubblici nei quali questi servizi erano presenti. Di essi ne sono stati individuati 47, catalogabili tra servizi di fruizione del pubblico (merchandising, bookshop, ristorazione, parcheggi, guardaroba ecc.) che possono contribuire alla sostenibilità di un investimento culturale e che la pubblica amministrazione di solito dà in concessione al privato in quanto suscettibili di fatturazione e produttivi di risultati economici e servizi di funzionamento (es. progettazione allestimenti spazi espositivi, servizi di guardiania ecc.).

Ovviamente l'analisi di ciascuno di questi servizi, solo potenzialmente attivabili, si sviluppa, anche qui, attraverso un esame più approfondito e di dettaglio perché ognuno di questi servizi, per essere fornito e produrre reddito, mediante tariffazione verso il pubblico, comporta dei costi. Ci sono poi altri servizi che, come si diceva, solitamente non generano direttamente ricavi e nelle strutture pubbliche vengono appaltati: pensiamo a tutta la parte relativa alla sicurezza, alla manutenzione, alla progettazione di servizi e cioè a tutta una serie di servizi che può essere più vantaggioso, in termini di convenienza economica e di efficienza, affidare a terzi. L'analisi dei 47 servizi aggiuntivi servirà all'investitore per arrivare in maniera più precisa al piano economico finanziario da cui si tireranno fuori i risultati veri di sostenibilità economica. L'analisi di ogni singolo servizio aiuta a capire quali di questi va attivato, tenendo conto della specificità del mercato, della domanda, dell'offerta e del contesto culturale di riferimento, tenendo conto dei costi incrementali per ogni servizio che viene aggiunto oppure delle sinergie che si possono sviluppare uno con l'altro. Le serie storiche di questo insieme di servizi, scomposti e analizzati anche in rapporto agli altri, che abbiamo visto prima a mero titolo esemplificativo, aiuteranno a capire quali sono le risultanze economiche e finanziarie dell'investimento rispetto al debito che deve essere assunto e quindi la capacità di poter rimborsare il debito e di avere un margine che consenta di sostenere l'investimento fatto, se c'è la redditività che può spingere il privato a fare quell'investimento. Come detto prima dal Dott. Patruno se non c'è, anche senza grandi intenti speculativi, un ritorno di utilità per l'investitore, l'investimento non si fa, il bene non viene valorizzato e resta improduttivo. Anzi, resta come costo a carico dell'amministrazione pubblica e di fatto la collettività viene privata di un servizio che si potrebbe aggiungere.

Riprendendo in esame la guida al piano di fattibilità è prevista una scheda nella quale, per ogni servizio, vanno inseriti elementi sia di carattere economico sia di natura giuridica, classificati in una legenda a supporto, che guidano l'operatore nella verifica se questi servizi hanno una loro redditività o meno e quindi possono essere a sostegno o meno dell'investimento globale. Ovviamente tutto il lavoro di analisi è propedeutico e si conclude con lo sviluppo del classico piano economico finanziario (PEF). Nell'esempio riportato nella guida, con numeri ipotetici, vediamo che il PEF deve dare un risultato positivo. L'investimento generalmente deve raggiungere, almeno dall'anno in cui entra a regime, l'equilibrio economico.

È stato riscontrato, anche per esperienza maturata per l'impiantistica sportiva, che sono molto importanti le tempistiche di realizzazione dell'investimento. Il gantt di cantiere dell'investimento deve essere molto preciso e puntuale, perché ogni ritardo genera un costo aggiuntivo che va ad incidere sul flusso di cassa. Di norma, come anche comprovato dal test effettuato su di un ipotetico investimento culturale, un buon investimento, per essere considerato tale, deve avere una durata di tempi di realizzazione più contenuta possibile (mediamente non superiore a tre anni) ed un'entrata a regime non oltre il terzo

anno dall'inizio dell'avviamento. I flussi di cassa devono tenere conto, oltre che dei ricavi e costi di gestione, anche di tutta un'altra serie di costi che normalmente sono sottovalutati. Tra questi troviamo i costi di manutenzione delle strutture, che incidono in misura crescente nel tempo, e l'impatto fiscale, come già evidenziato negli interventi precedenti, che può incidere significativamente sulla sostenibilità e sull'equilibrio economico. In conclusione si deve pervenire ad un risultato di flussi positivi ed un rendimento (valore attuale netto ovvero VAN) positivo.

L'esposizione si chiude qua. Sulla scorta della nostra esperienza in ambito sportivo abbiamo pensato, dovendo approcciare il settore culturale, di provare a mettere in campo una guida che aiutasse chi deve valutare una richiesta di finanziamento e favorisse altresì l'autoanalisi dell'investitore. Molto spesso infatti abbiamo verificato che, anche business plan realizzati attraverso l'aiuto ben retribuito di professionisti, presentano dei presupposti e delle assunzioni molto poco veritiere.

Questo lavoro, che adesso avete visto così illustrato con delle slides, sarà ovviamente messo a disposizione di tutti quelli che vorranno valutare il proprio progetto ai fini dell'investimento e siamo disponibili, in relazione a degli investimenti che dovranno essere attivati, auspicabilmente attraverso il Credito Sportivo, a mettere in campo la nostra professionalità e le conoscenze acquisite. Vi ringraziamo per l'attenzione.

2. TURISMO, SFIDA DECISIVA. LA SENTIMENT ANALYSIS PER SERVIZI SEMPRE PIÙ COMPETITIVI

Intervento introduttivo, di *Carlo Flamment*²⁸

Grazie. Oggi è già il terzo intervento che faccio, quindi vorrei evitare di ripetermi, ma probabilmente c'è un filo conduttore fra tra i vari temi. L'esigenza essenziale è riuscire a capire perché noi abbiamo perso una fetta consistente negli ultimi vent'anni di quell'attrattività paese che invece rimane nei desideri e nelle teste della gente che, in tutto il mondo, se deve scegliere dove andare a fare un viaggio, sceglie di venire in Italia. Ho seguito il Giubileo per Roma, all'interno della prima Giunta Rutelli, e non è un caso forse che in quella fase, a metà degli anni Novanta, l'Italia tornò ad essere la prima in Europa come attrattività. Da allora abbiamo avuto un calo continuo e, come dicevo nell'ultimo intervento stamattina, tra le nuove forme di turismo emergente abbiamo la Cina che, da sola, incrementa del 20-30% l'anno il proprio volume di spesa all'estero. È arrivata a 100 miliardi di dollari (75 miliardi di euro), con un aumento del trenta per cento. La Russia aumenta altrettanto come percentuale (20%). Abbiamo nuove forme di turismo che non riusciamo a intercettare, così come non riusciamo ad intercettare neanche il turismo giovanile, quello che decide via internet come muoversi. E anche sulle famiglie e sugli anziani abbiamo delle difficoltà.

In conclusione, abbiamo grandi potenzialità ma non si traducono in scelte da parte della popolazione mondiale. I ragazzi sono indispensabili, i giovani ci servono molto, perché è importante dialogare nei social network, con dei portali che sappiano proporre dei percorsi integrati, che sappiano capire, attrarre, sapendo che quello che andiamo a vendere, il prodotto Italia, è un prodotto di grandissimo valore, non solo come storia culturale, indubbiamente al primo posto nel mondo, ma come stile di vita, come stile di alimentazione, come prodotto enogastronomico, come clima, quindi come turismo anche balneare. Quindi abbiamo sicuramente la possibilità di recuperare e di creare sviluppo. Come farlo. Dobbiamo imparare ad utilizzare le nuove tecnologie nel modo più giusto possibile. Ora è chiaro che la ricerca semantica, di cui vi parleranno fra breve sia il dirigente del Formez che quello di Promo PA e di Jeenius, la società di che ha seguito la ricerca, è un primo passo. Poi degli approfondimenti vanno fatti mirati; siamo in grado di esaminare milioni di messaggi, da cui tirare fuori poi quelli che ci possono dare indicazioni vere, per farle diventare indicazioni di politiche, di scelte e riportarle quindi alle autorità regionali, in quanto il turismo è competenza regionale, nazionali, perché serve un coordinamento nazionale. E dobbiamo fare in modo che questo sempre più ci sia, perché non possiamo reggere la sfida con le altre nazioni lasciando le regioni da sole a vendere i propri prodotti. E per far questo occorre un cambio di mentalità, servono forze nuove - probabilmente l'Italia fa dieci vent'anni avrà nel settore del turismo, della cultura un numero di occupati di gran lunga superiore a quello attuale. Sono dunque nuove professioni che vanno però adeguate alle nuove esigenze; nuove professioni che si creano, nuove opportunità di lavoro. Possibilità di sviluppo sicuramente il paese ce ne ha molte,

²⁸ Presidente Formez PA.

perché si ricolloca anche geograficamente al centro degli interessi mondiali. L'Europa vedeva l'Italia un po' ai margini; un'Europa in cui il centro era l'asse francotedesco, centro della finanza, dell'economia. Oggi sempre più il centro diventa il Mediterraneo, si ritorna come nella storia è sempre stato. Non è un caso se le nuove tecnologie, ossia i cavi che trasportano i dati dall'America verso l'Oriente, si incrociano in Sicilia. Il centro dello sviluppo ritorna così ad essere il Mediterraneo e l'Italia con la sua posizione diventa fondamentale per la stessa Europa. Il nostro Mezzogiorno, il nostro Sud, che è quello che più soffre, sicuramente più di una regione come la Toscana che invece è un po' all'avanguardia in questo settore. Soffre l'arretratezza dell'adeguarsi del nostro sistema.

Riuscire allora a capire questo, entrare nei messaggi, nella mentalità dei nativi digitali è sicuramente una sfida verso cui il Governo, la classe dirigente del Paese deve spingere. Decisori politici, imprenditori del settore, per esempio del turismo dei beni culturali o comunque persone che lavorano in quel settore, sicuramente daranno un aiuto. I sistemi vanno affinati; abbiamo cominciato con queste ricerche, di cui oggi vi verranno mostrati alcuni risultati, ma intendiamo presentare sia al Ministero dei Beni Culturali, alla Conferenza delle Regioni, ai vari assessori la possibilità di continuarle in modo organico, per riuscire a capire quali sono stati i motivi dei nostri ritardi e dei problemi che abbiamo avuto.

Un'altra cosa fondamentale la lingua. L'Italia, nella sfida della globalizzazione, paga un prezzo alto per il fatto di non avere una lingua internazionale. La nostra non è una lingua che parlano centinaia di milioni di persone all'estero come l'inglese, il francese, il portoghese, lo spagnolo. Questa va compensata con una più profonda conoscenza delle lingue, con lo studio delle lingue e con la capacità di dare ai nostri portali, in tutti gli strumenti informatici e telematici il massimo delle informazioni, nelle lingue anche dei Paesi emergenti. E questa è un'altra sfida culturale a cui l'Italia forse arriva un po' in ritardo, ma che può recuperare.

Adesso credo che sia interessante sapere quelle che sono indicazioni di massima o strumenti che ancora non sono affinati, ma che sicuramente fanno capire che quella strada può essere di grande utilità per chi poi deve prendere le decisioni. Ringrazio naturalmente anche gli amministratori che sono qui presenti. Ringrazio il rappresentante della Georgia, dove abbiamo lavorato bene insieme ai Beni Culturali, al Formez per aiutare un paese così strategicamente importante a valorizzare il suo patrimonio culturale.

Quindi grazie a tutti voi per l'attenzione, lascio i lavori e auguro al LuBeC di continuare così in questi tre giorni. Mi sembra che la partenza di stamattina sia stata buona.

PRESENTAZIONE DELLA RICERCA *La sentiment analysis applicata alle città d'arte*

Intervento Introduttivo, di *Alberto Truffi*²⁹

Buongiorno a tutti. Abbiamo seguito questa ricerca, questa promettente sperimentazione grazie a un a uno dei servizi che seguiamo come Formez, un centro di il contatto e di supporto per il turismo, dove erano appunto presenti sia le competenze sull'analisi, sia la competenza sulle lingue naturalmente.

Vado subito sul tema che era stato anticipato con due parole chiave. La prima è monitoraggio, la seconda ve dico dopo. Il monitoraggio è fondamentale nella gestione di qualsiasi fenomeno, in quanto monitorare vuol dire leggere, nello specifico, come sta procedendo fenomeno del turismo, individuare eventuali criticità per tempo, pianificare in modo opportuno le decisioni. Naturalmente, non è che mancano osservatori e centri di centri di ricerca che raccolgono dati sul turismo, che è probabilmente la più importante industria mondiale. Nel caso particolare dell'Italia c'è una struttura specifica che si chiama Osservatorio Nazionale del Turismo che, con periodicità di solito annuale, pubblica tutti i dati sul turismo, sulle presenze, sul numero di pernottamenti, cose che per gli addetti ai lavori sono interessanti, ma per tutti gli altri sono piuttosto noiose.

Ciò che in qualsiasi settore è altrettanto importante è sapere qual è il livello di soddisfazione, la cosiddetta *customer satisfaction*, sull'andamento del fenomeno. Facendo un esempio noto a tutti, un gestore telefonico può misurare quante schede Sim ha venduto, quanti minuti di conversazione ecc. Periodicamente però va anche a monitorare, con delle analisi di *customer satisfaction*, il gradimento del servizio, sia dell'assistenza sia della qualità della risposta e così via. Ecco, per quanto riguarda il turismo, il secondo elemento, la seconda parola chiave da seguire è la *customer satisfaction* che in italiano può essere declinata con la parola accoglienza, che è o, comunque, dovrebbe essere uno degli elementi chiave del successo del turismo in Italia. Non abbiamo soltanto un nome in quanto destinazione che ha luoghi importanti, che una persona nella vita dovrebbe vedere (tipo il Colosseo, Venezia, Firenze, la cupola del Brunelleschi e così via), ma anche in quanto l'Italia, nel resto del mondo, viene vista come un Paese dove si vive bene, dove le persone sono accoglienti ecc. Questo è un elemento fondamentale poiché, in un turismo internazionale sempre più competitivo, ciò che farà la differenza sarà la possibilità di creare un turismo ricorrente, vale a dire persone che ritornano volentieri nel paese e che ci ritornano a più riprese. E che, essendosi trovate bene, non vanno a vedere soltanto questi luoghi tipici ma si spingono oltre. Quindi è importante misurare, attraverso l'analisi di *customer satisfaction*, se veramente questa accoglienza è ancora una caratteristica dell'Italia oppure, come alcuni episodi o notizie riportate dalla stampa farebbero pensare, è una caratteristica che stiamo perdendo.

Tuttavia, mentre per esempio per un gestore telefonico fare un'indagine di *customer satisfaction*, secondo le tecniche dei sondaggisti, è piuttosto semplice (con 1500 interviste

²⁹ Responsabile Servizi al cittadino e Linea Amica Formez PA

telefoniche e la selezione di un campione opportuno) si può rilevare il sentimento di un intero paese), per il turismo le cose sono assai più complesse (in Italia passano tra i 50 e i 60 milioni di turisti all'anno, presenti in certi casi solo per pochi giorni). È quindi difficile monitorare un insieme così vasto.

Tuttavia abbiamo interessanti opportunità nella tecnologia: il Web semantico, di cui parleranno altre persone più nel dettaglio. In breve, vuol dire riconoscere in una in una frase non soltanto le parole in quanto tali, ma anche il significato delle stesse e mettere in relazione una parola con le parole vicine, individuare il senso di una frase. Per esempio, banalmente, se la frase aveva un *sentiment* positivo o negativo, cosa che, come potete immaginare, non è facilissima (per esempio, può essere positivo ma in senso ironico). Pertanto il lavoro che deve fare un computer, per analizzare il *sentiment* di una frase, è analizzare il suo vero significato semantico. Non è particolarmente semplice però ci si studia da anni, è un obiettivo di grande importanza non solo per il turismo.

Per esempio, a Tripadvisor, fenomeno che ha preso piede negli ultimi due-tre anni, è uno dei tanti social media che, spontaneamente, senza che ci guadagnino nulla, migliaia di persone esprimono i loro giudizi pensieri, i loro *sentiment* sul loro viaggio. E questo è un modo per raccogliere informazioni su come le persone sono soddisfatte o non soddisfatte della propria visita nel paese.

Se riusciamo a fare qualcosa del genere abbiamo un elemento di monitoraggio particolarmente potente, sia per i monitoraggi istantanei e, quindi, per intervenire subito oppure per misurare il cosiddetto trend, ossia verificare se questo è migliorato oppure no dopo una serie di interventi.

Per mettere alla prova questo sistema, abbiamo provato ad analizzare su alcune destinazioni (Roma, Napoli, Costiera Amalfitana, Lecce), ossia destinazioni che sono interessate al turismo anche in una logica di rilancio e di ripresa. Su queste abbiamo fatto un'analisi approfondita sia sulla sull'insieme delle conversazioni del cosiddetto 'parlato', cioè di quello che le persone di varie nazionalità spontaneamente lasciavano su vari social media, sia attraverso indagini mirate. Abbiamo quindi provato entrambi questi tipi di analisi.

I social media analizzati sono Twitter, Tripadvisor, il Forum di Lonely Planet e in parte Facebook. Non tutti sono uguali, non tutti hanno le stesse caratteristiche, è un settore in continua evoluzione. In ogni caso, abbiamo verificato che il più promettente tra questi media, quello che ci dà più possibilità di ascolto è Twitter e, quindi, gran parte dell'analisi è stata fatta su questo social media dove, come sapete, in questo momento c'è una grandissima quantità di parlato. E, in questo caso, la quantità fa la qualità: se ascolto milioni di conversazioni posso in qualche modo diminuire l'errore statistico, in quanto gli errori si possono pareggiare, cosa che non accade su piccoli numeri. Stiamo parlando quindi di un grande numero di *sentiment* analizzati su un grande numero di commenti rilevati e di dieci città oggetto di analisi.

L'altro tipo di analisi che abbiamo fatto è stata invece mirata. Tornando un attimo indietro, l'analisi che abbiamo fatto sul parlato sui social media poteva estendersi all'italiano e all'inglese; l'inglese dà già qualche cosa in più perché, per esempio, sapete che Tripadvisor traduce nella lingua nazionale o al limite in inglese il *sentiment* di altri.

Sulle lingue che invece utilizzano altri alfabeti, in particolare il cinese e il russo, che sono quelli che ci interessano di più, la situazione su Internet è piuttosto diversa. In Cina, per

esempio, non utilizzano neanche Google ma un altro motore di ricerca. Lo stesso fanno i russi. Pertanto andando a leggere Facebook, Twitter o Tripadvisor in questi paesi probabilmente non troveremmo le informazioni che ci interessano. La ricerca che abbiamo è stata quindi anche una ricerca di mediazione culturale, in quanto è andata a cercare i social media specifici di questi paesi. E così abbiamo scoperto che, per esempio, in Russia amano molto l'Italia: ci sono diversi siti, blog e social media specializzati sull'Italia. E sono venute fuori informazioni interessanti, perché da Twitter traiamo informazioni macro (a meno che non si vada proprio a fare una sorta di carotaggio con alcune parole chiave specifiche), mentre qui abbiamo proprio indicazioni di monitoraggio (per esempio, abbiamo scoperto che nelle guide russe non veniva citata Villa Borghese e i russi si stupivano).

In conclusione, i volumi sono estremamente elevati grazie a questa abitudine social, grazie anche lo sviluppo degli smartphone, che ormai quasi ogni turista ha dietro (se non si porta addirittura un tablet), consente istantaneamente di fare una foto, metterla su Instagram, mettere il commento e così via. Quindi è un volume sempre in crescita di parlato, che naturalmente è incomparabilmente superiore a qualsiasi possibilità di analisi che possiamo fare con un sondaggio anche esteso e costoso. È fondamentale la ricerca sulle parole chiave che devono essere ben individuate, in quanto vanno trovate le conversazioni che sono interessanti per noi. In effetti la maggior parte delle conversazioni non erano utilizzabili, non si riusciva a trovare il cosiddetto *sentiment* in quanto risultavano neutrali. C'è sicuramente una tendenza alla positività (chi ha speso per fare, se non è un incontestabile cronico, di solito dice che era bello), mentre l'aspetto della negatività è più legato al fatto che il ristorante costava troppo o ha fatto aspettare troppo.

Naturalmente sui luoghi c'è meno parlato. Tripadvisor, per esempio, nasce come valutazione dei ristoranti e degli alberghi; adesso sta cercando di mettere dentro anche le valutazioni dei luoghi, ma sono ancora una minoranza. L'ambiente social sicuramente più importante in Italia, cioè Facebook (si parla di 24 milioni di persone mediamente al giorno collegate a Facebook), dove però ci sono le barriere della privacy, per cui spesso ciò che uno scrive lì viene visto solo dagli 'amici'. Tenuto conto, in ogni caso, dell'estrema dinamicità del mondo dei social, posso dire che, in questo momento, Twitter prevale sugli altri.

Quindi si possono dare informazioni interessanti a tutti i cosiddetti stakeholders, a tutti gli ambiti che governano il turismo. Per noi è molto importante sapere, da chi viaggia in Italia, cosa ricava dal viaggio e quanto è pronto ad essere uno sponsor dell'Italia quando torna nel proprio paese. Pertanto avere l'opportunità di un grande numero di *feedback*, di opinioni sul nostro paese e poterlo ascoltare è particolarmente importante.

La sentiment Analysis sulle città d'arte: focus metodologico, di Annalisa Giachi³⁰

Mi ricollego a quello che diceva il dottor Truffi per darvi qualche risultato con un po' più di dettaglio della ricerca che abbiamo fatto. Non sto a ripetere gli obiettivi di questo tipo di metodologia che, come ha detto il dottor Truffi, stiamo testando, sperimentando e che, quindi, ha anche dei margini di miglioramento.

La ricerca che abbiamo fatto interessa sei città: Amalfi, Lecce, Lucca, Napoli, Palermo e Roma. Ha riguardato le fonti di cui dicevamo prima: Tripadvisor e Twitter, come fonti principali, ma anche Lonely Planet e molto limitatamente Facebook (che avendo una mole di informazioni che non sono pubbliche presenta degli spazi di indagine molto più limitati). I risultati che vi rappresentiamo oggi riguardano le due lingue su cui abbiamo per adesso concentrato l'analisi, cioè l'italiano e l'inglese. L'indagine è stata svolta in due trimestri consecutivi, in un periodo temporale che va dal dicembre 2012 al maggio 2013. Quindi vi daremo in alcuni casi dei risultati complessivi perché tra un trimestre e l'altro non abbiamo visto cambiamenti rilevanti, mentre in altri casi vi faremo vedere come può cambiare il risultato a seconda del momento in cui il turista esprime giudizio. I volumi, come abbiamo visto, sono molto alti perché abbiamo circa 3 milioni di post, 6 milioni di commenti, dunque siamo dinanzi ad uno strumento che, almeno a livello quantitativo, è veramente molto potente.

La ricerca può essere fatta sia a livello di *brand*, cioè cercando di capire qual è la percezione e la valutazione del territorio in quanto tale, quindi andando a vedere il *brand* territorio oppure può essere fatta per tematismo, andando invece ad approfondire alcuni aspetti specifici, il tema dei servizi e trasporti, arte cultura, *food and drink*, ossia il tema della ristorazione, tempo libero, moda e shopping (vedere cosa comprano i turisti, in quali negozi vanno), eventi e sport, la vita notturna, i prezzi, clima ed ambiente. È pertanto un'analisi che ci consente di capire quella che è la percezione del territorio in quanto tale, ma anche la percezione singola legata al tematismo.

Dai volumi complessivi si vede che Twitter è la fonte assolutamente principale di commento; il 55% dei commenti sono in inglese, il 45% invece sono in italiano. Questa ripartizione è molto importante perché, a seconda della lingua che analizziamo, i giudizi a volte sono anche molto diversi. È quindi un'analisi del target molto più potente di quella consentita dagli strumenti tradizionali, perché ci consente di vedere come le caratteristiche, le peculiarità della cultura influenzano un determinato giudizio.

Questa è la cosiddetta *Sentiment Clouds*. Cosa ci dice? La grandezza dei termini ci dice il volume del parlato cioè ci dice quante persone effettivamente si sono espresse su quella determinata località; il colore ci dà il *sentiment*, cioè ci dà il giudizio. Il cerchio grande è il valore del *brand*, mentre i cerchi piccoli sono i vari *item* collegati al *brand*. Roma ha ovviamente il peso più grosso (nel periodo preso in esame abbiamo raccolto quasi 2 milioni e mezzo di post e 5 milioni di commenti) seguita da Napoli. I commenti su Roma sono tendenzialmente positivi (79%) e la positività riguarda il *brand* in quanto tale, ma anche concetti come viaggio, concerti, weekend, cibo. Aspetti critici, il clima, su cui ovviamente non si può intervenire, traffico, rumori. Se noi dovessimo invece prendere dei

³⁰ Responsabile Ricerche Promo PA. Fondazione.

tematismi specifici, sul tema dell'arte e della cultura i giudizi sono molto presenti ed improntati ad un livello alto di soddisfazione. Su Roma è interessante vedere la differenza fra il parlato in inglese e il parlato in italiano; nel secondo le parole negative sono molto più numerose rispetto al secondo. Questo significa che gli italiani sono molto più critici, cioè tendono a percepire le problematiche della città in maniera molto più forte, più evidente rispetto invece agli inglesi (il turista straniero è in vacanza e quindi digerisce meglio i problemi legati al traffico, alla cattiva organizzazione del trasporto). In ogni caso, la negatività va interpretata, cercando di distinguere i commenti che lasciano il tempo che trovano da quelli che, invece, richiedono un intervento.

Per quanto riguarda Lucca, i commenti raccolti ovviamente sono in numero molto più contenuto. È da notare come la maggior parte dei post si concentri nel primo trimestre e sarebbe interessante capirne il motivo. Il *sentiment* è positivo anche qui per concetti quali persone, cibo, vino, ristoranti, artisti. Giudizi negativi ancora una volta su clima, prezzi, musei, scarsità dell'offerta (e, in una città così ricca di offerta culturale come Lucca, questa è un'indicazione importante).

Concludo concordando con quanto detto dal dottor Truffi. L'Italia è sicuramente percepita come il paese caratterizzato da grandi bellezze naturali e artistico-architettoniche. I canali social confermano e amplificano questo immaginario collettivo. Tuttavia, come sappiamo, l'Italia sta perdendo posizioni forse anche perché poco attiva, poco presente su questi canali e, quando è presente, lo è in maniera statica, nel senso che non interviene attivamente nel modificare quei giudizi nel momento stesso in cui si formano. La sfida che abbiamo davanti è dunque quella di accompagnare questo immaginario assolutamente positivo con un'offerta adeguata di servizi e di infrastrutture. Occorre dunque offrire i servizi di grande qualità anche attraverso lo strumento Web, creando così uno strumento, un canale di dialogo efficace e affidabile. Le opportunità che dà la *Sentiment Analysis* sono quelle di accedere ad una grandissima quantità di informazione e di elaborarle in maniera intelligente e sofisticata. L'elaborazione diretta è una componente importante: queste quantità di dati possono dirci tante cose, ma possono anche non dirci niente, quindi bisogna lavorarci sopra e accompagnarle a delle politiche mirate. Occorre poi individuare anche quelli che sono i cosiddetti *influence*, cioè quelli che nella rete determinano i giudizi, e questo ci consente poi di capire come muoversi e dove andare ad intervenire. Di conseguenza, avere una presenza Web più forte, sta diventando ormai una priorità un po' per tutte le nostre amministrazioni che vogliono fare un marketing turistico di nuova generazione e, quindi, da un lato, migliorare la propria reputazione, dall'altro, agire sul giudizio nel momento in cui questo si forma. La *Sentiment Analysis* può essere sicuramente un primo passo per poter andare in questa direzione.

Grazie.

Strumenti e tecniche a supporto dell'analisi realizzata, di Alessandro Poli³¹

Buongiorno a tutti. Sono qui per presentarvi lo strumento che è stato utilizzato per estrarre i dati richiesti.

³¹ Jeenuin.

La nostra *mission* è fornire un servizio di *web intelligence* che sia semantico, e non sintattico, ossia che vada ad indagare il concetto e non la parola chiave che viene individuata nella ricerca su Twitter, sui social network. Ovviamente la sfida è quella di essere i più accurati possibili e l'accuratezza dipende anche dal lavoro di customizzazione e dallo sforzo che si impiega nel configurare lo strumento. È critico essere efficienti in quanto i dati sui social media sono in grande quantità ed è necessario essere in grado di estrarre non solo le quantità di dati, ma anche il *sentiment*, ovvero se le persone parlano bene o male di un determinato concetto.

Cerchiamo di capire cosa significa semantico. Il nostro motore semantico ha queste capacità, la disambiguazione, cioè dovremmo essere capaci di capire se una parola, che ha più significati, si riferisce a uno o ad un altro significato. Per esempio, se troviamo *Milan* dobbiamo capire se si parla di una squadra di calcio o di una città (il turista inglese scrive Milan, non scrive Milano). Quindi è critico analizzare la frase, vedere qual è il soggetto, qual è il verbo come è strutturata la frase, analizzare il contesto all'interno del quale è inserita la frase. Questo è possibile solo se lo strumento è semantico, se fosse sintattico per noi la parola *Milan* sarebbe semplicemente *Milan* e non saremo in grado di trovarne l'effettiva accezione.

Fatto ciò abbiamo anche la possibilità di categorizzare il messaggio, cioè capire qual è l'argomento (se il nostro turista sta parlando di cibo, di trasporti, della vita notturna oppure della cultura). Abbiamo quindi la possibilità di identificare dei *brand driver*, che ci consentono di suddividere il parlato, i post individuati su Twitter, in più categorie. Inoltre fondamentale è la Sentiment Analysis: dobbiamo capire se rispetto ad un *brand* (in questo caso una città o un aspetto peculiare città) se ne sta parlando positivamente o negativamente.

Siamo riusciti a creare un motore semantico molto efficiente, molto accurato in cui, a differenza dei motori sintattici, è necessario un pesante intervento umano nella fase di identificazione dei requisiti e nel modellizzare il dominio. Fatto una volta questo sforzo, successivamente l'analisi è invece automatizzata e non richiede più alcun intervento umano.

Oltre ai volumi analizziamo il *sentiment* perché abbiamo visto che, per anticipare il futuro, per capire qual è il trend, è necessario anche osservare l'opinione che si fanno le persone prima di prendere una decisione. Andiamo a vedere le opinioni su Twitter e noi pensiamo che queste opinioni siano un'anticipazione di un effetto che poi si produce sul business, in questo caso sull'affluenza di turisti in una città. Quindi per noi il *sentiment* è fondamentale per anticipare gli eventi futuri, per esempio le decisioni di acquisto dei clienti, le decisioni relativamente ad una vacanza.

Il nostro motore semantico viene utilizzato anche per fare previsioni di vendita oppure prevenzione del rischio sulle imprese, a partire da notizie che sono presenti sul Web. Abbiamo anche fatto l'esperimento di predizione del mercato azionario.

Un altro servizio che offriamo e che usa questo motore semantico - e che potrebbe anche essere applicato al turismo - è estrarre notizie dai siti di quotidiani o da siti locali al fine di identificare problemi o eventi che hanno un impatto sul business di piccole e medie imprese.

TESTIMONIANZE Approfondimenti a valle dell'indagine sulle città d'arte

Intervento di Daniele Milano³²

Buonasera a tutti. Premetto che non ho preparato un intervento ma sono venuto a Lucca per ascoltare, per fare delle domande anche a chi ha lavorato sulla ricerca.

Fino a qualche anno fa, prima di fare l'assessore, facevo l'animatore turistico e lavoravo in una struttura alberghiera. Per analizzare la soddisfazione dei clienti c'era una scheda a fine settimana, in cui il turista diceva se era stato bene, se l'animatore era stato simpatico, se la reception aveva fatto un buon servizio. Ecco, essere passati in dieci anni da quel tipo di analisi ad un'analisi praticamente istantanea è sicuramente un bel salto in avanti. Ci sono però delle domande che rivolgo a tutti coloro che hanno eseguito la ricerca anche con l'obiettivo di raffinare lo strumento. Mentre capisco bene le lamentele riguardanti il periodo di bassa stagione (mancanza di vita notturna, chiusura di molti ristoranti...), per quanto riguarda invece il target della località sono rimasto perplesso sulla definizione. Spesso si tende a considerare Amalfi come una località molto più ampia (comprendente anche Sorrento, Ischia, Capri...). Un'altra domanda interessante potrebbe essere quella legata alla peso dei commenti correlata all'autore, alla provenienza dell'autore, ossia, essendo questo uno strumento che ci serve soprattutto per analizzare i trend dei turisti, bisogna distinguere i commenti dei turisti, che tendono a lasciare a casa i problemi, da quelli dei residenti che invece tendono a considerare tutta una serie di problemi che probabilmente il turista non nota. Sono quindi terrorizzato che nei commenti negativi ci possano essere quelli dei residenti. Le esigenze del turista sono estremamente diverse, se non opposte, a quelle dei residenti.

La questione che a questo punto mi pongo è come questi dati possano essere utili per una pubblica amministrazione, come si possano tradurre in politiche per il turismo. Noi stiamo progettando il nuovo portale accessibile, multilingue, stiamo facendo il restyling dello stemma del Comune collegato all'immagine coordinata e, soprattutto, a breve lanceremo la più grande area wifi Costiera Amalfitana. Occorre quindi interrogarsi sui possibili limiti di uno strumento per poterlo perfezionare, capire come questi strumenti possono effettivamente servire per delle politiche di sviluppo turistico.

Intervento di Vladimyr Martelli³³

Dalla ricerca che come abbiamo visto riguarda la sentiment analysis applicata al Turismo ed in particolare ad alcune città d'arte italiane, emerge che, ad esempio, per Roma è il tag "Truffe" ad aver ricevuto in media la valutazione reputazionale più bassa (1,49), mentre spiccano per "sentiment" positivo le categorie "Musei e Monumenti" (4,64), in linea con i risultati di Napoli, "Cultura e spettacolo" (3,94) e, a seguire "Trasporti" e "Aspetto Urbano", per un "sentiment generale" che raggiunge il 4,39. In particolare, i dati relativi a

³² Assessore alla Cultura di Amalfi

³³ Responsabile Ufficio Promozione del Territorio, Provincia di Roma

Trasporti, Ristorazione, Shopping, Cultura vengono confermati dai dati rilevati tramite ricerca automatizzata. Su quasi 7 milioni di commenti, 5 milioni e 200 mila riguardano Roma, di cui il 79% positivi ed il 21 % negativi, al netto dei neutri. Gli aspetti negativi riguardano il clima, il traffico, le automobili e i rumori

Nel report, per i turisti di lingua inglese, un problema trasversale sentito è il traffico nelle maggiori città (Roma e Napoli) ed i trasporti, con l'accezione positiva legata però alla capillarità degli stessi.

La progressiva diffusione dei social network sia generalisti (quali Twitter, Facebook o la recente piattaforma messa a punto da Google) che specializzati (Linkedin), ha reso disponibili una massiccia e inedita quantità di dati sulle preferenze sulle opinioni degli utenti.

Questi dati, disponibili in tempo reale, possono essere sia di carattere orizzontale, quindi di caratterizzazione territoriale, sia verticale (in termini anagrafici, culturali, professionali, ecc.).

Tutto ciò sta portando a quello che viene definito ormai il **Web 3.0** al quale corrispondono significati diversi volti a descrivere l'evoluzione dell'utilizzo del Web, ovvero trasformarlo in un sterminato database, accessibile a tutti anche da parte di molteplici applicazioni, grazie ormai alla mole di informazioni open data. Siamo alla presenza di un ambiente dove i documenti pubblicati (pagine HTML, ecc.) sono associati ad informazioni e dati che ne specificano il contesto semantico in un formato adatto all'interrogazione e l'interpretazione (es. tramite motori di ricerca) e, più in generale, all'elaborazione automatica.

In estrema sintesi, negli ultimi anni si è avuta la seguente evoluzione del web:

- **WEB 1.0:** collegamenti ipertestuali (link) tra contenuti diversi. Il web connette l'informazione.
- **WEB 2.0:** partecipazione degli utenti. Il web connette le persone.
- **WEB 3.0:** trasparenza dei dati e loro riutilizzo per fini diversi. Il web connette i saperi.

Senza ripetere quello che è ormai risulta essere una conoscenza condivisa e che è già stato spiegato con precisione, la **Sentiment Analysis** (o Opinion Mining) è cosa ben diversa dal Performance Web Marketing, ovvero la sinergia tra il marketing on line, gli strumenti e le metodologie il cui fine è esclusivamente quello di modificare le strategie commerciali, di comunicazione o di erogazione dei servizi. La sentiment analysis va, però, veicolata e studiata, soprattutto nel settore turistico, confrontando i dati concernenti i flussi turistici con i report prodotti dalla stessa sentiment analysis.

Se faccio uno studio che evidenzia le provenienze dei turisti poi posso andare a vedere i social network di riferimento ed i sentiment, le opinioni espresse nella varie lingue di appartenenza. E qui ovviamente si pone il problema delle barriere linguistiche e culturali, in particolare per le lingue con alfabeto non latino.

Ad esempio andiamo a vedere alcuni dati sull'affluenza turistica a Roma e in Provincia nei primi 5 mesi del 2013, in particolare per quanto concerne l'accoglienza alberghiera.

Situazione Roma Città

Top Provenienze - Provincia: Roma (Comune)	
Scarica in Excel	
Top Provenienze Italiane	
Milano	173.314
Roma	136.028
Napoli	98.899
Bari	64.034
Torino	62.179
Firenze	37.602
Palermo	34.587
Bologna	34.256
Salerno	33.281
Cosenza	30.506
704.686	
Top Provenienze Straniere	
Stati Uniti d'America	703.471
Regno Unito	284.053
Francia	276.100
Germania	259.548
Russia	243.549
Giappone	239.926
Spagna	211.059
Cina	203.052
Brasile	142.647
Australia	135.065
2.698.470	

Situazione in Provincia di Roma

Top Provenienze - Provincia: Roma (Provincia)	
Scarica in Excel	
Top Provenienze Italiane	
Roma	84.184
Napoli	56.857
Milano	19.762
Bari	13.521
Salerno	12.409
Caserta	10.195
Torino	8.295
Firenze	7.958
Catania	6.712
Palermo	6.494
226.387	
Top Provenienze Straniere	
Cina	142.769
Stati Uniti d'America	98.114
Francia	30.808
Corea del Sud	26.265
Regno Unito	22.709
Polonia	21.555
Canada	19.364
Germania	18.953
Russia	14.180
Spagna	12.641
407.358	

Il turismo a Roma nel 2012 è cresciuto sia in termini di arrivi e presenze che di indotto economico. I turisti provenienti da Paesi dell'Unione europea sono quelli che si fermano più giorni (tre notti), su una permanenza media di 2,5 notti.

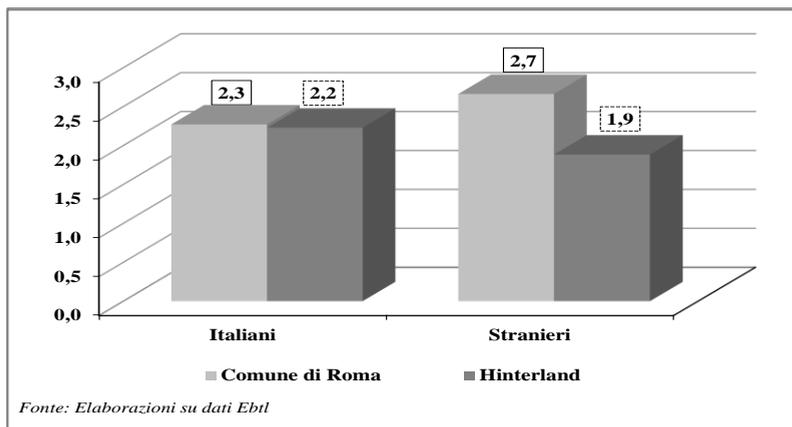
Quanto alla spesa dei turisti, dei 7,3 miliardi il 26,5% è rappresentato dalla spesa alberghiera, il 17,2% da ristoranti e bar e il 20,2% dallo shopping di abbigliamento. Si rileva poi una flessione del 12% di cinema e spettacoli a favore di musei e gallerie (+10%).

I turisti non italiani, inoltre, hanno un profilo medio di utilizzo delle strutture ricettive dell'hinterland e della capitale un po' diverso: la **permanenza media**, infatti è di 2,7 giorni a Roma e di 1,9 nei comuni di hinterland. La permanenza nell'hinterland è inferiore ai due giorni, quasi fosse un corollario della visita alla città.

Conoscere tali dati ci aiuta a capire ed è di supporto per comprendere i dati che emergono dalla sentiment analysis. A Roma ed anche in Provincia c'è ad esempio un caso Cina da

capire. Il turismo cinese, da quello che risultano essere le informazioni che abbiamo sui flussi ed anche sulla base dei molti articoli che stanno comparando sui giornali, è in forte ascesa. I cinesi, però sono attenti non solo agli spetti artistici ma anche a quelli dello shopping (outlet, ecc.). Si parla ormai di 80 milioni di potenziali turisti cinesi nel mondo, turisti anche esigenti che desiderano essere ben informati ed ai quali bisogna proporre informazioni turistiche in cinese (o nella lingua più parlata in Cina ovvero il mandarino) con relative mappe, accoglienza negli alberghi con adeguate traduzioni presenti nei menù, nella camere d'albergo, ecc.

Permanenza media turisti italiani e stranieri



Roma e il territorio provinciale si pongono ai vertici dei luoghi più visitati dai turisti in Italia.

Tab. 9 - Graduatoria visitatori di musei, monumenti ed aree archeologiche statali a pagamento. Anno 2011.

N.	Denominazione Museo	Comune	Totale Visitatori	Totale Introiti Lordi (Euro)*
1	Circuito Archeologico "Colosseo, Palatino e Foro Romano" (dal 1° dicembre 2007 il circuito comprende anche il Foro Romano)	ROMA	5.391.978	36.285.097,50
2	Scavi Vecchi e Nuovi di Pompei	NAPOLI	2.329.375	17.735.946,20
3	Galleria degli Uffizi e Corridoio Vasariano	FIRENZE	1.766.692	8.639.244,25
4	Galleria dell'Accademia di Firenze	FIRENZE	1.252.506	6.443.739,25
5	Museo Nazionale di Castel Sant'Angelo	ROMA	981.821	3.191.787,50
6	Circuito Museale (Museo degli	FIRENZE	714.223	2.316.336,50

N.	Denominazione Museo	Comune	Totale Visitatori	Totale Introiti Lordi (Euro)*
	Argenti, Museo delle Porcellane, Giardino di Boboli, Galleria del Costume, Giardino Bardini (non statale)			
7	Museo delle Antichità Egizie	TORINO	577.042	1.715.817,50
8	Circuito Museale Complesso Vanvitelliano - Reggia di Caserta (Palazzo Reale e Parco di Caserta, Giardino all'Inglese, Museo dell'Opera e del Territorio)	CASERTA	571.368	2.193.751,12
9	Museo e Galleria Borghese	ROMA	506.368	2.270.294,00
10	Villa d'Este	ROMA	458.710	2.079.148,00

La Provincia di Roma tra le proposte che presenterà per ottenere i finanziamenti europei POR 2014-2020 vi è quella di realizzare una piattaforma di analisi reputazionale semi-automatica, convenzionalmente denominata S.W.O.T. (Semantic Web & Optimization of Tourism), che registri ed elabori, mediante un'analisi semantica, le opinioni sul territorio della Provincia di Roma espresse dagli utenti dei social network come quella che è stata presentata in data odierna. Infatti, come abbiamo visto, i turisti alimentano spontaneamente una mole enorme e crescente di dati che, una volta analizzata e classificata, può fornire informazioni essenziali sulle azioni da intraprendere e sulla efficacia della azioni già intraprese. Ciò consentirà, da un lato, di ottenere indicazioni strategiche sulle iniziative da realizzare per costruire un'offerta turistica rispondente alle reali esigenze del turista e, dall'altro, di intercettare e intervenire sulle criticità espresse dai visitatori, eliminando o correggendo profondamente alcune disfunzioni che rischiano di ledere l'immagine del territorio. L'infrastruttura tecnologica potrà e dovrà essere messa a disposizione di altri utenti, sia pubblici che privati, realizzando un sistema permanente di supporto alla valorizzazione, alla promozione e al monitoraggio delle azioni messe in campo trasversalmente da tutti gli stakeholder del territorio al fine del miglioramento dell'offerta turistica territoriale. Negli ultimi 15 anni l'Italia ha perso tra il 30% e il 40% delle quote degli arrivi, a vantaggio di Francia e Spagna. L'Italia del turismo e delle politiche turistiche è poco attiva sul web e la sua presenza è, per lo più, limitata a una mera presentazione di informazioni a carattere "statico". È, invece, dimostrato che il 50% dei turisti oggi guarda al web come "termometro" di gradimento delle destinazioni. Risulta pertanto fondamentale comprendere quali sono gli *influencer*, che, con i loro post, hanno più peso nella rete per capire come muoversi al fine di impostare una comunicazione efficace anche sui social network. I beneficiari di queste azioni e dello studio del sentiment risultano essere pertanto: a) i turisti, beneficiati da un'offerta che tiene conto delle opinioni espresse dagli stessi sui social network; b) gli operatori turistici, che saranno messi in grado di monitorare la qualità dei servizi offerti e il grado di soddisfazione

dell'utenza a partire da quanto riversato spontaneamente su web; c) il decisore pubblico, in grado di orientare le proprie scelte strategiche a partire dal sentiment del turista.

La sentiment analysis non può che essere una opportunità per rilanciare, organizzare, migliorare l'offerta turistica nel nostro Paese.. Sapere, conoscere, interrogarsi sugli aspetti positivi e negativi spinge verso la ricerca di soluzioni in un campo, quello del turismo, che come tutti oggi sappiamo rappresenta un notevole contributo al PIL italiano. Conoscere le positività deve spingere ad arrivare all'eccellenza. In questo settore le istituzioni pubbliche, le PP.AA., sono degli importanti playmaker; attraverso la rete, hanno la possibilità di acquisire informazioni ed esperienze provenienti dai potenziali clienti. In tal modo, in ambito pubblico, si può pervenire all'individuazione del rapporto tra orientamento e intensità emotiva come qualificazione delle attività dell'ente (P.A., centrale e locale) come "bene comune. L'utente non è e non può essere più visto come mero consumatore, ma al tempo stesso soggetto attivo che può incidere sulle modalità stesse di erogazione del servizio. I sistemi di Customer Satisfaction in ambito pubblico dovrebbero quindi essere rivisti attraverso nuove modalità che tengano anche conto della sentiment analysis. Molti studiosi descrivono questo momento storico come una fase di passaggio dalle caratteristiche rivoluzionarie, dove non sono più il prodotto o il servizio ad essere al centro del mercato, ma l'uomo, l'utente, con i suoi sentimenti, la sua diversità di richiesta e di fruizione del bene pubblico (che sia museo, sito archeologico, monumento, capacità ricettiva del luogo, accoglienza, proposte di svago alternative, ed altro).

Come in ogni riflessione e studio non dobbiamo nasconderci le criticità. A tal proposito mi viene in mente un noto quadro di un pittore fiammingo conservato a Napoli, al Museo Capodimonte, ovvero il bellissimo, a mio parere, quadro di Brueghel il vecchio noto come "parabola dei ciechi". Degli uomini ciechi stanno camminando in fila ed ognuno poggia il proprio braccio sull'uomo che lo precede per non cadere. Il quadro fissa il momento nel quale il primo della fila è caduto (ed inevitabilmente la stessa sorte toccherà a tutti gli altri) mentre il secondo ha il sentore di quello che sta per accadergli e il suo volto si contrae assumendo i tratti di un uomo perduto, che ha paura non avendo più sotto controllo la situazione; contestualmente se allarghiamo lo sguardo notiamo che l'ultimo della fila, anch'esso cieco, è felice perché non sa cosa sta per accadergli. Tale quadro può ispirare molte interpretazioni ma ci basta dire che la cecità, ovviamente non quella fisica, può riservare un destino infelice. La cecità è anche non saper cogliere i tempi e le opportunità. In un momento come quello che stiamo vivendo di crisi economica ci si difende rinchiudendosi nel proprio vittimismo, si guarda il proprio ombelico e non si investe in ricerca, in tecnologia. È la storia della PA di questi tempi, rallentata da passaggi burocratici; è la lentezza con la quale vengono finanziati progetti magari a causa della stessa riorganizzazione delle strutture amministrative (ora quel dato Ministero non c'è più, quel dato Dipartimento è stato assorbito in quell'altra struttura, e così via). Esistono, poi, delle problematiche strettamente connesse alla tutela della privacy degli utenti dei social network; aspetto, questo, che deve essere oggetto di costante attenzione per la definizione di studi che non siano invasivi rispetto a contenuti riservati e tutelati cercando però di non cadere nella genericità di un "non è possibile" nel nome della, a volte, troppo sbandierata tutela della riservatezza.

Intervento di Emilia Petrollini³⁴

Buonasera a tutti. Io voglio parlare del Molise in termini di progetti Formez, perché noi siamo partiti come esperti in materia culturale per progettare il nostro territorio. Adesso siamo fuori da questo progetto di Sentiment Analysis in quanto non siamo tra le città campione. Speriamo di esserlo perché un metodo molto condivisibile e soprattutto che parte dal basso. Noi invece partiamo po' dall'alto, nel senso che buttiamo tutto sul tavolo e giochiamo a carte; possiamo vincere, possiamo perdere però finora, almeno le politiche culturali, mi pare che stiano prendendo il via. Le ancore di salvataggio sono state la convenzione di Faro e la programmazione 2014-2020. Raccogliamo le sfide.

Ascoltando il direttore del Ministero dello Sviluppo Economico qualche settimana fa abbiamo capito che dobbiamo puntare ai risultati. Questi strumenti tecnologici ci occorrono quindi per avere risultati che rispondono alle domande del territorio, però anche con i mezzi che adesso ha una pubblica amministrazione non è impossibile ottenerne alcuni. Non sono abituata a piangermi addosso, ma preferisco combattere giocando tutte le carte a disposizione; l'ultima carta giocata è stata quella della cultura popolare. Abbiamo una grande storia, da noi sono passati i romani, sono nati i popoli italici, dunque possiamo dire che il nome Italia è partito dal Sannio e, in particolare, proprio dal Molise perché era lì che abitavano i popoli italici. Pertanto, partendo dalle tradizioni, dalle nostre radici, vogliamo trovare un futuro.

Per il 23 ottobre abbiamo preparato, con un gruppo di persone che sa parlare di Molise e che hanno passione per la loro terra, una giornata di progetti da realizzare, quali il patrimonio culturale in rete (stiamo cominciando con un archivio partecipato che vede una rete di 600 enti locali di tutta Italia), 'indovina chi viene a cena', un progetto di integrazione culturale, un progetto sul Mediterraneo e le cattedre itineranti, perché la cultura ci piace la vogliamo sul nostro territorio.

³⁴ Dirigente EELL della Regione Molise.

3. CAMMINANDO VERSO SUD... LA VIA FRANCIGENA: STATO DELL'ARTE E NUOVE PROSPETTIVE

Saluto di Cristina Scaletti³⁵

Un brevissimo saluto, ringraziandovi per la vostra presenza e ricordando che la Regione Toscana ha scelto Lucca per un importante intervento proprio sulla via Francigena, per la valorizzazione del suo tracciato.

Mi riferisco all'intervento su sulla Casa del Boia, come punto fondamentale dove i pellegrini e i turisti potranno attingere informazioni e quant'altro su tutto il tracciato della Via Francigena toscana.

Un'opportunità per i territori toscani: lo stato dell'arte dei servizi lungo la Via Francigena, di Massimo Tedeschi³⁶

Buongiorno a tutti.

Effettivamente se in pochi minuti si vuole dire alcune cose importanti bisogna partire a mio parere dalla definizione di Via Francigena, ossia un itinerario culturale del Consiglio d'Europa. E dentro queste quattro parole c'è un po' l'essenza.

L'associazione che ho l'onore di presiedere si chiama appunto Associazione Europea della Via Francigena, un'associazione che cerca di mettere assieme le persone, intermini generali. In termini più precisi è fatta di istituzioni, quindi di rappresentanti del territorio perché un sindaco è il rappresentante del suo territorio. Sono diverse le persone e le associazioni che hanno dato l'input a questo progetto, a questa idea. Si tratta di cultori della storia locale, di associazioni ambientaliste, insomma una platea ampia di associazionismo e di volontariato oppure. L'altra componente è costituita da coloro che sulla Via Francigena rendono dei servizi, per esempio chi dà ospitalità, a basso prezzo ma anche a prezzo medio, oppure chi dà ristorazione, ecc., secondo delle linee, secondo un'etica francigena, ecco chiamiamola così.

L'associazione è nata nel 2001, quindi ha 12 anni, e oggi ha un centinaio di soci, istituzioni e associazioni varie. Abbiamo ad esempio la città di Canterbury come socia, una provincia svizzera del Canton Vallese. In prima linea c'è anche la Regione Toscana e tante istituzioni e associazioni toscane.

Tenere insieme tutte queste varie espressioni, istituzionali e non istituzionali, che si occupano della Via Francigena non è facile, perché giustamente ognuna di queste componenti rivendica la propria peculiarità, il proprio protagonismo. Tuttavia dobbiamo fare questo sforzo, in quanto il progetto della Via Francigena è inclusivo, è un progetto che, rifacendosi ai valori europei, si rifà ai valori di dialogo, di tolleranza e di rispetto.

³⁵ Assessore alla Cultura e al Turismo della Regione Toscana.

³⁶ Presidente Associazione Europea delle Vie Francigene.

Venendo invece alla sostanza, a mio parere la Via Francigena ha due componenti. Una che si rifà alla storia e alla cultura dell'Europa, dei singoli, delle singole comunità e dei singoli popoli che la compongono. Jacques Le Goff, lo storico francese, sostiene che la Via Francigena è un ponte di cultura tra l'Europa anglosassone e l'Europa latina. È una definizione che mi piace molto perché la Via Francigena è anche il simbolo dei popoli d'Europa che dialogano, che si conoscono. È dunque molto importante ad esempio per i giovani, nel senso che è un momento di conoscenza, di informazione e di formazione a tutto una determinata serie di valori europei che, secondo me, è particolarmente adatto ai giovani. La seconda componente, invece, è venuta via via sviluppandosi in questi dodici anni di attività ed è la componente del territorio. Non può accadere che noi percorriamo la Via Francigena a piedi o in bicicletta, ignorando comunità che vi risiedono. Ci deve essere sempre più una conoscenza reciproca tra la comunità itinerante, di coloro che si muovono lungo la Francigena, e la comunità stanziale, di coloro che stanno sulla Francigena. Nella misura in cui noi creiamo osmosi, impermeabilità, conoscenza del dialogo fra queste due comunità, cresce enormemente il concetto della Francigena e assolve al suo ruolo di sviluppo, dialogo e conoscenza. Ciò avviene con l'informazione, l'accoglienza e lo sviluppo e l'incentivo, da parte delle istituzioni, di una serie di servizi che il territorio può dare ai camminatori, ai pellegrini e ai turisti e quindi riceverne beneficio anche economico. Occorre quindi rivolgersi a tutte e tre le componenti, anche alle minoranze, a quella dei camminatori, a quella dei pellegrini, a quella di chi va in bicicletta; non sarei d'accordo se il progetto diventasse un fatto esclusivamente commerciale.

La Via Francigena si caratterizza rispetto agli altri itinerari, perché è un itinerario culturale europeo. Domani saremo a Foggia insieme agli amici della Regione Toscana e delle altre regioni, perché abbiamo convocato le diciotto regioni della Francigena, la Contea del Kent in Inghilterra, le quattro regioni francesi, i due cantoni svizzeri, le sette regioni italiane della Val d'Aosta, il Lazio e le quattro regioni del Sud, che stanno promuovendo l'itinerario che da Roma va in Puglia. Il nostro obiettivo è costituire un coordinamento, mettendo insieme queste diciotto regioni per costruire un euro masterplan. Occorre, per dare questa idea di Europa, che tutto ciò sia comprensibile in qualsiasi punto dei 1800 chilometri, da Canterbury a Roma, e negli altri 700 chilometri, da Roma a Santa Maria di Leuca. Quindi questi 2500 chilometri, questo perno che sostiene l'Europa devono essere in grado di far capire che non ci troviamo in un contesto localistico, ma appunto europeo con i suoi valori.

La Via Francigena cammino d'Europa: una rete per lo sviluppo, di Alberto d'Alessandro³⁷

Il Consiglio d'Europa

Il Consiglio d'Europa viene fondato nel 1949 e si configura come organismo internazionale preposto alla tutela dei principi che stanno alla base della pacifica convivenza e cooperazione tra Stati, fornendo un quadro di riferimento per azioni di scambio e dialogo tra culture e realtà geografiche differenti. La sua azione si incentra sulla promozione dei diritti umani, della democrazia e dello stato di diritto considerati valori chiave nell'ottica di una coesione sociale europea sulla quale possano svilupparsi stabilità politica e una progressiva crescita economica. Tali valori, riconosciuti e condivisi dai 47 paesi membri, vengono perseguiti attraverso strumenti legislativi non vincolanti che lavorano per diffondere capillarmente a livello europeo principi di buona pratica, per incoraggiare una partecipazione sempre maggiore della cittadinanza europea e per sviluppare azioni di mediazione e di supporto a realtà problematiche nel contesto internazionale.

In tale ambito si inserisce l'Ufficio di Venezia del Consiglio d'Europa che dal 2011 si adopera per la promozione dei valori istituzionali del Consiglio d'Europa attraverso attività e iniziative che, a livello sia locale che nazionale, mirano ad attivare processi partecipativi della cittadinanza.

Le sfide del settore turistico

Tra gli obiettivi del Consiglio d'Europa si inserisce sicuramente lo sforzo per la creazione di buone pratiche nei settori tra loro complementari della cultura e del turismo. Si cerca in questo modo di stabilire collaborazioni con gli altri Paesi attraverso cui affrontare quelle sfide la cui soluzione favorirebbe lo sviluppo di un turismo sostenibile, fonte di crescita socio-economica e culturale, in un contesto europeo che si presenta sempre più ampio e diversificato.

Molte sono le criticità e le discrepanze che si osservano nei vari paesi membri tra i gradi e metodi di attuazione in materia di imprese, tassazione e sicurezza sociale, a cui si aggiunge la difficoltà di uniformare l'impatto delle legislazioni sui sotto-settori e in funzione della dimensione delle imprese.

Scendendo nel dettaglio, altre questioni irrisolte sono rappresentate dalla stagionalità dell'attività turistica, dallo sviluppo regionale disomogeneo e da una forza lavoro che spesso si rivela insufficientemente qualificata.

Emerge da tale quadro la difficoltà di poter sfruttare il settore turistico come volano attorno a cui costruire solide strategie di crescita e cooperazione. Troppo di rado infatti si prende in considerazione la complementarità tra il settore turistico e quello culturale, privandosi in questo modo della possibilità di far interagire le due dimensioni e di offrire un'esperienza di viaggio che sia integrata e che possa raggiungere livelli di eccellenza.

³⁷ Direttore della Sede Italiana del Consiglio d'Europa, Ufficio di Venezia.

CoE e turismo culturale: gli itinerari culturali europei del Consiglio d'Europa

Il Consiglio d'Europa, consapevole di tali questioni, ha messo a punto negli ultimi anni alcune linee strategiche che si propongono di affrontare con sistematicità le cause ritenute alla base delle principali fonti di criticità. Ad oggi gli strumenti più significativi adottati sono costituiti dalla Convenzione europea del paesaggio (sottoscritta a Firenze nel 2000), dalla Convenzione quadro sul valore del patrimonio culturale per la società (altrimenti detta Convenzione di Faro) e dalla definizione degli Itinerari culturali europei.

Tra questi strumenti il programma degli Itinerari culturali europei è stato avviato dal Consiglio d'Europa nel 1987 e si propone di dimostrare come il patrimonio culturale dei vari Paesi possa ritenersi interrelato e concorra a creare un'eredità culturale condivisa alla base di possibili punti di contatto e convergenza tra i diversi territori.

Tale programma si è delineato negli anni in maniera sempre più mirata arrivando a toccare e comprendere molti dei principi chiave del Consiglio d'Europa, tra cui spiccano la protezione delle diversità culturali, la pacifica cooperazione tra Stati e l'implementazione di politiche volte a promuovere lo sviluppo del potenziale imprenditoriale dei Paesi membri, coinvolgendo in maniera privilegiata quelle realtà le cui problematiche sociali e geopolitiche avevano finora impedito una libera crescita del capitale turistico.

Il programma mira infatti ad affiancarsi alle politiche culturali portate avanti autonomamente dai Paesi membri per fornire un quadro di riferimento più ampio in cui le buone pratiche perseguite a livello internazionale possano avere una più ampia risonanza e fungere da elemento di unione e collaborazione.

A livello operativo si sono evidenziati alcuni step che hanno contribuito a delineare e regolamentare in maniera sistematica le procedure di analisi, azione e valutazione dei risultati: tra queste lo Studio economico «L'impatto degli Itinerari culturali sull'Innovazione e al competitività delle PMI» e la risoluzione 53 del Comitato dei Ministri del Consiglio d'Europa, che risale al 2010 e consente una più stretta cooperazione tra gli stati particolarmente interessati allo sviluppo degli itinerari.

Ad oggi il Consiglio d'Europa segue lo sviluppo di 26 Itinerari culturali, le cui tematiche possono raggrupparsi in sette categorie:

- Itinerari di pellegrinaggio (Cammino di Santiago, Via Francigena, Itinerario di S. Olav);
- Paesaggi e civiltà (Itinerario dell'olivo, Itinerario della vigna in Europa, Itinerario El-Andalus);
- Patrimonio industriale (Itinerario del ferro nei Pirenei, Itinerario della città della produzione ceramica);
- Personaggi europei (San Martino di Tours, Itinerario di Schickhardt, Itinerario di Mozart);
- Rotte marittime e commerciali (Rotta dei Fenici, Itinerario dei Vichinghi, Hansa, Via Regia);
- Architettura fortificata e patrimonio artistico (Itinerario Wenzel e Vauban, Itinerario delle città storiche e termali, Itinerario dell'arte rupestre preistorica, Via Germanica, Itinerario della cultura megalitica);

- Patrimonio religioso (Itinerario delle abbazie cistercensi, Itinerario dei siti cluniacensi, Itinerario del patrimonio ebraico, Itinerario dei cimiteri in Europa, Itinerario dei siti casadei, Itinerario degli Ugonotti e dei Valdesi).

La Via Francigena e l'esempio del 'Palio Francigeno' 2013

Tra gli itinerari legati ai pellegrinaggi una posizione di rilievo è occupata dalla Via Francigena, itinerario storico che si snoda per circa 1600 km da Canterbury a Roma attraverso territori, paesaggi e un patrimonio culturale di straordinaria bellezza. Essendo oggi in buona parte percorribile a piedi e in bicicletta spesso all'interno di aree d'eccellenza ambientale, la Via Francigena è luogo ideale per gli amanti non solo del turismo consapevole, ma anche dello sport e del vivere in modo sano ed ecologico.

Partendo da queste considerazioni vorrei brevemente accennare ad una recente buona pratica che può certamente costituire un modello da seguire per organizzare attività innovative e creative lungo la Francigena. Nel mese di settembre 2013 è stato lanciato il progetto di un evento, da proporsi a cadenza annuale, a cui è stato dato il nome di "Palio Francigeno".

L'evento "Palio francigeno" ha visto quest'anno una prima manifestazione promozionale attraverso una passeggiata in mountain-bike da Camaiore a Monteriggioni e si strutturerà ulteriormente durante il prossimo anno attraverso l'organizzazione di una competizione sportiva di endurance in mountain-bike lungo 150 km della via Francigena con lo scopo di promuovere la riscoperta dei valori identitari e storici che accomunano le località toccate dalla Francigena.

Questo evento sportivo darà l'occasione di promuovere una serie di iniziative collaterali al Palio vero e proprio come ad esempio un fine settimana ecologico per svolgere passeggiate a piedi, in bicicletta, a cavallo e riscoprire il ricchissimo patrimonio del territorio, sia materiale che immateriale. L'idea di fondo è che le proposte culturali e gli eventi collaterali nascano dal territorio laddove i Comuni potranno essere coinvolti attivamente nell'organizzazione delle diverse attività previste e farsi promotori di svariate iniziative connesse sia alla cultura del luogo, all'enogastronomia e alle ricostruzioni storiche che legate ai temi dell'ecologia e della natura, contribuendo in tale maniera a riscoprire la tradizione dei territori europei legati al medioevo ed al pellegrinaggio.

L'esempio dunque di questo evento del "Palio" è stato particolarmente significativo in quanto costituisce un possibile modello operativo per un uso ragionato delle risorse del territorio, in un'ottica di dialogo tra passato e presente che possa non solo contribuire a conservare il patrimonio culturale, sia tangibile che intangibile, ma che lo ponga al centro di una serie di politiche culturali attraverso cui promuovere quei principi di sostenibilità, partecipazione, supporto allo sviluppo economico e arricchimento socio-culturale che sono alla base del Consiglio d'Europa.

PRESENTAZIONE DELLA RICERCA *La Francigena Toscana nei social network, di Francesca Velani, Annalisa Giachi e Elena Andreani*³⁸

IL CONTESTO DI RIFERIMENTO

La Via Francigena è un insieme di strade e sentieri che sin dalle più lontane epoche è stata percorsa dai pellegrini per raggiungere Roma. Proveniente dai territori francesi, da qui il nome, oggi identifica ufficialmente il percorso che va da Canterbury a Roma.

È stata una via di comunicazione determinante per l'unità culturale europea nel Medio Evo, su di essa sono transitate persone e merci, ma anche conoscenze ed esperienze.

Dopo la riscoperta, avvenuta negli anni Settanta, del Cammino di Santiago, ci si rese conto che anche in Italia esisteva un simile percorso di pellegrinaggio. Come era successo per il cammino spagnolo, anche il percorso della Francigena giaceva quasi interamente sotto l'asfalto delle autostrade e delle statali che, col tempo, avevano ricalcato il tracciato di quelle che già erano state le strade principali del medioevo e dell'età romana. L'interesse, dapprima limitato agli studiosi, si è poi esteso a molti che, dopo aver percorso il Cammino di Santiago, desideravano arrivare a Roma a piedi, così come era possibile arrivare a Santiago di Compostela. Ciò ha fatto nascere una rete di amanti della Francigena che, con vernice e pennello, hanno cominciato a segnare sentieri e percorsi. Dove possibile si è cercato di recuperare il tracciato originario, ma a volte si è scelto di deviare dal percorso storico in favore di sentieri e strade meno trafficate.

Nel 1994 la Francigena è stata riconosciuta dal Consiglio di Europa come *Cultural Route* all'interno del programma *Itinerari culturali*. Tale programma è attivo dal 1987 e fra i suoi obiettivi ha: la promozione dell'identità culturale e la cittadinanza europee e favorendo il dialogo interculturale e interreligioso; la protezione e valorizzazione del patrimonio naturale e culturale; la promozione del turismo culturale, nel rispetto dello sviluppo sostenibile.

Tra i percorsi più importanti, oltre alla via Francigena, e il cammino devozionale di Santiago de Compostela, che è stato riconosciuto nel 1987, ricordiamo il cammino culturale interreligioso al-Andalus e il cammino culturale commerciale della Lega Anseatica.

La via Francigena attraversa l'Inghilterra, la Francia, la Svizzera e l'Italia. In Italia ha una lunghezza di circa 1.000 Km ed è suddivisa in 46 tappe. Le Regioni attraversate sono: Valle d'Aosta, Piemonte, Lombardia, Liguria, Emilia Romagna, Toscana e Lazio.

La Francigena in Toscana

Il tratto toscano, di 394 chilometri, parte dal Passo della Cisa ed entra nel Lazio a Ponte a Rigo, attraversando territori di particolare bellezza e città importanti, alcune delle quali sono nate e si sono sviluppate per merito di questa Via.

La Toscana è senz'altro una delle regioni italiane più favorite dall'attraversamento di questa importante arteria viaria tanto da conservarne ancora oggi evidenti tracce nelle

³⁸ Francesca Velani è Vicepresidente Promo PA Fondazione e Direttore LuBeC – Lucca Beni Culturali; Annalisa Giachi, Responsabile Ricerche di Promo PA e Elena Andreani, Ricercatrice a Promo PA Fondazione

numerose testimonianze architettoniche in stile romanico e nell'integrità paesaggistica di gran parte del territorio interessato.

Attualmente la Francigena in Toscana è percorsa da pellegrini diretti a Roma ma anche da "normali" camminatori ed escursionisti amanti dei paesaggi toscani e dei borghi e città d'arte che si incontrano lungo il cammino.

Il percorso è straordinariamente bello, e percorrendolo a piedi diventa inaspettatamente nuovo e originale anche per chi già conosce i luoghi attraversati. Cambia il punto di vista, cambia il ritmo. Per quanto siano conosciute, per esempio, Siena o San Gimignano, solo attraversandole sulla direttrice della Francigena ci si può render conto di quanto la Strada abbia influenzato il tessuto urbano dei villaggi che spesso si sviluppano in lunghezza, e allineano sulla Via le principali chiese e i palazzi più belli. E per quanto siano conosciuti molti tra i capolavori del Romanico che popolano la Francigena, solo lungo il viaggio è possibile incontrarli uno dopo l'altro, comprendendo appieno l'importanza di questo itinerario, e l'influenza che ebbe sullo sviluppo religioso e artistico di un'epoca

L'impatto economico del passaggio dei pellegrini in Toscana

Per quanto il *trend* in atto indichi che nei prossimi anni cambierà la platea dei fruitori della Francigena, portando ad una prevalenza di turisti non pellegrini, questi sono comunque una voce centrale anche in considerazione della nuova importanza che sta assumendo il cosiddetto turismo religioso.

Per inquadrare il fenomeno del turismo religioso abbiamo analizzato i dati dell'indagine trimestrale multiscopo dell'Istat intitolata "Viaggi e vacanze degli italiani in Italia e all'estero". Dal 2004 al 2011 i viaggi per motivi religiosi e pellegrinaggio, sebbene rappresentino una quota esigua del mercato (intorno al 2% in totale), sono raddoppiati in valore assoluto (+100%), mostrando una dinamica di crescita decisamente maggiore rispetto alle altre tipologie (piacere e svago; visite a parenti e/o amici; trattamenti di salute e cure termali).

Nel 2008, i viaggi religiosi non superano i tre pernottamenti nel 73% dei casi, rappresentando il 2,7% del totale delle vacanze brevi. Le vacanze brevi di carattere religioso mostrano una dinamica ancora più spiccata, tanto nel periodo considerato (2004-08: +108%), quanto nell'arco del decennio che va dal 1999 al 2008 (+122,7%).

Nel 2012 i viaggi per motivi religiosi (2,1%) mostrano un apprezzabile incremento, tra le vacanze brevi, rispetto al 2011 (+48,5%).

(valori in migliaia)	Variazione 2004/2011			Variazione 2004/2008			Variazione 2008/2011		
	Vacanza	Vacanza	Totale	Vacanza	Vacanza	Totale	Vacanza	Vacanza	Totale
	1-3 notti	4 o più notti	Vacanze	1-3 notti	4 o più notti	Vacanze	1-3 notti	4 o più notti	Vacanze
Piacere, svago	-17%	-15%	-16%	32%	5%	16%	-37%	-20%	-28%
Visita a parenti e/o amici	-11%	1%	-6%	71%	43%	60%	-48%	-29%	-41%
Motivi religiosi, pellegrinaggio	-10%	52%	8%	108%	80%	100%	-57%	-15%	-46%
Trattamenti di salute, cure termali	54%	0%	27%	55%	22%	38%	0%	-18%	-8%
Totale	-14%	-12%	-13%	47%	13%	28%	-41%	-22%	-32%

Nostra elaborazione su dati Istat Viaggi e vacanze in Italia e all'estero. Viaggi di vacanza per durata e motivo prevalente - Anno 2004-2011

Il turismo religioso oggi abbina fede storia e cultura in una nuova forma che nasce dalla ricerca di spiritualità pura e ricerca di benessere in senso più ampio. Quindi le motivazioni per cui si intraprende il viaggio non sono solo dettate da motivi religiosi ma anche dalla

ricerca di radici comuni. La visita ai santuari e ai luoghi di culto costituisce inoltre un'importante occasione per la fruizione delle opere d'arte in essi presenti, che prevede molto spesso anche l'opzione di estendere la visita nei territori circostanti, diventando così la destinazione di un turismo colto e di qualità.

Mediamente si rivolgono al turismo religioso adulti con scolarizzazione media, mentre i giovani tra i 25 e i 40 anni di età sono prevalentemente laureati e si muovono in gruppo attratti da grandi eventi della fede; nella maggior parte dei casi non hanno mai preso parte a un pellegrinaggio e visitano i luoghi per un interesse prevalentemente culturale; i piccoli vanno con le famiglie o con le scuole e in entrambi i casi sono alla ricerca di esperienze; solitamente si viene a conoscenza del pellegrinaggio tramite canali informali e si viaggia preferibilmente in primavera e in estate; complessivamente la capacità di spesa è bassa.

All'interno della categoria più ampia del turismo religioso, i pellegrini che decidono di percorrere a piedi, o in minor misura in bicicletta, lunghi percorsi quali la Francigena o il Cammino di Santiago, hanno caratteristiche peculiari: la meta non sono solo i luoghi di culto in sé ma il percorso, vissuto come viaggio interiore e ricerca spirituale.

Per quanto riguarda l'impatto del loro passaggio sulla Francigena, ed in particolare in Toscana, la valutazione non è semplice. Infatti, mentre per il consolidato Cammino di Santiago grazie alle statistiche presenti sul sito *dell'Oficina del Peregrino* è possibile calcolare il numero dei pellegrini che lo percorrono, per la Francigena non esiste un analogo sistema di rilevazione. Va detto però che di recente l'opera romana pellegrinaggi ha istituito un ufficio di accoglienza nei pressi dell'ostello dei pellegrini a Roma dove registrare i pellegrini e consegnare loro un *Testimonium*; analogamente presso l'ufficio turistico del comune di Fidenza i pellegrini possono registrarsi e richiedere la credenziale per il pellegrinaggio. Alcuni ostelli infine tengono la contabilità dei pernottamenti senza coordinamento con gli altri, ad esempio l'ostello di Billemme in provincia di Vercelli ha registrato nel 2012 il passaggio di 339 pellegrini contro i 306 dell'anno precedente, evidenziando, nonostante i piccoli numeri, un trend in crescita dell'11%.

Per una proiezione dell'impatto economico è necessario quindi affidarsi a dati sul passaggio dei pellegrini desunti da fonte eterogenea. Si stima tuttavia che nel 2008 siano arrivati a Roma circa 500 pellegrini a cui è stato consegnato il *Testimonium*, contro i circa 1.000 pellegrini per l'intero decennio prima del 2008. Alcune stime, inoltre, ritengono che nel 2010 il numero di pellegrini arrivato a Roma sia salito a quasi 1.000 persone. Si tratta di cifre che, se confermate, denotano un interesse sempre crescente da parte dei pellegrini per questo cammino devozionale.

ANALISI SEMANTICA SUL SENTIMENT DELLA VIA FRANCIGENA

La sentiment analysis

La progressiva diffusione dei social network, sia generalisti (quali Twitter, Facebook o la recente piattaforma messa a punto da Google) che specializzati, ha reso disponibile una massiccia e inedita quantità di dati sulle preferenze e sulle opinioni degli utenti che considerano la Web 2.0 un mezzo imprescindibile per ricercare e condividere informazioni ed esperienze.

La sentiment analysis ha l'obiettivo di comprendere, attraverso l'ascolto dei social network, quale sia l'immagine (il *sentiment*) percepita dall'utenza nei confronti di uno specifico tema o *brand*. L'opportunità è offerta dalla stessa natura dei social network, dove la dimensione cognitiva si coniuga con quella emotiva, valorizzando la condivisione, dunque l'aspetto comunitario piuttosto che quello individuale. Ciò ha riflessi immediati sul consumo e la percezione di prodotti e servizi, introducendo valori collettivi quali quelli legati all'ambiente, all'etica, al benessere sociale.

Obiettivo della presente indagine è raccogliere il *sentiment* della rete nei riguardi della via Francigena e – nello specifico – la via Francigena in Toscana.

I parametri della ricerca: voci, tempistica e fonti

Il modello di analisi si è basato sulla rilevazione delle opinioni online in relazione alla destinazione Via Francigena e Via Francigena Toscana, unita a dei tematismi specifici quali:

- Brand
- Ospitali/*Hospitia*
- Pellegrini/*Pilgrims*
- Ospitalità/*Accommodation*
- Ristorazione/*Food & drinks*
- Servizi e Trasporti/*Services & transports*
- Arte e musei/*Art and Museums*
- Eventi e sport/*Events & sport*
- Tariffe/*Tickets & fares*

I post sono stati raccolti da Trip Advisor, Lonely Planet e Twitter in periodi differenti, oltre che da siti di informazione e scambio e blog dedicati.

In sintesi i parametri della ricerca sono stati:

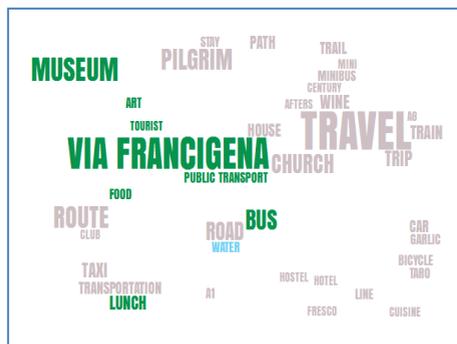
- **Fonti:** Lonely Planet, Trip Advisor, Twitter
- **Lingue:** Italiano, Inglese
- **Periodo temporale:** 1 Agosto 2004 – 9 settembre 2013 (Twitter da 1 luglio 2013)
- **Volumi totali:** 212 autori; 288 post; 694 commenti

La discrepanza fra il numero dei post e i commenti si deve al fatto che nello stesso post si possono fare più commenti sui diversi temi (categorie) oggetto dell'indagine. Sono stati presi in considerazione solo i post rilevanti, quindi, questi sono stati categorizzati e il *sentiment* valutato in base alle diverse categorie.

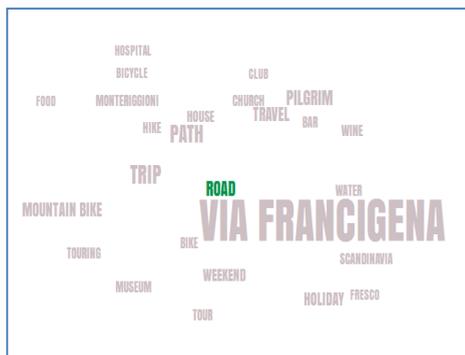
A livello generale si rileva che i volumi sui social network sono modesti, ma il *sentiment* è estremamente positivo.

Poco più dei 30% dei post sulla via Francigena è in Inglese, il restante 70% è in Italiano. Ciò denota una scarsa conoscenza della via Francigena fra i visitatori stranieri.

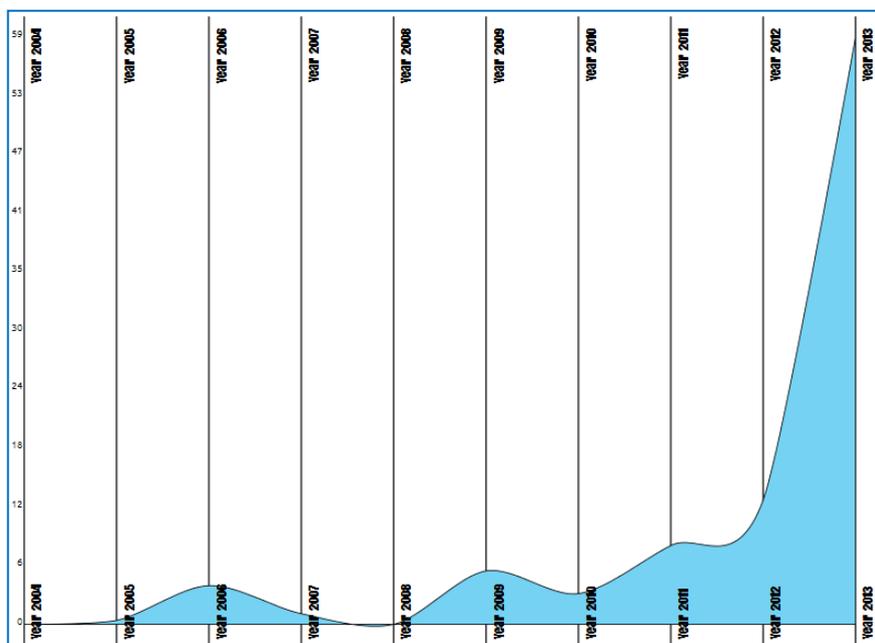
Post in inglese



Post in italiano



Nota: i post in italiano, per l'impostazione utilizzata dalla piattaforma per l'elaborazione dei dati, vengono mappati sull'inglese



Analisi qualitativa del parlato. Principali evidenze

Per quanto il volume dei post raccolti non consenta di un'esaustiva analisi semantica, è sicuramente interessante analizzare il contenuto del materiale raccolto per capire qual è il sentimento dominante e come si parla della Francigena in rete. Questo perché, per quanto se ne parli poco, quel poco è quello con cui si incontra chi cerca informazioni sul tema. Nell'analisi i post dei social sono integrati con quanto emerge nei siti specializzati.

Sentiment positivo

La stragrande maggioranza dei post oggetto dell'analisi esprimono un *sentiment* positivo, così come generalmente positivi sono i commenti che si trovano navigando nella rete.

Oltre alle informazioni pratiche e logistiche si sottolineano l'emozione del cammino, la bellezza dei paesaggi e il fascino delle vestigia medievali e dei borghi che si incontrano lungo il cammino.

Ecco alcuni esempi:

*"Have a great time! Hope the sun shines. Spring is late this year so there may still be bluebells and wild garlic in flower when you walk and **the countryside will be looking wonderful**. I will just be on the last leg of the Via Francigena when you start - walking 400km Lucca to Rome!"*

*"The Via Francigena (http://www.viafrancigena.com/fra_fr_e.htm) was the route that, starting in Canterbury, brought pilgrims through France and western Italy to Rome. [...]Today, many sections of this route (note: it's a route, a trail - not a road) have been restored and are walked by modern hikers and even pilgrims! In the area we're talking about here, you'll encounter the Via Francigena pretty much along the Ss2 Via Cassia from Siena, through Buonconvento, Montalcino, Sant'Antimo, San Quirico, Bagni Vignoni... a great theme for your explorations! You can do it by car, stopping at the various points to see the types of things medieval travelers would find on their journey: "spedali" (a type of hostel), taverns, fortified farms, churches, tabernacles, oratorios... The Via Francigena is one of my favorite subjects - **a fascinating glimpse into medieval life**. I wish I could come along with you!" [2012]*

*"Il D-Day è arrivato! Ha ragione Doc, la preparazione è stata lunga e complessa e gli imprevisti si sono già presentati ancora prima di partire, con la perdita di 2 pellegrini che una settimana fa hanno dovuto abbandonare l'impresa. Oggi si parte e **l'emozione è grande!** Rispetto ai primi pellegrini che "aprono" la Via francigena prima dell'anno 1000, noi avremo la tecnologia dalla nostra parte: scarpe high -tech, indumenti in microfibra, zaini prodigiosi e alla disperata anche i cellulari. **Non avremo purtroppo cavalieri Templari a vigilare sulla nostra salute, ma lo spirito sarà un po' quello di un tempo**. Cercheremo di raccontarvi quanto più possibile, nella speranza che altri dopo di noi seguiranno lo stesso cammino. Un saluto a tutti e fate il tifo per noi." [2011]*

Il viaggio è appassionante ma allo stesso tempo impegnativo e come si vede viene sottolineata la necessità di un'accurata preparazione. Questo elemento emerge anche nel post che segue:

*"Ciao a tutti sono Fabio di Lecco. **Sono un viaggiatore indipendente e decisamente "originale"** la vacanza " semplice " tipo pensione al mare la lascio a quando dovrò portarci i miei nipotini... **Mi piace vedere, osservare e vivere il paese o il posto in cui vado come se fossi un "autoctono"**. Le mie esperienze principali sono state un interrail di 23 giorni in Scandinavia e il tour completo della Grecia continentale in auto (partendo da Lecco con la mia Punto!). Il tutto sempre dedito al Low Cost e all'arte di arrangiarsi, condito però da **mesi di preparazione a livello di mappe, cose da vedere, guide, ecc....** Quest'anno sto per partire per Roma A PIEDI lungo la via Francigena. Purtroppo sono solo*

perché chi doveva partire con me mi ha dato buca 2 giorni fa. Partenza il 10 agosto da Fornovo (PR) arrivo a Roma il 30 agosto circa. Chi volesse aggregarsi è STRABENVENUTO! lascio il mio numero [...] CIAO!" [2013]

La necessità di preparazione, al contrario di essere considerato un problema è vissuta come un valore aggiunto legato al tipo di esperienza che ci si appresta a vivere e si rivendica la propria originalità di viaggiatori che non si conformano con le vacanze tipiche del turismo di massa.

Il viaggio in quanto tale è un valore in sé e per sé, quello che conta è l'esperienza vissuta:

*"Ciò che voglio condividere con gli altri viaggiatori di Tripadvisor, **non è il classico viaggio fuori porta o la classica avventura oltre oceano, ma una esperienza indimenticabile**, sulle tracce dell' antica Via Francigena[...]"* [2010]

*"Buonasera, io lanciao un consiglio a tutti/e il cammino di Santiago lo fatto molti anni fa', poi mi sono appassionato a **questo bellissimo stile e voglia di vivere il viaggio**, che poi ho percorso tutta la Via Francigena (Italia) dalle Alpi a Roma e poi fino a Finibus terrae. **La bellezza del cammino nasce da dentro (Lo si puo' fare solo se molto innamorati del progetto)** Un caro Saluto Luca. Buon CAMMINO!!"* [2013]

"LA META E' IL VIAGGIO IN SE' [...]" [2013]

"Via Francigena: i viaggi sono i viaggiatori" [2012]

Sentiment negativo

È l'unico commento negativo che si riscontra nei social oggetto della presente analisi ma è comunque un post che fornisce interessanti spunti di riflessione:

"I just finished the last 600 or so kilometres of Via Francigena, from Fidenza to Rome. Two years ago I walked the Camino de Santiago, and I'm just stunned by how different they are. In Spain I felt like being part of tradition and something people liked to see. In Italy, I was just a weirdo. In Spain there are cheap/donation-based places to stay everywhere. In Italy, you'll be doing a lot of searching to find places like that, and when you find them, they're likely to be closed. There's just not enough pilgrim traffic on the VF to keep things going. And the "ordinary " hotels /albergos do not offer pilgrim rates at all. Anyway, I saw many places I could have camped along the way in Italy, although I do not know if it's legal or not, and access to clean water would be difficult to find there. Your best chance of cheap accommodation will be to get a pilgrim's passport before you leave home, and compile an updated list of available parish/donation-based accommodation and call/book ahead with every place you think of stopping. If you just turn up somewhere late in the day, chances are you will not find the place open, if at all. I'll do a write-up and photo journal of my trip in the next month or so. Buen camino! Bjørn" (Forum Lonley Planet 2012)

Una nota dolente che emerge da questo post, ma anche dai blog e dai siti specializzati è quella che riguarda le strutture d'accoglienza.

Quello che viene sottolineato è che la loro organizzazione lungo la Via Francigena non è capillare ed economica come lungo il Cammino di Santiago (*"In Spain there are cheap/donation-based places to stay everywhere. In Italy, you'll be doing a lot of searching to find places like that, and when you find them, they're likely to be closed"*). Lo stesso autore del post nel blog da lui dedicato al suo viaggio lungo la Francigena ribadisce: *"There aren't many places for pilgrims to sleep either. Some towns have a hostel for pilgrims, most don't. If there is a place, and if you have the address, you'll often find that it's closed, and that there is no one around that knows anything about it"*. (**To Fidenza and Beyond - Walking the Via Francigena** <http://bjornfree.blogspot.it> 2012)

A conferma del rischio reale di trovare i locali chiusi, nei siti specializzati si raccomanda di avvisare almeno un giorno prima.

Anche se si sottolinea che la situazione continua a migliorare viene raccomandato di organizzarsi in anticipo, identificando in ogni tappa una struttura ricettiva adeguata alle proprie esigenze e pianificando le tappe in funzione della possibilità o meno di trovare un letto al proprio arrivo. Si evidenzia che spesso i luoghi di accoglienza dispongono di pochi posti letto. Mentre le strutture turistiche "non pellegrine" sono care e *"the " ordinary " hotels /albergos do not offer pilgrim rates at all"* (Bjørn: Post cit). A ricalcare il concetto: *"While there are a few amazing exceptions to the rule, most nights you will have to sleep either for free in the woods with no facilities at all, or you treat yourself to a hotel with more facilities than you care for, at a price much higher than you have budgeted for. The 10-20 euro level of great pilgrim's hostels typically available with a few kilometres between them along the Camino de Santiago are just about nowhere to be found in Italy.* (Blog: <http://bjornfree.blogspot.it>, cit.)

Va messo in evidenza che gli elementi di negatività emergono di solito dal confronto con il Camino di Santiago de Compostela, che ha una tradizione molto più consolidata tanto da essere una voce di rilievo del turismo in Spagna.

Un esempio in tal senso sono le seguenti recensioni pubblicate su Trip Advisor (copiate così come scritte):

"Cammino sulla via Francigena - (stile cammino di Santiago)"

Recensito il 9 gennaio 2013

Ecco il cammino spirituale Italiano stile quello di Santiago in Spagna. Bellissimi paesaggi, stradine spettacolari e ritrovo della pace interiore. Peccato sia ancora poco conosciuta e supportata. Si spera nel futuro in qualche ostello che supporti i viandanti di questo cammino medievale che portava i ellegrini a Roma dall'Inghilterra e la ancia!!

Visitato a Giugno 2012

"un percorso della spiritualità religiosa e laica"

Recensito il 15 aprile 2013

Dopo aver fatto il Camino di Santiago affrontare, anche se solo per alcuni tratti, la Francigena per un italiano è emozionante. Siamo indietro anni luce dall'organizzazione

spagnola ma stiamo recuperando a grandi passi. La nostra caratteristica è quella, almeno in Toscana, di non sovrapporre il percorso del pellegrinaggio alle strade asfaltate.

Attraversare campi e boschi lontano dal traffico e dal rumore delle auto. Lasciare spazio alla fantasia, ai pensieri, alle riflessioni. Da provare per tutti, anche per piccoli tratti

Visitato a Marzo 2013

Come si può notare, per quanto si parli dei ritardi della Francigena rispetto al cammino devozionale spagnolo, il sentiment generale espresso è complessivamente positivo (“bellissimi paesaggi, stradine spettacolari”; “emozionante”; “da provare per tutti”) e comunque vengono messi in evidenza i progressi fatti (“siamo indietro anni luce ... ma stiamo recuperando a grandi passi”).

Di particolare interesse per quanto riguarda la Francigena nel suo tratto toscano è il sottolineare un elemento di peculiarità che esce vincente dal confronto con il Camino di Santiago, ossia l’esistenza di percorsi lontani dai tratti trafficati. Significativo al proposito anche questo commento: “*Today, many sections of this route (note: it's a route, a trail - not a road) have been restored and are walked by modern hikers and even pilgrims!*”. Se questo è vero in Toscana, il sovrapporsi della Francigena con strade ad alto scorrimento di traffico automobilistico, emerge invece come problema in altri tratti (“*I'd venture to say that my track is even better than the one I bought, as I found many places where the trail had been moved and/or where I could walk more safely, a bit away from the roads where insane Italian drivers seek out people to mow down*”. Dal blog: <http://bjornfree.blogspot.it>, cit.)

Altro sentimento negativo che viene espresso nel post in esame è la sensazione di straniamento e solitudine per il fatto di venire percepito come eccentrico; la mancata “accoglienza” da parte dei residenti delle località attraversate dal cammino; il non sentire, diversamente da quanto avviene a lungo il Camino de Santiago, di far parte di una tradizione: “*Two years ago I walked the Camino de Santiago, and I'm just stunned by how different they are. In Spain I felt like being part of tradition and something people liked to see. In Italy, I was just a weirdo*”. Il medesimo concetto viene espresso dallo stesso autore nel blog citato e ribadito in quest’altro post della presidente dell’Associazione pellegrini *Camminando sulla Via Francigena*, in cui addirittura si parla di astio verso i pellegrini:

*“Ciao Elena, mi chiamo Cristina e sono presidente dell’Associazione pellegrini Camminando sulla Via Francigena. A noi non risulta ci siano particolari problemi e la segnaletica in questi ultimi due anni è molto migliorata...certo ci sarà sempre qualche segnale rovinato o mancante, perché come dici tu, **non tutti sono contenti del passaggio dei pellegrini nelle loro terre, ma ti garantisco che la situazione è migliorata parecchio ...**” [2013]*

Se come abbiamo visto gli elementi di negatività emergono essenzialmente dal confronto con il Camino di Santiago, non va sottovalutato il fatto che quest’ultimo – oltre ad essere un percorso maturo - presenta oggi problemi di sovraffollamento, sia lungo il percorso che nei luoghi di accoglienza, dovuti al fatto che il numero dei pellegrini che lo hanno percorso a piedi è quasi raddoppiato nel giro di un anno. Ciò potrebbe aprire nuove opportunità per la Via Francigena.

DESTINAZIONI TURISTICHE LUNGO LA FRANCIGENA. FOCUS

Focus tappe: Pontremoli, San Gimignano, Monteriggioni

La Francigena in Toscana si inserisce in un contesto particolare: attraversa, infatti un territorio carico di storia, arte, cultura e paesaggi di alto valore estetico che ne fanno una destinazione turistica tra le più rinomate anche a livello internazionale. Mete privilegiate sono le città d'arte e i borghi medievali.

Ai fini della presente analisi si è proceduto a monitorare il parlato nel web sulle località toscane attraversate dalla Francigena per meglio comprendere quale sia il potere attrattivo intrinseco di queste e quanto su questo incida il brand Francigena.

In base ai dati raccolti, sono state individuate tre tappe d'interesse: Pontremoli, San Gimignano e Monteriggioni. Queste tre località, infatti, sono quelle maggiormente presenti nei commenti presenti nel web. Ciò si deve essenzialmente, nel caso di Pontremoli, all'ampio ricorso a Twitter per pubblicizzare gli eventi e manifestazioni che vi si svolgono e per quanto riguarda San Gimignano e Monteriggioni alla fama intrinseca delle due località e del contesto culturale paesaggistico in cui sono inserite (il Chianti e la val d'Elsa, destinazioni turistiche di fama internazionale). Non a caso, infatti, nei siti specializzati dedicati alla Francigena la tappa San Gimignano – Monteriggioni viene definita come "una delle tappe più belle".

Dati e fonti

Città monitorate: Monteriggioni, Pontremoli, Radicofani, San Gimignano, Sa Quirico D'Orcia (oltre a Via Francigena in generale)

Fonti: Lonely Planet, Trip Advisor, Twitter

Lingue: Italiano, Inglese

Periodo temporale: 1 Agosto 2004 – 9 settembre 2013 (Twitter da 1 luglio 2013)

Volumi totali: 1.494 autori; 2.889 post; 21.538 commenti.

Anche in questo caso i *brand drivers* presi in considerazione sono stati:

- Brand
- Ospitali/*Hospitia*
- Pellegrini/*Pilgrims*
- Ospitalità/*Accommodation*
- Ristorazione/*Food & drinks*
- Servizi e Trasporti/*Services & transports*
- Arte e musei/*Art and Museums*
- Eventi e sport/*Events & sport*
- Tariffe/*Tickets & fares*

Anche in linea le raccomandazioni del Consiglio d'Europa a proposito della necessita dello sviluppo di un turismo sostenibile e con il progetto regionale "Toscana Turistica Sostenibile & Competitiva" che mira allo sviluppo del sistema turistico regionale "in armonia con la conservazione delle risorse naturali, del patrimonio storico, dell'identità culturale e in funzione del miglioramento della qualità della vita dei residenti", la Francigena non può e non deve diventare una destinazione di massa. Sì, è certamente importante valorizzarla e promuoverla ma avendo in mente un tipo di turista con esigenze particolari e nel rispetto del patrimonio culturale e del territorio

La via Francigena può dunque costituire un'occasione di sviluppo locale incentrato sui temi della fede, della cultura, dell'incontro e della sostenibilità. Una offerta adeguata di contenuti e una politica di marketing territoriale *ad hoc* possono innestare uno sviluppo del percorso che può avere ricadute economiche sul territorio interessato andando a complementare l'offerta già esistente.

A seguire alcuni punti emersi che è opportuno evidenziare:

La Francigena può essere considerata come distretto culturale diffuso dove le attività di valorizzazione e promozione devono essere coordinate e concentrate temporalmente per rendere il territorio appetibile almeno in determinati periodi dell'anno;

Il sovraffollamento del cammino di Santiago può essere come occasione di sviluppo per la Francigena;

Data la forte relazione tra turismo religioso e turismo culturale, alcune tradizionali iniziative locali, potrebbero essere utilizzate per diversificare l'offerta per i pellegrini;

È necessario tenere presente i diversi fruitori del cammino – pellegrini e non – ognuno con proprie caratteristiche ed esigenze e quindi diversificare offerta e servizi. Nel valutare i servizi da implementare è opportuno tenere in considerazione che il pellegrino, così come l'amante del trekking o del cicloturismo, è "leggero" ma tecnologico;

Dall'analisi del movimento sui social emerge che l'apertura delle tappe ha comunque portato ad un'attenzione sulla Francigena, mostrando che questa non è più solo un percorso virtuale, ma un cammino reale.

Vista la sempre maggiore importanza che questi rivestono, si ritiene opportuno effettuare delle campagne di sensibilizzazione e promozione sui social; Sarebbe utile creare un contest permanente di ascolto per monitorare problematiche e criticità; Si consiglia di realizzare nel 2015 un monitoraggio della rete per verificare, rispetto ai dati qui raccolti, le variazioni al modificarsi della situazione dei servizi offerti.

TAVOLA ROTONDA – Discussione intorno ai risultati della ricerca

Intervento di Fausto Cecconi³⁹



RADICOFANI LA FRANCIGENA E LA SUA ARTE

Radicofani, un lembo antico di terra Toscana posto al margine sud.. ultimo baluardo dell’Antica Via Francigena verso Roma.

Radicofani un Borgo ed un territorio affascinanti, uno dei cinque Comuni della Val d’Orcia, Patrimonio UNESCO dal 2004 per il Paesaggio Culturale e Bandiera Arancione del Touring Club.

Radicofani è un Borgo che è vissuto sulla Strada e per la Strada, ha subito la bella e la cattiva sorte che questa portava.. quindi un’esperienza notevole per chi volesse parlare di pellegrini e viandanti.. ma voglio iniziare il mio discorso con un ricordo della mia adolescenza.

Gita scolastica a Firenze e visita a Palazzo Pitti, la guida, un signore attempato ci descriveva un bellissimo affresco che si trova nelle stanze a piano terra: Lorenzo il Magnifico che accoglie i poeti ed i filosofi cacciati dalla Grecia...la guida ci spiegò l’opera e poi ci disse: “vedete ragazzi, se nel rinascimento i Medici non avessero creduto nella cultura, e avessero fatto le guerre come la maggior parte dei regnanti d’Europa, oggi Firenze non potrebbe vantare uno dei Patrimoni artistici più grandi del mondo.. e logicamente tutto ciò che ci ruota intorno”. Quindi: la Regione ha creduto nel progetto Francigena e ci ha investito denari, facendo un’operazione buona che ricalca perfettamente l’atteggiamento dei nostri antenati. La Cultura è il “petrolio” dell’Italia e soprattutto della Toscana, che vanta un patrimonio artistico e culturale enorme e soprattutto diffuso capillarmente anche nei centri minori.. perciò quando oggi si parla di ripresa e di far ripartire l’economia io penso che non sia difficile capire che bisogna ripartire dalla cultura. In tempi difficili logicamente si pensa ai bisogni primari e la cultura...si trascurava, ma se vogliamo un futuro bisogna trovare spazio anche per la cultura e per l’arte... perché questa può dare opportunità nuove per l’economia di questo paese. Un plauso alla regione che con lungimiranza ha creduto in questo ed ora i risultati si cominciano a vedere. Il numero dei pellegrini monitorati dal 2010 sono aumentati ogni anno del 40%... e queste persone, anche se spesso ci si riferisce a loro come ad un turismo povero, mangiano, dormono, ecc. Oggi a Radicofani, per l’ospitalità, ci sono due strutture, una della Confraternita di Misericordia funzionante dal 2007 ed una Comunale inaugurata quest’anno...per il Comune è una piccola risorsa, e così per la Misericordia che può investire qualche denaro in più in opere di bene...quindi si dà un servizio e rimane un piccolo surplus per la comunità.

³⁹ Assessore alla Cultura del Comune di Radicofani.

Parlando dello stato dell'arte posso dire che in Val d'Orcia ci sono dei monumenti importanti, legati alla Via Francigena, per esempio l'Antico Spedale delle Briccole, Abricula di Sigerico e la Grandiosa "Osteria Grossa" di Radicofani la struttura antica per l'ospitalità, più grande sulla strada di Roma.. strutture private.. e quindi niente da fare.. ma sono un patrimonio di tutti, lasciato cadere ... non dico che le istituzioni si devono sostituire al privato, ma magari aiutarlo o stimolarlo a reperire fondi, aiutarlo a capire il bene incredibile che ha per le mani. Quindi, sullo stato dell'arte ancora potremmo fare e auspico che si accendano i riflettori su queste situazioni per arrivare a proporre un territorio, già splendido ma, più perfetto nella sua interezza, senza noi.



Investire nella cultura... nel bello, crea servizi, crea nuove opportunità ed è già promozione!! Di fronte all'"Osteria Grossa" di Radicofani il Granduca Ferdinando I volle una grande fontana che magnificasse i fasti Medicei, e sotto al grandioso stemma di pietra volle un cartiglio: "questa fontana è stata costruita da Ferdinando ...per la Comodità dei viandanti" quindi il bello, la cultura, anche senza cartigli...sono un sicuro ritorno per il territorio e soprattutto sono già ottima promozione per questo!!

Promozione di un sistema, di un territorio, di un paese. Nel 2012 i Pellegrini passati da Radicofani erano di 52 nazionalità diverse... è il mondo che passa, un modo attento, nella maggioranza colto, che osserva e si innamora di un territorio, ...dei paesaggi, dei monumenti e...una volta a casa racconta... ecco la promozione!!! Senza poi considerare il grandissimo valore umano!! Spesso sentiamo di guerre, di omicidi ed invece sulla Via troviamo persone che augurano: "Buon Cammino"....

Per concludere, grazie alla Regione, al Presidente, all'Assessore, ai funzionari... Grazie di aver creduto in un territorio magnifico, ma lontano... si sono messe le basi per valorizzare e promuovere anche quei centri minori come numero di abitanti, ma non come bellezze paesaggistiche, culturali ed artistiche.

Intervento di Rossana Giannettoni⁴⁰

Come già detto, Monteriggioni e la Francigena rappresentano un connubio naturale. Fin dal 2007, quando era Presidente del Consiglio Romano Prodi che mise il primo cartello di segnaletica della Francigena, il nostro comune, la nostra amministrazione è sempre stata in prima linea nel cercare di portare avanti e, quindi, di valorizzare questo percorso, riconoscendo fin dall'inizio le grandi potenzialità che questo è in grado di offrire, ossia quelle di apportare una ricchezza veramente enorme a tutto il territorio.

Monteriggioni, proprio per la sua collocazione, è un baricentro, un crocevia che unisce vie e percorsi provenienti un po' da tutta quanta la Toscana. Si trova in un luogo strategicamente importante, tra Siena e Firenze, tra il Chianti, la Val d'Elsa e la Val di Merse; è un baricentro geografico, naturale, di una grande ricchezza ed è una grande

⁴⁰ Assessore alla Cultura e al Turismo del Comune di Monteriggioni.

potenzialità e questo costituisce un elemento fondamentale, per far sì che Monteriggioni diventi la base logistica per vivere e scoprire questi territori. Si colloca all'interno di un contesto che ha una grande valenza turistica, sia per quanto riguarda le ricchezze intrinseche del territorio stesso, sia per le importanti attrazioni che si trovano intorno a Monteriggioni. Tutti questi elementi possono essere cuciti insieme e costituire un mosaico di elementi architettonici e paesaggistici di forte attrattività e identità culturale. A questo si aggiungono gli eventi che arricchiscono il territorio di Monteriggioni, come la Festa Medievale, il Mercatale e altri appuntamenti importanti dal punto di vista sportivo, come la mezza maratona che ripercorre quasi interamente il percorso di Sigerico.

Di conseguenza, per noi è estremamente importante lavorare per potenziare gli elementi di eccellenza dell'attrattività del territorio, quindi anche questi percorsi storici, che portano ricchezza ed un valore aggiunto estremamente importante a tutto il territorio. Il comune di Monteriggioni ha voluto realizzare questo impegno anche attraverso un piano di marketing, che puntasse anche sul potenziamento dell'attrattività della Via Francigena. E questo mettendo a sistema le risorse storico culturali, già presenti nel nostro territorio, e creando una rete con San Gimignano e Siena e con tutto il territorio circostante. Noi, appunto, siamo una tappa di una rete che si sviluppa e che abbraccia la provincia di Siena e l'intera Toscana.

In questo lavoro abbiamo cercato di coinvolgere anche gli operatori locali. Io credo nella sinergia nella collaborazione con coloro che sono sul territorio, con coloro che fanno l'accoglienza per cercare di offrire la risposta migliore possibile al nostro ospite.

Come dicevo, la Francigena è da sempre un luogo di passaggio, un luogo d'incontro e di esperienza. Costituisce quindi il cammino dell'anima. Dunque non è un semplice percorso di trekking, ma la Francigena è il percorso dell'anima, è il percorso delle emozioni; percorrere la Francigena pertanto è un modo per scoprire l'essenza stessa del territorio. È un modo per conoscere non solo il paesaggio, ma anche le persone che vivono all'interno del territorio. Penso che offrire un'autenticità sia un elemento importante e penso anche che sarà alla base del turismo del futuro.

Monteriggioni si pone come una tappa di un lungo cammino che collega l'Europa del nord con il Mediterraneo. È necessario che ci sia una regia superiore, che abbia la possibilità di mettere insieme quelle che sono le potenzialità di questo lunghissimo percorso di 2500 chilometri (da Canterbury fino a Gerusalemme). L'Associazione Europea delle Via Francigene può effettuare quindi un'attività di coordinamento di quelle che sono le grandi e variegata realtà del nostro territorio. In Toscana dobbiamo ringraziare l'attività della nostra Regione, che ha fatto un ottimo lavoro di coordinamento e di potenziamento di questa via, attraverso l'innovativo strumento del masterplan, che ha permesso di rendere fruibili in pochi anni 400 chilometri di via Francigena sul tratto della regione toscana.

A Monteriggioni ci siamo mossi su questa su questa linea, forse un po' in anticipo rispetto agli altri territori. Già nel 2009 e nel 2010 abbiamo reso la Via Francigena più agevole da percorrere, con la sistemazione dei percorsi, la messa in sicurezza e il rifacimento della segnaletica. Successivamente sono state realizzate anche una serie di altre attività e di altre opere, come la creazione di aree di sosta per pellegrini e per cavalli, sono stati posizionati anche dei fontanelli. Dopodiché le nostre attività si sono rivolte anche a dare ospitalità ai pellegrini e a coloro che vogliono percorrere questa Via semplicemente per

motivi culturali e paesaggistici, realizzando un piccolo ospitaliero attraverso il recupero di un immobile di proprietà comunale. È stato così realizzato un dormitorio, con dodici posti letto, dove c'è la possibilità dell'utilizzo di cucina e Internet. Inoltre ci stiamo impegnando anche nel recupero di un'ala del complesso monastico di Abbadia Isola. Si tratta di un complesso del 1001 che, per una parte, è già totalmente recuperato, mentre per l'altra sono già iniziati i lavori, che speriamo di concludere entro il 2014. In questo caso è stato veramente fondamentale l'apporto della Regione Toscana, che ha erogato in due tranches un grosso finanziamento, per un totale di 853000 euro (su un impegno complessivo intorno a 1800000 euro).

Noi siamo convinti che questa strada costituisca non solo un'interconnessione tra la cultura ed il turismo, ma anche una connessione tra territori vicini e un punto d'incontro e di scambio di persone e popoli. Quindi per noi sarà fondamentale costruire una rete di socializzazione sulla Via Francigena con l'obiettivo di rendere condivisibili tra i pellegrini sia quelli che sono i punti di ospitalità e di interesse, sia le zone di ristoro e di riposo. E questo attraverso la costruzione di una rete di socializzazione sulla Francigena, un'analisi delle strutture ricettive, un miglioramento della qualità legata all'ospitalità dei viaggiatori sulla Francigena, la costruzione di un piano turistico, che si colleghi con i comuni vicini e che sia incentrato sulla Francigena, l'inserimento all'interno del piano degli itinerari francigeni toscani e la realizzazione anche di un piano di comunicazione.

Il prossimo anno, ossia il 2014, sarà un anno molto importante per Monteriggioni. Il 1214 è l'anno di fondazione del nostro castello quindi il prossimo anno compirà ottocento anni. Un'occasione in più per percorrere la Francigena e visitare Monteriggioni.

Intervento di Cristina Menghini⁴¹

Io sono una di quelle che la Via Francigena l'ha fatta moltissime volte. Sono Presidente dell'Associazione Camminando sulla Via Francigena, un'associazione di pellegrini e volontari con sede a Milano e ci occupiamo principalmente della parte nord. Stiamo quindi fuori della Toscana, dove c'è già un'altra associazione che se ne occupa, però ci piace cercare collaborazione e dialogo.

Come associazione promuoviamo incontri tra persone, pellegrini e camminatori, distribuiamo le credenziali per il cammino, che sono quei documenti di cui il pellegrino ha bisogno per usufruire dell'accoglienza lungo la Via Francigena, organizziamo caffè letterari ed eventi per la promozione della Francigena. Abbiamo anche un sito specifico dell'associazione (www.camminandosullaviafrancigena.it) e sono anche responsabile della rete sociale che opera soprattutto su Internet, quindi sui social network.

Per noi la Via Francigena è un'esperienza di incontro prima ancora che un itinerario culturale europeo. È un incontro con noi stessi quando camminiamo, è un incontro con il prossimo, con gli altri pellegrini, con le persone che abitano il territorio. È un incontro con la natura, con la cultura, è un'esperienza di lentezza. E a nostro parere, se questo non è valorizzato, la Via Francigena, come tutti gli altri itinerari culturali, non può esistere, neanche a livello turistico, perché ciò che fa il cammino sono le persone che ci

⁴¹ Responsabile Rete Sociale 'Camminando sulla Via Francigena'.

camminano, che ci abitano e le persone che promuovono. Se non c'è l'anima non ci può essere neanche in futuro quello che viene definito l'aspetto economico.

Per tale motivo, per favorire questo incontro, per favorire questa esperienza è necessario che ci siano due cose fondamentali: una corretta segnaletica sul percorso che indichi chiaramente la direzione da prendere (e su questo la Regione Toscana ha fatto cose importanti); l'accoglienza, perché il pellegrino, il camminatore cerca un'esperienza di essenzialità, non cerca l'albergo. Ha bisogno di persone che aprano la porta, non dico della propria casa, ma comunque di un luogo adatto al meglio alle loro esigenze; che venga accolto attive, che gli venga dato un bicchiere d'acqua quando arriva e che non gli venga subito richiesta la carta di credito. E su questo in Toscana siamo un po' indietro, nel senso che le soluzioni di accoglienza sono quasi tutte religiose. Attualmente poi abbiamo un vuoto di 50 chilometri; da San Miniato a Strove non sappiamo dove andare a dormire. Infine, resta qualche problema per quanto riguarda la segnaletica nei centri abitati.

Come associazione rimaniamo sempre a disposizione, siamo dei volontari. Ci occupiamo della manutenzione della segnaletica e del monitoraggio dei percorsi e, quindi, siamo a disposizione anche per la Regione Toscana.

Grazie.

Intervento di Sergio Signanini⁴²

Rappresento Fiab, associazione cicloambientalista che si occupa di promozione della mobilità ciclistica e del cicloturismo, attraverso progetti, campagne di sensibilizzazione, iniziative pubbliche e studi, e, in questo quadro, sta promuovendo e organizzando, con la proposta Bicalitalia, nell'ambito del progetto europeo EuroVelo, di European Cyclists Federation – ECF, di cui Fiab è socio, la realizzazione della “ Rete nazionale di percorribilità ciclistica” per coniugare la domanda di mobilità sostenibile con quella turistica, culturale e del tempo libero.

All'interno di questi progetti, come Coordinamento Fiab, che ha una presenza di Associazioni in tutta la Toscana e lungo il percorso toscano della Francigena, ci siamo occupati della Ciclopista dell'Arno e stiamo lavorando al progetto della ciclopista tirrenica e di un percorso cosiddetto “Dei due mari”, che dovrebbe collegare il Tirreno, dalla zona di Grosseto, con l'Adriatico.

Per queste esperienze e professionalità, la Regione Toscana ha incaricato Fiab di individuare un percorso ciclistico che agevoli i cicloturisti nella tratta toscana della Via Francigena avendo come base il Tracciato ufficiale della Francigena.

La realizzazione di un percorso ciclabile lungo la via Francigena, rispondente ai requisiti dei circuiti Eurovelo e Bicalitalia rappresenta un'opportunità per la Toscana, in quanto può efficacemente contribuire alla promozione del territorio regionale in Europa e nel mondo.

EuroVelo è un progetto della Federazione europea dei ciclisti (ECF) per sviluppare una rete di percorsi ciclabili di alta qualità per collegare l'intero continente. I percorsi possono

⁴² Responsabile Progetto 'Francigena in bicicletta' – Coordinamento FIAB – Federazione Italiana Amici della Bicicletta.

essere utilizzati dai cicloturisti per viaggi di lunga percorrenza, come da parte di residenti e turisti stanziali per escursioni giornaliere. EuroVelo è attualmente composto di 14 rotte e si prevede che la rete sarà sostanzialmente completata entro il 2020.

Il progetto europeo si compone da ben oltre 45.000 km di piste ciclabili e una volta completato avrà un totale di oltre 70.000 km di percorsi ciclabili. Percorsi con segnaletica EuroVelo si trovano in molti paesi europei, tra cui Austria, Francia, Germania, Ungheria, Serbia, Slovacchia, Svizzera e Regno Unito.

Il progetto Eurovelo, ripreso in Italia da Fiab con il progetto Bicaltaia, individua nell'ambito dei 14 grandi itinerari europei, l'itinerario n. 5 – via Romea Francigena da Londra a Roma e Brindisi, per una lunghezza complessiva di 3.900 km.

A proposito d'itinerari Eurovelo (EV) si ritiene di segnalare l'altro importante percorso di pellegrinaggio – la rotta dei Pellegrini, cioè il Cammino di Santiago – individuato come itinerario EV 3, da Trondheim in Norvegia a Santiago di Compostela in Spagna, attraverso 7 nazioni europee, la cui progettazione e realizzazione fa parte di un progetto finanziato dall'UE e avviato in collaborazione tra 5 Stati (Danimarca, Germania, Belgio, Francia e Spagna) e coordinato da ECF. Interessano la Toscana il percorso della Francigena (EV5) e l'itinerario della Ciclopista del Sole, che è un tratto del percorso EV 7, che attraversa gran parte dell'Europa.



I 14 itinerari EuroVelo con l'indicazione dei luoghi di partenza e arrivo e la distanza totale sono precisati di seguito:

Percorsi Nord-Sud:

- 1 – Atlantic Coast Route: North Cape – Sagres 8,186 km
- 3 – Pilgrims Route: Trondheim – Santiago de Compostela 5,122 km
- 5 – Via Romea Francigena: London – Rome and Brindisi 3,900 km
- 7 – Sun Route: North Cape – Malta 7,409 km
- 9 – Baltic – Adriatic: Gdansk – Pula 1,930 km
- 11 – East Europe Route: North Cape – Athens 5,984 km
- 13 – Iron Curtain Trail: Barents Sea – Black Sea 9,000 km
- 15 – Rhine Route: Andermatt – Hoek van Holland 1,320 km

Percorsi Ovest-Est:

- 2 – Capitals Route: Galway – Moscow 5,500 km
- 4 – Central Europe Route: Roscoff – Kiev 4,000 km
- 6 - Atlantic – Black Sea: Nantes – Constanta 4,448 km
- 8 – Mediterranean Route: Cádiz – Athens and Cyprus 5,888 km

Percorsi circolari:

- 10 – Baltic Sea Cycle Route (Hansa circuit): 7,980 km
- 12 – North Sea Cycle Route: 5,932 km

Rete totale: oltre 70.000 km



I percorsi ciclistici stanno avendo un crescente successo, non solo da parte di cicloturisti o turisti appassionati di bicicletta, ma sono diventati un prodotto turistico che attrae un numero crescente di turisti, sia che vogliono percorrere l'intero itinerario, sia per il piacere e l'immagine di essere un viaggiatore che percorre un itinerario di valore storico, culturale o paesaggistico.

L'esempio del prodotto turistico "La Loira in bicicletta" - "Loire à velo" – inserita in ben due itinerari EuroVelo, il Cammino di Santiago (EV3) e il percorso Atlantico – Mar Nero (EV6), evidenzia il ruolo del turismo in bicicletta su itinerari di lunga percorrenza. Sul tracciato della Loira,

in un anno vi sono stati 736 mila ciclisti, di cui il 48% sono stati turisti in vacanza con una durata media del soggiorno di 8 giorni e il 37% sono stati turisti stranieri.

L'itinerario della Loira è stato scelto dall'80% dei turisti per la presenza del percorso ciclabile. L'indotto diretto generato dal turismo in bicicletta nel tratto considerato è stato di oltre 15 milioni di euro, e le ricadute sul territorio di oltre 24 milioni di euro.

Sulla base del progetto Eurovelo, Fiab ha sviluppato il progetto Bicialia, che, con diversi itinerari attraversa la Toscana, toccando tutti i territori di maggiore valenza turistica, paesaggistica e ambientale. L'itinerario Bicialia 3, che riprende sostanzialmente l'itinerario europeo n. 5, coincide per molti tratti con il percorso della via Francigena dal Passo della Cisa ad Acquapendente per una lunghezza di circa 400 km, nel tratto toscano.

Il lavoro di Fiab si è proposto perciò di individuare un percorso, con eventuali varianti, finalizzato ad agevolare e promuovere l'uso della bicicletta. Il percorso della Francigena Ciclabile offre un tracciato, privo d'interruzioni, che s'integra con il tracciato pedonale della Via, seguendo le tappe definite dal percorso ufficiale, per costruire un itinerario, che in alcuni casi si discosta da quello a piedi per motivi di percorribilità. La definizione di un percorso attrezzato e segnalato consente di percorrere in bicicletta la Via Francigena nel tratto toscano nella maggiore sicurezza, trovando un itinerario attrezzato e segnalato, con l'indicazione di strutture di pernottamento e di servizio adeguate e funzionali al cicloturista. Per questo è stato realizzato un lavoro di ricognizione del percorso pedonale e delle possibili alternative che hanno tenuto conto delle diverse esigenze e caratteristiche del ciclista (e quindi del mezzo di spostamento) rispetto al viaggiatore a piedi.

Il progetto ha riguardato le seguenti fasi:

1. analisi del tracciato francigeno ufficiale per i pellegrini a piedi;
2. verifica su cartografia e sul posto della percorribilità in bicicletta;
3. sopralluoghi in bici, tracciamento GPS degli itinerari possibili in relazione ai vari caratteri dei viaggiatori e turisti, documentazione fotografica;
4. classificazione dei vari tratti e delle possibili varianti in funzione dei parametri di tipologia di strada, fondo, traffico, elementi paesaggistici e risorse storico-culturali;
5. individuazione dei punti adatti ed opportuni per la segnaletica e per eventuali altre forme di informazione e servizio al ciclista;
6. individuazione di criticità del percorso;
7. individuazione delle strutture (esercizi ricettivi attrezzati) e dei servizi (riparazione, noleggio bici, etc.) al ciclista esistenti lungo il percorso;
8. realizzazione di mappe in scala di dettaglio.

Per il tracciato ciclabile la tipologia di strada prescelta deve rispondere alle esigenze di ciclovicciatori forniti di borse, per questo nell'utilizzo della viabilità sono state selezionate strade non trafficate, percorsi ciclopedonali, carrarecce, tutte strade che presentino comunque aspetti di scorrevolezza e di fondo per essere percorsi in ogni stagione e con ogni condizione di tempo atmosferico.

L'itinerario è stato scelto tenendo conto dei seguenti aspetti:

- sicurezza dei cicloturisti;

- facilità del percorso;
- importanza culturale (es. chiese, monumenti);
- vicinanza a servizi;
- rifornimento d'acqua e ristoro;

Per l'individuazione del percorso della Francigena Ciclabile abbiamo considerato un corridoio di percorso, che comprende un territorio che si estende ai lati del tracciato ufficiale della Via Francigena a piedi. Nell'individuazione del percorso si è tenuto conto delle diverse tipologie di ciclisti, cercando soluzioni che potessero venire incontro alle tre tipologie principali individuate – il pellegrino-ciclista, il viaggiatore-ciclista, il turista stanziale con bicicletta, partendo dall'esigenza di base che le tappe devono essere le stesse di quello pedestre, anche al fine di utilizzare i servizi e le strutture comuni.

I target di riferimento sono cicloviaggiatori e turisti residenti che usano la bicicletta e che sono interessati a fare il percorso per:



- viaggio cicloturistico
- turismo religioso
- turismo culturale
- turismo naturalistico
- turismo enogastronomico

Nella scelta degli itinerari si è fatto riferimento ad un percorso che deve essere adatto per bici ibride (city-bike), attrezzate con borse per un viaggio di più giorni.

Nella definizione e scelta del percorso si è tenuto conto anche di altri itinerari cicloturistici presenti sul territorio (vedi la ciclabile Poggibonsi – Colle Valdelsa) e dei punti d'intersezione tra la Via Francigena e le sue varianti.

Considerando che i percorsi dovranno essere mantenuti nelle condizioni di percorribilità in

tutte le stagioni e con tutte le condizioni di tempo, abbiamo scelto strade e itinerari che siano percorribili tutto l'anno, oppure alternative per le situazioni di condizioni atmosferiche inadatte.

Fondamentale in questa fase è stata la ricerca di un tracciato che rispetti il più possibile le indicazioni dei criteri Eurovelo e Bicalia – e cioè standard nazionali e internazionali - e che garantisca quindi la fruizione totale e in sicurezza per gli utilizzatori, molti dei quali proveniente da paesi esteri e quindi abituati a presenza di strutture e dotazioni di servizi mirati al cicloturista.

Tutto il percorso è stato georeferenziato e, in particolare, gli incroci e le varianti di percorso, evidenziando i tratti del percorso in relazione alle caratteristiche definite dal sistema Eurovelo/Bicitalia.

Criticità

Le criticità prese in considerazione sono diverse (tratti a rischio o pericolosi, tratti con fondo naturale, tratti da fare piedi, incroci e attraversamenti pericolosi, salite impegnative...).

Per quanto riguarda la sicurezza, un punto di criticità, è rappresentato dai tratti di strada nei quali gli autoveicoli transitano in numero rilevante e/o a velocità elevata e dagli attraversamenti che tagliano strade a traffico elevato.

Una di queste situazioni più pericolose è costituita dal tratto della Statale della Cisa da Aulla a Sarzana, per il quale esiste una possibilità alternativa, offerta dal recupero del tratto di ferrovia Pontremolese dismessa, che potrebbe diventare un percorso ciclopedonale com'è stato fatto in diversi altri casi, il più emblematico dei quali è quello di Sanremo.

Tenuto conto delle esperienze estere di successo d'itinerari ciclabili di lunga percorrenza, si deve sottolineare che le caratteristiche della Francigena Ciclabile debbano essere sufficientemente standardizzate tra le diverse tappe al fine di dare una percezione di continuità di servizi e di offerta.

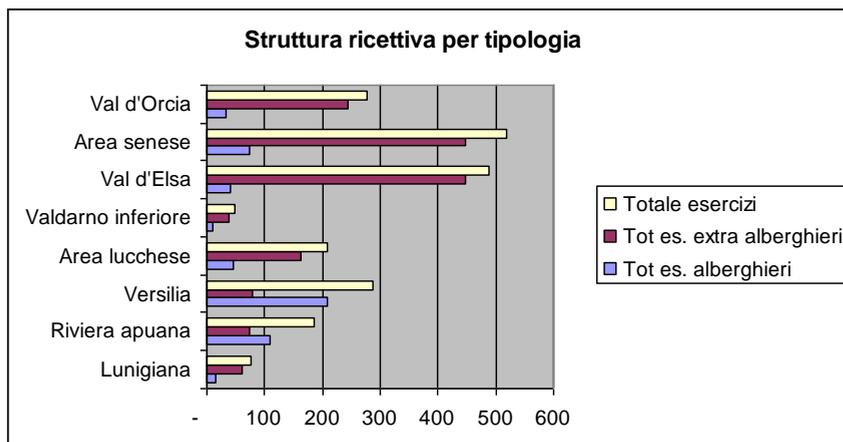
Il prodotto turistico Francigena Ciclabile può rappresentare un sistema di servizi integrati che permetta al viaggiatore/turista/pellegrino di trovare ciò di cui ha bisogno, sia per sé che per il mezzo bicicletta.

La situazione dell'offerta turistica lungo la Via Francigena

Nei 38 comuni interessati dal percorso della Via Francigena, che sono compresi in 5 province e 8 comprensori, sono presenti ben 2.090 strutture ricettive, di cui 534 sono strutture alberghiere e 1.556 sono invece ricettività diversa presso abitazioni, case vacanza o agriturismo. Nel complesso vi è un numero di oltre 72.600 camere, di cui 28 mila in alberghi e simili e 44.578 in esercizi extralberghieri.

La maggiore dotazione di esercizi si registra nelle zone del senese e della Valdelsa, ma si tratta soprattutto di strutture extralberghiere di tipo agriturismo e B&B; come alberghi e numero di camere la maggiore dotazione si nota nelle zone costiere della riviera apuana e della Versilia.

Esercizi e camere di strutture ricettive alberghiere ed extralberghiere per comprensorio:



L'insieme dei dati statistici sulle strutture ricettive, gli arrivi e le presenze turistiche e la dotazione di attività e servizi comunque connessi al turismo culturale e religioso evidenzia la presenza di un tessuto turistico già denso e adeguato a offrire servizi anche ai turisti in bicicletta che sono attirati dal percorso della "Francigena ciclabile".

La "Francigena ciclabile" rappresenta perciò, ove adeguatamente sistemata, segnalata e valorizzata, un'occasione notevole per contribuire ad aumentare l'attrazione turistica dei territori attraversati e in particolare di quelli che non sono dotati di attrattive eccezionali quali il mare o le risorse storico-culturali delle città d'arte. Il riferimento è quindi soprattutto per le zone della Lunigiana, del Valdarno inferiore, della Valdelsa e della Val d'Orcia. Per queste zone, ma in genere per tutto il territorio attraversato la presenza della Via Francigena, e del percorso ciclabile in particolare, è un'occasione notevole per incrementare gli arrivi, soprattutto nei periodi di bassa stagione, che tra l'altro sono quelli più indicati per i viaggi in bicicletta, e per allungare la durata dei soggiorni, che potranno arricchirsi di un'opportunità di conoscenza del territorio aggiuntiva, svolta in modo del tutto sostenibile.

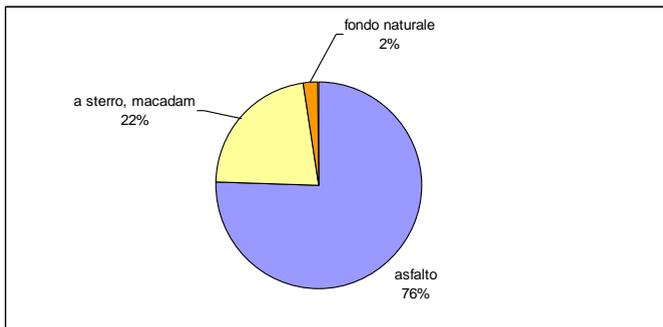
I risultati della ricognizione

La ricognizione svolta attraverso i sopralluoghi, le analisi e le verifiche sul campo hanno permesso l'individuazione del percorso ciclistico più adeguato possibile alle esigenze di viaggiatore cicloturista, nonché delle criticità e degli eventuali interventi da attuare, che sono riportati sulla cartografia, grazie alle attività di analisi diretta delle Associazioni Fiab che hanno svolto il monitoraggio del percorso ciclistico.

Percorso considerato	Passo della Cisa - Acquapendente
Lunghezza del percorso a piedi	395 km
Itinerari controllati	850 km
Lunghezza itinerario per la bicicletta	403 km

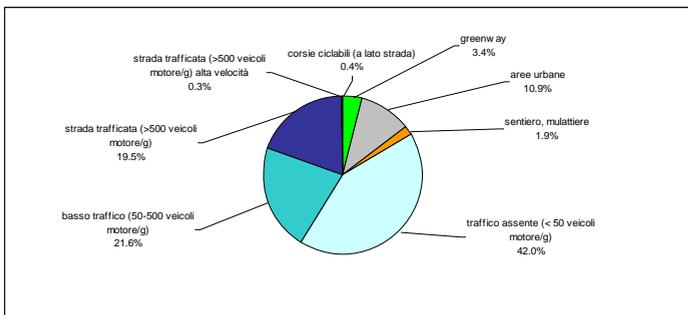
Di cui:	
In <u>Toscana</u>	361 km
In <u>Liguria</u> (zona S. Stefano Magra - Sarzana)	25 km
Nel <u>Lazio</u> (Proceno, Acquapendente)	17 km
Segnate anche delle varianti	87 km

Tali dati sono stati approfonditi, anche tramite ripetute visite sui luoghi indicati al fine di migliorare la fruibilità del percorso e indicare soluzioni per garantire i migliori livelli di sicurezza e qualità.



Il percorso individuato per la “Francigena ciclabile” è costituito per gran parte (oltre i ¾) da strade asfaltate, e poi vi è un 22% che è su fondo sterrato, ma buono, come macadam o strade bianche in genere e solo il 2% è di situazioni con fondo naturale costituito

da terra battuta o erba.



L’attività di ricognizione del percorso Francigena Ciclabile e del territorio e d’identificazione degli itinerari percorribili ha riguardato lo studio e il rilevamento sul campo degli itinerari e il censimento delle

problematiche più evidenti, in particolare per quanto riguarda il tema della sicurezza e della percorribilità per viaggiatori cicloturisti.

L’archivio di dati, immagini e testi descrittivi è stato strutturato in un data base georeferenziato organizzato in modo che possa essere diffuso sia in forma digitale, che stampato su carta.



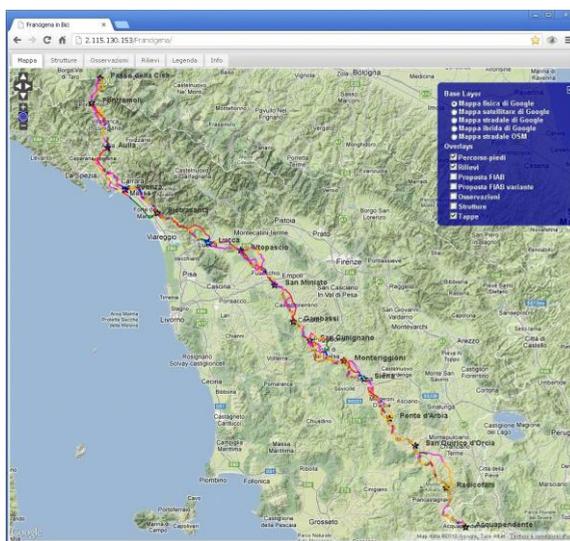
il lavoro in progress on-line per il gruppo di lavoro

i rilievi eseguiti.

I colori rappresentano il tipo di strada

- sentiero, pista, mulattiera, tratturo (fondo naturale)
- greenway
- pista ciclabile/ciclopeditonale (lato strada/sede propria Cds)
- corsia ciclabile/ciclopeditonale (Cds)
- ZTL o area pedonale urbana
- zona urbana
- strada senza traffico (< 50 veicoli motore/g)
- strada a basso traffico (50 - 500 veicoli motore/g)
- strada trafficata (> 500 veicoli motore/g)
- strada trafficata alta velocità (> 500 veicoli motore veloce/g)

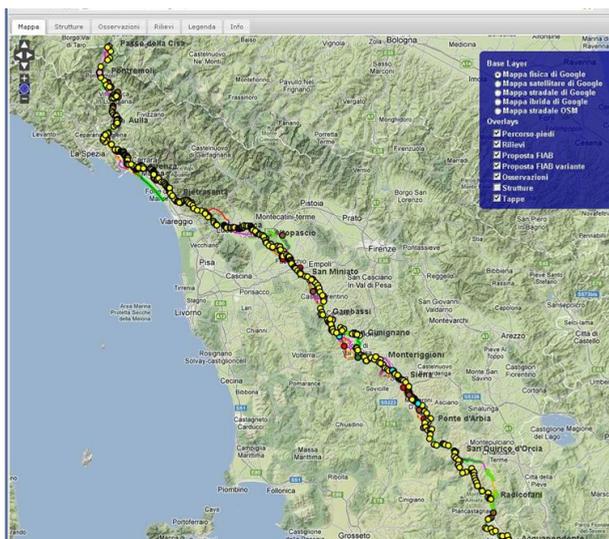
Firenze 4 Dicembre 2012



le Osservazioni:

- punti per la segnaletica,
- rilevanze storico-culturali
- rilevanze paesaggistiche
- criticità
- punti d'acqua

- punto per segnaletica
- criticità
- rilevanza naturale o paesaggistica
- rilevanza storico-culturale
- punto acqua
- altre osservazioni



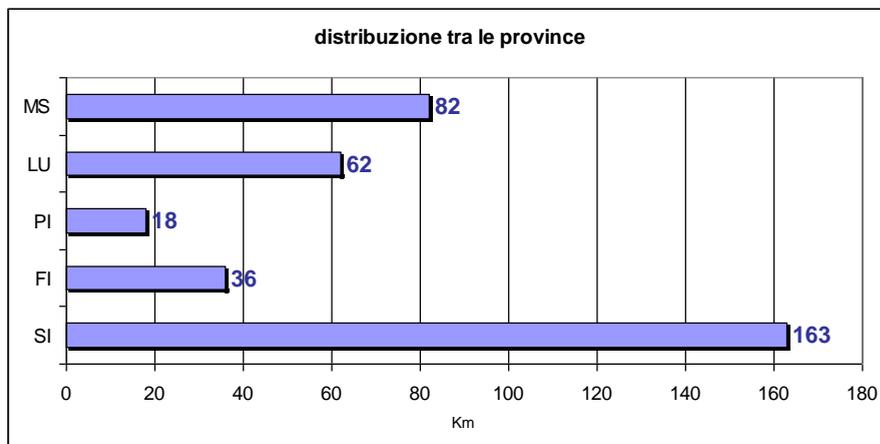
Sono state raccolte, verificate e poi georeferenziate le strutture di servizio, che offrono prestazioni mirate al turista ciclista oppure di assistenza per il mezzo bicicletta, con particolare riferimento a:

- accoglienza
- negozi ed officine per le bici
- servizi di noleggio.

- ▲ 1 - ospitalità per ciclisti
- ▲ 2 - negozio bici ed accessori
- ▲ 3 - officina, riparazioni
- ▲ 4 - noleggio
- ▲ 5 - costruzione, assemblaggio
- ▲ 6 - parcheggio bici
- ▲ 7 - agenzie di promozione, tour operator

Il percorso individuato si distribuisce fra 5 province, con una ripartizione molto differenziata, dove la provincia di Siena detiene quasi la metà del tracciato, seguita da Massa Carrara e Lucca; mentre Firenze e Pisa hanno dei tratti ridotti a ridosso dell'attraversamento dell'Arno e all'inizio della Valdelsa.

La provincia di Pistoia è poi interessata da un breve tratto in variante per arrivare al Padule di Fucecchio e ad un ostello attrezzato per i pellegrini di transito che vogliono conoscere questa caratteristica parte della Toscana, di notevole valore ambientale, e anche storico e culturale.



Considerazioni

La ricognizione svolta e le analisi contornate effettuate permettono di affermare che il percorso "Francigena ciclabile" è fattibile già oggi, anche se richiede alcuni interventi con livelli diversi di impegno, anche finanziario.

Le prime iniziative da attuare riguardano la segnaletica con particolare riferimento a quanto indicato in un capitolo precedente e alla localizzazione dei cartelli precisata nella documentazione cartografica digitale consegnata.

Una volta realizzata e sistemata la segnaletica si potrà dire che, almeno come identificazione e riconoscibilità del percorso "Francigena ciclabile", l'itinerario ciclabile della Via Francigena è completato.

Questo non significa che non manchino alcune criticità sul percorso, alcune anche di carattere rilevante, e tra queste va in particolare segnalato il tratto lungo la SR 62 da Aulla a S. Stefano Magra, che è molto trafficato e stretto, e quindi pericoloso per il ciclista, specie per un ciclista non abituato al traffico aggressivo presente su alcune delle nostre strade. La vicina ferrovia dismessa rappresenta un'importante alternativa e la sua conversione in pista ciclabile e percorso pedonale in sede propria rappresenta per questo una priorità.

Interventi programmati

Francigena Arts Festival, di *Fabrizio Datteri*⁴³

Il Francigena Arts Festival è nato ad Altopascio, che una metà fondamentale della Via Francigena, in seno all'Accademia della Musica Gemignani, che è una realtà musicale locale musicale.

Il Fiaf è innanzitutto formazione: ogni estate organizziamo corsi musicali di perfezionamento e approfondimento del Master Class Internazionali della durata di minima di una settimana. Il nostro scopo è quello di offrire i migliori docenti e un'educazione musicale di base. Il Fiaf è comunque anche esecuzione: musica, pittura e teatro si fondono in spettacoli originali in cui gli artisti danno un loro messaggio esclusivo per il festival. Non c'è nessun limite di espressione nella convinzione che il vero spartiacque non sia fra i generi o le discipline artistiche, ma fra l'arte vera e la sua mistificazione.

In questi tre anni abbiamo organizzato circa cento corsi, con maestri e allievi da tutto il mondo e, contemporaneamente, abbiamo organizzato più di centocinquanta concerti sul territorio della provincia di Lucca e di Pisa. Almeno la metà sono stati dedicati ai giovani musicisti, che sono stati inclusi in cartellone insieme ad orchestre, quali l'Orchestra Toscana, a formazioni quali il Trio della Scala, a solisti classici e non, come Allievi e Vecchioni.

Fiaf è Francigena non solo per un motivo territoriale, seppur fondamentale in quanto con la nostra azione promuoviamo il territorio, ma per la stretta attinenza concettuale fra arte e Via Francigena. L'artista nel suo percorso di conoscenza didattico segue un cammino lento e faticoso; altri concetti importanti sono la meraviglia di raggiungere e scoprire le tappe di questo cammino, la fede come atto di speranza interiore. Tutto questo in un'ottica di attenzione alle tradizioni, all'introspezione, alla riflessione, alla condivisione, al sentimento di socializzazione all'accoglienza, al senso ecologico, inteso come utilizzo razionale finalizzato delle risorse.

Pertanto il nostro rapportarsi alla Francigena non è un facile pretesto di poter fortunosamente utilizzare un nome grazie alle posizione geografica, ma ritrovare lì una chiave profonda di lettura della vita, insomma un valore. Il nostro scopo è quello di promuovere la via Francigena a 360°, ossia nella sua essenza e significato, attraverso manifestazioni.

Partendo dalle riflessioni di illustri economisti della cultura, noi proponiamo un'azione che parta dalla valorizzazione del micro per andare al macro, con una visione a lungo termine. In altre parole, formazione, riappropriazione del territorio, esaltazione delle peculiarità di ogni zona nel suo particolare potenziale artistico, umano, architettonico e figurativo. Il termine monetizzare la cultura non ha un'accezione negativa se il giusto fine è quello di far conoscere e vivere un territorio. Il nostro passo successivo è stato quello di chiederci come operare questa valorizzazione e il nostro approccio è stato quello di utilizzare le

⁴³ Francigena International Arts Festival.

enormi risorse del nostro patrimonio di beni culturali, non mostrandole o semplicemente creandoci rappresentazioni, ma modificandole, creando interesse intorno ad esse. Spesso viviamo il paradosso di assistere alla realizzazione di super eventi o, al contrario, mostre specialistiche. Importantissimi da un punto di vista culturale in sé, nella sincera speranza di esaltare una territorio o una tematica, ma che non apportano alcun cambiamento nella coscienza comune.

La nostra strada invece passa dalla consapevolezza dell'importanza dell'emotività e della socializzazione. Comunemente il modus operandi della comunicazione è quello di colpire attraverso la sorpresa, ma ormai questo processo è sclerotizzato, questo non è il giusto percorso e lo insegna proprio la Via Francigena. La vera emozione è quella che cresce nel e col tempo, che perdura agendo sulla memoria dei sentimenti, dei sensi e delle azioni. Un piccolo esempio l'abbiamo avuto nei corsi di perfezionamento fatti ad Altopascio; sono venuti una cinquantina di maestri stranieri con molti allievi. Tutti sono rimasti entusiasti dei nostri corsi, perché hanno trovato disponibilità, cordialità, professionalità, ma naturalmente, anche cuore. In definitiva è facile per tutti portare il nome di turno per fare uno spettacolo, basta avere le risorse, ma per l'artista protagonista quell'evento rimarrà solo una data in un'agenda e per il territorio resta un evento fine a se stesso. Tuttavia per gli allievi e i maestri che hanno partecipato al Fiaf, Altopascio è ora una realtà emozionale e culturale.

Concludo dicendo che il Fiaf è una visione nuova ed europea degli spazi di azione. Pur non tradendo le origini da dove è partito, che rimarranno il primo cuore pulsante del progetto, il Francigena Festival non è più uno dei molti festival territorialmente limitati, ma è aperto all'intero percorso della Via Francigena, in cui la formazione è intesa come processo professionalizzante creando occasioni lavorative attraverso progetti europei. Pensiamo che il Fiaf possa essere una grande risorsa per la regione toscana e per tutta la Via Francigena in generale.

Grazie.

Tra Terra e Cielo, di Fabio Lepre⁴⁴

Tra Terra e Cielo è un'associazione che organizza viaggi a piedi in Italia dal lontano 1989 nel bacino del Mediterraneo. Facciamo viaggi con guida lungo la Via Francigena, sul Cammino portoghese di Santiago e su molti altri percorsi che secondo noi hanno una storia da raccontare.

Le storie che andiamo a cercare in Europa vanno dal Portogallo all'Armenia, dalla Norvegia fino a Zanzibar, un'isola molto turistica sulla costa occidentale, ma noi camminiamo sull'altra costa, quella dei pescatori che ci ospitano in strutture molto semplici.

Noi organizziamo dei viaggi lungo la via Francigena. Uno dei tratti è quello che parte da Lucca e va a Siena. A novembre parte il tratto che va da Orvieto a Roma. Sono percorsi da cinque a dieci giorni, ossia fattibili nei tempi delle ferie, organizzati con la presenza di una guida.

⁴⁴ Le Vie dei Canti.

Costruire reti attraverso la Francigena, di Giuseppe Cattanei⁴⁵

Rappresento una serie di comuni, di amministratori locali, l'amministrazione provinciale di Piacenza, i privati, l'associazione di categoria del nostro territorio e la diocesi di Piacenza. Abbiamo tratto dall'Associazione Europea della Via Francigena l'idea, l'ispirazione per rilanciare un territorio che purtroppo ospita una delle tratte più difficili della Via Francigena.

Grazie alla collaborazione con il presidente Tedeschi, ma soprattutto con la collaborazione del pubblico e del privato e con l'intervento della Regione Emilia Romagna – che purtroppo per molto tempo ha visto nel turismo adriatico il punto più importante del turismo emiliano-romagnolo – e attraverso l'Associazione Europea del tratto della Via Francigena, siamo riusciti ad unire un territorio, a spingere la Regione Emilia Romagna a intervenire con un finanziamento, non paragonabile a quello della regione toscana ma per noi molto importante, e a unire intorno ad un tavolo di lavoro non solo le amministrazioni ma soprattutto i privati. Siamo partiti dalle associazioni di categoria perché senza di loro i comuni dalle nostre parti non investono.

Così siamo riusciti, ispirandoci allo spirito della Francigena, ad unire il territorio, a chiedere l'investimento di tutti, a fare quello che ci è sempre mancato, e cioè la conoscenza del territorio. Non avevamo un censimento delle strutture turistiche, degli ostelli, non avevamo una georeferenziazione, cioè quello che c'è sul territorio, e dovevamo trasferire queste informazioni non solo sulla cartografia, che avevamo, ma sugli strumenti multimediali, creando delle App delicate, che presenteremo il 5 dicembre, finanziate tra pubblico e privato.

Ci siamo ispirati all'idea europea della Via Francigena, quindi con una grande attenzione non al localismo. ma a quelli che sono i problemi diversi di ogni percorso. di ogni tratto di questa lunga via. Perché non ci sia una differenza troppo grande fra quelle regioni che hanno fatto dei grandi ed intelligenti investimenti e quelle regioni che vedono il turismo da un altro lato. Noi da sempre siamo un territorio di passaggio, non abbiamo dei punti fermi come Firenze o Lucca. Noi abbiamo il passaggio, la bellezza del nostro territorio è che vivi il passaggio. Andiamo da un punto all'altro ed è nell'emozione di questo passaggio che noi offriamo i nostri territori, la nostra provincia, le nostre bellezze, una enogastronomia semplice e un viaggio attento.

Ai comuni noi chiediamo di non ostacolarci e di aiutarci a monitorare quell'enorme database che serve per le App e per le carte, ciò che abbiamo sul territorio, per esempio i cambiamenti dei numeri di telefono delle strutture d'accoglienza; non chiediamo soldi, perché purtroppo da noi questo non è possibile, siamo una zona agricola.

⁴⁵ Regione Emilia Romagna.

Conclusioni, di Giovanni D'Agliano⁴⁶

Cercherò di fare una chiosa un po' diversa di quella che di solito si usa fare ai convegni, prendendo spunto da alcune cose che sono emerse per dire come si è comportata la Regione Toscana e qual è secondo me secondo lo stato dell'arte al momento attuale.

Dalla *Sentiment Analysis* emerge che il *brand* Francigena non è affermatissimo sul mercato internazionale, ma probabilmente neppure sul mercato italiano. Di questo ovviamente ci carichiamo della responsabilità, peraltro frutto di una scelta fatta, in quanto abbiamo ritenuto al tempo di noi muovere foglia nel campo della promozione e della comunicazione, fino a quando non avessimo avuto un itinerario percorribile non solo in sicurezza, ma anche in modo godibile. E questo è stato fatto.

L'itinerario è attualmente sostanzialmente pronto, quasi completamente messo in sicurezza. La segnaletica secondo me in Regione Toscana è pressoché perfetta, cogliamo comunque il suggerimento di far di meglio per i tratti cittadini urbani. Per quanto riguarda l'ospitalità, invece, che è un punto di carenza percepito non solo dalle associazioni dei pellegrini, ma traspare anche dalla *Sentiment Analysis*, noi abbiamo finanziato 16 punti di ristoro. Inoltre abbiamo preso il tracciato della Via Francigena ormai validato e abbiamo visto che in Toscana ci sono circa 1200 strutture ricettive, non per i pellegrini, ma che in ogni caso offrono ospitalità a prezzi vari e possono quindi diventare un momento di scelta per l'utenza. È un'offerta importante a cui noi abbiamo chiesto dei requisiti aggiuntivi per i frequentatori dei cammini (lavasciuga a disposizione, luogo per lasciare le scarpe usate per il cammino...). Su 1200 circa 200 hanno risposto, il che vuol dire che questi verranno promossi come offerta aggiuntiva rispetto all'ospitalità povera classica. Per quanto riguarda la chiesa, esiste prima di tutto l'importante tema della messa in regola, ossia occorre che le strutture ecclesiastiche che fanno ospitalità sulla Via Francigena si adeguino ad un sistema di regole condivise.

Abbiamo inoltre aperto un fronte di collaborazioni importanti, di cui Fiab è un esempio, e realizzato un intervento importante da Terra Rossa a Aulla sfruttando la ferrovia. Ci sono altri progetti in Regione Toscana che ambiscono a lavorare sulla dismissione di vecchie ferrovie, tuttavia al momento sussistono problemi di finanziamento.

Vorrei concludere riflettendo su quelli che sono i numeri attuali: solo in Toscana abbiamo circa 100 mila presenze sulla Francigena. È un numero sostanzialmente inaspettato, un numero che, moltiplicato per le regioni interessate, va incrementandosi moltissimo, considerando soprattutto l'incidenza della Regione Lazio, ma anche dell'Umbria.

Io credo che a Pasqua apriremo il tratto e cominceremo una pesante azione promozionale. Possiamo e vogliamo fungere ad esempio di come si opera su un tracciato come quello della Via Francigena, in prospettiva di fruizione. Come già detto, un tracciato come la Via Francigena senza i pellegrini non esiste, è un tracciato trekking, magari sfidante, ma con un appeal decisamente ridotto, se non si preserva quello che è l'attore principale e la memoria del pellegrinaggio.

⁴⁶ Dirigente Progetti Speciali Integrati di Sviluppo Turistico per la Regione Toscana.

Concludo dicendo che, per quanto ci riguarda, anche gli interventi di oggi ci danno conforto nella convinzione che questo è un prodotto turistico, in alcuni casi ormai pronto per essere venduto e, comunque, di grandissima prospettiva. Continuiamo quindi a lavorarci con l'entusiasmo che è necessario avere, ma anche con la convinzione e la percezione che questo è un itinerario percorribile, con un valore simbolico e economico importanti, non futuribili, ma da subito.

4. LA FORMAZIONE PER LA VALORIZZAZIONE DEL PATRIMONIO CULTURALE

Introduzione di Franco Gugliermetti⁴⁷

Buonasera, ho il piacere e l'onore di introdurre questa sessione che si occuperà essenzialmente del rapporto fra a formazione occupazione.

Esiste una piattaforma conoscitiva che permette di sviscerare la problematica formazione, bene culturale e lavoro. Gli ultimi rapporti disponibili sono sostanzialmente quello di Symbola del 2012, il rapporto Civita, poi l'analisi del sistema integrato del MiBAC, dell'Unione Camere, i soliti dati ISTAT e i piani strategici per lo sviluppo del turismo. A questo aggiungerei l'attuale Decreto Cultura, che dopo approfondiremo un po'. Allora la filiera cultura nel suo complesso appare essere un settore trascinante dell'economia italiana, ma se questo trascinamento è legato al modo con cui si intende la filiera cultura, cioè se non ci si limita agli aspetti tradizionali che sono legati ai beni culturali, alla cultura in genere e alla valorizzazione e al restauro, ma si comprendono anche gli aspetti industriali, legati alla filiera della cultura e sue delle attività commerciali, al turismo, ai trasporti ci si accorge che la ricchezza prodotta non è trascurabile, sono circa 37 miliardi (dato 2011), vale a dire il 5,4% della ricchezza totalmente prodotta in Italia. Se a questo aggiungiamo anche dei settori che sono trascinati dal settore cultura (laboratori, performance artistiche, ecc.), la percentuale sale al 15% dell'economia nazionale.

Dal punto di vista, invece, dell'occupazione, il settore visto nel suo complesso (compreso quindi l'aspetto industriale) è in controtendenza, rispetto ad altri settori, in quanto, seppur molto contenuta, registra una crescita dell'occupazione (circa lo 0,4%). È dunque un settore trainante, con circa 1400000 persone occupate.

Un altro modo per analizzare questo settore è quello della filiera tradizionale, escludendo quindi turismo, industria creativa, ecc. In questo caso, ovviamente, i numeri scendono molto: attualmente gli artisti e professionisti impiegati nei beni storico-artistici sono circa 480.000 (quindi un quarto rispetto al dato precedente), di cui 145.000 sono tecnici intermedi (si va dai tecnici di museo a quelli gestionali e a tutto ciò che riguarda l'esercizio, la conservazione e il restauro). Dopodiché a questi si aggiungono invece laureati, quindi con alta professionalità, e artisti, che sono 235.000. Va sottolineato che delle 480.000 persone che lavorano nei beni culturali, 28.000 hanno un'età compresa tra 30 e 49 anni, mentre i giovanissimi rappresentano una percentuale molto piccola, il 17%. Questo dato, comunque, non deve tanto stupire, perché, soprattutto se ci riferiamo a tecnici altamente specializzate o laureati, ormai si esce dall'università non più a 24-25, ma intorno a 29 anni (dopo aver fatto master, PhD e altro come istruzione di terzo livello). Il 60% dei lavoratori ha quindi un'età compresa tra 30 e 40 anni, ma questo è appunto legato alla lunghezza dei tempi di formazione. Questa formazione però, nel momento in cui trova lavoro, si trova di fronte, stante la sua varietà, ad una contrattualità non mai ben definita, perché le funzioni a cui vengono chiamati i lavoratori nei beni storico-artistici

⁴⁷ Ordinario DIAEE Università La sapienza di Roma.

sono molto spesso funzioni che si sovrappongono. È tipica la presenza di un funzionario, all'interno di un museo di una o di una delle direzioni ad esempio del MiBAC, che in passa dalla valorizzazione, al restauro, all'amministrazione, anche contemporaneamente. Ciò provoca, non tanto a livello ministeriale ma soprattutto a livello privato, una difficoltà nel definire una figura contrattuale, gli aspetti previdenziali, gli aspetti assicurativi.

Altra caratteristica è che tutta l'attività culturale, specie il restauro e l'attività archeologica, molto spesso viene affidata a ditte private, tramite appalti.

più o meno trasparenti però non lo

Rimanendo nell'ambito del MiBAC e levando la parte del turismo, possiamo dire che il ministero ha sempre avuto una decrescita costante nei suoi finanziamenti. Anche il decreto cultura attuale non mi sembra che sia così generoso. Il nostro paese investe lo 0,23% del suo PIL in queste attività, mentre mediamente in Europa è il 3%. Si cita sempre questo esempio, cioè che il nostro finanziamento pubblico equivale a malapena a quanto incassato il Louvre nell'arco di un anno.

In questo quadro, negli ultimi anni, si è assistito a un interessamento dei comuni e delle province a queste attività; in effetti, a parer mio, il motore trainante di tutta questa attività non può essere che demandato alle amministrazioni locali, perché loro conoscono le risorse del territorio, sono loro che fanno i piani di indirizzo, sono loro che quindi possono ottenere il massimo risultato. Quest'idea del coinvolgimento dell'amministrazione nelle attività dei beni culturali, in realtà è una fetta di un altro coinvolgimento che sta con sconvolgendo completamente il mondo dei finanziamenti sia in campo dei beni storico-artistici, sia in campo generale a livello europeo, perché i futuri programmi legati a Horizon 2020, sono programmi che prevederanno sempre la collaborazione fra amministrazioni pubbliche (università), centri di ricerca (ENEA, CNR...) e operatori privati. Quindi, questo modello che è stato forzoso finora per l'ambiente e per i beni storico-artistici, in realtà si sta progressivamente trasformando in un modello, in un in un concept a cui si dovranno adeguare le amministrazioni, anche se operano in campi diversi. Questo significa che le amministrazioni, nell'ambito dei beni storici e artistici, dovranno attrezzarsi con nuove figure professionali che probabilmente in questo momento non esistono.

Quando si parla di inserimento dei giovani nell'ambito del lavoro, si parla di domanda e di offerta e, in questo caso, si parla anche di riconoscimento delle figure professionali. La domanda di lavoro può essere vista sotto più punti di vista; se parliamo di settori, la domanda riguarda archivisti, bibliotecari, ecc.; se parliamo di attività, ci riferiamo alla tutela, alla gestione; oppure si può parlare di profili o di funzioni e qui le cose si complicano un po'. I diversi profili, pur operando nell'ambito dei beni culturali, hanno tradizioni, metodi di indagine, di studio e di azione su un bene culturale che sono profondamente diversi. Pertanto la definizione di un profilo è una cosa molto complicata. A questo si aggiungono le funzioni che, come dicevo prima, non sono ben identificabili, ma passano da un campo all'altro. E questo se, da una parte, è una risorsa, dall'altra, è negativo perché l'aspetto contrattuale non è mai chiaro.

Come si fa ad entrare a far parte la di questa domanda? Ovviamente a fronte c'è un'offerta, che è l'offerta formativa che può essere di primo livello (laurea), di secondo livello (laurea magistrale), di terzo livello (PhD) e poi comprendere anche tutta una serie di

stage, di lavori sul campo, che permettono di trasformare il sapere teorico in una risorsa vera e propria. Il problema è che domanda e offerta non parlano lo stesso linguaggio, nel senso che ciò che fa la formazione molto spesso non è inquadrabile direttamente in una richiesta di mercato. Dunque, questa mancanza di visioni condivise porta alla necessità di trovare degli strumenti di natura pubblica per il riconoscimento dell'attività formativa da parte del mercato.

La formazione, stante il notevole progresso di alcuni aspetti legati soprattutto all'informatica, è una formazione che tende ad essere sempre più specialistica e a creare dei nuovi strumenti di studio, di indagine destinati alla valorizzazione e alla conservazione; oggi il mondo della cultura ha dei contenuti che attualmente contengono aspetti di altissima tecnologia. Di conseguenza, se ci limitiamo agli aspetti classici, da una parte troviamo la formazione, dall'altra le figure che vogliamo creare, per cui abbiamo un numero infinito di possibilità di variare le nostre figure professionali. Ad ogni figura professionale, ovviamente, dovranno essere associati dei percorsi e dei contenuti formativi (conoscenze, competenze e profili) e a questo dovrà essere associato un riconoscimento del titolo avuto e un riconoscimento di tipo contrattuale, due aspetti di natura legislativa.

I percorsi possibili sono, innanzitutto, l'identificazione dei fabbisogni a livello possibilmente locale (provinciale, comunale), un orientamento della formazione verso i profili che sono richiesti dal mercato e, ovviamente, il favorire dell'incontro tra domanda e offerta attraverso la creazione di strutture che, insisto, dovrebbero essere a valenza locale.

In conclusione, il messaggio che volevo darvi è che formazione e lavoro hanno ancora qualche problema da risolvere, cioè ancora non comunicano efficacemente.

Intervento di Giovanni Trià⁴⁸

Intanto ringrazio il professor Guglielmetti che, con la sua relazione, introduce nel modo ottimale questo dibattito sul ruolo della formazione nello sviluppo delle attività in campo culturale. In questa manifestazione è stata da lui spiegata e ribadita l'importanza del settore dei beni e delle attività culturali nell'economia italiana. Il problema che si pone è quello di considerare non soltanto il peso che questo settore ha oggi in Italia, ma il divario tra questo e il peso potenziale che esso può avere. Questo divario è molto ampio, sarà venti o forse trent'anni che al centro dei programmi di tutti i governi è presente l'idea che la valorizzazione dei beni culturali è una delle risorse fondamentali dell'Italia (l'idea dei giacimenti culturali credo risalga addirittura agli anni Settanta). La questione, quindi, è quello di chiudere questo gap ma, come ha messo in rilievo il prof. Guglielmetti, c'è un grosso problema di formazione. E, come detto, la pubblica amministrazione è in grosso ritardo nello svolgere in modo adeguato il suo ruolo al fine di chiudere questo gap. Questo ovviamente è un problema generale, non soltanto del settore di cui parliamo; non c'è politica che il governo o chiunque possa adottare che non passa poi attraverso la pubblica amministrazione e, se questa non è attrezzata per portare avanti questa politica e, a volte

⁴⁸ Presidente SNA – Scuola Nazionale dell'Amministrazione.

per determinarla, nulla si muove. Considerando una filiera di interventi per i beni culturali, pensiamo al settore degli investimenti; per lungo tempo non ci sono stati investimenti, neppure pubblici, in questo settore (l'ultimo grande periodo di investimenti fu negli anni ottanta con il Fondo Investimenti Occupazione, in cui si cercò di trovare il modo di applicare l'analisi costi-benefici agli investimenti in beni culturali).

Dopodiché la valutazione d'investimenti in beni culturali si è persa; noi stiamo entrando in un periodo in cui gli investimenti pubblici, se ripartiranno, dovranno essere sottoposti ad un'attenta analisi e valutazione. Ciò comporta che ci siano coloro che sono in grado di fare questa valutazione, da qui la necessità di formazione per la gestione dei beni culturali. E non solo formazione nel settore pubblico, ma formazione anche nel settore privato, nelle tecniche gestionali, nelle metodologie tecnico-scientifiche del restauro; e in queste tecniche gestionali rientra la capacità di operare insieme al settore privato.

Proprio per con la consapevolezza di questi problemi, la Scuola Nazionale di Amministrazione, che io rappresento – che è la Scuola Superiore di Pubblica Amministrazione che ha cambiato nome e che era

presso la Presidenza del Consiglio con la funzione di selezionare e assumere alti dirigenti e alti funzionari dello stato, curarne la loro formazione lungo tutta la carriera - sta per lanciare un centro di ricerca e alta formazione per l'economia e la gestione dei beni e delle attività culturali. Proprio perché ci rendiamo conto che, in questo campo, è necessario concentrare l'attenzione. I destinatari di queste attività di formazione saranno i dirigenti e i funzionari pubblici, sia quelli che direttamente devono gestire i beni culturali, sia coloro che devono disegnare le politiche ed essere poi in grado di applicarle le politiche. Questo centro avrà anche il compito di formare, oltre ai dirigenti e ai funzionari pubblici, i funzionari e i dirigenti privati, proprio per cercare di creare questo dialogo e questa connessione. E, soprattutto, questa attività verrà portata avanti creando una rete con i principali centri di ricerca, le principali università che si occupano di tali argomenti. Stiamo dunque già discutendo questi programmi con Promo P.A., con la Bocconi, con l'università di Roma Tor Vergata e abbiamo intenzione di ampliare la rete. Stiamo per firmare una convenzione con il Ministero dei Beni Culturali e con una serie di regioni per portare avanti questo centro che avrà la sede, simbolicamente, presso la Reggia di Caserta, uno dei più grandi centri monumentali e artistici d'Italia, ma che ultimamente è diventato anche simbolo di una gestione non del tutto adeguata di dei beni culturali, Inoltre a Caserta questo centro potrà interagire con il Training Center, cioè il centro di formazione OCSE che la scuola ha istituito a Caserta, rivolto alla pubblica amministrazione del Mediterraneo. Si può così creare un ponte e una rete di livello internazionale.

TAVOLA ROTONDA Punti di vista dal sistema formativo pubblico/privato

Intervento di Davide Apollonio⁴⁹

Buonasera a tutti. Nel ringraziare gli organizzatori per l'invito e questa bellissima città di Lucca, porto il contributo dei piccoli comuni che, in questo momento, probabilmente risentono delle maggiori difficoltà del momento storico che viviamo, sia per la carenza di risorse economiche, ma soprattutto a motivo di un quadro normativo che muta sempre e che ci crea grosse difficoltà soprattutto nella programmazione di tutta l'attività amministrativa, che investe quindi anche la cultura. Dobbiamo capire come un momento di difficoltà possa essere trasformato in un momento di opportunità. Ringrazio gli organizzatori del LuBeC, in quanto questo è un momento formativo in sé che ci consente di confrontarci ognuno nel proprio ruolo e, attraverso questo confronto, le idee possono arrivare a medio termine a dei risultati.

In realtà, come sindaco, provo a fare un'analisi di quelle che sono le criticità che noi viviamo quotidianamente e che impediscono lo sviluppo del settore dei beni culturali. Il primo aspetto, forse anche un po' filosofico, è rappresentato da una sorta di mancanza di consapevolezza, che spesso, come avrete notato, si acquisisce quando si va all'estero, dove si prende veramente consapevolezza dell'enorme patrimonio culturale che abbiamo, sovente non valorizzato. E questo, secondo me, è imprescindibilmente legato alla capacità di creare un sistema di regole certo, che invece in altri paesi europei è più evidente.

Allora noi amministratori spesso ci confrontiamo su come migliorare tutti questi aspetti e non si può non partire che da un aspetto fondamentale, la cultura del bello. Teniamo conto che noi ci troviamo a lavorare in dei contesti dove c'è una mancanza di regolamenti edilizi, di piano dei colori che sono la premessa per cominciare a parlare di cultura, per insegnarla soprattutto alle nuove generazioni. Quindi noi amministratori abbiamo, secondo me, l'obbligo di iniziare da questi aspetti di tipo tecnico-amministrativo, ovviamente interagendo anche con le istituzioni scolastiche, che sono il primo tassello per una crescita sana e saggia dei ragazzi. Per quanto riguarda la formazione, in realtà le amministrazioni possono già fare qualcosa, vale a dire indirizzare i bandi, sia nazionali che regionali (borse lavoro o servizio civile), richiedendo delle figure professionali già formate, specificamente attinenti al mondo della cultura e del beni culturali.

È importante sottolineare che, a causa della crisi, si è passati da un sistema di finanziamento prettamente pubblico, a pioggia, dove non c'era spesso un oggetto specifico, nel senso che l'importante era solo riuscire a prendere dei finanziamenti, ad una situazione in cui le risorse sono molto scarse. Gli amministratori devono, quindi, cominciare a capire come porre in essere tutti quei comportamenti e tutte quelle relazioni che consentono comunque di ottenere dei finanziamenti. Ed è anche importante che le pubbliche amministrazioni, al contrario di quanto accaduto spesso negli ultimi vent'anni, assegnino nei ruoli chiave le competenze specifiche e con umiltà ricorrono al supporto di enti di ricerca, di università per sviluppare un progetto che sia peculiare per il proprio

⁴⁹ Sindaco di Vastogirardi.

territorio. Un'altra cosa importante che spesso è mancata nella formazione delle figure professionali è che i finanziamenti sui beni culturali non sono stati mai concertati, ossia vengono calati dall'alto, mentre il compito degli amministratori è semmai proprio quello di dare un suggerimento o, comunque, di partecipare al processo di formazione dei progetti e dei finanziamenti. I fondi 2012-2020 costituiscono certamente una grande opportunità e, per far sì che si possano sfruttare al meglio, ritengo che occorra assolutamente dare degli spunti, cercando di capire quali sono le necessità del territorio, senza aspettare di verificare che, effettivamente, i fondi messi a disposizione non corrispondano alle esigenze del territorio.

Un altro aspetto importante è la capacità di aprirsi alla rete, intesa come filiera, e alle tante associazioni presenti sul territorio nazionale. Questo consente anche a piccoli comuni di poter entrare in una partnership di livello nazionale e internazionale, prescindendo quindi dal numero degli abitanti. Una di queste è Arianna, la Rete Italiana di Cultura Popolare, a cui molti piccoli comuni hanno aderito, in quanto consente in un'ottica di partenariato di individuare più facilmente la filiera e ottenere così i requisiti fondamentali per ottenere i finanziamenti. E, in questo senso, la formazione, almeno per i piccoli amministratori, può ottenere un risultato se nella partecipazione si individuano già quali sono le professionalità di cui il territorio ha bisogno e così la Regione, che è l'ente preposto ad erogare i fondi, già sa quali sono le figure professionali di cui il piccolo comune può necessitare. Tengo a dire che molti progetti Smart Cities, a cui già diversi comuni hanno aderito, hanno cominciato a dare dei risultati e, quindi, penso che sia importante continuare su questa strada.

Un altro aspetto importante è che spesso nei territori è mancata la capacità di fare brand, cioè di caratterizzare le proprie peculiarità, attraverso la comunicazione dei prodotti ad altissima qualità, soprattutto per quanto riguarda il patrimonio culturale e, su questo, in futuro occorrerà certamente intervenire.

Grazie.

Intervento di Stefano Bettega⁵⁰

Buonasera, non so quanto voi conosciate questa istituzione di alta formazione si occupa di design. È una scuola pubblica che a suo modo rappresenta e sostiene un bene culturale significativo per il nostro Paese come quello del design.

Il nostro simbolo, che è un disegno della metà del quindicesimo secolo, realizzato da Paolo Uccello, che risiede nel Gabinetto dei disegni degli Uffizi, dimostra che già a quell'epoca c'era l'idea del 3D dell'importanza della rappresentazione degli oggetti in questo modo. Quindi siamo un'istituzione pubblica, a tutti gli effetti un microscopico istituto universitario, offriamo corsi di primo e di secondo livello (quindi tre più due) e abbiamo due orientamenti specialistici, in design del prodotto e in design della comunicazione. I pezzi del design italiano sono un patrimonio di fatto anche sono molto più recenti, si trovano al MoMa. È quindi anche questo un patrimonio da sostenere.

⁵⁰ Direttore ISIA – Istituto Superiore per le Industrie Artistiche e Docente Design della Comunicazione.

Si tratta di un istituto molto piccolo, abbiamo 200 studenti fortemente selezionati all'ingresso, 50 docenti e in qualche maniera rappresentiamo il primo esperimento pubblico di dare continuità, a partire dalla metà degli anni Settanta, a quell'esperienza storica e significativa per l'economia del Paese che era quella del grande design italiano degli anni Cinquanta e Sessanta.

Vi faccio vedere alcune delle cose che facciamo, perché sono in relazione con la vita delle città, dei territori e con l'economia del Paese. Questa è una campagna che è stata presentata ieri ed è uno dei soggetti che gli studenti dell'ISIA hanno fatto insieme al comune di Firenze, a sostegno di una mobilità alternativa, in questo caso della bicicletta. Ci sarà una campagna di affissioni sei per tre che verrà proposta alla città nei prossimi mesi. Questo è un altro esempio che noi abbiamo sviluppato insieme con Ingegneria Aerospaziale di Pisa, su mandato della Regione Toscana: è un velivolo ultraleggero idrovolante, sviluppato negli ultimi due anni (il progetto si è chiuso lo scorso agosto) con un finanziamento regionale derivante da fondi europei del valore di 4 milioni di euro, basato sull'idea che prossimamente i motorini verranno realizzati, presumibilmente, dalle industrie coreane indiane e tutto l'indotto della meccanica pontederese e pisana legato alla Piaggio dovrà riconvertirsi su una di questi merceologie che oggi sono molto popolari al di fuori del nostro Paese.

Ho qui poi tutto un progetto sul tema delle Smart Cities. La Regione Autonoma Friuli Venezia Giulia ha finanziato un gruppo di lavoro fatto di studenti e insegnanti che, insediato a Trieste per qualche mese, ha sviluppato un progetto che verrà presentato alla fine del mese in occasione del Global Forum a Trieste, basato sulla valorizzazione dell'individuo che risiede nella città che la visita, in relazione alla valorizzazione delle risorse culturali del territorio di qualsiasi natura (architettonica, storica, archeologica). Il tutto in collaborazione con una grande azienda friulana che si chiama Irotec, una delle eccellenze del nostro Paese, che pochi conoscono, che costruisce supercomputer. Pertanto, con il loro aiuto, l'intervento si stabilisce su diversi livelli, da quello dei percorsi storici e culturali fino a quello dei sistemi informativi locali. I risultati sono di grande soddisfazione per l'amministrazione tant'è che questo progetto rappresenterà l'amministrazione comunale di Trieste nel Global Forum della settimana prossima.

La rilevanza del design fortunatamente è stata intercettata anche dalla Commissione Europea, quindi nei vari documenti di programmazione ne è uscito uno particolarmente significativo per noi, che si chiama Design for Growth and Prosperity, dove si individuano 21 raccomandazioni suddivise in tre grandi che, auspicabilmente per quel che ci riguarda, diventeranno degli assi di finanziamento perché la disciplina del design abbia un ruolo nell'economia generale dei paesi dell'Unione.

Una cosa volevo dire a proposito di beni culturali e di tutela e valorizzazione delle risorse; è banale ma le risorse sono anche ovviamente i nostri studenti e, quindi, è necessario qualche segnale. È uscito un decreto (D.L. 104 per il sostegno alla formazione primaria, secondaria e terziaria) con delle risorse. Mi auguro che sia una segnale positivo perché effettivamente quello è un altro enorme patrimonio da tutelare, da formare ed educare per il futuro.

Intervento di Enrica Lemmi⁵¹

Sono un docente dell'Università di Pisa che collabora da anni con la Fondazione Campus di Lucca, Istituto di alta formazione specializzato nel turismo dove sono presenti il corso di laurea triennale in Scienze del turismo e il percorso magistrale in Progettazione e gestione dei sistemi turistici mediterranei.

Oggi sono qui per parlare di formazione e di placement, temi a noi molto cari, tanto che abbiamo un ufficio specializzato nel seguire gli studenti; ufficio che, unitamente alla funzione di supporto alla didattica, sviluppa molto le attività di orientamento e affiancamento degli studenti, in maniera personalizzata e mirata. L'attività avviene fin dall'inizio del percorso formativo, fornendo, appunto, un orientamento ai nostri studenti e affiancandoli in tutte le fasi successive di collocamento in stage, di job placement e anche di riposizionamento, qualora quest'ultimo non abbia esito positivo. In definitiva, grazie alla presenza dell'ufficio dedicato, denominato Career Service, viene prestata molta attenzione alla carriera degli studenti, attraverso una specifica attività di monitoraggio e di studio del percorso formativo degli stessi, che in stage fanno esperienze anche di tipo internazionale (ricordiamo la partnership con gli Stati Uniti, in particolare con la Delaware University, con cui abbiamo una certificazione internazionale in Hospitality and Tourism Management, e quella con l'India, dove abbiamo un MBA insieme alla Kuony Academy di Mumbai).

Al fine di esemplificare l'interattività fra i nostri studenti e il mondo del lavoro, ho portato con me una tesi discussa la scorsa settimana dal titolo "Le nuove figure professionali nel settore turistico: opportunità oltre la normativa vigente". Molte professioni non sono neppure codificate dal punto di vista normativo e spesso sono legate al web con, a volte, delle titolature piuttosto curiose: mystery guest o shopper, destination manager, heritage promoter, travel designer, consulente ambientale per il turismo, promotore del turismo. Sono presenti, altresì, professioni di frontiera, come golf club manager, operatori del turismo enogastronomico, nonché le professioni della internet company. Pertanto, oltre al comparto legato strettamente alle tradizionali professioni nel settore alberghiero, ci sono nuove figure che stiamo scoprendo in virtù dell'attività dei nostri studenti, che vanno in stage e a volte ritornano con delle proposte di lavoro. I più fortunati riescono a rimanere nelle aziende o nelle istituzioni dove hanno fatto il loro percorso di stage; altri, danno vita a piccole società: piccole iniziative imprenditoriali che in qualche modo vedono anche realizzare le nuove professioni.

A questo punto, si apre il grande tema di come codificare, di come ricondurre all'interno di un quadro normativo adeguato queste nuove professionalità, che nascono non soltanto perché i ragazzi sono fantasiosi, si mettono in gioco, sono creativi e cercano, quindi, di mettere in campo un progetto, ma probabilmente anche perché esistono spazi nel mercato del lavoro per offrire una consulenza così specialistica.

Il nostro ufficio Career Service studia i profili degli studenti attraverso colloqui individuali e un'attività di affiancamento che dura diversi anni e, dunque, la proposta dello stage risponde, da un lato, all'inclinazione naturale dello studente e, dall'altro, al suo profilo

⁵¹ Professore dell'Università di Pisa e coordinatore del Centro studi e ricerche della Fondazione Campus di Lucca.

specifico. È prevista inoltre un'attività di job placement; in particolare, in virtù di una rete di imprese e operatori presenti sia a livello nazionale che internazionale, il Career Service è in grado di offrire, sulla laurea magistrale, tre proposte alternative di collocamento sul mercato del lavoro e, qualora non andasse a buon fine questa esperienza di job placement, c'è sempre la possibilità di recuperare la posizione all'interno di una nuova attività. Crediamo, quindi, a questo livello di interattività dello studente, che ha le capacità tecniche per esprimersi e di capire quale sia il profilo ideale di lavoro per il quale candidarsi. Oggi i nostri studenti attivi sono circa 250, fra la triennale e la magistrale.

Naturalmente qui non sono inclusi gli studenti iscritti ai corsi professionalizzanti o MBA o ad altri tipi di percorsi formativi. Gli stage organizzati fino ad oggi sono stati 519, in dieci anni, ed abbiamo 319 aziende convenzionate. Il job placement dopo un'esperienza di stage è piuttosto alto, ossia del 53%, e diventa ancora più alto se valutiamo valori a sei mesi dalla laurea triennale e a sei mesi dalla laurea magistrale (85% come valore medio). Possiamo, quindi, considerare che per la Fondazione Campus l'inserimento degli studenti nel mondo del lavoro è una vera e propria missione.

Grazie.

Intervento di Mojtaba Navvab, Franco Gugliermetti, Fabio Bisegna⁵²

Preserving the Past – Cultural Heritage reconstruction must utilize an integrated approach in its execution of various functions toward preserving the past; yet it must be sensitive and careful enough not to impact the fragile architectural elements that have lasted for centuries. The contemporary features of architectural resilience toward environment are known to professional builders for a long time. The oldest human structures demonstrate or present their resilience everywhere given the current recorded conditions of these historical buildings by archeologists; however their unique engineering solutions to a long lasting life are hidden in dynamics of cultural heritage characteristics as discovered during their recovery and or recent attempts using virtual reconstruction methods.

There are serious challenges to our well-developed building design resilience with respect to architectural construction techniques as compared to our current real and or virtual reconstruction practices. There is a need to retool and examine our abilities and skills in recreation of the past and collective sense of resilience to scale our expectations toward preserving the tangible cultural heritage given the past decades of natural calamities such as earthquake, hurricane, tsunamis and nuclear disasters.

Cultural heritage in a given country is unique and irreplaceable. This places the responsibility of preservation on the current generation in that region. The availability of state of the art techniques and expertise in a given field of science is not uniform throughout the world [1]. As of 2012, there are 936 World Heritage Sites in 153 countries throughout the world: 725 cultural, 183 natural, and 28 mixed properties. Each of these sites is considered important to the international community. To transfer the

⁵² College of Architecture and Urban Planning, U of Michigan, 2000 Bonisteel Blvd. Ann Arbor, MI, USA; e Dept. Astronautical, Electrical and Energetic Engineering, U of Sapienza, Via Eudossiana, 18 - 00184 Roma Italy

responsibility to a new generation requires the provision of an innovative learning environment. The definitions which apply to cultural heritage are stated below in articles 1 and 2 established by the Venice Charter, 1964 1 [2].

Article 1: The concept of an historic monument embraces not only the single architectural work but also the urban or rural setting in which is found the evidence of a particular civilization, a significant development or a historic event. This applies not only to great works of art, but also to more modest works of the past which have acquired cultural significance with the passing of time.

Article 2: The conservation and restoration of monuments must have recourse to all the sciences and techniques which can contribute to the study and safeguarding of the architectural heritage.

The scale of environmental impacts on earth life system, the compelling scientific evidence of dynamic changes in local climates and international directives as relates to sustainable developments and stringent local, state and national legislative or building code requirements (e.g. International Green Building Council (IGBC) and Leadership in Energy Efficiency Design (LEED) for commercial building rating system recognizes that much of a building's in general impact on the environment comes from where it is located and how it fits into its community, etc.) have all contributed to the acknowledgement that education at both pre and post professional levels has a significant role to play addressing these new challenges for Cultural Heritage institutions.

The last two decades of research in social and behavioral studies, continuously shape the way we perceive our world, while providing access to an influx of information never before known and accelerating the design decision making process in our profession and or disciplines. As such, an interdisciplinary team of individuals from Taubman College of Architecture and Urban Planning at the University of Michigan, USA and the Department of Astronautical, Electrical and Energetic Engineering at the SAPIENZA University of Roma, Italy recognized the immediate need to understand whether the academic research is adapted to deal with these rapid and evolving changes. The team eventually proposed creation of “an interdisciplinary organization”⁵³ that would best reflect the multidisciplinary essence of cultural heritage, demonstrated in the sciences and techniques in its core research activities, as well in the academic work related to educating the next generation of graduates in the areas of conservation and restoration.

Our vision is to foster sustainability on local-to-global scales by solving systemic problems at the human-environment interface that endanger ecosystems and the well-being of future generations.

Our mission as an “Interdisciplinary organization” is to connect academics, policy-makers, and practitioners by facilitating sustained and vibrant interactions to solve difficult sustainability problems. We actively engage the academic community and education and external collaborators (e.g., access to historical sites through ministry of cultural heritage) in novel, highly adaptive partnerships to better define complex problems, support participatory research, co-create knowledge and policy for practical application (new

⁵³ Interdisciplinary organization are institutions that bridge gaps among multiple domains and are able to facilitate multi-stakeholder collaborations while remaining accountable to all sides.

occupations in cultural heritage field), develop innovative learning opportunities (e.g., new master of science degree in historical preservation), and cultivate future leaders to be involved in preservation and or conservation; as a deliberate act of keeping cultural heritage from the present for the future.

The Master of Science concentration in Conservation (MS_C) is a 2.5 semester (fall, winter, spring half) post-professional degree in architecture that expands upon conventional notions of historic preservation to encompass the multiple scales that shape the cultural and environmental heritage of a community and its region. The course of study offers participants an innovative approach to connecting physical, social, and ecological contexts as a means of probing architecture's active role in the construction of culture.

The degree coursework combines technical training in conservation methods from outstanding practitioners. Participants will have access to advanced technology, including state-of-the-art documentation equipment, the Geographic Information Systems resources and UM 3D Labs. As an interdisciplinary service facility, the UM3D Lab provides the entire University of Michigan community access to high-end technologies and professional expertise in the general areas of 3D simulation, digital fabrication, education, visualization, motion capture, modeling, animation, and application development. The UM3D Lab strives to capture and encourage the creative spirit by providing the tools, expertise, and collaborative opportunities needed to support cutting edge research, academic initiatives, and innovative uses of technology in an open and inviting environment. Student projects and case studies will take advantage of the rich modern architecture and post-industrial legacy of Michigan, as well as the wealth of our faculty's research.

Given our past and present research activities, we are convinced that the current buildings under studies are the best active learning laboratory environment with more specific or technical meaning in the same contexts for teaching new generation of researchers in conservation at gaining the necessary support and knowledge to preserve the heritage of many nations for the future. Most recent attempts to establish an interdisciplinary, inter-university program are based on our research work at the side of the following sites (Coliseum, Ostia Theater, Saint Rocco Museum, Taormina Theater and Villa Adriana). Case studies are used toward defining sets of strategies based on scientific evidence that would answer some of the questions posed by the historical preservation teams. Information produced or obtained from these case studies are based on specific application of integrated technologies as design solutions toward safeguarding of these sites' architectural heritage. Cevat Erder "The Venice Charter under Review", Ankara, 1977. <http://www.icomos.org/en/home/>.

Intervento di Susan Tintori⁵⁴

Buonasera, io rispetto ai miei colleghi ho una scuola a Firenze da vent'anni, è una scuola privata, perciò i nostri studenti pagano le rette e la retta è alta e, quindi, in base a questo io, come direttrice, mi rendo conto quanto sia importante la mia responsabilità di formare un gruppo di artisti che non siano solo capaci tecnicamente, ma anche pronti ad affrontare le realtà del mercato internazionale. Di conseguenza, per me la formazione è la costruzione di capacità tecniche effettive, ma anche formare la persona che, con tutto questo bagaglio di conoscenze, riesce ad entrare nel mondo e a sopravvivere come un'artista. Questa è l'impresa grossa, perché il mondo del mercato deve permettere ai nostri ragazzi di fare tutto ciò e noi ce la mettiamo tutta.

La nostra scuola esiste grazie all'Accademia di Belle Arti Italiana, in quanto noi proponiamo la vostra metodologia al cento per cento; i nostri studenti studiano tre anni, è un corso professionale, riconosciuto dalle università americane e frequentano a tempo pieno.

Abbiamo riproposto lo studio del nudo e quindi abbiamo al centro del nostro curriculum il disegno e la pittura del nudo. Abbiamo riproposto il disegno e la pittura di calchi e di gessi di sculture antiche, quindi c'è proprio una formazione classica basata sulla vostra Accademia.

L'accademia intesa come formazione classica non esiste più; nell'Ottocento l'Accademia di Belle Arti a Parigi ha fatto sì che questo sistema artistico fosse completamente abbandonato e ciò ha permesso al mercato forse più grande di artisti di emergere, ossia gli impressionisti.

Nel periodo seguente, l'arte visiva ha completamente abbracciato l'espressione dell'artista, lasciando per strada la capacità tecnica. Dopo generazioni erano rimaste scuole di musica e di balletto che insegnavano il metodo classico, però nell'arte visiva, se eri un pittore, dovevi uscire dai grandi centri di Londra e di Parigi e andare altrove.

Questo ha permesso alla mia scuola a Firenze di crescere in modo rapido e notevole. Abbiamo oggi più di 250 iscritti, 100 nel corso professionale e 150 nei vari workshop che gestiamo durante l'anno.

La cosa per me più importante su tutto ciò è che il bene culturale più grosso che ho potuto incontrare è il fatto che a Firenze esiste ancora un bellissimo pensiero artistico. Non posso pensare di fare questo tipo di scuola in un'altra città; quando i miei ragazzi arrivano il primo giorno di scuola, io so già che per arrivare da me sono passati dal Duomo, magari hanno attraversato il Ponte Vecchio e per me gran parte del mio lavoro è già fatto. Lo spirito artistico di Firenze comprende tutto questo, il monumento, quello che esiste all'interno delle gallerie, comprende i suoi paesaggi e anche il fiorentino stesso.

Quindi io, se dovessi consigliare qualcosa ai miei colleghi, direi di conservare una realtà fragile, preziosa, unica al mondo. Non dico che non dobbiamo essere moderni a Firenze, dico che a volte la modernità non è importante quanto la mondanità, perché è proprio la fusione del mio mondo internazionale con quello di Firenze che consentirà tutto quanto.

⁵⁴ Direttore Esecutivo Florence Academy of Art – University.

Ho ragazzi da 35 paesi e sono sicura che loro non vorrebbero vedere questo spirito passare.

Quando i ragazzi lasciano la scuola, il 70% di loro riesce a lavorare pittori o scultori, vincono premi e vivono con il mestiere che noi abbiamo loro insegnato. Hanno capito che il ritratto deve assomigliare al soggetto, c'è quindi anche uno studio di anatomia e uno studio di tipo pratico, cioè come fa a reggere il modello il tempo lungo affinché possa realizzarsi il dipinto.

Io posso solo dire che siamo molto contenti della nostra crescita in vent'anni, che abbiamo superato la crisi perché quello che facciamo cerchiamo di farlo nel modo migliore possibile. Abbiamo mantenuto i contatti con quasi l'80% dei nostri alunni e questo ci aiuta a mantenere ed espandere la visibilità della scuola. Tutto questo nasce a Firenze, esiste a Firenze e vi invito a venire a trovarci.

5. L'ITALIA DELLE MERAVIGLIE. I NUOVI BOOKSHOP DEI MUSEI TRA ARTIGIANATO, MADE IN ITALY E TECNOLOGIE

Intervento di apertura, di Gabriella Biagi Ravenni⁵⁵

Buonasera. Italia delle meraviglie? Io ormai sono più di 20 anni che mi occupo di Puccini e sinceramente mi sento dentro un'Italia delle meraviglie. Questa è una sensazione che ho ogni giorno quando lavoro, sia pure tra le difficoltà che ovviamente ci sono sempre.

Devo premettere qualche breve notizia sulla Fondazione Puccini, che è necessaria poi allo svolgimento dei pochi concetti che mi sono segnata. Anzi, guardo l'orario perché non voglio sforare.

La Fondazione Puccini esiste dal 1973. È la prima fondazione che porta il nome di Giacomo Puccini. Fu creata – l'unico socio fondatore è il Comune di Lucca – proprio con l'intento di creare un museo nella casa natale. Il museo fu inaugurato nel 1979.

Mandiamo un cd di immagini mentre io parlo, così magari se non avete voglia di sentirmi vedete le immagini.

Il museo è stato riaperto con una nuova sistemazione, un nuovo assetto nel 2011. La Fondazione in questi pochi anni ha cambiato completamente Statuto, oltre che condizione: un nuovo assetto e un nuovo Statuto.

Il nuovo consiglio di amministrazione si è insediato neppure un mese fa. Naturalmente la Fondazione è una fondazione di diritto privato che non ha scopo di lucro. Tra i suoi fini istituzionali ci stanno la tutela, la conservazione, la gestione, la promozione e la valorizzazione del patrimonio culturale pucciniano. Sono fini molto ampi e molto impegnativi in un certo senso. I settori in cui può operare, sempre da Statuto, sono l'informazione, la formazione, la promozione e la ricerca. Nell'ambito di questi scopi può realizzare manifestazioni culturali divulgative e di spettacolo e tante altre cose ancora.

È previsto, però, che possa svolgere anche attività accessorie strumentali al perseguimento dei fini istituzionali, ovvero attività di commercializzazione. Ecco che subito siamo arrivati al discorso del *bookshop*. Qui intanto vedete delle immagini del museo e poi vedrete delle immagini del *bookshop*.

Il nostro *bookshop* è aperto da poco più di un mese in Piazza Cittadella 5, proprio al lato della statua di Puccini, e funziona anche come biglietteria.

Nel *bookshop* mettiamo in vendita prodotti che sono stati progettati e realizzati per la Fondazione da Bonuccelli Adpower.

Vorrei spiegare perché abbiamo ritenuto importante dotare il museo di un *bookshop* e muoverci in questa direzione. È una spiegazione anche ovvia: i musei di solito ce l'hanno un *bookshop* oppure ce lo dovrebbero avere. Quindi, è un fatto quasi naturale. Mi richiamo ad un concetto esposto proprio stamani dal Presidente Scognamiglio. L'ho trovato calzante a quanto volevo dire. In questo caso la Fondazione può avere due missioni: una missione che lui ha definito – e faccio mio questo concetto – valoriale, che è

⁵⁵ Direttore Fondazione Giacomo Puccini e Casa Museo Puccini.

tutto quello che è detto prima (la tutela, la conservazione, la ricerca, eccetera, eccetera) e una missione economicistica che, secondo il nostro Statuto, è sicuramente accessoria, ma funzionale al raggiungimento dei fini istituzionali.

Il *bookshop*, con i suoi prodotti, che, lo voglio sottolineare – ora cominciate a vedere il *bookshop* com'è e anche alcuni particolari di prodotti – sono tutti prodotti esclusivi. Come ho detto prima, sono stati progettati dall'agenzia Adpower, in collaborazione con noi, e sono tutti legati ai contenuti del museo.

Materiali che fanno riferimento a Puccini ce ne sono tantissimi in giro, ma la maggior parte di questi materiali – passatemi la parola – è paccottiglia. Sono cose di scarsa qualità. Noi abbiamo cercato di muoverci invece verso prodotti innanzitutto tutti *made in Italy*, assolutamente tutti prodotti in Italia e in certi casi anche proprio nei paraggi, diciamo così, purché fossero di qualità.

Quindi, questa nuova iniziativa della Fondazione Puccini di avviare un *merchandising*, ripeto, la viviamo come una missione economicistica che aiuta, può e deve aiutare, i fini istituzionali.

Vi ho detto che il *bookshop* è aperto da poco più di un mese, quindi siamo veramente agli inizi, ma abbiamo in cantiere molte altre iniziative; prima di tutto un ampliamento della gamma di prodotti che vogliamo mettere in vendita e soprattutto *e-commerce*; quindi, realizzare una parte del nostro sito, che già esiste, in cui possiamo mettere in vendita questi materiali, ovviamente veicolando così il nome del museo.

Dico in modo molto sintetico quelle che saranno le linee guida della campagna proposta da Bonuccelli Adpower e approvata da noi per il nostro futuro. Innanzitutto dobbiamo comunicare la nostra esistenza e la nostra realtà a Lucca, perché un visitatore che arriva a Lucca può non sapere per altre vie che esiste la casa natale di Giacomo Puccini; quindi, dobbiamo trovare il modo di farglielo sapere. Quindi, una pubblicità promozionale, una pubblicità dinamica. Eccola qua la pubblicità dinamica: giro sempre con questa borsa e lo fanno anche i collaboratori, ma poi fuori Lucca ovviamente iniziative di *co-branding*. Su questo aspetto sentirete delle sorprese.

Un'altra iniziativa che svilupperemo è quella del *cross-selling*, vendite incrociate in altre realtà. Un'altra linea che stiamo studiando e che inaugureremo presto è quella di dotare il museo delle nuove tecnologie. Attualmente il museo non ha un'anima multimediale. Per ora è fatto di oggetti e di documenti che vengono visitati nella maniera tradizionale, ma ovviamente siamo consapevoli che questo è un limite. Quindi, ci stiamo muovendo anche in questo senso.

Come ho già detto, un'altra linea che intraprenderemo è quella dell'*e-commerce*. Il fine di tutto questo è sicuramente economicistico, secondo la definizione di Scognamiglio, ma direi che è soprattutto valoriale.

La Fondazione Puccini ha un altro compito da realizzare nei prossimi anni che è strettamente legato – le connessioni sono molteplici – a quello che dicevo fino ad ora.

Noi abbiamo creato un logo, un *brand* che si chiama Puccini Museum, che poi si può leggere anche all'inglese e si può dire "*Puccini Museum*". Che cos'è questo Puccini Museum? Per ora, come vedete qui, c'è Puccini Museum: Casa Natale, ma del Puccini Museum possono e debbono far parte – perlomeno lo auspichiamo – gli altri due musei

esistenti, il Museo di Torre del Lago in *primis* e il Museo di Celle, i tre musei pucciniani già aperti.

Noi oggi siamo proprietari di un'altra casa di Puccini che è la villa di Viareggio. Per ora è ancora occupata da inquilini e quindi lì ci sarà un lavoro da fare. Comunque, è un'altra casa di Puccini che possiamo inserire in questo museo materiale e immateriale. Ce n'è pure un'altra, che è di proprietà di un privato. Quindi, in un territorio che è più o meno quello della Provincia, ma in un arco abbastanza ristretto, come vedete, abbiamo già cinque case pucciniane.

Nel nostro territorio esiste un Teatro del Giglio qui a Lucca, esiste il Teatro della Fondazione Festival Pucciniano a Torre del Lago, che sono i luoghi deputati alla rappresentazione delle opere di Puccini.

Quindi, ecco altri soggetti che devono far parte di questo Puccini Museum. Ci sono centri di ricerca e poi il territorio può offrire, come tutti voi ben sapete, una quantità di meraviglie – siamo nell'Italia delle meraviglie – paesaggistiche. Come non citare il Lago di Massaciuccoli, così amato da Puccini – cito solo questo, ma potremmo dire chissà quante altre cose – e tante meraviglie storiche.

Tutto questo insieme, fatto di storia, di ricordi, di documenti, di oggetti, di edifici, secondo noi, può diventare un unico museo pucciniano e questa cosa può essere comunicata all'esterno.

Una domanda: sfruttiamo Puccini in questo modo? Ci sentiamo di sfruttare Puccini? Direi di no perché i fini non sono quelli di arricchirci. I fini sono quelli di potenziare tutti gli altri aspetti, che sono quelli della ricerca, della tutela, dell'ampliamento del patrimonio, eccetera, eccetera, eccetera, o di fare ottime rappresentazioni delle opere e così via. Quindi, i fini sono valoriali e non economicistici.

Del resto, una "legittimazione" ce la offre Puccini stesso che in largo anticipo sui tempi – era un uomo molto moderno, che sentiva la modernità e viveva la modernità – fece il *testimonial* per alcuni marchi importanti del *made in Italy* e non solo del *made in Italy*.

Se il Puccini delle meraviglie può collaborare con un'altra Italia delle meraviglie, che è quella del *made in Italy* questa, secondo me, non può essere che una cosa apprezzabile.

L'auspicio più forte che ho lasciato per ultimo è quello che la città di Lucca, finalmente, si leghi in modo definitivo al *brand* Puccini che è quello che, secondo il mio punto di vista, può diffondere meglio di qualunque altro il nome di Lucca nel mondo. Del resto, chi ha realizzato il bel video che ha accolto stamani gli ospiti e ha inaugurato il convegno LuBeC 2013, che aveva come titolo "Benvenuti a Lucca" non aveva come colonna sonora *Nessun dorma*? Anche se era stata aggiunta una chitarra elettrica era sempre *Nessun dorma*.

Noi siamo contenti ovviamente quando si esegue la musica di Puccini e quando si esegue quella che è ancora tutelata e che porta ancora dei diritti che possono essere di nuovo usati per i fini valoriali noi siamo contenti.

Grazie.

Intervento di Elena Piane⁵⁶

Buongiorno e benvenuti. Sono Elena Piane, dirigente del settore musei della Regione Toscana. Prima di passare la parola ai tanti ospiti di questa tavola rotonda, mi faceva piacere riprendere alcune sollecitazioni che vengono dalla presentazione del lavoro della dottoressa Ravenni e del Museo Puccini di Lucca.

Potrebbero essere degli elementi su cui riflettere, le cui chiavi di lettura certamente trarremo dagli interventi che seguiranno. Mi sembra interessante che nello Statuto di un'istituzione, di una fondazione culturale, la funzione economicista sia individuata.

Il mondo degli addetti ai lavori dei musei, della cultura in generale ha sempre una sorta di imbarazzo nel parlare tutt'oggi, nonostante siano vent'anni che sentiamo parlare di giacimenti, di petrolio, eccetera, sembra sempre che ci sia un po' di imbarazzo ad affrontare il tema dell'economia, del fatto che se vendo delle cose incasso dei soldi. Questo è il mondo. Mi fa piacere sgombrare il campo da pregiudizi.

Il dottor Micelli ha detto: "Sono qui a fare l'economista". Meno male mi viene da dire! Abbiamo bisogno di questo, perché si esce da una riserva indiana in cui spesso i musei e i beni culturali italiani sono caduti. È una riserva in cui ci si sta anche male tra l'altro, perché non è una riserva di quelle del Canada dove c'è almeno un bel paesaggio.

Liberiamoci – se ancora qualcuno ce l'ha – dal pregiudizio che discutere di economia e fare vendita, commerciare, sia una cosa che sporca la cultura. Non è così. Questo è quello che io personalmente penso. Quindi, ben vengano Statuti di fondazioni culturali che dicono che uno degli obiettivi è anche quello di fare un po' di movimento economico.

Poi l'altro tema che mi sembra interessante e su cui io rifletto andando in giro per la Toscana, per l'Italia e nel modo, vedendo musei, è il tema dei prodotti realizzati ad *hoc* per il *bookshop* di un museo, che sia piccolo o grande.

Anche qui bisogna levare dal discorso le cautele con cui si giudicano i *bookshop* dei grandi musei italiani che sono il nostro orgoglio, il nostro fiore all'occhiello. C'è un'omologazione dei prodotti che vengono proposti nei *bookshop* attualmente gestiti da grandi organizzazioni che certamente lì hanno capito come si fa l'economia, per cui l'identità del luogo e l'identità della collezione traspare con difficoltà.

È un tema di cui dobbiamo avere il coraggio di discutere. In qualunque museo nazionale italiano che è riuscito a fare una gara per avere servizi aggiuntivi ha un *bookshop* uguale; che io vada alla Galleria Borghese a Roma o che vada agli Uffizi a Firenze – ne potrei elencare altri – trovo le stesse cose. Poi c'è l'immagine del dipinto degli Uffizi alla Galleria Borghese, però, di fatto, lo straniero non ci trova l'identità del luogo. Non restituiamo la caratteristica, il sapore del luogo perché sono grandi produzioni.

È vero che a Firenze nei banchini, nelle piazze, trovo dei prodotti ancora più scadenti che restituiscono l'immagine della città e dei suoi monumenti, dentro i musei trovo dei prodotti, pur di qualità, però tutti omologati.

Ritengo che la dialettica artigianato/produzione dedicata/*made in Italy* cucita come un

⁵⁶ Dirigente Settore Musei ed Ecomusei Regione Toscana.

abito su misura sia una strategia imprescindibile perché possa essere efficace la nostra azione culturale anche nell'ambito della vendita.

Ecco, mi fermo qui perché non voglio far perdere tempo ai contenuti delle relazioni, però mi sembra che questi siano già due bei temi coi quali passare immediatamente la parola a Stefano Micelli. Prego.

Artigianato e beni culturali: testimonianza opportunità di business? di Stefano Micelli⁵⁷

Ringrazio di questa opportunità. Devo dire che ero molto contento di venire, Lucca mi piace, e poi vengo da un'altra città turistica bella, che ha vissuto l'opportunità, ma anche i limiti di questo rapporto difficile e conflittuale fra economia, turismo e cultura: Venezia.

Mi fa sempre piacere partecipare a questo tipo di incontri, per portare, spero, un punto di vista che arricchisca la discussione. Parto da una considerazione che abbiamo ascoltato or ora, il rapporto sempre difficile e sempre complicato fra cultura ed economia nel nostro Paese. Un rapporto che è difficile e problematico, lasciatemelo dire, soprattutto durante i convegni, soprattutto nei convegni su economia e arte. Oggi esiste un pezzo importante di economia italiana, il cosiddetto *made in Italy* che veniva evocato precedentemente, di un lavoro artigiano che oggi si fa industria, che fa fatturati, che oggi raggiunge, peraltro, la cifra record dell'export – noi nel 2013 facciamo un record di *export* nazionale storico, 400 miliardi –, che diventa economia, diventa copertura della famosa bolletta energetica, della bolletta tecnologica.

Dicevo: il problema è conflittuale, soprattutto in questi convegni. Userò delle immagini, oggi, perché mi sembra probabilmente il linguaggio più appropriato (i numeri la prossima volta). Voglio partire da un'esperienza che mi è capitata molto di recente, un'esperienza interessante, che voglio riproporre alla vostra attenzione come primo spunto su cui ragionare. Una decina di giorni fa, Giovanni Bonotto, un imprenditore del tessile, quindi, un settore *low-tech*, come dicono gli economisti, ha organizzato una bella serata di presentazione, una serie di contenuti – non entro nel dettaglio – presso la sua sede di Molvena. Giovanni Bonotto guida un'azienda che fa 30.40 milioni di euro di fatturato, quindi un'azienda di medie dimensioni, tipica del nostro *made in Italy*, e ha ribattezzato il suo progetto: la fabbrica lenta. Fabbrica lenta perché all'interno di questo stabilimento produttivo di Molvena, stanno circa 120 artigiani che lavorano su tessuti di qualità straordinaria, tessuti che poi vengono venduti alle grandi case del lusso, per fare degli esempi, a Louis Vuitton, Guerlain, eccetera.

Che cosa si vede in questo stabilimento? Quando uno entra in questo spazio rimane abbastanza colpito dal fatto che alle pareti, invece di muri bianchi, trova una straordinaria collezione di arte contemporanea. Arte contemporanea Fluxus, un'arte contemporanea, devo dire la verità, in grado di sobillare immediatamente anche gli animi più indifferenti. Qui c'è una serie di uffici, c'è una vera e propria collezione di strumenti possibili, molto divertenti. Addirittura, in uno degli spazi principali, in uno degli ambienti principali della manifattura, c'è questa gigantesca tela di Yoko Hono, con la scritta *Dream*. Come potete

⁵⁷ Economista e Autore di 'Futuro Artigiano'.

immaginare, uno spazio manifatturiero si concilia apparentemente molto poco con un'idea di standardizzazione di qualità che invece viene associata di solito al mondo industriale, alla produzione moderna. Vedete un ufficio di direzione: c'è questo strumento automatico, un piccolo robot che crea suoni automatici. Anche negli uffici della direzione, dove lavora Giovanni insieme ad altri, ci sono queste amenità, che in realtà sono straordinarie opere d'arte che hanno un loro mercato, una loro quotazione. Io ho chiesto a Giovanni Bonotto: perché hai costruito dentro tuo questo spazio di lavoro, dentro questa tua manifattura una collezione di opere d'arte che oggi potrebbe tranquillamente starsene in un museo? Perché non hai fatto un museo aziendale, come si fa di solito? Lui mi ha detto: noi avevamo un problema di competitività; il tessile, come sapete, è uno di quei settori – dovete dirlo a voi che siete vicini a Prato – che più ha sofferto della globalizzazione. Nel 2001 la Cina è entrata nel WTO e noi abbiamo scoperto che c'era un miliardo di persone che facevano cose più o meno simili alle nostre, a prezzi davvero molto contenuti. Giovanni Bonotto dice: io in quel momento ho capito che dovevo fare una differenza e ho chiesto ai miei 120 artigiani un salto di qualità. Non gliel'ho chiesto con un cartello, non gli ho scritto "fate un salto di qualità". Gli ho, messo ha detto Bonotto, queste opere d'arte nella loro vita quotidiana, perché queste opere d'arte avevano il compito di sobillare questa gente. I 120 artigiani che lavorano da me dovevano diventare dei maestri. Posso dire, dice Bonotto, che i risultati economici straordinari che quest'azienda ha raggiunto nel 2013, un'azienda che è in un settore maturissimo, terribile, da cui fuggire, secondo gli economisti, oggi è un'azienda di qualità straordinaria, estremamente redditizia, che ha fatto di questa contaminazione costante fra cultura alta, peraltro, e lavoro, uno dei motori della sua competitività.

Noi siamo abituati a un altro modello di contaminazione, lontanissimo da quello che vi ho appena descritto. Anche in passato voi ricordate il nome di grandi mecenati che una volta arrivati a conclusione della loro carriera imprenditoriale, riversavano nella comunità parte degli straordinari guadagni che avevano raggiunto. È il modello di un signore come Andrew Carnegie, che dà vita a una cosa che si chiama Carnegie Hall, che oggi è probabilmente uno degli spazi-concerto più famosi nel mondo: l'industria, Rockefeller, pensate al Guggenheim, che nella mia città ha lasciato anche segni visibilissimi.

La grande industria americana, dopo aver accumulato fortune straordinarie, pensate a John Rockefeller, devolve quota parte di questi guadagni alla comunità di riferimento, in forma di cultura. Il modello che abbiamo visto di Giovanni Bonotto è all'estremo opposto. Non stiamo ragionando di una produzione moderna, scientifica, razionale che prima alinea, che prima depotenzia il contributo delle persone, subordinandolo a delle specifiche tecniche, e poi ritorna al mondo della cultura e della ricchezza. Stiamo in realtà ragionando, oggi, di un nuovo *made in Italy*, di una cultura che è diventata la benzina, che diventa il motore di processi produttivi che proprio di questo legame con la cultura fanno la loro forza, che diventano oggetti di valore: scusate, ma torno su questo concetto. Prima c'era valoriale ed economicistico. Gli economisti ragionano in termini di funzioni di valore: che questo valore derivi da un valore legato alla cultura o da un valore legato alla tecnica, questi sono affari di ciò che sta dietro. Il valore legato al tessile di Bonotto è un valore intimamente connesso a un processo prima di tutto culturale. È un'eccezione, secondo voi, Bonotto?

No, non lo è, non lo è in Europa e non lo è in Italia. Lasciate che vi faccia vedere due o tre

pubblicità, giusto perché ci intendiamo, di cosa sta succedendo nel mondo, in particolare in Europa. In Francia, questo legame fra cultura e manifattura è un legame esplicito al punto che oggi, l'Ente che raggruppa le politiche che mettono insieme cultura, formazione e manifattura è un unico dipartimento, per intenderci, cioè, c'è un pezzo di Ministero che tiene insieme queste cose. Il tutto, ovviamente, a seguito di un enorme sforzo che l'industria del lusso ha fatto per ridare qualità culturale ai manufatti che oggi i francesi vendono principalmente nei Paesi emergenti.

Solamente per fare una nota di colore e per farvi ridere un po', vi mostro una foto di Desirée Dolron, fotografa che lavora in stile Vermeer. E questo è un signore che dipinge le suole delle scarpe. Devo dirvi la verità: sono un economista che se non vede coi suoi occhi, crede poco. Ho telefonato a Louis Vuitton – lo conosco, ho lavorato per lui, ma soprattutto per Gucci, conosco un po' il mondo del lusso – e gli dico: ma veramente c'è qualcuno che dipinge la suola delle scarpe? Non riesco a crederci.

La risposta è stata non solo sì, ma che lo fanno a Venezia, a Riviera del Brenta, a Fossò, Fiesso d'Artico, in uno stabilimento che si chiama Manufacture De Souliers dove sono assunte 400 persone, uno spazio di lavoro straordinario, dove 400 artigiani e artisti, nella definizione di Bonotto, fanno oggetti che poi vengono venduti, specialmente nei Paesi emergenti – queste sono scarpe che non troviamo proprio sulle bancarelle, ve lo potete immaginare –, ma che fanno del loro rapporto con la cultura e con il patrimonio culturale, anche il patrimonio lavorativo dell'Italia, un punto di forza straordinario.

Stessa cosa, con connotazioni diverse – qui potrei dilungarmi sull'esperienza – è per esempio il tema del rapporto nel Nord Europa, cultura differente da quella francese, in particolare il tema della cultura rispetto al *design*. Il *design* è lo strumento, il linguaggio con cui portare nel contemporaneo la cultura dei manufatti di tipo tradizionale.

Questo è lo scenario europeo, *Culture Heritage*, come si dice oggi – "*heritage*" è la parola-chiave nel mondo del lusso –, *design* e contemporaneità nel campo del *design*. Se noi andiamo a vedere, oggi, le aziende che in Italia ragionano più o meno come Bonotto sono moltissime.

Io qui vi faccio una piccolissima selezione di cose che possono essere interessanti anche per voi, piccolissima selezione che però testimonia di questo legame che ormai è organico, è costitutivo e di cui noi dobbiamo ormai farci carico.

Prima parlavamo di musica. Ho visto uno *Steinway* con pure il *grant patent* scritto sopra. Vi ricordo che i migliori pianoforti da concerto, ormai, sono italiani, realizzati a Pordenone da una vera e propria *start-up*, Fazioli, uno straordinario artigiano, anche in questo caso, con qualche milione di euro di fatturato, che ha prodotto questo F303. Per chi è appassionato di musica, è il nuovo pianoforte col quarto pedale. Lo ha prodotto un ingegnere artigiano, peraltro diplomato al conservatorio di Santa Cecilia, straordinario musicista, oltre che costruttore di pianoforti.

Avete anche casi dal mondo del *food*, che so che è tema molto sentito. Vi ricordo un prodotto come la grappa, che oggi beviamo e riconosciamo come prodotto di valore, non solo perché la fanno meglio – Benito Nonino la fa meglio dei suoi predecessori –, ma anche e soprattutto perché la signora Gianna Nonino ha inventato un premio letterario che ha anticipato spesso l'attribuzione dei Nobel, e su questo ha istruito un processo di legittimazione culturale. La grappa – tra l'altro, io non ho cento anni, e la grappa, per me

da bambino, friulano era una roba da poveri diavoli – oggi è un liquore che noi prendiamo, anche perché ha interiorizzato quella forza straordinaria che la cultura sa dare.

Potrei continuare. Un altro bellissimo esempio è quello di Elica, che assume e dà da lavorare ad artisti *in house*, per far venir fuori le cappe straordinarie che vedete. La cappa (aspiratore della cucina) è un oggetto banalissimo, triviale. Se mettiamo queste cappe in mano a degli artisti, possono venir fuori cose incredibili, e da questo punto di vista, il legame fra il mecenatismo più classico, però saldato a un'idea di sviluppo prodotto, di produzione innovativa normativa, sono esempi – questo è delle Marche – interessantissimi. Potrei andare avanti: ho portato i Vassalotti perché sono di queste parti; per quelli più a Sud, per il prossimo convegno, non ho tempo a sufficienza.

C'è un tema che voglio portare con voi. Se noi limitiamo questi ragionamenti al *made in Italy* in senso classico, rischiamo un inciampo abbastanza pericoloso. Dopo di me credo che parlerà l'imprenditrice *start up* dell'anno, visto che ha appena vinto un premio, la quale non ci parlerà delle cose bellissime di cui ho parlato io – bellissime a seconda dei gusti, pianoforti, *food*, eccetera –, ma ci parlerà di qualcosa di nuovo, di qualcosa che ha a che fare con quello che gli economisti chiamano una terza rivoluzione industriale, una nuova rivoluzione industriale che ha a che fare con questa miscela tutta nuova, tutta strana fra digitale e manifatturiero.

Oggi si dice che il mondo dei computer entra nel mondo della produzione industriale: gli atomi diventano i nuovi bit. In soldoni, immaginiamo che oggi, tutte le logiche che hanno regolato la produzione manifatturiera tradizionale, l'economia di scala, i processi industriali, così come li abbiamo conosciuti, saltano, cambiano perché oggi conosciamo nuove tecnologie che consentono di fare un collegamento rapidissimo fra progettazione al computer e la realizzazione, grazie a macchine che di questi computer riproducono di fatto il disegno, le forme, eccetera. Alcuni di questi strumenti sono arcinoti, come le frese a controllo numerico, per esempio, che oggi hanno raggiunto costi veramente irrisori.

Altri sono un po' più moderni, come i *laser cutter*, per esempio: se voi avete delle tavole di legno, o delle pezze di pellame le potete tagliare al laser, ottimizzando la resa, ma soprattutto dando qualità al vostro processo. Soprattutto, ci son queste cose nuove che si chiamano stampanti in 3D. Le stampanti 3D sono un po' l'ultima moda; dicono gli economisti che grazie a questo insieme combinato di tecnologie, il modo in cui abbiamo pensato la produzione cambierà completamente.

La prima reazione per noi cultori del *made in Italy*, è stata: che ne sarà dei nostri prodotti di tipo più tradizionale? Voglio rassicurarvi: le nostre aziende usano queste tecnologie da tantissimi anni, non aspettavamo gli articoli di importazione per comprare macchine a controllo numerico, *laser cutter* e neppure stampanti in 3D.

È certo che dobbiamo accettare una sfida, una proiezione nel futuro anche di questi nuovi artigiani che oggi chiamiamo artigiani digitali che lavorano con la mentalità dell'artigiano, perché dominano l'intero processo, conoscono tutte le potenzialità delle macchine, ma ovviamente non lavorano più sulle logiche delle economie di scala. Stiamo parlando di un nuovo artigiano, di un futuro artigiano. Non stiamo parlando di Geppetto, di cui ho massimo rispetto – avessi prodotto io Pinocchio, che vive ancora oggi, magari fossi stato capace di tanto –, per intenderci, non parliamo di Mastro Ciliegia, ma parliamo di nuovo artigiano fortemente tecnologico.

Oggi i nostri giovani sono appassionati di questa realtà. Come ci diceva prima chi ci ha introdotto, sono appassionati non solo e non tanto di fare nuovi oggetti con nuovi strumenti e a vendere nel vicinato, ma sfruttano le potenzialità della rete per finanziarsi – vedete Kickstarter, sono i nuovi strumenti di *crowd funding* –, per vendere. Questo è il portale Etsy, non faccio troppa pubblicità, tanto la farà di lei. È una nuova idea di artigianato, è un nuovo modello economico che noi possiamo immaginare che servirà a fare cose completamente nuove. Oggi vanno molto di moda, se ne è parlato in questi giorni per il monitoraggio sulle coste – non so se avete sentito, nel canale di Sicilia – dei famosi droni, aerei senza guida, che dall’impiego in campo militare stanno passando la campo civile. Badate bene: ci sono anche tecnologie che fanno prodotti a noi molto vicini. A proposito di strumenti musicali, vedete la prima chitarra stampata in 3D. Dobbiamo avere, noi italiani, di questi strumenti? Assolutamente no, come vi dicevo. Ho la sensazione, anzi, che se c’è una grande opportunità, è proprio legata all’inizio di queste nuove tecnologie, di questi nuovi strumenti in chiave fortemente culturale. Proprio tecnologie che tendono a rendere banale la riproduzione di cose anche molto complesse, richiedono quel supplemento di anima, quel passo in più che solo un rapporto vero e autentico con la cultura produce.

Da questo punto di vista, l’organizzazione mi ha detto: occupati, per favore, di dire a cosa servono i musei. Io faccio i compiti per casa, sono nato scolarecchio, quindi intendo fare i compiti per casa. Questo modello produttivo non mette in discussione semplicemente il modo in cui si fabbricano le cose, mette in discussione molte più cose, mette in discussione, per esempio, l’idea stessa di laboratori. Oggi noi lavoriamo su questa nuova generazione di laboratori, che si chiamano “*fab lab*”, spazi dove, come nelle biblioteche comunali alla fine dell’Ottocento, la gente impara, scopre e consumatore passivo diventa scopritore, in alcuni casi addirittura elaboratore di progetti innovativi. Pensate a come cambieranno i negozi.

Anche in questo caso, vorrei darvi un senso di concretezza. Questo è il negozio nel quale ho comprato le scarpe ai miei figli; o, meglio, nel quale “ho fatto” le scarpe ai miei figli; questo è il negozio della Converse All Star a New York; questo è un negozio-laboratorio in cui iniziamo a fare le cose, dove io ho costruito le scarpe ai miei figli, che hanno effettivamente un paio di scarpe realizzate da me. Non sono venute male. Avevo una persona che mi aiutava. In che modo si possono personalizzare queste scarpe? Mediante queste nuove tecnologie digitali che consentono di stampare fotografie e nomi al fianco di una serie di accessori che, come vedete, potete mettere. Questa è la parte più manuale. Vi è, poi, una parte più digitale. In futuro, cambieranno anche le fiere. Pensate a tutti questi nuovi momenti, ad esempio alla *Maker Faire* di alcuni giorni fa a Roma, dove le persone scoprono, imparano e fanno insieme più che guardare e valutare le offerte dell’azienda.

In questo quadro, due battute sui musei.

So che questo è il tema che ci interessa oggi. Giuro di essere brevissimo. Vi mostro un paio di esempi. Parto con il tema aziendale che, ahimè, è quello nel cui ambito sono deontologicamente costretto a muovermi

Queste sono le immagini dell’ultima esposizione del museo Ferragamo, che voi avete qui vicino. L’aspetto interessante è che il museo Ferragamo non si limita più, oggi, all’esposizione dei famosi pezzi, ad esempio delle scarpe di Marilyn Monroe o delle altre

star alle quali Ferragamo in persona aveva cucito i modelli, ma si occupa, di fatto, di produzione culturale.

Questo è un film bellissimo, ma agghiacciante che racconta la storia di questa bambina nascosta nelle tenebre di una casa. Tutti questi modelli prototipali sono l'espressione della creatività presente nel fare.

Passiamo, invece, alle esperienze maggiormente legate al mondo istituzionale, del quale abbiamo parlato prima. Vi riporto alcuni esempi per mostrarvi che il nuovo modello di produzione (la rivoluzione industriale della quale vi ho parlato) entra nelle istituzioni culturali.

Questo è il *New Museum* (per intenderci, Lower East Side, New York), uno degli spazi di moda, al fianco di Soho, vicino al quartiere della moda e del *design*. Recentemente, qualche mese fa, questo spazio nelle sue vetrine ha ospitato artigiani auto-produttori che hanno inventato, di fronte al pubblico che si recava in visita presso il *New Museum*, i loro prodotti per venderli, successivamente, all'interno del *bookshop*. Voi vedevate le persone che lavoravano e compravate gli oggetti che avevate visto produrre. Nelle finestre, attrezzate a mo' di laboratorio, avevate un'alternanza sistematica di questi artigiani di nuovo conio, i quali offrivano quella originalità che mi pare manchi – ascoltando le parole di Elena – al mondo dei *bookshop* che di solito noi visitiamo.

Vi è un altro esempio che mi interessa portare alla vostra attenzione. Al di là del *look* molto sportivo, questo è un grandissimo *designer* di nome Emmanuel Babled che lavora da sempre con i grandi artigiani italiani e, oggi, anche con la manifattura digitale. All'interno della Galleria Franchetti hanno ospitato una bellissima esposizione – non stiamo più parlando di auto-produttori generici, ma del top derivante dall'incrocio tra *design* e manifattura italiana – di oggetti che mettono insieme la forza dell'artigianato italiano (questo è un Venini soffiato a mano) con la manifattura digitale di un marmo che, come vedete, ospita perfettamente la forma organica del vetro, resa possibile da una serie di macchine simili a quella che abbiamo visto prima. Si scannerizza il 3D di questi vasi e, successivamente, viene riprodotto in maniera straordinaria questo vaso. Il museo, in questo caso, diventa lo spazio che legittima e accoglie una selezione straordinaria di oggetti che, almeno in quota parte, andranno sul mercato. In questo caso l'azienda è Venini.

Ultimo esempio di questo incrocio – e concludo – è rappresentato dal MUSE di Trento, che voi conoscete.

Io l'ho visitato in una giornata, che valeva la gita. Non sono un grande fotografo, ma, come vedete, la luce è impressionante. Questo è Renzo Piano. Il MUSE ha ospitato – questi sono i protagonisti – un piccolo fablab. Vi ho parlato prima di questi nuovi laboratori, che qui vedete in forma piccolina. L'aspetto interessante è che all'interno di un museo, oggi, vengono ospitate macchine, apparecchiature e nuove tecnologie – questa è la stampantina 3D che avete visto prima, il modello MakerBot – e vi sono questi due signori che vi accolgono e vi spiegano che cosa si può fare. Ovviamente, in questo caso, l'idea è che il museo si fa carico non tanto di un generico *bookshop*, quanto di un servizio sperimentale. Questi servizi voi li potete chiedere genericamente, come ho fatto io, con curiosità (ci si saluta e si domanda) oppure potete chiedere sessioni *ad hoc* a pagamento. Voi pagate e avete un corso.

Io sono un grande amante di Puccini. Peraltro, ho seguito una bellissima conferenza su *Madama Butterfly* a Venezia, una chiccheria. Non si tratta di un “o...o”, ma di un “e...e”. Oggi il museo probabilmente ha anche il compito di dare legittimità a queste sperimentazioni, in particolare a quelle di frontiera. In quest’opera di traghettamento, di accreditamento e di legittimazione noi saldiamo davvero questo nuovo *made in Italy* che sta nascendo e che si sta già formando con una grande tradizione che negli ultimi 30-40 anni ci ha consentito di rimanere una delle Nazioni più prospere e più importanti del mondo occidentale.

È proprio in questo sforzo di superamento dello steccato, nell’ambito del quale abbiamo ragionato poc’anzi, che probabilmente troveremo la via per un’economia manifatturiera umanistica, centrata sulla persone e interessante a livello internazionale.

Grazie.

La qualità tra artigianato e industria, di Cesare Verona⁵⁸

Buon pomeriggio a tutti.

Il cappello principale con cui porto la mia testimonianza è quello di amministratore delegato della società Aurora Penne di Torino. Successivamente, arriveremo anche all’Associazione Aurea Signa e capiremo meglio il legame.

L’aspetto che ho trovato bello ed esaltante è che, alla fine, esistono mondi che sentono nello stesso modo. Casualmente, dal momento che non lo sapevo, quando ho capito dove sarei stato invitato, qui a Lucca (sono contentissimo e ho colto l’occasione per fare una piccola passeggiata sulle mura), mi sono accorto della presenza di questo signore qua, il cui libro io avevo comprato due anni prima e che mi ero portato per ragionare sul futuro della nostra azienda. Ho pensato che questo titolo fosse molto calzante con quello che stavo cercando di pensare. Ascoltando le parole di Stefano, devo precisare che, forse, Aurora ha cercato e ha trovato punti di contatto con molte di queste aziende.

Io rappresento la quarta generazione di un’azienda che si occupa di strumenti di scrittura (penso possiate conoscerla), di penne stilografiche, oggetti antichi che devono provare a immaginare un proprio presente e un proprio futuro. Ho ereditato la cultura imprenditoriale della famiglia in maniera molto profonda, in quanto la mia famiglia fa impresa da circa il 1700. Da quattro generazioni siamo coinvolti nella scrittura e, come vedete, ve n’è una quinta. Questa quinta generazione, ancora piccolina, che sta cominciando a vivere questo mondo difficile, sto cercando di portarla a vedere gli oggetti in modo differente. Le cose non nascono dal cielo o dalla luna, ma dietro di loro vi è la fatica dell’uomo, delle donne, delle persone che creano gli oggetti. Per cui, questo senso della scoperta, il fatto di andare a New York per personalizzarsi una scarpa – ritroveremo alcuni concetti che voglio portare nella nostra officina della scrittura – lo condivido molto. Se alle nuove generazioni insegnassimo anche il valore del saper fare, e del saper fare con le mani, probabilmente compieremmo un passo in avanti per il nostro Paese.

Alla fine, la riflessione è che noi non abbiamo grandi materie prime, abbiamo perso sostanzialmente tutte le battaglie tecnologiche e di sistema, non abbiamo un comparto di

⁵⁸ Vicepresidente Associazione Aurea Signa.

avionica, non abbiamo più un comparto auto, non abbiamo più telefonia, non abbiamo più un sacco di cose, per cui dobbiamo cercare di difendere ciò che sappiamo fare meglio, ossia mettere insieme le idee con alcuni oggetti. Il modo in cui declinare questo paradigma è l'aspetto interessante.

Gli stimoli che ho ascoltato sono molto diversi. Io ho ereditato un'azienda. Quando la gente diceva a mio padre: "Che bello, costruisci le penne. Come si fanno?", lui rispondeva: "Vai nel negozio, così vedi come sono fatte". Tradotto: vattele a comprare. Il mio messaggio è stato completamente diverso: proviamo a immaginare un percorso in manifattura, dove io ti faccio vedere come nascono le cose, ti emoziono in un percorso di oggetti e ti racconto il nostro saper fare e i nostri artigiani. Per cui, vedo la maestria degli artigiani, l'orgoglio del saper fare, l'attaccamento al lavoro, la capacità dell'inventiva e provo a immaginare un luogo. La nostra azienda si trova in una bella filanda tessile dell'Ottocento, con delle insistenze del 1700. Abbiamo cercato di valorizzare questo contenitore con un progetto. Io non ero a conoscenza di questa fabbrica lenta e chiederò a Stefano se avremo modo di conoscere l'imprenditore. Anche noi abbiamo cominciato a contaminare il luogo di lavoro con opere di arte contemporanea. Per cui, si è cercato non solo di renderlo piacevole, ma di offrire il senso del fare, il senso della scoperta, il senso della sfida e della sorpresa all'interno del luogo. Abbiamo investito competenze, capacità, denari e impegno. Si tratta di un luogo nel quale io personalmente trascorro 12-14 ore al giorno, ma altre persone ne trascorrono almeno 8. Alla fine, è un posto nel quale si passa molto tempo.

Sto parlando di un'impresa che ha dovuto cambiare, che è passata da un'azienda completamente italiana vent'anni fa (quando ho preso nelle mie mani l'impresa), che oggi fa circa il 52 per cento del fatturato all'estero e che mi auguro ne faccia tra il 70 e l'85 in un prossimo futuro; un'azienda che ha cominciato con radici italiane, ma che si sta proiettando con alcuni *shop* a New York e a Shanghai. Abbiamo aperto un negozio in Turchia, in quei famosi Paesi emergenti di cui parlava Miceli. Due giorni fa ho avuto il privilegio di ascoltare, insieme ad altre trenta persone, l'esperienza di Alex Dumas, la settima generazione proprietaria di Hermès. Sappiate che Hermès, un'azienda straordinaria, ha diviso e organizzato la propria azienda per mestieri; non per divisioni, non per prodotto, ma per mestieri, in base alla capacità di saper fare. Questa capacità artigianale penso che sia un elemento importante.

Dopo aver parlato di queste imprese, mentre facciamo altre due chiacchiere, provo a proiettare un video velocissimo, di un minuto e mezzo, che racconta in che modo realizziamo i prodotti con le mani. Abbiamo immaginato anche un'operazione culturale. Da un luogo che realizza oggetti, ho cominciato a lavorare sul recupero della memoria. Ho lavorato all'interno della nostra antica azienda. Siamo stati bombardati durante la guerra e non avevamo più memoria storica, per cui abbiamo recuperato e digitalizzato tutte le nostre vecchie pubblicità, abbiamo recuperato vecchi prodotti e abbiamo alimentato un museo che, però, non vuole essere un museo aziendale, ma un'operazione culturale differente, tant'è che non l'abbiamo chiamato "museo aziendale", ma "officina della scrittura". Noi stiamo immaginando un percorso differente legato al saper fare, cercando di portare persone all'interno di un fablab in cui poter avere esperienze. Le maestre possono portare al suo interno ragazzi. L'obiettivo è far dialogare le macchine del passato con la tecnologia del presente e del futuro, tant'è che abbiamo digitalizzato le interviste

con i nostri dipendenti in cui abbiamo messo insieme 25-30-40 anni di esperienza. Stiamo immaginando di recuperare macchine antiche, di mettere insieme l'esperienza del passato, ma di proiettarla con l'esperienza del presente.

Siamo partiti da un oggetto su cui costruire i valori e una storia, un oggetto che comunque vive il presente e lavora su prodotti *bespoke*. Miceli ha affermato che la capacità delle imprese è quella di creare oggetti tagliati su misura. Per cui, la capacità degli italiani di fare impresa si ravvisa nel costruire percorsi, ad esempio culturali. Noi abbiamo dedicato moltissime penne ai grandissimi italiani, da Leonardo da Vinci a Benvenuto Cellini. Ad ogni modo, dietro una penna vi è tecnologia, vi sono stampi, CNC, frese a cinque assi, materiali molto particolari e la capacità artigianale di lavorare con le mani, ma anche con la testa.

Abbiamo immaginato un percorso in cui questa officina della scrittura recuperasse una parte della fabbrica industriale, che si sta rimpicciolendo anche per le tecnologie. Immaginate anche che ci siano delle ragazze che lavorano con le mani i nostri oggetti e che comunque utilizzano tecnologie RFID, scanner portatili. Per cui, quello che è abbastanza divertente è di vedere intorno alla fabbrica delle ragazze, delle artigiane, degli artigiani seduti al banco, ma che utilizzano delle tecnologie e ci permettono di avere delle informazioni in tempo reale in modo da poter dialogare con il mercato. Per cui, mettere insieme prodotti, tecnologia, capacità di saper fare direi che è l'elemento importante per quello che può essere il modo di essere dell'azienda.

Vengo, invece, al discorso dei musei. Una penna parla di cultura, di storia, di scrittura, sicuramente ci sentiamo particolarmente vicini a tutto quello che è legato a questo tipo di mondo. Io condivido quello che diceva la dottoressa Pianea: lasciamo e apriamo le praterie, non stiamo nelle riserve indiane, ma stiamo sul mercato e cerchiamo di rendere questi luoghi dei luoghi che abbiano un *appeal* e che non siano omogenei, per cui che io passi a New York e veda il *merchandising* esattamente identico a quello che vedo in Olanda o al Museo Egizio di Torino, piuttosto che in altri posti.

Non è una sfida facile, perché le dimensioni del mercato obbligano i musei a cercare di trovare delle cose differenti, ma non hanno la capacità, dal punto di vista delle aziende, di comprare quantitativi sufficientemente interessanti che possano rendere delle cose veramente uniche.

Bisogna cercare di trovare un giusto equilibrio tra la voglia di differenziarsi e di offrire al visitatore un'esperienza e la voglia di trovare degli oggetti che siano effettivamente collegati al luogo.

Con la professoressa Gabriella Biagi Ravenni stiamo immaginando un percorso legato al Museo Puccini, che ci piacerebbe magari poter annunciare l'anno prossimo, proprio per cercare di creare dei legami con gli oggettivi, il territorio, l'imprenditoria e delle buone idee.

Chiudo velocemente raccontando qualcosa sull'Associazione Aurea Signa. Questa associazione culturale è stata creata dalla mia famiglia con l'idea di arrivare ad una fondazione. Qui vedete alcuni degli oggetti antichi.

Questa associazione, che appunto è nata dalla volontà della nostra famiglia, sta immaginando di recuperare dei luoghi e la creazione di uno spazio destinato al pubblico e al territorio. Per cui, stiamo lavorando per individuare un luogo dove conservare la memoria della cultura industriale – noi proveniamo da Torino per cui abbiamo una forte

connotazione manifatturiera meccanica-industriale – con delle tracce che siano legate al segno dell'uomo e con delle contaminazioni legate all'arte contemporanea.

L'idea è di riuscire a fare in un luogo dove si fa industria cultura e impresa, emozionando chi viene da noi. Se mi posso permettere, poiché questo progetto è stato, tra l'altro, finanziato dalla Comunità europea con dei fondi abbastanza importanti, dovrebbe prendere vita tra il 2014 e il 2015, in occasione dell'Expo, di cui peraltro noi siamo anche penna, cercheremo di raccontare il territorio in un modo diverso.

Personalmente mi sento di dirvi una cosa: cercate di fare rete, cercate di sfruttare gli *asset* del territorio. Se voi ritenete che per Lucca il *brand* Puccini sia un *brand* forte e esportabile al di fuori delle mura, fatelo senza paura, perché questo vi porterà sicuramente delle ricadute economiche, vi porterà dei turisti. Esistono dei moltiplicatori conosciuti tra quello che è l'indotto culturale e la spesa sul territorio.

Grazie.

TAVOLA ROTONDA

Intervento di Ketty Corona⁵⁹

Sardegna Ricerche è un ente regionale che, contrariamente a ciò che si potrebbe dedurre dal suo nome, non si occupa di fare ricerca, bensì di sostenere la ricerca e l'innovazione nella Regione Sardegna, soprattutto in relazione al settore produttivo ed alle imprese che operano nel sistema isolano.

In quest'ultimo periodo Sardegna Ricerche è fortemente impegnata nel dare operatività ad un *FabLab*, il primo in Sardegna, ma in realtà il nostro scopo è quello di creare una Rete di *FabLab* e di *Makers*.

Credo che il mondo dei *Makers* e dei *FabLab* sia molto affascinante e ricco di prospettive. Se dovessi scegliere due termini per definire questo mondo userei: **collaborativo** e **inclusivo**. Sono convinta che siano i termini che meglio descrivono i rapporti che si generano all'interno di questo contesto, dove non importa la diversità di ciò che si crea o se una cosa sia originale oppure no: è proprio un mondo completamente diverso che risponde a logiche e dinamiche differenti non basate esclusivamente sulla originalità individuale, ma sulla collaborazione intersoggettiva che mette in comune il frutto delle singole inventive e capacità tecniche.

L'approccio filosofico nelle dinamiche di questi Laboratori è praticamente lo stesso che ha dato l'avvio al *software open source*, cioè il *software* che viene messo a disposizione di tutti gli operatori e dove gli stessi possono lavorare per implementarlo e, possibilmente, renderlo migliore.

Su questi stessi presupposti concettuali stiamo mettendo in piedi il nostro *FabLab*: lo immaginiamo come un ambiente di *co-working* retto da un sistema di crediti: chi sa, chi sa fare, chi sa e può insegnare ha in dotazione dei crediti e mette le sue capacità a disposizione di tutti. I crediti si possono acquistare anche col denaro per avere a disposizione il tempo macchina, i materiali, l'uso di *software* (quando non è *open source* perché purtroppo non tutto può essere fatto con l'*open source*).

Inoltre, abbiamo pubblicato un bando chiamato "Generazione Faber" che quest'anno metterà a disposizione quaranta borse, ma il prossimo anno saranno almeno sessanta, rivolte a ragazzi disoccupati e inoccupati. A loro diamo tutto quello che occorre, in termini di risorse, per comprare i crediti necessari per otto mesi di formazione e utilizzo di tutto il *FabLab*.

Questo permetterà ai giovani borsisti di costruirsi un mestiere e di poter cominciare ad esplorare la propria nicchia di lavoro e iniziare la produzione.

Credo che da tutti gli esempi qui esposti sia venuta fuori solo una componente dei *FabLab*, probabilmente quella più evidente ed importante che è quella propriamente creativa. Si è invece parlato poco di un'eccellenza italiana: la **scheda Arduino**.

L'aneddotica dice che si chiama così perché gli inventori si riunivano in un bar di Ivrea

⁵⁹ Presidente Sardegna Ricerche.

chiamato appunto Arduino.

È un'eccellenza italiana, ormai patrimonio mondiale. Ricordo che alla *Maker Faire* di Roma la *Intel* ha presentato la propria scheda basata proprio sulla scheda Arduino. Qui c'è tutto un mondo, che è chiamato "Internet delle cose" che in Italia è fortissimo, ma anche nel resto del Mondo e che permette di collegare al computer, proprio attraverso questa scheda, tutto quello che appartiene all'ambito della sensoristica. Quindi, per esempio, si può comandare la domotica, si possono comandare le luci di un albergo piuttosto che conoscere l'umidità di un giardino, comandare l'irrigazione o sapere quando piovierà perché è possibile il collegamento alle previsioni meteo e così via. Insomma, qualunque cosa a cui si possa collegare la sensoristica può essere programmata anche attraverso un semplice *smartphone*.

Sardegna Ricerche si occupa in maniera specifica anche di questo settore perché nel nostro Parco scientifico-tecnologico ospitiamo il centro di ricerca CRS4, che su questo ha fatto molto. Abbiamo un laboratorio che si occupa proprio di "Internet delle cose" e quindi abbiamo *on site* anche le competenze per poter preparare i ragazzi su questo tema. Cosa intendo quando parlo di "Mondo inclusivo"?

Il nostro intento è quello di rendere il *FabLab* inclusivo verso chiunque desideri cimentarsi con loro, come fanno i ricercatori in una qualunque delle nostre piattaforme; possono essere i ragazzi che frequentano o hanno frequentato un istituto tecnico, o magari ragazzi affetti da disabilità e per questo sarà necessario studiare macchinari adatti perché alcuni di questi possono risultare davvero pericolosi per chi è portatore di disabilità.

Uno dei tanti compiti affidati a Sardegna Ricerche è la divulgazione scientifica. A tal proposito stiamo studiando l'implementazione di macchine adatte all'utilizzo dei bambini delle scolaresche, con la costante presenza e supervisione degli adulti, e anche in questo caso per quei bambini che possono avere ritardi psicofisici, ma che possono imparare molto bene le attività manuali.

Ho parlato prima della nostra volontà di costituire una Rete. Il primo *FabLab* di Sardegna Ricerche è un po' generalista. Vorremmo fare dei *FabLab* che possano "sfruttare" il più possibile il complesso delle nostre conoscenze e attività. A questo proposito uno dei nostri settori si occupa delle energie rinnovabili e proprio nel suo contesto è stato già realizzato un "forno solare" e siamo certi che sarà possibile la creazione di nuovi oggetti.

I *Makers* non sono solo quelli che usano la stampante 3D. In America il termine *do it yourself* non corrisponde al nostro *bricolage*, ovviamente, ma definisce bene il senso di "fare le cose da sé". Chi è stato alla *Maker Faire* di Roma sa che si parlava anche di scienza. C'era un ragazzino che a quattordici anni ha cercato di realizzare un test per la diagnosi del tumore al pancreas. Questo mette in luce ciò che prima accennavo e cioè un modo differente di lavorare che non fa riferimento solo ad una stampante o ad un laser, ma allo scambio ed alla collaborazione dei saperi, delle competenze e delle capacità.

Un altro *FabLab* vorremmo aprirlo nel Parco della Musica che sta sorgendo a Cagliari. Prima è stata fatta vedere una chitarra; sappiamo che Roland, uno dei più grossi produttori in questo momento di stampanti 3D o comunque di strumenti dei *FabLab*, nasce invece proprio come produttore di strumenti musicali.

Una notizia che mi ha fatto particolarmente piacere e che voglio qui condividere è stata la

richiesta rivolta a Sardegna Ricerche da parte dell'Istituto nazionale di astrofisica di costituire il loro *FabLab* e di volersi unire alla nostra rete. Inoltre la prossima settimana avrò una serie di riunioni con gli esponenti della Facoltà di Ingegneria meccanica di Cagliari perché vorremmo creare una rete di *FabLab* specializzati.

L'altro giorno leggevo uno studio il cui autore, pressappoco diceva questo: "Se io dovessi scommettere tra il mondo digitale e il mondo dei *Makers* da qui a dieci anni non avrei alcun dubbio. Scommetterei sul mondo dei *Makers*". Eppure oggi se noi dovessimo valutare quanto pesa il mondo dei *Makers* rispetto a quello digitale non c'è assolutamente paragone.

Ho fortemente voluto che Sardegna Ricerche investisse in questo campo anche perché così facendo, almeno per una volta, non andremo al traino di altri che "ci hanno visto prima"! Oggi, invece, siamo noi ad essere sul pezzo, anche con un po' in anticipo!

Grazie.

Intervento di Laura De Benedetto⁶⁰

Sono Laura De Benedetto co-fondatrice di MakeTank (www.maketank.it), il marketplace dei Maker europei dove ogni Vendor propone oggetti di Digitally Crafted Design. MakeTank Srl nasce nell'ecosistema della cosiddetta Terza Rivoluzione Industriale, che segna il passaggio dall'industria pesante all'autoproduzione di massa, resa possibile dalla disponibilità a basso costo delle tecniche di Digital Manufacturing e dell'Open Hardware. Stampanti 3D disponibili a partire da 500€ oppure service di laser cutting che consentono, inviando il file, di produrre con definizione e materiali desiderati, anche un solo pezzo, a costi competitivi. Senza alzarsi dalla propria scrivania, tutti possono disegnare o, addirittura, scaricare il file vettoriale già disponibile di un oggetto (ciondolo, lampada, ecc.), spedirlo al service, scegliere il materiale e, dopo qualche giorno, ricevere a casa l'oggetto finito, magari anche personalizzato.

MakeTank crede che la **Terza Rivoluzione Industriale** avrà realmente luogo quando l'artigianato e l'industria tradizionali impareranno a cogliere le opportunità date dalle tecniche di Digital Manufacturing. Per questo abbiamo creato un luogo in cui convivono prodotti di esperti di Open Hardware, in grado di fornire nuove funzionalità a oggetti reali, e vetrine che presentano quelli che sembrano 'normalissimi' gioielli o lampade in realtà realizzati con stampa 3D o laser cutting, quindi industrializzabili in piccola o grande scala. A MakeTank piace creare **contaminazioni** tra questi due mondi: prodotti artigianali al 100% ma realizzati per oggetti ipertecnologici (p.e. la custodia in pelle made in Tuscany usata per contenere il Leap e acquistata persino da uno dei fondatori della Leap Motion a San Francisco).

L'ecosistema in cui si pone MakeTank è quello della condivisione (spazi in coworking dove si lavora insieme a progetti ognuno con le sue competenze), della sperimentazione (FabLab) e del crowdfunding (donazioni dal basso che consentono lo sviluppo di progetti o autoproduzioni specifiche). Abbiamo creato un **canale web dedicato ai Maker**, costituito da un marketplace e un magazine bilingue per promuoverli al meglio. I Maker, infatti,

⁶⁰ Co-Fondatrice Make Tank (www.maketank.it).

spesso possiedono capacità creative e manuali di altissimo livello, ma un approccio commerciale inadeguato per competere sul mercato globale.

MakeTank pone al centro di tutto il Maker che, tramite il **marketplace multivendor**, è autonomo nella creazione della propria vetrina: inserisce oggetti, carica foto e descrizioni, definisce i prezzi e gestisce il processo commerciale e logistico dalla A alla Z. Inoltre, viene pagato immediatamente, via PayPal o via bonifico, alla ricezione dell'ordine (che contiene anche i tempi richiesti per la produzione dell'oggetto) e si occupa direttamente della spedizione. Obiettivo di MakeTank - che non richiede abbonamenti ma solo una piccola provvigione sul venduto - è quella di **trasformare i Maker in imprenditori**.

Sul tema della tecnologia per gli Art e Book Shop dei musei, vorrei proporre alcuni esempi di quello che le tecniche di autoproduzione possono offrire al visitatore e al turista. Partiamo dalle facciate delle Chiese Barocche di Scicli (Sicilia) prodotte da Mariano Zisa. All'inizio Mariano ha realizzato dei modelli in 3D, partendo da immagini fotometriche, e progettando ogni singolo elemento (colonna, capitello, ecc.), per passare poi alla produzione in scala dei modelli delle facciate utilizzando un service di stampa 3D che, dopo 10 giorni, ha inviato il modello realizzato. Dopo alcune prove, Mariano ha scelto la ceramite come materiale ma ha anche riprodotto le facciate della chiesa di Santa Maria La Nova in cioccolato. Il nostro patrimonio architettonico consentirebbe di declinare all'infinito questa semplice idea.

Sempre in Sicilia è nato il progetto Tisky Tosky di Marcella Pizzuto che, partendo dalla foto frontale dei principali monumenti di Palermo (Teatro Politeama, Cattedrale, Teatro Massimo, ecc.) ne ha disegnato le sagome per poi stamparle in 3D presso il FabLab Palermo. Non contenta, ha pensato di sviluppare un'applicazione basata sull'Open Hardware Arduino, una scheda elettronica che trasforma gli impulsi digitali in azioni analogiche, in grado di captare il meteo di Palermo e renderlo visibile attraverso una matrice (sole giallo, nuvola grigia, ecc.) collocata in una scatola in plexiglass posta accanto al modello del monumento. Tisky Tosky diventa così un souvenir interattivo per mostrare sempre il tempo che fa nel luogo delle proprie vacanze (o di origine) a chi si trova in una città lontana.



Un'altra idea di Green Design contemporaneo

è lo skyline in cartone dei monumenti delle principali città italiane ideato da Zeno Pacciani, architetto e designer attento



all'impatto ecologico, che ha dedicato la prima serie a Firenze, sua città natale. Oggetti che scatenano la fantasia ed educano al bello i bambini (si può giocare a riconoscere i monumenti e impararne la storia), realizzati a basso costo e personalizzabili (con colori, disegni, ecc.). Un prodotto molto apprezzato dai turisti americani che ne hanno acquistati decine su MakeTank (qualcuno anche da Berlino e Londra e addirittura un paio da Firenze).

Come si trovano i nuovi talenti?

Con i contest di design come DesignWinMake (www.designwinmake.it), promosso da MakeTank con il magazine di interior design Arredativo. Il premio è il sogno di ogni progettista: vedere realizzato e messo in vendita (in questo caso su MakeTank) il prototipo del proprio oggetto. Recentemente una nostra Vendor ha partecipato e vinto il Premio Speciale MiBAC (Ministero dei Beni e delle Attività Culturali) al concorso DAB - Design for Artshop and Bookshop con i suoi City Stencil. Si tratta di stencil per cappuccino (già in vendita su MakeTank nelle versioni zodiacali e con le icone dei Social media) che ripropongono le sagome dei monumenti delle principali città italiane: la Gondola, la Torre di Pisa, il Colosseo.... Un oggetto contemporaneo, autoprodotta a basso costo e realizzato in materiali utilizzabili a contatto con alimenti (pioppo e plexiglass), che evoca la cultura gastronomica italiana (il cappuccino) e gli elementi caratteristici delle città d'arte. L'originale souvenir è adesso in vendita al Museo Enzo Ferrari di Modena.



Un altro esempio in cui mi sono personalmente imbattuta è il Loft Market che si trova nel Powerscourt Center di Dublino. Si tratta di uno store che unisce corner di diversi artigiani, designer e artisti irlandesi che ruotano nel tempo dando l'idea della scena creativa locale. Un luogo dove trovare un oggetto davvero esclusivo, sempre diverso, in un centro commerciale prestigioso dove i singoli designer e creativi non potrebbero mai permettersi di avere uno spazio proprio.

Interessante anche il Museo Vitra, storica azienda svizzera di mobili di design, che propone da oltre 20 anni le miniature 'ufficiali' dei mobili storici (poltrone, sedie, chaise longue, ecc.). La collezione oggi comprende oltre 100 pezzi in scala degli originali replicati in ogni dettaglio, dal materiale al colore, sino al processo produttivo. Non solo i mobili, ma anche le miniature Vitra sono diventate un cult tra gli appassionati di interior design! Su

Shapeways si trovano in commercio già gli originali in versione 'non ufficiale' (vedi la riproduzione della mitica poltrona di Eames in vendita a 18\$.)



Un altro esempio di contaminazione viene dal Giappone dove, a marzo 2012, nel quartiere modaiolo di Shibuya a Tokyo ha aperto un FabCafè che rende fruibile, non solo ai Maker, il mondo dell'autoproduzione. Il cuore del FabCafè è una laser cutter che si può noleggiare e utilizzare per dare vita ai propri progetti portando con sé il file vettoriale, scegliendo il materiale e avviando il service di taglio. Il servizio è a pagamento, con prezzi che vanno dai 20€ per 30 minuti di utilizzo del cutter insieme ad altre persone, sino a 50€ se si vuole utilizzarlo in autonomia. L'esempio dei FabCafè sta diffondendo il concetto del 'fabbing' e dell'hacking aggregando una forte comunità di appassionati molto virali (ci sono canali social dedicati chiamati "What do you fab?" dove vengono postate foto scattate nel FabCafè) che collaborano tra loro e che sono comunque aperti ai curiosi e ai 'profani' che desiderano semplicemente sorseggiare un buon caffè.

Artigianato artistico e merchandising museale: l'esperienza del progetto museo museo, di *Gianna Scatizzi*⁶¹

Premessa

Il Progetto *MuseoMuseo* nasce nel 1996 come iniziativa realizzata nell'ambito dell'accordo di programma con il Ministero per il Commercio con l'Estero, l'Istituto per il Commercio Estero e la Regione Toscana, in collaborazione con Confartigianato Imprese Toscana e CNA Toscana, realizzato da Artex, *Centro per l'Artigianato Artistico e Tradizionale della Toscana*.

L'idea di fondo trae origine dalle prospettive aperte dalla Legge Ronchey per la produzione e la commercializzazione di oggetti ispirati al patrimonio artistico, con il proposito di sviluppare un collegamento tra artigianato artistico e arte e di concorrere a sovvertire la logica del "souvenir" proponendo, con prodotti di qualità, un'inusuale chiave di lettura dell'opera d'arte stessa.

Da questi principi nasce la Collezione MuseoMuseo, 500 oggetti ispirati al patrimonio di 10 musei di Firenze⁶², realizzati da 50 artigiani toscani, nel rispetto dei comuni criteri di ideazione, realizzazione e commercializzazione, raccolti in una "Carta dei Principi" e sottoposti alla selezione di un apposito Comitato Tecnico Scientifico.

La Collezione, la prima ad essere approvata dal Ministero per i Beni e le Attività Culturali, è stata presentata per la prima volta con una grande mostra organizzata nella Sala Bianca di Palazzo Pitti⁶³.

La collezione

Gli oggetti della collezione *MuseoMuseo* sono stati progettati rispettando le regole stabilite dalla Carta dei Principi e appartengono a tre categorie così definite:

Riproduzioni – si tratta di repliche quanto più possibili fedeli all'originale, sotto il profilo del disegno, delle forme, delle proporzioni, dei colori e di ogni altro aspetto rilevante ai fini della fruizione da parte dell'acquirente.

I materiali e i processi produttivi, potranno differire da quelli originali in conformità con la legislazione vigente in materia di riproduzioni museali, ma il risultato deve comunque rispettare le caratteristiche dell'oggetto riprodotto.

Rievocazione – si riferiscono percettibilmente agli originali di cui propongono varianti al livello di dimensione, di materiali, di finitura, di trasferimento al fruitore, mantenendo criteri di coerenza progettuale nella restituzione dell'opera d'arte con tali nuove modalità.

⁶¹ Presidente Artex – Firenze.

⁶² I musei coinvolti nel progetto sono stati i seguenti: Cappelle Medicee; Gabinetto Disegni e Stampe degli Uffizi; Galleria dell'Accademia; Galleria d'Arte Moderna, Palazzo Pitti; Galleria Palatina, Palazzo Pitti; Galleria degli Uffizi; Museo degli Argenti, Palazzo Pitti; Museo Nazionale del Bargello; Museo dell'Opera di Santa Maria del Fiore; Museo dell'Opificio delle Pietre Dure.

⁶³ Attualmente la collezione *MuseoMuseo* originaria – costituita da oggetti che incarnano i valori che nell'immaginario collettivo vengono più facilmente attribuiti alle produzioni artigianali toscane: altissima qualità dell'esecuzione e dei materiali, rapporto con l'arte e con la storia, rapporto con il territorio – fa parte della sezione espositiva di Artex, Centro per l'Artigianato Artistico e Tradizionale della Toscana.

L'apporto del progettista e del produttore, nell'identificare le modalità di trasferimento dell'opera o di suoi particolari in oggetti di uso domestico o personale deve sempre salvaguardare la dignità del messaggio artistico.

Reinterpretazioni – si tratta di progetti frutto di creatività che, attraverso allusioni a liberi riferimenti agli originali o a loro particolari, propongono stimoli culturali nuovi nella rilettura dell'opera d'arte. Gli oggetti proposti debbono essere ispirati ad un gusto educato all'esperienza culturale.

Le attività del progetto sono state finalizzate da un lato a contribuire alla diffusione presso il pubblico dei valori culturali del patrimonio museale e, dall'altro, a commercializzare oggetti di alta qualità prodotti con le più raffinate tecniche della tradizione dell'artigianato artistico, contribuendo così alla diffusione della conoscenza di tali tecniche che contraddistinguono la nostra cultura, i nostri territori e le nostre imprese.

Problemi

L'esperienza da noi maturata in questo arco di tempo, ci ha permesso di riscontrare alcuni limiti che hanno frenato la potenzialità di questo nuovo mercato e la stessa valorizzazione del Patrimonio Culturale:

Il mancato sviluppo di un "sistema museale integrato", che ha generato la mancanza di un circuito distributivo specializzato diffuso sul territorio italiano, caratterizzato dalla presenza di numerosi musei, significativi da un punto di vista artistico e culturale, ma di limitate dimensioni (recenti esperienze dimostrano che i 250.000 visitatori annui rappresentano la soglia minima oltre la quale ha un senso economico pensare ai servizi aggiuntivi in un'ottica di rendita economica). La mancata organizzazione – e gestione – di sistemi museali a livello territoriale ha causato notevoli ritardi e limiti nello sviluppo del merchandising museale di qualità, da un lato, e, dall'altro, nel potenziamento del ruolo dei musei minori. Gli effetti negativi possono essere così sintetizzati:

- le realtà museali minori, escluse dai circuiti turistici più importanti, non hanno potuto usufruire della "promozione" e della "comunicazione" derivanti dalla vendita diffusa di oggetti ispirati alle loro collezioni;
- la mancanza di una gestione comune ha comportato l'impossibilità di raggiungere richieste di quantitativi di prodotti tali da garantire l'economicità delle produzioni e, di conseguenza, prezzi di vendita al pubblico minori;
- la mancanza di un controllo superiore sulla qualità dei prodotti posti in vendita ha generato una realtà commerciale disomogenea, sia come livello qualitativo che come fasce di prezzo.

L'insufficiente attenzione al "tema della qualità dei prodotti (e dei servizi)". Il tema della qualità dei prodotti (e dei servizi) non deve essere accessorio, ma fondamentale nella creazione e nella commercializzazione di oggetti ispirati al patrimonio culturale. Il merchandising di oggetti ispirati al patrimonio museale italiano, deve favorire prima di tutto la conoscenza del patrimonio artistico: l'abbassamento del livello qualitativo e l'avvicinamento al sistema dei gadget e dei souvenir, compromette l'immagine stessa dei nostri musei. Il tema qualità deve divenire quindi fattore discriminatore fondamentale nell'ambito dei servizi aggiuntivi che, attualmente, sono invece spesso valutati sulla base

di criteri eminentemente quantitativi (soprattutto economici). Manca inoltre un'attenzione al rispetto delle specificità del sistema museale italiano, con un tentativo di ripetere schemi tipici di altre realtà (soprattutto americane), per quanto concerne le tipologie dei prodotti in vendita.

La mancanza di un reale e costante controllo sul rispetto dei dettami della legge Ronchey per quanto concerne il pagamento dei diritti fissi e delle royalties. Ciò comporta una concorrenza "selvaggia" sia per quanto concerne i prezzi al pubblico (ovviamente più bassi non essendo gravati dei diritti fissi sull'immagine e delle percentuali sulle vendite da versare al Ministero per i Beni e le Attività Culturali) sia per quanto concerne la qualità dei prodotti. Questa ha comportato la fioritura indisturbata del mercato dei *souvenir*, venduti sulle bancarelle di fronte ai principali musei italiani.

I problemi di visibilità, di raggiungibilità e di allestimento dei negozi museali. La collocazione dei negozi nell'ambito di edifici che sono già per sé stessi musei, in architetture storiche e per ciò inviolabili, comporta spesso limiti oggettivi all'organizzazione degli spazi vendita. Comunque, anche nel caso in cui la situazione "geografica" sia favorevole, si ha spesso una scarsa visibilità e una scarsa comunicazione del punto vendita. A ciò si aggiunga il limite oggettivo costituito dal fatto che, nella maggior parte dei casi, per accedere al punto vendita è necessario pagare il biglietto, limitando così l'affermazione del negozio del museo nella vita cittadina e, di conseguenza, il numero dei potenziali acquirenti. Deve inoltre essere registrata la diffusa inadeguatezza degli allestimenti dei punti vendita, almeno per ciò che concerne l'oggettistica e l'artigianato di qualità.

La difficile reperibilità di oggettistica museale di qualità. Le imprese produttrici non hanno interesse a sviluppare collezioni di ispirazione museale a causa della complessità dell'*iter* da seguire per ottenere i diritti per la riproduzione delle opere d'arte e a causa dell'onere economico costituito dal pagamento dei diritti fissi.

Prospettive

Per ovviare ai problemi precedentemente esposti, si propongono alcune possibili soluzioni.

La creazione di un nuovo circuito distributivo per gli oggetti di ispirazione museale. Tale circuito distributivo può essere realizzato in tre modi:

organizzazione di un sistema museale integrato, a livello territoriale e a livello nazionale, in cui sia possibile creare un'economia di scala grazie alla vendita di oggetti ispirati al patrimonio museale comune, e non esclusivamente alle opere conservate all'interno del singolo museo.

Creazione di negozi "culturali" nelle città d'arte, ossia negozi specializzati nella vendita di oggetti di alto livello qualitativo, ispirati al patrimonio artistico e storico italiano.

Vendita per catalogo, per corrispondenza o attraverso Internet.

La necessità di incorporare, nelle gare di appalto, la gestione dei bookshops dalla gestione degli altri servizi aggiuntivi. La gestione del bookshop richiede infatti competenze specifiche, sia dal punto di vista commerciale, sia dal punto di vista "culturale".

La necessità che la gestione dei bookshops sia affidata ad esperti del settore commerciale. Diviene necessario affidare la gestione dei bookshop ad esperti del settore commerciale al

fine di ottimizzare le potenzialità di tali servizi: i negozi dei musei devono divenire punti di riferimento a livello cittadino e territoriale sia come luogo deputato alla vendita di oggetti artigianali di alta qualità sia come libreria fornita di testi specializzati (come, a Parigi, la libreria e la boutique del Louvre).

La necessità di aprire i bookshop alla città, creando percorsi che permettano di accedere gratuitamente al punto vendita, anche dall'esterno del museo (ovviamente quando ciò sia compatibile con la struttura architettonica).

Revisione delle quote relative ai diritti fissi e alle royalties. Come già detto, l'entità dei diritti fissi e delle royalties da versare al Ministero (o ad altri Enti o Istituzioni), rappresenta un limite oggettivo allo sviluppo del merchandising museale italiano. Nel caso poi di un nuovo circuito distributivo, sia esso museale integrato o specializzato, ci troveremmo di fronte all'ipotesi di un doppio pagamento delle royalties, oltre a quello dei diritti fissi: ovviamente ciò comporta l'antieconomicità dell'operazione commerciale e quindi impedisce la diffusione dell'oggettistica museale, con ricadute negative sia sui settori produttivi specializzati, sia sull'immagine dei musei italiani.

Controllo sul rispetto della Legge Ronchey. Deve essere esercitato un costante controllo sull'applicazione della Legge Ronchey, al fine di evitare il protrarsi del fenomeno della produzione del gadget o del souvenir a basso costo – e di bassissima qualità – che invade ormai le città italiane (e in alcuni casi anche i musei). Inoltre la verifica del pagamento dei diritti fissi e delle royalties da parte di tutti i soggetti interessati, comporta maggiori introiti per i musei (e gli Enti di pertinenza) e può portare a prevedere l'abbattimento parziale i tali quote, facilitando quindi lo sviluppo del settore.

Controllo diffuso sulla qualità dei prodotti. Deve essere esercitato un costante controllo sulla qualità dei prodotti, tenendo conto delle ovvie necessità di differenziazione delle fasce di prezzo. Fermo restando che il bookshop di un museo deve poter soddisfare le richieste di un pubblico assai vario – dai bambini, ai turisti, agli studiosi – si deve comunque cercare di caratterizzare l'offerta dei negozi dei musei italiani, soprattutto nell'ottica della valorizzazione degli aspetti culturali delle produzioni nazionali. I musei italiani dovrebbero quindi vendere oggetti di alta produzione artigianale, sottolineando gli stretti legami esistenti tra arte, "cultura della materia" e tradizione artigiana.

Intervento di Stefano Monti⁶⁴

In qualità di docente dell'Università degli Studi di Roma Tor Vergata, presso la quale tengo un corso di approfondimento dedicato alla Responsabilità Sociale d'Impresa legata ai progetti culturali, e soprattutto quale rappresentante di un soggetto imprenditoriale attivo e ben posizionato nell'ambito dell'economia della cultura, non posso fare a meno di ringraziare il professor Micelli e l'Amministratore Delegato di Aurora, Cesare Verona, per gli interessanti stimoli emersi dai loro precedenti interventi.

Interventi rispetto ai quali urgono alcune riflessioni, che spero possano contribuire ad arricchire il dibattito in corso fornendo la prospettiva di un operatore del settore. A costante contatto con le realtà museali presenti nel panorama nazionale e internazionale

⁶⁴ Professore di CSR e rendicontazione sociale, Università degli Studi di Roma "Tor Vergata".

e, soprattutto, con le società di servizi aggiuntivi, tra i nostri principali clienti, non posso fare a meno di rilevare l'importante passaggio costituito dall'approvazione della Legge Ronchey nel 1992. Una decisione sofferta e scaturita dopo una lunga notte di confronto tra il professor Pietro Valentino e l'allora Ministro della Cultura, Alberto Ronchey. Una decisione che ha aperto le porte della cultura al mondo dei privati, introducendo la gestione privata dei servizi aggiuntivi nei musei italiani, sin allora di pertinenza esclusiva del soggetto pubblico.

All'entrata in vigore della Legge Ronchey, nel 1994, ha fatto tuttavia seguito un ventennio di totale stallo normativo, per cui quello che doveva essere un primo passo verso una progressiva apertura alla presenza dei privati nella gestione del bene culturale si è tradotto in un punto di arrivo e, oggi, potremmo dire in una situazione di immobilismo.

La cultura stenta tuttora ad essere riconosciuta come una filiera produttiva dotata di autonomia propria. La prova evidente è che non sono previste garanzie presso il Ministero dello Sviluppo Economico, laddove al contrario ve ne sarebbe grande necessità. Altrettanto indicativi del ruolo secondario attribuito alla cultura nella nostra economia sono il grado di analisi statistica con cui si indaga il comparto, non ancora sufficientemente approfondito – si può guardare alla Francia per un confronto comparato – e, soprattutto, l'utilizzo di codici che ormai non possono più ritenersi rappresentativi di un sistema produttivo in cambiamento e che ha saputo trarre dalla cultura interessanti spunti innovativi.

Alla ricerca di una nuova identità e di nuovi profili gestionali, in effetti, la piccola e media impresa italiana ha saputo trarre dal mondo della cultura un valore aggiunto, che si è tradotto in un rafforzamento della comunicazione di brand e delle vendite del prodotto. Ben più di quanto la cultura abbia appreso dall'impresa, laddove la carenza di expertise manageriale non è stata nel corso di questi anni in alcun modo colmata.

Nel visitare i grandi musei internazionali, quali la Royal Albert Hall di Londra, si è piacevolmente sorpresi dalla presenza del wi-fi accompagnata da una serie di servizi che ne fanno un luogo non di mera fruizione, ma di fruizione partecipata, attiva e, soprattutto, di socialità. Un luogo sempre aperto, in cui recarsi non una sola volta, ma diverse volte, anche tutti i giorni volendo. Un luogo in cui trascorre il proprio tempo libero, invogliati dalla gratuità dei servizi a spendere per sé stessi, acquistando un caffè o un libro. Una politica di accesso, questa che ha consentito l'abbattimento del costo di entrata al museo.

Una politica di accesso ben diversa da quella presente in Italia, laddove il biglietto d'ingresso è fonte di guadagno mai messa in discussione e passibile di rincari funzionali al grado di prestigio della mostra ospitata. Non sarebbe al contrario auspicabile rendere gratuito l'ingresso nei musei? Una scelta coraggiosa certo, ma anche una soluzione che potrebbe risollevarne i bilanci economici delle istituzioni museali, ampliandone la fruizione non solo ai turisti in visita o ai pochi appassionati, ma alla popolazione tutta. Un invito a riscoprire il museo come luogo in cui trascorrere il proprio tempo e socializzare.

Eccezion fatta per i quattro grandi Poli Museali di Venezia, Firenze, Roma e Napoli, gestiti dalla rispettive Soprintendenze, l'Italia dispone di un patrimonio di musei diffusi e fortemente radicati nel territorio, sebbene ancora oggi alla ricerca di un modello economico sostenibile.

A riprova dell'ancor scarso dialogo tra il mondo della cultura e il mondo dell'impresa, si

denota in effetti nella cultura l'assenza di una capacità forte di individuare un modello economico che sappia coniugare la qualità del servizio al pubblico alla sostenibilità economica. L'esperienza personale in qualità di membro presso diverse commissioni deputate alla valutazione di progetti culturali passibili di ricevere finanziamenti dal pubblico, mi porta ad osservare l'estrema rarità di progetti culturali supportati da un modello economico sostenibile, così come sono poche le istituzioni culturali pienamente sostenibili.

Eppure i margini di miglioramento sono molteplici. Si guardi, a titolo di esempio, al *merchandising*. Partendo dal posizionamento del *bookshop* e del *merchandising* all'interno dei musei, erroneamente collocati alla fine del percorso museale, per giungere alle politiche di *pricing* adottate.

Non sono rari i casi in cui l'oggetto acquistato all'interno di un museo ha un costo maggiore rispetto a quello applicato dai rivenditori esterni, laddove al contrario sarebbe auspicabile l'adozione di un prezzo unico. A confermarlo sono i dati dei più noti musei italiani, quali la Galleria degli Uffizi, il Palazzo delle esposizioni di Roma e in parte il Colosseo, sebbene nel caso del Colosseo, così come per la Reggia di Caserta a rendere più complesso il quadro delineato, contribuisce un forte sistema di abusivismo esterno.

Un fenomeno quest'ultimo da contrastare con decisione, non solo attraverso l'adozione di provvedimenti normativi per contrastare l'abusivismo, ma anche tramite l'attivazione di un sistema di monitoraggio dell'ambiente esterno ai musei, in assenza dei quali non ha senso parlare di *merchandising* o di *bookshop* museale. Inoltre, una maggiore interazione con il mondo dell'impresa potrebbe essere foriera di vantaggi in termini di ottimizzazione delle risorse. Nel caso della progettazione dell'oggettistica di *merchandising*, ad esempio, potrebbero innescarsi interessanti economie di scala, laddove gli oggetti venduti dai musei per lo più simili fossero prodotti da un unico fornitore, salvo poi prevedere sistemi di personalizzazione dei gadget e, dunque, una differenziazione dall'offerta acquistabile all'esterno.

Un ultimo aspetto da considerare, attiene alla ricchezza generata dai musei. Pur pienamente consapevole della circostanza che l'obiettivo ultimo di un museo non è produrre ricchezza, è fondamentale che esso tenda almeno alla sostenibilità economica e rinunci alla dipendenza dal finanziamento pubblico, ormai via via decrescente. L'adozione di una politica di *accountability* da parte delle istituzioni museali, ovvero di un sistema di rendicontazione tipico dell'impresa è un passaggio fondamentale per garantire una maggiore trasparenza nella gestione e attrarre investimenti privati, come sostengo nel testo dedicato all'*Accountability* in via di pubblicazione.

Interessanti ricadute potrebbero poi derivare dall'attivazione nei pressi o all'interno delle strutture museali di sistemi commerciali o di produzione di valore aggiunto che siano in grado di generare ricadute reali, in termini di prodotti e di servizi, per tutti i visitatori del museo. Si pensi al caso eclatante delle grandi stazioni ferroviarie italiane: da luoghi di passaggio, privi di qualsivoglia esercizio commerciale, quali erano fino a una quindicina / ventina di anni fa, nel giro di breve si sono trasformate in un luogo di permanenza, con negozi, caffetterie, etc. È già perché a transitare in questi luoghi prima vuoti, sono migliaia di passeggeri al giorno con un incremento esponenziale delle possibilità di vendita. Un incremento che si potrebbe realizzare anche nei musei, laddove si rivedessero le politiche

di accesso e i servizi offerti.

Nel precedente intervento il professor Micelli accennava al caso del Museo di Trento. Indubbiamente, si tratta di un museo capace di coniugare la qualità dell'offerta con una buona gestione. È, tuttavia, doveroso rilevare le non altrettanto lodevoli performance del vicino MUSE, che pur destinatario delle risorse messe a disposizione dalla Regione per finanziare i quattro maggiori musei trentini – undici milioni di euro circa – ha registrato un bilancio in perdita a prova dell'evidente assenza di un modello economico sostenibile.

In conclusione, nel parlare di cultura, in qualità di economista, ritengo sia ormai inderogabile vista l'attuale situazione di crisi parlare di modelli economici sostenibili. Ogni progetto o istituzione deputata alla gestione della culturale e, dunque, ogni museo deve tendere all'individuazione di un modello economico, che sappia coniugare la qualità dell'offerta con la sostenibilità, laddove tendere alla sostenibilità implica anche un profondo ripensamento dell'offerta culturale e del pubblico a cui essa è destinata, oltretutto una maggiore apertura all'innovazione tecnologica.

Sarebbe, inoltre, auspicabile ripensare profondamente le modalità di intervento dell'impresa all'interno del museo, vista l'ormai datata la visione per cui l'impresa o il privato è un soggetto al quale rivolgersi per chiedere denaro. Cosa offre il museo in cambio? Quali servizi si possono mettere a disposizione delle imprese per uno scambio alla pari? Sono queste le domande che un museo dovrebbe porsi.

La cultura, infine, non può più limitarsi a svolgere un ruolo trasversale al mondo dell'impresa. Se l'impresa ha saputo trarre dalla cultura e dal messaggio culturale un arricchimento, come testimonia il caso di Aurora e, più in generale, il caso studio dei Musei d'Impresa, la cultura italiana deve trarre altrettanti spunti dal mondo dell'impresa per innescare un'innovazione di processo e di prodotto in assenza della quale il futuro delle istituzioni culturali, musei *in primis*, è destinato ad essere fallimentare.

Grazie.

6. PRESENTAZIONE DEL LIBRO “PER UN’ITALIA POSSIBILE – LA CULTURA SALVERÀ IL NOSTRO PAESE”, di *Ilaria Borletti Dell’Acqua Buitoni*

Intervento di apertura, di *Maria Talarico*⁶⁵

Saluto tutti presenti e vi ringrazio per la partecipazione così numerosa a questo evento, che ho voluto sin da un anno e mezzo fa e che per vari motivi, in particolare gli impegni istituzionali del sottosegretario, abbiamo rimandato fino ad oggi. Un particolare saluto al vicesindaco, la professoressa Ilaria Vieti, all’assessore alla cultura del comune di Lucca, la professoressa Alda Fratello, e a tutte le altre autorità cittadine qui presenti.

Ringrazio l’onorevole dottoressa Ilaria Borletti Dell’Acqua Buitoni, sottosegretario al Ministero dei Beni Culturali ed Ambientali, che ha dato la sua disponibilità a partecipare a quest’incontro. Devo ringraziare anche la senatrice Stefania Giannini, membro della Commissione Cultura al Senato, che ha contribuito in maniera determinante alla realizzazione di questa giornata, e il dottor Remo Santini, caporedattore de La Nazione, che si è offerto di coordinare il dibattito. Ringrazio anche il dottor Scognamiglio e la dottoressa Francesca Velani, direttrice di LuBeC, che hanno messo a disposizione del Lions Lucca Host i locali e anche gli spazi pubblicitari per realizzare questo evento.

Permettetemi di fare una brevissima premessa sull’attività del Lions, che poi è ciò che giustifica particolarmente la mia soddisfazione odierna di poter ospitare un personaggio così importante per la cultura italiana, come il sottosegretario Borletti. Il Lions, sia come distretto Italia che come distretto Toscana e, nel suo piccolo, anche come Lions Club Lucca Host, a cui io appartengo e di cui quest’anno sono presidente, è da sempre attento agli aspetti inerenti alla cultura nelle sue varie sfaccettature. Tant’è che negli anni si è fatto portavoce anche della necessità di conservare e valorizzare il patrimonio artistico culturale, anche attraverso delle ingenti donazioni. Personalmente ritengo necessario superare l’idea statica di bene culturale, concepito soltanto come un giacimento destinato ad attrarre turisti. La cultura deve essere intesa anche come qualità di vita e questo, probabilmente, si riallaccia anche al discorso che faceva il Presidente Scognamiglio. Ritengo appunto che la cultura debba contribuire a rendere il cittadino consapevole di appartenere ad un determinato territorio e, pertanto, per cultura non si intende soltanto il grande museo, la cattedrale o la grande opera di un artista, ma divengono cultura, e dunque giacimento produttivo e oggetto di preservazione, anche altri aspetti minoritari quali, per esempio, l’artigianato oppure la gastronomia, che tutto il mondo ci riconosce come un nostro grande patrimonio. Quindi tutti gli aspetti che caratterizzano il paesaggio, inteso come elemento umano integrato nell’ambiente.

Fu Giovanni Spadolini che, nel 1964, volle la nascita del Ministero per i Beni Culturali ed Ambientali e ancora oggi la fondazione, a lui intitolata, continua a dare il suo importante contributo, attraverso convegni e rassegne, proprio a questo concetto di cultura. Quando nel 2012 seppi che avrei svolto la carica di presidente, mi ricordai di aver letto il libro dell’onorevole, dal titolo ‘Per un’Italia possibile - La cultura salverà il nostro Paese?’, di cui

⁶⁵ Presidente Lions Club Lucca Host.

oggi appunto parliamo. E questo testo mi ha offerto numerosi spunti di riflessione, ritrovandovi anche molti elementi di contatto con quanto il Lions fa anche a livello internazionale. Il libro mi aveva colpito soprattutto perché l'autrice tratta l'argomento della cultura e beni artistici e paesaggistici non soltanto come testimonianza di un passato glorioso del nostro Paese, che tutti ci riconoscono, ma anche perché è un fattore principale, forse essenziale, per il salvataggio del Paese Italia. Fu così che decisi di iniziare ed incentrare tutta la mia annata sul tema della cultura come fattore di sviluppo economico e di riscatto morale, perché credo che fare cultura significa non soltanto mantenere il patrimonio che tutto il mondo ci invidia, ma anche saperlo sfruttare in termini occupazionali.

Pertanto ad ottobre, anche su suggerimento della senatrice Stefania Giannini, una mia carissima amica da molti anni, scrissi alla dottoressa Ilaria Borletti Buitoni, allora presidente del Fondo Italiano per l'Ambiente, che mi rispose molto gentilmente dopo soli tre giorni, dando la sua disponibilità a partecipare ad un incontro organizzato dal nostro Lions, per parlare di un tema a lei molto caro, quale è appunto la cultura. E per il quale, del resto, ha speso tantissime energie sia, prima, come presidente del Fai e poi, oggi, come sottosegretario. E di questo la dobbiamo ringraziare come cittadini Lucchesi, non solo come Lions, e ora passo la parola al dottor Santini.

Introduzione di Remo Santini⁶⁶

Grazie a tutti della presenza e grazie alla Presidente del Lions Talarico per avermi coinvolto in un tema che mi stuzzica molto, così come dovrebbe stuzzicare tanti lucchesi, visto che questa è una delle città tempio e culla della cultura e dei bei monumenti.

Vorrei partire subito leggendo una frase contenuta nel libro, che mi ha colpito molto e che mi dà spunto per la prima domanda. "Aver trascurato per decenni i segni della nostra identità, quella che per secoli il mondo ci ha riconosciuto e ha ammirato, si è rivelato una scelta sbagliata non solo per le limitazioni che ha imposto allo sviluppo di un turismo adatto al nostro Paese, ma anche e soprattutto perché ha annientato qualsiasi sentimento di orgoglio nazionale, del quale oggi in una crisi senza precedenti nella vita della mia generazione e di quelle successive avremmo più che mai bisogno."

Questo è un atto di accusa forte, però è chiaro che lei forse si riferisce più a un passato, anche perché questo libro in qualche modo un po' rappresenta il raggio d'azione del suo incarico governativo. Com'è arrivata a scrivere queste cose, a che punto siamo e che prospettive ci sono affinché si possa superare questa situazione che lei denuncia.

In questo libro, l'onorevole non si limita alla sola denuncia, ma fa anche una serie di proposte e ora entriamo nel dettaglio. Si parla di decenni di cementificazione incontrollata, di abbandono, di quello che non si è fatto ma, fra tante cose negative, si citano anche molti casi virtuosi.

Ecco, vorrei che me ne accennasse, sottolineando nel frattempo che uno degli aspetti, descritti in questo libro, che fa ben sperare è il lavoro svolto in questo campo da molte fondazioni pubbliche e private, il cui esempio emerge molto forte.

⁶⁶ Caporedattore de La Nazione Lucca.

Intervento di Ilaria Borletti Buitoni⁶⁷

Anch'io ringrazio molto per questo invito. Mi fa sempre molto piacere venire a Lucca, in primo luogo perché è una città bellissima, ma soprattutto perché è una città che ha saputo fare esattamente l'opposto di quanto denuncio nel mio libro. Ha saputo cioè fare del patrimonio culturale un argomento di vanto, di unione, di rilancio, di sviluppo; cose che se le avesse sapute fare il nostro Paese, la situazione generale non sarebbe quella che ho trovato e che, sinceramente, non mi aspettavo. La situazione del patrimonio nazionale, dei monumenti, dei beni archeologici, di tutto quello che riguarda il patrimonio culturale nazionale è in un tale stato che, per recuperare il tempo perduto, ci vorrebbe un'inversione di rotta a trecentosessanta gradi, che localmente il Paese ha saputo fare molto meglio che a livello nazionale.

E questo bisogna dirlo con molta chiarezza, in quanto, se noi continuiamo a sostenere giustamente che il Paese può ripartire anche con la cultura, dobbiamo accompagnare questa convinzione con uno stimolo costante alle istituzioni e alla politica, affinché invertano la rotta e investano nella cultura, che si sostiene solo mantenendo i monumenti, curando i nostri siti archeologici, dando una fruibilità all'altezza di quanto avviene negli altri Paesi (per cui se, per esempio, un turista si trova in agosto nel Centro Sud Italia per visitare un sito archeologico alle sei, deve trovare i cancelli aperti).ù

Inoltre, la cultura si sostiene con dei servizi aggiuntivi accanto ai nostri più begli esempi di musei o di luoghi da visitare. È quindi un progetto nazionale quello che deve essere implementato a sostegno della cultura, ma purtroppo la situazione attuale è di grandissima difficoltà per la scarsità di risorse, nonostante le straordinarie competenze presenti all'interno del Ministero dei Beni e delle Attività Culturali. La mia impressione è che, nonostante il governo Letta abbia cercato in qualche modo di dare un segnale, questo gigante, che occupa diciannove mila e settecento persone, sia ancora gravemente ammalato, in quanto per troppi anni gli è stato tolto l'ossigeno.

Ho fatto la scelta di entrare in politica con una precisa convinzione, e cioè che l'esperienza acquisita in una straordinaria fondazione come il FAI, che fa veramente un'opera meritoria e straordinaria (del resto a Lucca ne avete anche un felice esempio sotto la guida dell'amica Loredana Ciabatti), potesse aiutarmi all'interno di un mondo molto più complesso, come quello ministeriale, a fare qualcosa a favore dei nostri beni culturali. Sono stata accolta da molte polemiche perché, essendo l'Italia un paese di barriere o un paese di ideologie, mi hanno accusata di voler mettere i supermercati a Pompei, di voler svendere la cultura, di volerla regalare alle banche. Questi slogan, come sappiamo, accompagnano sempre in Italia chi vuol fare una cosa diversa.

Tutto questo, ovviamente, non è vero. La mia convinzione è che solo un rapporto tra pubblico, privato e terzo settore (poi citerò un esempio molto felice del terzo settore) può salvare il patrimonio culturale italiano. Lo stato non ha più da solo le risorse per poter affrontare questo immane compito, quindi solo facilitando l'accesso dei privati e ricorrendo all'aiuto del terzo settore (mi riferisco anche alle associazioni di volontariato,

⁶⁷ Sottosegretario al Ministero dei Beni e alle Attività Culturali.

ma non solo a quelle), noi possiamo sperare di salvare questo patrimonio culturale. Facilitare l'accesso dei privati vuol dire anche un sistema di detassazione, di defiscalizzazione che incentivi, come in tutti gli altri paesi, i privati a donare per la cultura.

Gli esempi felici lo sono proprio in questo senso. Poco fa ho visto lo stand della cooperativa La Paranza, una cooperativa di ragazzi, voluta da un uomo straordinario, don Antonio Loffredo, che ha coinvolto alcuni ragazzi del rione Sanità, un rione difficile, complesso, turbato, con gravissimi problemi di occupazione e hanno deciso di investire nella cultura. Hanno recuperato le catacombe di San Gennaro, che sono un luogo meraviglioso che percorre parte della Napoli sotterranea, le hanno restaurate, anche con l'aiuto dei restauratori inviati dal Vaticano, e le hanno riaperte. E oggi sono gestite da questi ragazzi. Un luogo in più, quindi, che arricchisce Napoli e la sua offerta culturale, un'occupazione per questi ragazzi, con il terzo settore che ha trovato in questa felice esperienza la sua espressione più utile e positiva.

Questo è un tipico esempio di quanto dico, cioè di coniugazione di varie forze. Il FAI (adesso che non sono più presidente lo posso dirne), come il National Trust in Inghilterra, si occupa di un patrimonio che lo Stato non potrebbe prendere in consegna. E lo fa seguendo un principio pubblico, cioè quello dell'utilità pubblica, il che è evidentemente è fondamentale. Credo che, se in Italia ci fossero tanti FAI, forse noi avremo una situazione generale, riguardo al nostro patrimonio culturale, più felice di quella che abbiamo.

Intervento di Stefania Giannini⁶⁸

Grazie per l'invito e grazie prima di tutto alla Presidente Talarico, al Lions Club. Plaudo anche all'idea di aver inserito questo pomeriggio nella cornice del LuBeC, che mi sembra una manifestazione importante, che mette giustamente, in una città come Lucca, al centro la cultura. E grazie soprattutto all'amica Ilaria Borletti Buitoni, con cui da alcuni mesi un po' di più, ma in realtà da diversi anni, condivido battaglie culturali, battaglie, a questo punto, politiche.

Per rispondere subito alla domanda di Remo Santini e non rubare troppo spazio all'ospite d'onore, devo dire che io pure non ho ancora imparato a usare il lessico della diplomazia della politica, ammesso che ne esista uno e, quindi, dirò la verità assoluta, la mia verità, avendo partecipato in settimana Commissione all'approvazione e anche alla discussione e anche agli emendamenti necessari di questo decreto, che sicuramente segna un punto di novità.

L'Italia viene da almeno quindici anni di carestia economica e politica sul tema dell'istruzione e della cultura, quindi che ci sia un provvedimento specifico e che non si parli di beni culturali e di talento, in quanto il decreto si occupa dei due settori patrimonio tangibile e patrimonio intangibile, beni, monumenti, restauro e manutenzione, ma anche valorizzazione dello spettacolo dal vivo, valorizzazione del teatro, valorizzazione del cinema, quindi tutti quelli che sono gli aspetti creativi della cultura. E che questo avvenga con questo governo è sicuramente un dato, non dico rivoluzionario, ma sicuramente

⁶⁸ Senatrice - Membro Commissione Cultura del Senato.

positivo, un dato che segna una svolta. Ci sono però ancora delle timidezze, ancora dei punti che non vanno nella direzione indicata da Ilaria, cioè non c'è quell'apertura, per esempio, alla partecipazione attiva del privato nella gestione e nella tutela del patrimonio culturale. L'Italia, banalmente, è un paese in cui si nasce con una bellezza che aggredisce da ogni parte, non solo se si nasce a Roma, a Milano, a Napoli o a Palermo, ma anche se si nasce in piccole città come questa, di cui mi onoro di essere cittadina. Diciamo, quindi, che in un periodo di forte difficoltà economica, la cultura è sì un diritto, e deve essere riproposta come un diritto di ciascun cittadino in termini di fruizione, in termini di contatto con questo mondo, ma è anche un dovere. È un dovere da parte dello Stato, ma anche un dovere da parte dei cittadini e, dunque, credo che il fatto che lo Stato dia strumenti, per esempio di defiscalizzazione, per esempio di agevolazione (a che chi vuole possa partecipare e trarne non un vantaggio, ma quantomeno un beneficio fiscale), dovrebbe rappresentare l'orizzonte futuro. Ed è ciò su cui noi stiamo lavorando.

Non ci è piaciuto, per esempio, che il primo articolo sulla grande Pompei, sul grande progetto di rivisitazione, di governo e di recupero del sito di Pompei, che abbiamo tutti visto quanto bisogno abbia di una tutela maggiore, di una ripensamento generale, sia finanziato in questo decreto con strumenti surrettizi e non con soldi veri. E gli strumenti sono (per lo meno erano, prima che il decreto passasse in aula) l'aumento delle accise e una tassazione che veniva comunque ridistribuita sui cittadini. Queste cose devono diventare veramente il nostro passato e, a quel punto, avremo una cultura diritto e dovere e avremo una sinergia importante tra lo Stato e i cittadini, per ripartire, come recita questo titolo bello e semplice, per un'Italia non solo possibile ma anche salvata veramente.

Intervento di Ilaria Vietina⁶⁹

Grazie, innanzitutto alla perseveranza della presidente Maria Talarico nel cercare di avere qui con noi il Sottosegretario, sia la presenza di Stefania, sempre molto importante per noi. È questa una grande opportunità per dedicare un momento di riflessione alla tematica della cultura e anche un richiamo ad occuparci proprio del nostro territorio. Anche per me è stata veramente un'esperienza molto interessante poter ripercorrere, insieme al sottosegretario, questo viaggio per l'Italia attraverso il suo libro. Ci ha dato l'opportunità di rivedere una serie di luoghi che fanno parte del nostro immaginario e lo arricchiscono sempre di più, sia per quanto riguarda il profilo del recupero del valore culturale e storico, sia per quanto riguarda, purtroppo, gli aspetti che possiamo cogliere di trascuratezza e di negligenza. Insieme a tutto questo, ci sono dei richiami molto forti in questo testo, quale ad esempio quello al rispetto del paesaggio: c'è un riferimento molto chiaro, ad esempio, quando si fa la comparazione con l'abilità, che si è avuta in Inghilterra, di mantenere con fermezza il rispetto delle campagne e quindi distacchi molto precisi tra una città e l'altra, cosa che da noi non è stata fatta. E anche qui da noi dobbiamo fare un po' un mea culpa, in quanto anche a Lucca, recentemente, si è assistito ad un abuso del

⁶⁹ Vice sindaco di Lucca.

paesaggio, un abuso di costruzione nell'immediata periferia: una villa del Cinquecento è stata distrutta in una notte per far posto a delle costruzioni, che hanno invaso un settore della città che invece andava preservato. Questa è una ferita ancora aperta, anche perché relativamente molto recente. Dunque, il richiamo del rispetto del pedaggio diventa per noi un impegno improrogabile; dobbiamo salvare Lucca da questo momento in poi, impedendo assolutamente di costruire ancora. C'è poi un altro richiamo che mi è sembrato molto interessante, che è quello all'educazione, quando lei dice che è fondamentale che, fin dagli anni della scuola, i bambini e le bambine, i ragazzi e le ragazze siano condotti nei luoghi d'arte, nei luoghi di cultura e lì possano abbeverarsi a questa fonte eccezionale per la crescita e da lì imparare ad amarli e a sentirli come propri. Ecco tutte queste sollecitazioni che lei ci ha dato, sono in linea con un impegno notevole che va riconosciuto alla nostra città. E qui, oltre al FAI, mi preme ringraziare anche la Sovrintendenza, che ha veramente difeso con tenacia anche alcune improvvisazioni che la città faceva proprie. Come dicevo, per noi questo è un imperativo che può anche assumere oggi l'immagine delle mura, per cui sono molto felice che Stefania abbia ripreso proprio questa immagine come simbolo di apertura. È, tra l'altro, proprio il titolo del concorso che abbiamo lanciato per le scuole, che hanno risposto in modo estremamente generoso e su cui lavoreranno tutto l'anno. Che poi è un po' simboleggiato dall'evento della chiusura e dell'apertura della porta dello scorso 6 ottobre.

Ed è proprio questo il senso che volevamo dare, non quello dell'esclusione (le mura non sono un simbolo di esclusione), ma di un grandissimo patrimonio architettonico, storico, culturale e anche botanico, in quanto le mura sono anche un parco. Quindi in sé racchiudono tutte le ricchezze a cui teniamo tanto. E proprio per questo diventano il simbolo dell'accoglienza, qualcuno le ha definite come un abbraccio in cui la città si vuole riconoscere e per questo vuole attirare e condividere le sue bellezze, cercando di difenderle in tutti i modi, nonostante i limitati mezzi a disposizione. Anche noi, purtroppo, come ci raccontava il sottosegretario, facciamo quotidianamente e penosamente l'esperienza di quanto siano limitate le risorse disponibili, di quanto sia doloroso doverle suddividere in minuscoli e parcellizzati interventi, che non rendono mai pienamente atto di quello che è il desiderio di proteggere la bellezza intorno a noi e che, coniugandosi con la solidarietà, possono veramente aprirci un orizzonte, in cui tutte e tutti si possano ritrovare e possono collaborare per costruire e custodire.

7. PATRIMONIO CULTURALE TRA PUBBLICO E PRIVATO: LE OPPORTUNITÀ DELLA NUOVA GOVERNANCE A LIVELLO NAZIONALE ED EUROPEO

Intervento di Apertura, di *Maddalena Ragni*⁷⁰

Buongiorno e benvenuti.

Questa mattina affrontiamo il rapporto tra pubblico e privato nel sistema delle azioni che interessano il patrimonio culturale, un tema, come sappiamo, estremamente dibattuto e che ha avuto in questi anni tanti momenti di confronto, concentrandosi a seconda dei casi su aspetti diversi. Abbiamo parlato a più riprese del livello di efficienza del sistema museale italiano statale e non e delle ricadute che le inefficienze possono determinare sul turismo. Abbiamo parlato di strategie condivise, della necessità di mettere assieme le istituzioni, di andare ad una forma di concertazione vera ed autentica, capace di affrontare globalmente i problemi. E abbiamo parlato di rapporto pubblico-privato con un riferimento diretto alla conservazione pura del patrimonio culturale, in modo particolare con riferimento alle sponsorizzazioni. Il progressivo aggravarsi della crisi economica e le difficili condizioni in cui versa il Paese e, soprattutto, con la crescita della consapevolezza del ruolo che il patrimonio culturale ha svolto fino ad ora e ancor più può svolgere in futuro, hanno fatto sì che questo tema diventasse non solo estremamente importante, ma quasi risolutivo per la ripresa economica, per riuscire a trovare quegli impulsi, quelle spinte di riavvio di crescita della società.

Le esperienze realizzate in questi anni, poche in verità e concentrate sull'applicazione dell'istituto delle fondazioni, non hanno dato risultati di grandissima soddisfazione. Hanno messo in evidenza i limiti di questa costruzione e hanno rafforzato la consapevolezza che, almeno fino ad ora, i modelli di gestione e di governance che sono stati ipotizzati, per potere essere veramente efficaci, richiedevano comunque degli investimenti importanti. L'aspetto problematico che è emerso dalle esperienze fin qui condotte è proprio relativo alla gestione e all'assetto economico-finanziario del soggetto organizzatore, a prescindere dal fatto che fosse un soggetto pubblico, privato o misto.

Per cercare di inquadrare il tema che, come si può immaginare, comprende tanti aspetti, ritengo opportuno richiamare l'attenzione su alcuni punti fondamentali per poter inquadrare correttamente l'argomento. Prima di tutto ricordiamo che, quando si parla di patrimonio culturale, lo si intende nel senso giuridico del termine, come insieme quindi dei beni culturali e dei beni paesaggistici. E il tema del paesaggio applicato ad un argomento come il rapporto pubblico-privato, come potete immaginare, ha delle implicazioni completamente diverse rispetto a quelle che possono accompagnare il più limitato assetto della gestione dei servizi e dei musei.

Il secondo punto su cui ritengo opportuno richiamare l'attenzione è che, quando si parla di valorizzazione del patrimonio culturale, lo si intende nella sua complessità, a prescindere quindi dalla titolarità pubblico-privata. E a prescindere, all'interno della titolarità pubblica, dalle distinzioni fra proprietà statale e proprietà di altri soggetti pubblici.

⁷⁰ DG per il Paesaggio, le Belle Arti, l'Architettura e l'Arte Contemporanea.

Il terzo punto che, a mio avviso, va tenuto molto presente è che il nostro ordinamento è ricco e ha riportato in evidenza a più riprese la necessità, nella valorizzazione e nella promozione del patrimonio, di non far scomparire quel legame che stringe in maniera molto forte e affettiva il bene culturale al suo contesto. E non soltanto dal punto di vista storico, ma anche come legame affettivo tra il bene culturale, il luogo che lo ospita, l'identità del luogo, la percezione delle popolazioni e l'insieme degli aspetti che con questa percezione sono connessi. È importantissimo, perché ci possa essere anche un contributo alla salvaguardia del patrimonio culturale in termini di rispetto civile del bene, che questo legame di affettività tra la popolazione il suo patrimonio non solo sorga, ma si concretizzi e si rafforzi sempre di più nel tempo.

L'altro punto che si ritiene importante da richiamare è che qualsiasi progetto di valorizzazione, e ormai le esperienze lo hanno dimostrato, per da poter avere una sua configurazione valida, deve necessariamente prevedere il coinvolgimento di tutti i soggetti istituzionali, che sono in qualche modo preposti o direttamente alla tutela e alla salvaguardia del bene o al governo del territorio in cui il bene è inserito. Abbiamo una infinità di esempi di realtà artistiche, storiche e paesaggistiche di grandissimo valore, per le quali è estremamente difficile ipotizzare un progetto di valorizzazione che abbia un suo fondamento e una sua concretezza. Ciò in quanto si inseriscono in aree del territorio che hanno delle carenze di servizi, di infrastrutture e di possibilità di collegamenti con il mondo delle imprese. Ed è esperienza quotidiana che, quando il progetto di valorizzazione si concentra e pone l'attenzione solo ed esclusivamente sul bene, ignorando tutto quello che deve concorrere alla sua valorizzazione, nel tempo siamo perdenti.

I dibattiti che si susseguono devono dare risposta ad una domanda semplicissima, e cioè come sia possibile creare un meccanismo virtuoso, fare in modo che si creino delle strategie complesse che effettivamente considerino tutti gli aspetti, che è doveroso inquadrare per trovare delle soluzioni valide. E, in questo percorso di individuazione delle modalità, sia il programma del governo sia le linee programmatiche del ministero presentate alle commissioni cultura, partono da una principio base, quello della conoscenza, non soltanto del patrimonio ma in senso lato, ossia cultura in tutte le sue componenti. Coinvolgendo, quindi, sin dai primi anni di vita del cittadino quella funzione fondamentale, che nel tempo ha perso lo smalto, vale a dire la funzione della formazione scolastica, della crescita dei giovani a scuola, dell'acquisizione dei principi civili. Non sarà possibile portar fuori il Paese da una situazione di difficoltà se non consideriamo un progetto di rinnovamento e di progresso a tutto campo, quindi non solo economico, che contempra una crescita civile, sociale, economica ed occupazionale che consideri gli interessi e le esigenze fondamentali di tutti i cittadini fra cui, come ci ricorda l'art. 9 della Costituzione, vi è il diritto alla cultura.

Un'altra considerazione è l'invito a non considerare la presenza di più soggetti pubblici in un progetto, in una strategia così ampia come una motivo di difficoltà o una causa di conflittualità. Deve essere anzi visto e considerato come un accrescimento, perché ognuno può dare il suo contributo in relazione alle proprie competenze, alle proprie potenzialità, alle proprie possibilità, alle proprie professionalità. Ed è nell'insieme, nella sinergia di tutte queste componenti che è possibile effettivamente individuare delle soluzioni valide.

Come arrivare a queste forme di anni di sinergia? Il codice dei beni e delle attività culturali ha aperto già dal 2004 ad alcune possibilità concrete, anche se a dir la verità poco

utilizzate nell'esperienza quotidiana. Particolarmente innovativo è l'art. 111 che, al comma 1, dice che le attività di valorizzazione consistono nella costituzione e organizzazione di risorse e strutture o reti, ovvero nella messa a disposizione di competenze tecniche o risorse finanziario o strumentali e che a queste attività possono concorrere cooperare e partecipare soggetti privati.

Vi ricordo ancora una volta che, quando si parla del contributo che può essere reso dal mondo privato, abbiamo il dovere di non tralasciare quel formidabile contributo che viene dal mondo del volontariato. Il vincolo della solidarietà è fortissimo nel nostro Paese e può essere quel valore aggiunto che aiuta e sostiene anche le istituzioni.

Ancora l'art. 112, che è un'ulteriore conferma all'invito del legislatore affinché Stato, Regioni ed enti pubblici territoriali cooperino per affrontare le problematiche del territorio. Il comma 1 assegna appunto allo Stato, alle Regioni e agli enti pubblici territoriali il compito di assicurare la valorizzazione dei beni presenti nei luoghi della cultura e al comma 4, gli stessi soggetti istituzionali, di procedere alla stipula di accordi. Di particolare rilievo il comma 5, integrato dal comma 8, in base al quale Stato, Regioni ed enti pubblici territoriali possono costituire appositi soggetti giuridici cui affidare l'elaborazione lo sviluppo di piani strategici di sviluppo culturale e relativi programmi di attuazione. A questi soggetti possono partecipare anche i soggetti privati proprietari di beni privati e le persone giuridiche private senza fini di lucro (associazioni, fondazioni e consorzi che nel tempo si sono costituite prevedendo già al proprio interno una partecipazione pubblica e privata).

Sotto il profilo degli strumenti operativi gestionali il decreto Valore Cultura non ha introdotto dei grandi cambiamenti, ma delle nuove opportunità sì. Ha integrato l'art. 52 del codice dei beni culturali in cui è previsto che i comuni, sentito il soprintendente, individuino i locali a chiunque appartenenti nei quali si svolgono attività di artigianato tradizionale e altre attività commerciali tradizionali, riconosciute quali espressioni dell'intensità culturale collettiva, al fine di assicurarne apposite forme di promozione e salvaguardia, nel rispetto della libertà di iniziativa economica riconosciuta dall'art. 41 della Costituzione. L'introduzione di questo articolo offre delle opportunità notevoli per favorire la ripresa e la riaffermazione del mondo dell'artigianato, soprattutto per far rivivere i mestieri antichi. La storia del patrimonio culturale italiano e la sua affermazione nel mondo si è basata proprio sulle maestranze, sugli artigiani, su quelli che forse non avevano una preparazione teorica molto forte, ma che in compenso avevano una conoscenza formidabile dei procedimenti e delle metodologie di lavorazione. E questo tesoro lo stiamo perdendo nei nostri profili professionali di restauratore, lo stanno perdendo i centri urbani poiché le attività tradizionali stanno chiudendo, in quanto che non reggono il peso e la difficoltà economica del momento. Forse questo può essere quel piccolo aiuto in più per spingere le amministrazioni a porre in essere strategie anche con questo scopo.

L'altro punto importante che ha introdotto il decreto Valore Cultura all'art. 6 riguarda le disposizioni per la realizzazione dei centri di produzione artistica, al fine di dare uno sviluppo al contemporaneo. Il nostro paese vive di una storia dell'arte, di un passato, ma non dimentichiamoci che l'arte di oggi sarà il passato fra quaranta, cinquant'anni e, quindi, abbiamo il dovere di favorire, così come nei secoli è stato fatto con il mecenatismo, l'espressione e la creatività artistica dei giovani artisti.

Per dare il via a queste iniziative possiamo impiegare risorse della Comunità Europea. Ricordiamo che per poter utilizzare queste risorse è necessario che ci sia compartecipazione fra le amministrazioni, meglio ancora che ci sia una trasversalità fra Stati dell'Unione Europea. Un invito in più, dunque, ad uscire fuori dall'isolamento delle singole realtà, cercando di pensare, in una logica di salvaguardia del Paese, ad una strategia più completa che coinvolga l'opera e le disponibilità, le capacità di ogni soggetto.

TAVOLA ROTONDA

Intervento di Giuseppe Stancanelli⁷¹

Apriamo la Tavola Rotonda, che costituisce parte importante di questa mattina. Il tema del rapporto tra pubblico e privato in ambito culturale è estremamente affascinante e mi ha sempre interessato come studioso e come professionista.

Il codice del 2004 si apre con un'espressione molto solenne: "La Repubblica favorisce e sostiene la partecipazione dei soggetti privati, singoli o associati, alla valorizzazione del patrimonio culturale." Andando avanti nella lettura del codice, direi che si trova ben poco che possa in qualche modo configurare la realizzazione di questo principio. L'unica questione che il codice tratta in modo abbastanza diffuso è la sponsorizzazione ma, se ci si ferma alla norma, questa è semplicemente la messa a disposizione di somme perché possano essere realizzate certe iniziative.

La dottrina però, in questo caso, è andata un po' avanti. Ruggero Di Pace è arrivato a sostenere che la sponsorizzazione riguardi anche l'affidamento al privato della valorizzazione del bene culturale; quindi non soltanto, come sembrerebbe dalla norma, rendere disponibili i soldi e controllare, ma partecipare attivamente.

Forse il D.L. '91 ha fatto qualche passo avanti, limitatamente però a soli due aspetti: il grande progetto Pompei e quello delle residenze borboniche. Ha introdotto l'espressione partenariato laddove, viceversa, il codice parla solo di sponsorizzazione. Tuttavia, trattandosi di sole due ipotesi, il campo è piuttosto limitato e, comunque, non è ben chiaro in cosa consista questo partenariato.

Io credo che qui occorra fare un grande passo in avanti. Noi ci ritroviamo spesso di fronte all'opinione che, se un bene è culturalmente importante, deve diventare statale. Secondo me è un errore credere che tale bene possa svolgere le sue funzioni ed essere tutelato solo se in mano pubblica; bisogna pertanto spostare l'accento non tanto sulla proprietà del bene, ma sul fatto che questo bene sia oggetto di precisi programmi di utilizzazione e di valorizzazione. E, sulla base di questi programmi, valutare se questi devono essere portati avanti da un soggetto pubblico (proprietario del bene o non) oppure da dei privati. Ciò che è importante è garantire, da una parte, attraverso il programma e, dall'altra, attraverso i controlli che il bene venga utilizzato per le sue caratteristiche, che venga assicurata la massima utilizzazione pubblica e, quindi, che si raggiungano quegli scopi per cui il bene è interessato di interesse pubblico.

⁷¹ Già Ordinario di Diritto Amministrativo Università di Roma Tor Vergata.

Intervento di Anna Maria Buzzi⁷²

“Se vuoi andare veloce, corri da solo.
Se vuoi andare lontano, corri con gli altri”.

“Quando parliamo di mettere a profitto il nostro patrimonio culturale per generare ricchezza sul territorio non pensiamo alla parola sfruttare, ma a valorizzare” esordisce così Anna Maria Buzzi, Direttore Generale per la Valorizzazione del Patrimonio del Ministero dei Beni e delle Attività culturali e del Turismo, nel corso del dibattito sul patrimonio culturale tra pubblico e privato, alla IX edizione di LuBec.

“Il patrimonio d’arte e di storia italiano è l’asset portante del nostro Paese, abbiamo la più alta concentrazione al mondo di beni tutelati dall’Unesco. Ma, mentre negli anni Settanta eravamo la destinazione preferita dai turisti di tutto il pianeta, e la Cina era al 17° posto, oggi la Cina è terza e l’Italia è solo quinta.

Ripartire dalla cultura per programmare uno sviluppo compatibile con le risorse culturali e ambientali del territorio e soprattutto condiviso dalle comunità locali è diventata ormai un’esigenza sempre più significativa, in un periodo di grave crisi industriale.

Peraltro non si tratta di un aspetto marginale del sistema produttivo italiano, se si considera che il sistema delle industrie culturali e creative vale il 5,4% del PIL (76 miliardi di euro – rapporto Federculture 2012) e dà lavoro a 1,4 milioni di persone, ma in una sua accezione più ampia, se si considera l’indotto determinato nelle città d’arte dal turismo culturale e, dunque, l’intera filiera si arriva addirittura al 15%. Tutto questo, in un sistema Italia, che, richiamando le parole del Presidente Napolitano, ha per lungo tempo sottovalutato il valore della cultura e anche le sue potenzialità quale volano di sviluppo economico.

È pur vero che nel 2012, per la prima volta da oltre un decennio i consumi culturali in Italia sono diminuiti del 4,4% (rapporto Federculture 2012), ma le prospettive di sviluppo sono considerevoli se l’insieme degli operatori pubblici e privati riusciranno a fare sistema e se non saranno sprecate occasioni importanti per la promozione del sistema Italia come l’Expo 2015 di Milano.

Il problema essenziale è di recuperare il ritardo rispetto agli standard europei di organizzazione e di gestione. Si tratta di superare una serie di criticità del sistema, che sinora hanno impedito di dare adeguato valore allo straordinario patrimonio culturale italiano, a partire da:

- un’accessibilità ai musei, non sempre assicurata a tutte le fasce di utenti e con orari di apertura spesso penalizzanti;
- una qualità dei servizi nei Musei non adeguata agli standard internazionali;
- concessioni dei servizi al pubblico nei Musei, ampiamente scadute e che, a causa di contenziosi insorti rispetto alle procedure di gara avviate nel 2010, non è stato ancora possibile rinnovare;

⁷² DG Valorizzazione – Ministero dei Beni e delle Attività Culturali e del Turismo.

- una carenza di materiale informativo e di apparati illustrativi nei Musei e, laddove presenti, in genere realizzati solo in italiano;
- un'integrazione non adeguata tra i luoghi della cultura statali e non statali, presenti nelle stesse città;
- difficoltà nella promozione degli itinerari culturali non inseriti nei principali circuiti turistici;
- scarsa attenzione delle giovani generazioni per il patrimonio culturale.

A questo proposito, la Direzione Generale si è attivata su più fronti:

- 1) attivare momenti di confronto con le direzioni dei principali musei europei e con i rispettivi ministeri della cultura per verificare i rispettivi modelli di gestione e le soluzioni adottate per risolvere le principali criticità;
- 2) verificare, attraverso consultazioni on line, il grado di soddisfazione dei visitatori dei musei, le criticità riscontrate e i correttivi proposti, rendendo, di conseguenza, gli utenti protagonisti di innovative politiche culturali del Ministero;
- 3) attivare momenti di consultazione pubblica con gli operatori economici del settore e con tutti i portatori d'interesse per valutare tutte le proposte in grado di migliorare la qualità dei servizi e, più in generale, dell'offerta culturale al pubblico;
- 4) rivedere le linee guida per l'affidamento dei servizi al pubblico nei musei, al fine di consentire una ripresa delle procedure di gara del 2010 bloccate da numerosi contenziosi e censurate, per alcune criticità, dall'Autorità di Vigilanza sui Contratti Pubblici;
- 5) sostenere progetti finalizzati a favorire l'accessibilità ai luoghi della cultura da parte dei disabili e a migliorare la qualità degli apparati di comunicazione nei musei;
- 6) gestire profili di social network del MiBAC, per attivare un processo di coinvolgimento della società civile, e in particolare delle nuove generazioni, alla valorizzazione del patrimonio culturale;
- 7) migliorare la *governance*, a partire dalla stipula di accordi di valorizzazione territoriale, per una gestione integrata e sostenibile del patrimonio culturale (nella sua accezione più completa: siti culturali, patrimonio naturale e immateriale, cultura enogastronomica) e per una cultura dell'accoglienza più adeguata e soprattutto condivisa.

Tra tutte queste azioni, un rilievo particolare è stato attribuito all'esigenza di conoscere le reali aspettative dei cittadini, e in particolare di coloro che non frequentano i musei, rispetto all'offerta culturale dei musei. A questo scopo, la Direzione Generale per la Valorizzazione del MiBAC ha avviato una consultazione pubblica online sul proprio sito istituzionale dal titolo *Il museo che vorrei*. Al pubblico sono state rivolte dieci domande riguardanti le politiche di pricing e la possibile riorganizzazione degli orari di apertura al pubblico. La consultazione è rimasta attiva per 24 giorni. Gli accessi al sito sono stati 14.816 e coloro che hanno compilato con buon esito il questionario (perdendo quindi almeno 10 minuti del proprio tempo), sono stati 7.043: un numero rilevante se messo in relazione ad iniziative analoghe promosse dalla stessa Commissione Europea (che ha raccolto solo 1300 questionari).

L'indagine ha documentato che:

- 1) i maggiori consumatori culturali sono le donne con il 60,07% contro un 39,34% degli uomini;

- 2) il 75% dei partecipanti ritiene giusto pagare un biglietto di ingresso nei luoghi della cultura per entrare al museo: un numero estremamente significativo che sottolinea la volontà degli italiani di contribuire al mantenimento del patrimonio culturale e offre lo spunto per rivedere le preesistenti iniziative di gratuità;
- 3) significativa è stata la percentuale (56,92%) di coloro che hanno sottolineato una carenza, nei nostri siti culturali, di pannelli esplicativi, percorsi di visita non adeguati, orari di visita che non consentono una fruizione abituale dei luoghi culturali
- 4) quasi l'85% degli italiani ha espresso la necessità di prolungare l'orario di visita nelle ore serali (dalle 20 alle 24) e propone di individuare le aperture prolungate in alcuni giorni fissi mensili.

Per rispondere a queste aspettative, una prima importante iniziativa promossa da questa Direzione Generale è stata l'organizzazione dell'evento "Una notte al museo" che ha consentito dallo scorso mese di luglio e consentirà sino a dicembre l'apertura serale, dalle 20 alle 24, dei principali musei italiani, impreziosita da spettacoli teatrali, di musica e di danza resi possibile dall'adesione gratuita, ma soprattutto entusiasta di numerosi artisti. È stato così possibile promuovere la creatività italiana, nelle sue diverse espressioni e potenziare l'offerta culturale attraendo fasce di pubblico che normalmente non frequenta i musei. Se la partecipazione di oltre settantamila visitatori a questi eventi si presenta di per se stessa un dato importante, l'aspetto più significativo è che anche numerose amministrazioni comunali hanno deciso di aprire in contemporanea i loro luoghi della cultura e, dunque, di fare sistema con il Ministero.

Correlata al progetto "Una notte al museo" è l'iniziativa "L'Arte aiuta l'Arte", sempre promossa dalla Direzione Generale, e che ha visto ancora una volta, attraverso una consultazione pubblica *on line*, i cittadini partecipi e protagonisti dell'azione del Ministero. Chi ha partecipato agli eventi di ottobre ha potuto contribuire alla tutela del patrimonio culturale italiano. Gli utenti del sito web della Direzione Generale hanno scelto quale opera d'arte da restaurare, selezionandola tra una rosa di otto conservate a Firenze, Napoli, Roma e Venezia. Il restauro sarà finanziato dalla Direzione Generale per la Valorizzazione, che destinerà parte dei proventi dei biglietti di ingresso delle edizioni di "Una notte al museo". L'obiettivo è di rendere eventi come questo un appuntamento fisso con i cittadini per fidelizzarli alla cultura e già i dati sui visitatori nei musei confermano un'inversione di tendenza rispetto al 2012: tra maggio ed agosto del 2013 il numero dei visitatori rispetto all'anno precedente cresce del 5,23% (+ 2,5% di visitatori paganti; + 7,8% di visitatori non paganti); contestualmente gli introiti da bigliettazione si incrementano del 4,25%.

Naturalmente in questo processo di coinvolgimento del pubblico è necessario, per far propagare l'idea di un museo attraente, che i servizi siano efficienti e che l'organizzazione delle collezioni sia in grado di comunicare ad un'utenza diversificata i contenuti culturali dell'esposizione in maniera chiara e comprensibile, di creare un'empatia con il visitatore, di renderlo partecipe di quell'emozione che la storia e la creatività antiche e contemporanee sono in grado di rendere. Un'efficace capacità di comunicazione delle iniziative dei musei, a partire dall'utilizzo dei social network, completa quest'azione di partecipazione condivisa: non si aderisce alla vita di una comunità culturale, come è il museo, se non si è partecipi delle sue dinamiche culturali e dei suoi progetti.

Per raggiungere pienamente questi obiettivi, l'impegno del Ministero, nelle sue articolazioni, dovrà orientarsi per attivare tutte le sinergie possibili con le amministrazioni

locali a costituire servizi di rete, e, a livello più complessivo, progetti culturali di rilievo. La finalità è di rendere il singolo museo o la rete dei musei attrattivi sotto il profilo non solo economico, ma anche culturale: un riferimento importante per il territorio e per le sue eccellenze.

Intervento di Roberto Grossi⁷³

Stiamo facendo un dibattito sul patrimonio culturale e su come fare in modo che sia effettivamente una ricchezza per il Paese. Premesso che non basta avere questo bel patrimonio, la quantità e la qualità del patrimonio per farci essere una grande civiltà, per farci stare star bene, per essere ricchi economicamente e soprattutto contenti e felici. Il Paese è in ginocchio, e su questo siamo tutti d'accordo, e allora dobbiamo capire cosa c'entra la cultura rispetto a questa situazione, rispetto a questa fase.

Il punto di arrivo di tutti i nostri ragionamenti deve essere finalizzato a risolvere questo problema, ossia che il Paese si deve rilanciare e deve ripartire dalla cultura ma, soprattutto, si deve creare occupazione. Pertanto, la domanda che dobbiamo porci è come questo bel patrimonio che abbiamo ereditato dal passato possa rivivere, ossia come si possa creare occupazione ed aumentare la partecipazione culturale.

Se noi non ci poniamo le domande giuste, anche le risposte sono raffazzonate. Dunque, anche un provvedimento o un decreto può sì rispondere a delle logiche, sicuramente a quelle dell'emergenza, ma non è detto che centri l'obiettivo. E questo perché non dobbiamo mai dimenticare che il vero patrimonio, nel senso di ricchezza, sono le idee, le capacità creative.

Di recente, mi è capitato sottomano un documento di Bernini, che rappresenta nella cultura italiano il massimo della visione apparentemente monumentalistica nell'Alto Rinascimento. Ho scoperto che Bernini, d'accordo con i nobili e col papa, ha creato l'Accademia delle Belle Arti di Roma, intorno al 1570. Ha creato cioè il primo laboratorio di alta formazione e preparazione dell'industria culturale e creativa, la stessa industria che ha accompagnato il processo di sviluppo di Roma e del paese. Ciò a dire che tutto il lavoro, le capacità tecniche e artigianali, le sensibilità artistiche sono diventate come l'università di allora e ha trasformato le botteghe tardo medievali di Roma nella moderna industria culturale e creativa. La visione apparentemente monumentalistica di Bernini, si fondava dunque sul fatto che bisognava sostenere la formazione, l'educazione e la preparazione; era quel ponte tra la formazione che si traduceva in maestranze preparate e in competenze.

Solo le politiche di valorizzazione permettono di guardare avanti, di centrare l'obiettivo che sono i cittadini. E la valorizzazione deve essere centrata sulla fruizione, sulla possibilità di avvicinare il pubblico italiano e straniero. E allora ci accorgeremo che quando andiamo a creare questo ponte, immediatamente ci poniamo il problema della gestione e della produzione, che è un problema serissimo. Ciò che di positivo è stato fatto in questi anni nelle nostre città è rappresentato da degli interventi nei quali la cultura è un asse strategico. Ed è stato fatto, a volte, addirittura trasformando le rotte di traffico, l'assetto del territorio.

Per questo, di fronte al decreto Valore Cultura e ai cinquecento giovani che noi chiamiamo per digitalizzare i beni culturali, io rimango po' perplesso, in quanto ci vuole ben altro. Per dare occorre aprire i teatri, farli rivivere, aumentare la possibilità di realizzare musei contemporanei, gestire bene i musei d'arte moderna, le aree archeologiche. È questo il

⁷³ Presidente Federculture.

modello, proprio perché la cultura è un servizio pubblico, anche se non sempre è lo stato a gestirla direttamente.

I vertici del Louvre, di cui si parla tanto, sono nominati dal Presidente del Consiglio dei Ministri. È un museo statale ma a gestione autonoma. Ci sono dei manager scelti sulle qualità, che hanno una programmazione pluriennale, una certezza di bilancio dello stato, che attraggono i privati al punto tale che l'amministratore delegato aggiunto è una ragazza italiana i trentacinque anni, Claudia Ferrazzi, che in Italia non ha avuto spazio.

Dal nostro Paese non vanno via solo i talenti ma nel 2012 sono andati via anche 6500 artisti, mancano le opportunità. E un modo per ridarne è anche quello di rigenerare le città, mettendo quindi queste al centro. E non possiamo pensare che i centri di produzione creativa li risolviamo immaginando un'agenzia statale ancora una volta centralizzata. Occorrerebbe una norma sugli incubatori d'impresa nella cultura, come stanno già facendo alcune regioni al fine di valorizzare i circuiti culturali. Gli enti locali hanno cominciato a gestire esternalizzando e a far partecipare i privati dal 1990. Il codice dei beni culturali e del paesaggio è arrivato solo dopo quindici anni dicendo che anche lo Stato può gestire in forma partenariato un monumento, un proprio bene attraverso un ente autonomo. Ed è accaduto, per esempio, che Venaria Reale, una reggia meravigliosa, è diventata un'azienda consortile, il cui personale non è più quello dello stato, ma è personale privato. L'azienda gestisce la manutenzione, la tutela mettendo il proprio budget. La disoccupazione nell'aria di Venaria Reale è diminuita del 100% rispetto alla situazione precedente.

Insomma, io credo che ognuno debba fare la propria parte, perché la cultura è veramente plurale, non può essere centralistica né burocratica. E questo vuol dire che non bisogna solamente inventare nuove leggi, ma anche capire le leggi in che direzione voglio andare. Lo Stato deve indirizzare, orientare, controllare ma non è detto che debba gestire direttamente.

In conclusione, noi dovremmo dare adesso una legge che parli al cittadino, ai lavoratori e alle famiglie. Adesso dobbiamo dare dei segnali che la cultura è un qualcosa che fa crescere, apre il cervello, crea lavoro e abbellisce i territori. Abbiamo reiterato, nella legge di stabilità, la detrazione fiscale per l'acquisto di elettrodomestici e mobili d'arredo nell'ambito delle ristrutturazioni; e allora perché non riusciamo a fare una norma che una detraibilità per alcune spese culturali?

Le cose dunque si possono fare all'interno di una visione globale, dove ciascuno deve fare la propria parte. L'Italia si è fatta grande con una visione della cultura che ha istruito e alfabetizzato il Paese, che ha creato le eccellenze e la concezione del patrimonio culturale come un patrimonio vivo, che ha dato vita al cinema, al teatro, che ha fatto sì che finalmente anche i giovani italiani abbiano cominciato a vedere l'arte contemporanea e a capire la propria memoria del passato. Dobbiamo fermarci un attimo, riflettere e capire dove dobbiamo andare, dopodiché le leggi conseguenti verranno da sé.

Quale gestione sostenibile dei musei e del patrimonio culturale italiano?, di Alberto Garlandini⁷⁴

In tempo di crisi e in un mondo che cambia come possiamo gestire in modo sostenibile i musei e i tanti beni culturali italiani? È una domanda complessa che chiede risposte innovative e articolate. Non basta l'obbligatorio impegno a gestire le scarse risorse con il massimo di efficacia ed efficienza. Occorrono nuovi approcci, nuovi comportamenti, nuove azioni. Preso atto del grande cambiamento in atto nel mondo museale e delle peculiarità italiane, nel mio intervento illustro sei condizioni per una gestione sostenibile.

Il cambiamento nel mondo dei musei

Stiamo vivendo cambiamenti epocali che impattano sulle attività dei musei e sulle professioni museali. Nei musei di tutto il mondo e in ICOM è in atto un grande ripensamento sul ruolo dei musei nella società che cambia⁷⁵. Dobbiamo farlo con apertura mentale e senza conservatorismi.

I musei contemporanei sono "al servizio della società e del suo sviluppo" (come dice la definizione di museo⁷⁶ presente nel Codice etico di ICOM⁷⁷) e hanno assunto una dimensione sempre più educativa, sociale e territoriale. Non sono solo istituti di conservazione del patrimonio culturale e della memoria storica. Sono servizi pubblici al servizio delle comunità, producono e comunicano saperi, cultura, creatività. Sono agenzie per la mediazione culturale, per il dialogo interculturale e la coesione sociale. Non possono occuparsi solo delle loro collezioni, ma hanno responsabilità nei confronti del patrimonio culturale diffuso nel territorio di cui sono espressione e riferimento.

È una trasformazione che a livello internazionale è chiamata la democratizzazione dei musei. Processi simili sono in atto anche nelle biblioteche, negli archivi e negli altri istituti culturali. La crisi globale ha reso particolarmente drammatico questo cambiamento, che era iniziato prima del 2008 e proseguirà anche quando la recessione sarà terminata.

La peculiarità del patrimonio culturale italiano

Quando studiamo proposte per migliorare la gestione dei musei italiani non possiamo riferirci solo alle poche decine di grandi istituti, come gli Uffizi e la Pinacoteca di Brera, o a complessi monumentali come Pompei e il Colosseo. Dobbiamo pensare ai 5000 musei, alle 12.000 biblioteche, al patrimonio storico diffuso ovunque, in grandi città e piccoli paesi. È

⁷⁴ Presidente ICOM Italia.

⁷⁵ Non a caso il tema della Giornata internazionale dei musei del 2012 è stato *Museums in a changing world*.

⁷⁶ La definizione di museo di ICOM è la seguente: «Il museo è un'istituzione permanente, senza scopo di lucro, al servizio della società e del suo sviluppo. È aperto al pubblico e compie ricerche che riguardano le testimonianze materiali e immateriali dell'umanità e del suo ambiente; le acquisisce, le conserva, le comunica e, soprattutto, le espone a fini di studio, educazione e diletto».

⁷⁷ Il Codice etico per i musei di ICOM è stato adottato dalla XV Assemblea generale di ICOM tenutasi a Buenos Aires (Argentina) il 4 novembre 1986. È stato aggiornato dalla XX Assemblea generale di Barcellona (Spagna) il 6 luglio 2001 e poi dalla XXI Assemblea generale di Seoul (Repubblica i Corea) l'8 ottobre 2004. La traduzione ufficiale in italiano del Codice etico è pubblicata sul sito di ICOM Italia <http://www.icom-italia.org>.

questo tesoro culturale che rende l'Italia bella, attrattiva e competitiva ed è della gestione di questo complesso unico al mondo che dobbiamo occuparci.

I musei europei di fronte della crisi

I problemi di gestione degli istituti culturali non sono solo italiani. In tutt'Europa la spesa pubblica per la cultura è in caduta libera, anche se gli effetti della crisi sono più drammatici nei paesi del Sud Europa.

Il 5 e 6 aprile 2013 ho partecipato alla Conferenza internazionale *Public Policies toward Museums in Times of Crisis*, organizzata da ICOM Portogallo e ICOM Europa. Al termine dei lavori è stato approvato un *Appello ai Parlamenti e Governi europei, nazionali, regionali e locali a favore della cultura e dei musei in tempo di crisi*⁷⁸, che è stato sottoscritto dal Presidente di ICOM e dai Presidenti di ICOM Europa, Portogallo, Italia, Belgio, Croazia, Grecia e Spagna. Nei mesi successivi l'appello è stato sottoscritto da altri Comitati nazionali europei di ICOM, fra cui ICOM Germania, Malta, Norvegia, Romania e Regno Unito.

Per fronteggiare la crisi e costruire un futuro migliore l'Appello chiede ai Governi di:

- incrementare la percentuale del Prodotto Interno Lordo assegnata alle attività culturali, ai musei e al patrimonio culturale, almeno fino al raggiungimento della media europea;
- supportare il turnover generazionale del personale dei musei; garantire che i posti di lavoro siano assegnati a personale qualificato; promuovere l'occupazione dei giovani, anche attraverso benefici fiscali.
- sostenere la cooperazione tra i musei e nelle attività culturali, tra le istituzioni pubbliche e quelle private, tra i professionisti e i volontari; promuovere le reti a livello regionale, nazionale ed europeo; incoraggiare grazie a benefici fiscali le donazioni e il lavoro volontario a favore dei musei e del patrimonio culturale.

Sei condizioni per la gestione sostenibile dei musei

1. Promuovere il ruolo delle amministrazioni pubbliche

La situazione italiana è gravissima: in molte parti del nostro paese i capitoli dei bilanci pubblici dedicati agli istituti e al patrimonio culturale sono azzerati e le conseguenze sono sotto gli occhi di tutti. Purtroppo il crollo della spesa pubblica non è congiunturale, bensì di lungo periodo: è in crisi il sistema economico e finanziario, ma anche il modello tradizionale di welfare state.

Prima condizione per la gestione sostenibile dei musei e del patrimonio culturale è che le amministrazioni pubbliche – statali, regionali e locali – non dimentichino le responsabilità in materia di cultura che la Costituzione affida loro. Il Presidente della Repubblica Giorgio Napolitano, nell'intervento che il 15 novembre 2012 ha fatto a Roma al Teatro Eliseo, ha detto con chiarezza che la cultura, il patrimonio culturale, l'educazione e la produzione culturale sono cardini della nostra identità nazionale e motori di sviluppo. Come Capo dello Stato si è rivolto ai governanti e ha loro chiesto di fare scelte coraggiose per fronteggiare la crisi e la scarsità di risorse. Li ha richiamati a rinunciare alla logica perversa

⁷⁸ Si può trovare il testo dell'Appello nel sito di ICOM Italia www.icom-italia.org

dei tagli lineari che non distinguono tra sprechi e investimenti e ha ribadito che in tempo di crisi bisogna dire tanti no, ma anche qualche sì e uno di questi sì deve essere destinato alla cultura.

Purtroppo verificiamo che la nostra classe dirigente non si comporta in coerenza con l'insegnamento del Presidente Napolitano. Mi riferisco innanzitutto al gravissimo errore fatto nel 2012 di eliminare le attività culturali dalle attività fondamentali dei Comuni. Ma anche l'abolizione delle Province, se non sarà gestita e programmata con la massima attenzione, avrà ricadute pesanti sugli istituti culturali. In molte parti d'Italia le Province hanno promosso gestioni innovative degli istituti culturali, come dimostrato dalle positive esperienze dei sistemi bibliotecari e museali. Non dimentichiamo che nel nostro paese gli enti locali gestiscono la metà dei musei e la quasi totalità delle biblioteche di pubblica lettura. Se togliamo loro ogni competenza culturale, chi se ne farà carico? Non le Regioni, che piuttosto dovrebbero rafforzare le loro funzioni di governo, indirizzo, programmazione e controllo. O vi è davvero qualcuno che pensa di statalizzare tutti gli istituti culturali italiani? O, all'opposto, c'è qualcuno che propone seriamente di lasciare tutte le attività culturali e la gestione del patrimonio ad un fantomatico mercato, che nella realtà non esiste?

2. *Promuovere il ruolo del "privato"*

Purtroppo, al crollo della spesa pubblica per la cultura corrisponde una parallela diminuzione delle risorse private. Anche le fondazioni di origine bancaria stanno riducendo le erogazioni sussidiarie per la cultura e gli istituti culturali. Gli ultimi dati ci dicono di una media di riduzione del 10% annuo negli ultimi anni. Malgrado ciò, non c'è realistica gestione del patrimonio culturale italiano senza l'indispensabile contributo di quel variegato mondo che si colloca al di fuori del perimetro delle amministrazioni pubbliche. Quando parlo del contributo del mondo "privato" non mi riferisco solo alle sponsorizzazione delle imprese, ma piuttosto a tutte le potenzialità della sussidiarietà orizzontale: il singolo cittadino che "dà una mano", le associazioni di volontariato, il terzo settore, le fondazioni e le associazioni, le imprese sociali, le imprese for profit.

3. *Promuovere nuove forme di gestione pubblico-privata*

Gli istituti culturali più in difficoltà sono quelli che dipendono dai soli finanziamenti pubblici, specie se provenienti da una amministrazione. Ma, specularmente, anche dipendere da un solo soggetto privato è altrettanto pericoloso, se non di più. I musei devono diversificare le fonti di entrata e avvalersi della cooperazione continuativa di soggetti sia pubblici, sia privati. Abbiamo necessità di costruire sistemi territoriali, di dare continuità a forme di gestione a rete, di far vivere nuovi soggetti in grado di integrare istituti pubblici e privati in passato autonomi. In questo scenario di rinnovata collaborazione tra pubblico e privato ognuno deve fare la propria parte. I governanti e i decisori devono dare indirizzi e obiettivi chiari, garantire autonomia a chi gestisce il patrimonio, valutare con intelligenza i risultati. Chi gestisce deve avere responsabilità di azione, capacità di autovalutazione, etica, professionalità. E, naturalmente, gli organi del Ministero devono essere messi in grado di svolgere al meglio le loro funzioni di controllo e di tutela dei beni.

4. *Più pluralismo, più partecipazione, più sussidiarietà*

Occorre rendere più concreta la sussidiarietà. È la partecipazione dei cittadini e delle comunità, la sinergia tra azione pubblica e azione privata che garantiranno nel tempo la

sostenibilità dei musei e della gestione del patrimonio culturale. 800.000 italiani sono attivi continuamente nel volontariato culturale e offrono uno straordinario contributo al Prodotto Interno Lordo del nostro paese. Questo incredibile impegno è ancora sottostimato, sottovalutato e poco o nulla supportato.

La metà dei musei italiani è gestito da volontari. Come Presidente dell'associazione dei professionisti museali voglio evidenziare che professionisti e volontariato sono due facce di una stessa medaglia, ciascuna necessaria, nel proprio ruolo e con le proprie competenze. Un museo senza professionisti è in difficoltà quanto un museo senza volontari. Non so quale sia il rapporto aureo tra professionisti e volontari nella gestione di un museo, ma so per certo che la loro copresenza è indispensabile.

5. *Una grande riforma fiscale a favore della cultura*

Sono necessarie norme che favoriscano fiscalmente ogni forma di partenariato e di sostegno alle attività culturali. In tutto il mondo i benefici fiscali sono lo strumento principe per favorire il sostegno privato alla gestione del patrimonio: dalla donazione e dalla sponsorizzazione al lavoro svolto gratuitamente, dal partenariato alla compartecipazione. Ma ci vuole meno burocrazia e procedure più semplici.

Il paradosso italiano è che il no profit culturale dà allo Stato, in termini di tasse dirette e indirette, molto di più di quanto riceva. In altre parole, è il no profit che finanzia lo stato e non viceversa. Che in queste condizioni la sussidiarietà continui a crescere è il vero miracolo italiano.

6. *Valorizzare il capitale umano*

I musei italiani vivono gli anni più drammatici dalla Seconda Guerra Mondiale. Al tempo della crisi, il bene più importante da conservare è il capitale umano. I professionisti e i volontari sono un tesoro che non possiamo permetterci di disperdere. Far fronte alla crisi e al cambiamento richiede competenze complesse, innovazione, creatività. Non bastano più le tradizionali competenze disciplinari. Ad esse si aggiungono competenze interdisciplinari e trasversali, e la capacità di lavorare in équipe. Sono necessari network interdisciplinari e interprofessionali; occorre superare i confini tradizionali tra gli istituti e tra le discipline. Per questo ICOM è impegnata a costruire nuovi rapporti di collaborazione con gli amici bibliotecari e archivisti attraverso *MAB Musei Archivi Biblioteche Professionisti del patrimonio culturale*⁷⁹.

⁷⁹ Si veda il sito <http://www.mab-italia.org>

Intervento di Ettore Pietrabissa⁸⁰

Buongiorno.

Sono anni che si parla di relazione tra pubblico e privato. Arcus, la società che dirigo ormai da nove anni, è nata come teorico esempio di commistione tra pubblico e privato. Essendo una società privata, una S.p.A. di diritto pubblico e a capitale pubblico, è stata da sempre incaricata di cercare di gestire rapporti con entità di tipo privatistico, come le fondazioni tipo il Fai.

In linea teorica, tutti riteniamo che l'ingresso del privato nella gestione e nel sostegno alla valorizzazione dei beni culturali sia una buona cosa, nella realtà però tale sostegno è solo marginale. E questo perché è tuttora presente un significativo gruppo di persone ancora convinto che il privato sia il demone e che la valorizzazione sia l'anticamera della distruzione dei beni culturali. Ci sono delle resistenze irriducibili, sostanziali di fasce importanti e credibili del mondo che gira intorno ai beni culturali e che, alla fine, impediscono che si crei realmente un modo fluido di operare comune tra il settore pubblico e quello privato.

Credo che oggi impedire o frenare la possibilità di una collaborazione controllata, verificata – e gestita naturalmente sotto l'egida del Ministero dei Beni Culturali con le soprintendenze locali che verificano che non ci siano errori o azioni sbagliate – tra il pubblico e il privato, diventi veramente un errore grave e una responsabilità che ci stiamo assumendo nei confronti delle future generazioni. Rischiamo la distruzione di un patrimonio gigantesco.

A questo punto non vale più la pena continuare a piangersi addosso, a dire che mancano i soldi, che il settore privato non entra, a chiedersi cosa si può fare per la valorizzazione. Ci sono delle opportunità come, per esempio, il *crowdfunding*. La Consob ha emesso un paio di mesi fa la regolamentazione necessaria per gestire questa metodologia, attraverso la quale è possibile raccogliere, attraverso regolamentazioni gestite dalla Consob e, quindi, in modo assolutamente trasparente e corretto, microfondi dal pubblico per convogliarli su iniziative anche di piccola entità.

Il ragionamento che stiamo in Arcus, e che stiamo cercando di proporre, è che bastano pochi fondi a un'agenzia statale. Anche uno o due milioni di euro possono essere una leva formidabile per rilanciare la collaborazione pubblico-privato su piccole iniziative di privati, che possano essere finanziate in parte con i fondi dell'agenzia e in parte con piccoli contributi che vengono erogati in Rete dai privati, a fronte poi di servizi che verranno resi.

Il *crowdfunding* sta funzionando veramente. Pensate a cosa può voler dire in un paese come l'Italia, dove mancano i capitali e il lavoro per i giovani, costretti spesso ad andare all'estero alla disperata rincorsa di uno stipendio, poter costituire una piccola S.r.l., dedicata al restauro, a piccoli scavi archeologici, a interventi architettonici, che possa essere finanziata - per cifre modeste, tipo 70 o 100 mila euro - per il 30-40% da un'agenzia statale e per il resto, con quote ciascuna di 100, 150 euro, dai privati che poi avranno i loro piccoli tornaconti.

Si potrebbero così far partire e aiutare centinaia di micro aziende, per dare lavoro a giovani nel mondo dei beni culturali, per incrementare l'intervento privato accanto

⁸⁰ Direttore Generale ARCUS Spa.

all'intervento pubblico, per sostenere la valorizzazione dei beni culturali con un'attività diffusa sul territorio.

Negli Stati Uniti, in Francia e in Inghilterra lo stanno già facendo. In Italia c'è la regolamentazione della Consob. Dunque mi chiedo perché un'agenzia, che al limite potrebbe essere Arcus in quanto possiede la tipologia operativa adatta, ma potrebbe essere qualsiasi altra agenzia statale, non possa operare, con un capitale relativamente limitato, per rilanciare occupazione e l'attività privatistica controllata sui beni culturali.

Il Grande Progetto per il “centro storico di Napoli – sito Unesco, di Carmine Piscopo⁸¹ e Renata Ciannella⁸²”

“Centro storico di Napoli - valorizzazione del sito Unesco” è il Grande Progetto approvato dalla Commissione Europea, il cui valore è pari a 100 milioni di euro, di cui 75 finanziati dal FESR, Fondo europeo Sviluppo Regionale, che si ispira agli obiettivi di crescita e sviluppo definiti dall'Unione Europea. La strategia della programmazione finanziaria europea, prevista per il periodo 2007-2013, si concentra sugli investimenti e sui servizi collettivi necessari per favorire a lungo termine la competitività, la creazione di posti di lavoro e lo sviluppo equilibrato e sostenibile regionale. Fondamentale, dunque, nella realizzazione del Programma, che ha visto al lavoro numerosi Enti e Istituzioni* è l'attrazione di investimenti, la promozione di attività di ricerca e innovazione e la creazione di occasioni di crescita e di sviluppo.

L'obiettivo principale del Grande Progetto è quello di avviare un processo di riqualificazione del Centro Storico di Napoli con interventi che mirano alla conservazione del patrimonio dell'antico impianto, del tessuto urbanistico, edilizio, ambientale e sociale, intervenendo sullo spazio tra gli edifici, sui tracciati viari, sullo spazio pubblico, legando strategicamente le diverse componenti in un unico sistema. A tal fine, l'area è stata letta come un'unica grande architettura, entro cui riconoscere specificità e differenze, analogie e legami a distanza, in grado di definire, sulla base di letture morfologiche e dell'indagine sul terreno dei fattori di posizione, di disposizione, di relazione, una prima ripartizione di nove “aree urbane complesse” riconoscibili nell'area oggetto di intervento: area angioina e porto; cittadella universitaria; area dei decumani; area del teatro antico e del foro; area delle mura aragonesi; area della Porta Fucillensis; area del mercato; borgo degli orefici; cittadella arcivescovile.

Particolare attenzione è stata inoltre riposta nella lettura del tracciato antico, ossia dell'impianto, interpretato nella sua duplice natura di ossatura e di architettura. È su tale base, che sono state introdotte le quattro macro categorie di intervento previste, come un'insieme di azioni organiche e integrate, rilette alla luce delle interpretazioni avanzate. In particolare, le quattro azioni hanno riguardato, nel loro complesso, gli interventi di recupero e di rifunzionalizzazione del patrimonio monumentale per scopi culturali, sociali e del terzo settore, finalizzati alla riapertura e alla fruizione pubblica dei manufatti

⁸¹ Assessore alle politiche Urbane, Urbanistica e Beni Comuni del Comune di Napoli.

⁸² Assessorato all'Urbanistica Comune di Napoli.

*Le istituzioni che hanno sottoscritto il Protocollo d'Intesa per l'attuazione del Grande Progetto sono: Regione Campania, Comune di Napoli, Arcidiocesi di Napoli, Provveditorato Interregionale OO.PP. Per la Campania e il Molise, Direzione Regionale per i Beni Culturali e Paesaggistici della Campania.

abbandonati o sottoutilizzati; gli interventi di completamento e di fruibilità dei nuclei archeologici nella loro relazionalità urbana; le azioni di riqualificazione e di valorizzazione del tessuto esistente, segnato da dinamiche di eterogeneità e di dispersione non relazionata; le azioni volte alla definizione di interventi di sicurezza urbana.

Gli interventi previsti hanno così definito ventisei “poli” aventi ad oggetto complessi monumentali, strade, invasi e spazi pubblici, secondo un taglio diviso tra interventi di recupero e rifunzionalizzazione del patrimonio monumentale (edifici e aree archeologiche urbane) per scopi culturali, sociali e del terzo settore, finalizzati alla riapertura e alla fruizione pubblica di una cospicua parte del patrimonio attualmente abbandonato o sottoutilizzato e interventi di riqualificazione degli invasi e degli assi viari.

Si riporta di seguito l’elenco degli interventi inclusi nel Grande Progetto, con i relativi importi: Murazione aragonese in località Porta Capuana (€ 1.500.000), Castel Capuano (€ 5.000.000), Complesso di S. Maria della Pace (€ 7.000.000), Insula del Duomo (€ 4.000.000), Complesso di S. Maria della Colonna (€ 1.500.000), Complesso dei Gerolomini (€ 7.700.000), Complesso di S. Lorenzo Maggiore (€ 3.000.000), Complesso di S. Paolo Maggiore (€ 4.000.000), Complesso di S. Gregorio Armeno ed ex Asilo Filangieri (€ 1.100.000), Complesso dei Santi Severino e Sossio (€ 5.200.000), Complesso di S. Maria Maggiore - Cappella Pontano (€ 1.300.000), Chiesa di S. Pietro a Majella (€ 3.000.000), Chiesa del Monte dei Poveri (€ 3.000.000), Chiesa di S. Pietro Martire (€ 2.000.000), Chiesa di S. Croce al Mercato (€ 500.000), Cappella di S. Tommaso a Capuana, Chiesa di S. Maria del Rifugio (S. Anna), Cappella di S. Gennaro a Sedil Capuano, Chiesa di Sant’Andrea a Sedil Capuano, Chiesa di S. Maria alla Sanità (€ 500.000), Complessi Ospedalieri dell’Annunziata e dell’Ascalesi (€ 1.000.000), Complesso dell’Ospedale degli Incurabili (€ 4.000.000), Chiesa di SS. Cosma e Damiano (€ 900.000), Complesso di S. Maria La Nova (€ 1.100.000), Cappella Pignatelli (€ 700.000), Tempio della Scorziata (€ 2.500.000), Insula del Duomo (area archeologica € 1.500.000), Complesso di S. Lorenzo Maggiore (area archeologica € 1.000.000), Teatro antico di Neapolis (area archeologica € 6.000.000), Riqualificazione degli spazi urbani (€ 30.000.000), Valorizzazione del sistema urbano (€ 1.000.000).

Tutti gli interventi previsti dal Grande Progetto intendono contribuire alla rigenerazione sociale e culturale del centro storico di Napoli attraverso la costruzione di un processo partecipativo e di governance per il miglioramento della qualità della vita, rafforzando l’offerta di poli di animazione culturale e sociale e agevolando la residenza e la permanenza di gruppi sociali legati al mondo universitario (studenti, ricercatori, ecc.). Particolare attenzione è stata inoltre posta all’interazione tra il sistema dei servizi urbani integrati, domanda sociale, posizione degli attrattori esistenti e presenza commerciale e artigianale specialistica, legata agli antichi mestieri della tradizione partenopea, definendo un’integrazione tra poli museali, universitari, centri archivistici e biblioteche, servizi urbani e centri dedicati all’oreficeria, al tessile, al settore di vendita legato al sacro, alla musica, all’antiquariato e all’arte presepiale.

Un programma, che a partire dalla riqualificazione degli spazi aperti, nella loro integrazione con il sistema delle insulae, come nella loro declinazione nella teoria dei cortili, dei giardini, degli slarghi, ha permesso di individuare nuovi itinerari turistico-culturali, “assi tematici” così esplicitati: dal porto all’acropoli, le mura greco-romane, le mura aragonesi, il decumano maggiore, dal foro romano alla città bassa, dal tribunale alla Porta Nolana, il decumano del mare.

Particolare attenzione è stata infine conferita allo studio delle forme di convenzionamento e di uso dei beni, delle attrezzature pubbliche e delle attrezzature a uso pubblico, quale dispositivo che mira al potenziamento delle comunità insediate in uno con la valorizzazione dei beni, con la loro fruibilità e con la promozione di nuove attività e servizi, in una cornice che guarda alla grande scala come alla piccola scala, allo scopo di valorizzare l'intero sistema urbano.

Intervento di Gian Bruno Ravenni⁸³

Mi trovo molto d'accordo con gli interventi che ho ascoltato e ciò mi permetterà di essere sintetico e di concentrarmi sul punto che mi preme sottolineare, che è relativo alla fase che stiamo vivendo, nel passaggio fra il ciclo di programmazione 2007-2013 e quello 2014-2020, relativamente alle risorse europee del FESR che a quelle nazionali del FAS.

Per la Regione Toscana, come per altre regioni italiane, il ciclo che si sta chiudendo ha visto considerevoli investimenti destinati, direttamente o indirettamente, alla conservazione del patrimonio culturale ed alla sua valorizzazione. Certo, non dappertutto le risorse sono state utilizzate e sono state utilizzate bene, ma le risorse c'erano. In Toscana, a partire dall'Accordo di programma Quadro con lo Stato della fine del 1999, la Regione ha cofinanziato, con risorse proprie, FAS e FESR, progetto di investimento per circa 900 milioni di Euro che, in quota rilevante, sono andati ad interventi per la conservazione del patrimonio, ancorché arricchita e qualificata dall'apertura di musei, biblioteche etc. Ad essi sono andati gran parte dei 43 milioni di Euro che il FESR 2007-2013 ha destinato agli interventi per la cultura nei centri urbani con più di 20.000 abitanti, ai quali si sono aggiunti una trentina di milioni di FAS.

Oggi questo scenario è profondamente cambiato, per effetto della crisi dei bilanci pubblici ma anche in relazione ai contenuti programmatici del nuovo FESR che, nelle regioni del Centro Nord, non lascia molto spazio per gli interventi sulle strutture per la cultura e per la conservazione del patrimonio e questo cambia completamente il quadro: In un paese come il nostro, dove i bilanci pubblici, dello Stato, delle Regioni e degli Enti Locali, fanno sempre più fatica a far fronte alla manutenzione e alla conservazione del patrimonio culturale, tutto ciò non può non destare seria preoccupazione. In questo quadro, il tema dell'intervento del rapporto fra intervento delle istituzioni politiche, nazionali, regionali e locali e l'autonoma azione che nasce all'interno delle istituzioni della società civile diventa un tema del tutto ineludibile, con riferimento ad ambiti assai più estesi della mera gestione dei musei affidata a privati. Preferisco parlare di "società civile" più che di "privato", perché l'abuso in chiave polemica del termine lo ha connotato negativamente, facendone sinonimo di appropriazione privatistica di un bene comune a fini di speculazione finanziaria e consumo. Della società civile fanno parte gli imprenditori, ma anche le associazioni del volontariato, le organizzazioni sindacali e politiche, le fondazioni bancarie, le istituzioni culturali, soggetti il cui livello di partecipazione nelle tematiche del patrimonio è indicatore indiscutibile di quanto le comunità e la nazione percepiscono la cultura come valore costitutivo.

La strategia Europa 2020, che orienta il FESR al sostegno della crescita "intelligente, sostenibile e inclusiva" e dell'occupazione, costringe a guardare al ruolo della cultura

⁸³ Dirigente Area Coordinamento Cultura – Regione Toscana.

come attore capace di configurare, direttamente o indirettamente, nuovi scenari di sviluppo e di occupazione, nell'attivare percorsi di crescita nel Paese. A progetti così indirizzati saranno destinate le risorse e da ciò deriva che la sfida che abbiamo davanti. Ciò che ci è richiesto è la capacità di inserire gli interventi sulla cultura e sui beni culturali in queste linee di finanziamento, a partire dal dato che la cultura è il terreno che da identità alla nostra "smart specialisation", certo non solo in Toscana.

Si tratta di un passaggio d'innovazione non solo inevitabile ma augurabile, se va nel senso del superamento della cultura come modalità di consumo "elitaria" e "festiva" all'interno di spazi separati e difesi ove poter ammirare, finalmente, la "bellezza", e va nella direzione nella quale la cultura invece conforma lo spazio urbano, modella i consumi, genera creatività, si rende facilmente accessibile in contesti non specializzati e con ciò si propone come oggetto di "consumo" e, come tale, genera, direttamente o indirettamente, attività economica e occupazione. Fuori da questa prospettiva, che concorra nel fare ripartire lo sviluppo e l'occupazione, in una prospettiva di crisi che si approfondisce, non basteranno le invettive polemiche o gli appelli a difendere il patrimonio e sviluppar la cultura.

Il dibattito sulle città d'arte e sui rischi del loro degrado, dovrebbe averci insegnato che a salvarle non basterà la mera sorveglianza e tutela dei "tesori" d'arte nelle cittadelle della cultura, serve la qualità della città e del suo tessuto sociale ed economico, oltretutto paesaggistico. È questa "qualità complessiva" che è storicamente all'origine della nascita delle città d'arte come mete del turismo globale e comunque sono pochissimi i musei capaci di generare da soli flussi turistici. Di norma la gente si muove e viaggia per vedere le città ed i territori e dunque c'è un relazione stratta fra qualità urbana, qualità dei paesaggi e del cibo, qualità dell'offerta turistica, coesione sociale, possibilità di fa un'esperienza di partecipazione in una realtà gradevole complessivamente, dove, per questo motivo, agire "pubblico" e agire "privato" sono necessariamente integrati.

In Toscana, la Regione sta lavorando su queste linee, cercando convergenze in primo luogo con il MiBACT, con le Fondazioni Bancarie, con le Università e con i centri di ricerca ma anche con il sistema delle imprese la cui attività ha attinenza con i beni culturali e con la cultura.

Intervento di Fabio Renzi⁸⁴

Al centro della nostra riflessione ci sono la valorizzazione e la fruizione. Questo significa mettere al centro il cittadino/fruitori al quale dobbiamo offrire un prodotto e un servizio all'altezza delle sue aspettative. Pensare i beni culturali come prodotti non significa assolutamente svilirli e privarli della loro dimensione valoriale sia essa artistica, spirituale o sociale quando ad esempio un bene, un'espressione della cultura si afferma come componente fondamentale dell'identità nazionale, cittadina e territoriale. Dopotutto, i beni culturali, anche quelli a cui riconosciamo una straordinaria aurea, sono stati nati come prodotti, come risposta ad una richiesta di un committente riferita a un'esigenza pratica, concreta – basti pensare alle fortificazioni "alla moderna" dei fratelli Sangallo o di Francesco di Giorgio Martini – o a un'esigenza di rappresentazione civile e politica come in molti casi di mecenatismo. Pensare quindi la cultura anche come prodotto non ne tradisce il significato, il valore e la funzione. Tanto più in un tempo come quello attuale che vede

⁸⁴ Segretario Generale Symbola - Fondazione per le Qualità Italiane.

emergere una nuova figura che qualcuno ha chiamato del consum-attore, o del co-produttore che chiama le imprese a nuove responsabilità rispetto alle sfide della nostra contemporaneità a partire da quelle sociali e ambientali. Diventa sempre più importante il contenuto culturale nella produzione di beni e servizi, il loro valore estetico – etico – simbolico insieme a quello d’uso.

Il Sierra Club, una delle più grandi associazioni ambientaliste degli Stati Uniti, ha recentemente pubblicato la cartina dei parchi americani utilizzando la grafica tipica delle reti metropolitane, dove i parchi a scala nazionale svolgono il ruolo che in ambito urbano svolgono le stazioni delle metropolitane. Il messaggio del Sierra Club è che anche quel sistema glorioso di parchi deve ripensarsi in termini di efficienza, di trasparenza e di funzionamento per rispondere non a un volgare sogno di commercializzazione e di turisticizzazione ma a esigenze nuove di fruizione. La metropolitana funziona perché è un sistema come sempre di più lo devono diventare anche i parchi. Accettando la sfida dell’innovazione è possibile rafforzare il progetto di conservazione della biodiversità e rinnovare il patto tra parchi e cittadini.

Dobbiamo domandarci come in Italia il sistema produttivo culturale – che nel suo insieme vale il 5,4% dell’intera economia secondo il rapporto 2013 di Fondazione Symbola e Unioncamere e che si articola in patrimonio storico e artistico, industrie culturali e creative, performing arts e arti visive – può essere messo in grado di rispondere a questa esigenza di attenzione alle persone, poiché i fruitori sono persone.

La prima decisiva mossa da fare è quella di favorire l’incrocio tra il patrimonio storico e le industrie creative e culturali, cioè tra il settore che incredibilmente vista la ricchezza del nostro patrimonio produce solo 3,3 mld di valore aggiunto rispetto e i due che insieme ne producono ben 73,2. Un paso doble: portare il patrimonio attraverso i nuovi linguaggi dell’educazione e dell’intrattenimento al più vasto pubblico affinché una parte di questo successivamente si muova verso il patrimonio, che occorre però ripensare nelle sue forme di allestimento, gestione e animazione. Un esempio è l’Anfiteatro campano di Capua che ha visto aumentare il numero dei visitatori a seguito del successo della serie televisiva di Sky “Spartacus”.

L’incrocio tra patrimonio e industrie culturali e creative può avvenire solo se le imprese e i territori saranno capaci di costruire alleanze e coalizioni progettuali, sfruttando le opportunità delle risorse della nuova programmazione comunitaria 2014/2020 ma soprattutto una nuova strumentazione – defiscalizzazioni e crediti d’imposta – più agile, meno intermediata e facilmente e direttamente accessibile da imprese e istituzioni.

Europa Creativa: contenuti e nuove opportunità, di Silvia Costa⁸⁵

In questi ultimi due anni, in cui io sono stata relatrice del programma Europa Creativa in Parlamento Europeo, abbiamo avuto un filo diretto con i parlamentari delle Commissioni Cultura di Camera e Senato, col MiBAC, il Dipartimento della Coesione, le regioni.

In modo molto schematico cercherò ora di spiegare la prospettiva, le linee per i prossimi sette anni in Europa per le politiche culturali. Siamo in una fase, in una sorta di crocevia decisionale assolutamente straordinario, sul quale non bisogna assolutamente essere distratti. La settimana prossima, se non slitta, ci dovrebbe essere la discussione sulla macro condizionalità economica che si a cui si vorrebbero assoggettare i fondi strutturali europei. Non siamo fra coloro che sono contrarissimi, il Governo italiano ha per fortuna indurito la sua posizione.

Nel prossimo settennio, e la decisione avverrà entro novembre in Parlamento Europeo sulla base di un negoziato molto complesso fra Consiglio dei Ministri, Commissione e Parlamento, si determinerà come e con quale priorità assegnare una cifra non di poco conto. Sono 960 miliardi di euro in sette anni e in genere l'Italia prende circa il 9% di questa cifra. E sono le uniche risorse aggiuntive per lo sviluppo, l'occupabilità, l'innovazione, la ricerca e la cultura che arriveranno.

Per la prima volta nella storia dell'Europa i 1000 miliardi proposti dalla Commissione per conto del Parlamento sono diventati 960, un taglio che ha coinvolto trasversalmente i settori. Allora guardiamo alla prossima programmazione con due prospettive. I programmi verticali tematici dedicati; in questo caso parlo di Europa Creativa (per cui ci saranno 1 miliardo e 400 mila euro, non una gran cifra ma comunque il 10% in più del settennio precedente) che riunisce quelli che un tempo erano programma cultura e in cui, questa volta, c'è cultura e creatività (architettura, design..) e un'attenzione un po' forte alle istituzioni culturali alle organizzazioni no profit, ma anche con una grande spinta a rendere più imprenditoriale anche l'approccio delle piccole, medie e microimprese. E a favorire una maggiore trasversalità, nuovi modelli di governance, di management e di business nell'ambito anche della cultura, nel rispetto che ogni costituzione europea dedica alla salvaguardia ma in una logica più avanzata, più innovativa. Oggi la globalizzazione sfida ad essere competitivi anche come patrimonio culturale europeo e il digitale e le nuove tecnologie possono aprire frontiere sterminate di ampliamento dell'accesso alla fruizione del patrimonio culturale. Oggi si registra una sotto fruizione; i dati ci dicono che nei musei italiani, negli ultimi anni, sono calati i ragazzi fra 15 e 25 anni e questi sono segnali che dimostrano come oggi non si colga fino in fondo quanto sia importante parlare un linguaggio diverso nella promozione e quanto si possa agire, non soltanto sull'offerta ma anche sulla domanda.

Europa Creativa sarà gestita direttamente dalla DG cultura, attraverso l'agenzia ACEA, ed ha a cuore il valore europeo di questi progetti, cioè quelli che consentono la circolazione europea di opere, players, artisti, ecc. con la possibilità anche di creare skills con forme di stage presso altre realtà, il rafforzamento dell'industria culturale e creativa e la valorizzazione del patrimonio.

⁸⁵ Parlamentare Europeo – Relatore del programma “Europe Creative 2014 – 2020”

L'operazione fatta da noi in Parlamento Europeo è stata quella di mettere maggiormente a fuoco alcune delle specificità, delle misure, degli obiettivi ed avere una distinguibilità per gli operatori e per tutti coloro che vogliono lavorare in questo campo di ciò che è il comparto cultura e creatività e ciò che è, invece, il programma un po' più strutturato e storico.

Di inedito in questo campo c'è, accanto alla classica formula del co-finanziamento, cioè delle sovvenzioni (si presentano progetti che devono essere trasferibili a livello europeo) che non possono superare l'80% del costo, una nuova forma di garanzia europea che sarà gestita dal FEI, Fondo Europeo per gli Investimenti, che assisterà le istituzioni finanziarie nazionali, che concorreranno e che saranno valutate sulla base della capacità di offrire un portfolio adeguato alla dimensione, spesso piccola o piccolissima di queste imprese o associazioni, che così possono essere agevolate nel dare prestiti, in quanto avranno alle spalle una garanzia europea.

Il nuovo programma sulla ricerca, con fondi molto significativi (72 miliardi di euro in sette anni), che noi parlamentari abbiamo voluto che fosse dedicato alla cultura e che, inizialmente, aveva totalmente cancellato le parole patrimonio culturale e ricerca umanistica, è Horizon 2020. Grazie ad alcuni emendamenti portati in Parlamento, nel programma abbiamo inserito la parte riguardante i contenuti digitali e le industrie culturali, nell'ambito della sezione per l'ambiente e le risorse ambientali. Inoltre abbiamo anche inserito la ricerca umanistica e la promozione del patrimonio nel capitolo che riguarda la capacità di elaborazione, di studio, di approfondimento, di ricerca.

L'altro progetto importante a cui guardare con molta attenzione è l'Agenzia Digitale Europea. L'Italia ha creato Digitalia. Un altro programma di cui si parla poco è Sviluppo Rurale (ben 85 miliardi in sette anni), che è una delle gambe su cui poggia la Pac, la politica per l'agricoltura. Prevede azioni, progetti integrati e ci sono delle bellissime esperienze che vedono con dentro anche la valorizzazione patrimonio, in funzione di un maggiore turismo e degli itinerari culturali.

In conclusione, il tema centrale è quello della governance. Ritengo che siano giustissime le regole certe di quadro, il non essere biecamente prona alle regole del mercato, ma non si può neppure non dare dei segnali chiari all'operatore privato e al no profit su come si debba pensare la sussidiarietà orizzontale e il volontariato anche in questa dimensione. Segnalo la Convenzione di Faro che in sostanza dice che la responsabilità, la promozione e l'utilizzo del patrimonio fanno parte dei diritti di cittadinanza e si devono trovare, all'interno degli stati membri che l'hanno ratificata, modalità diverse di vivere queste responsabilità, naturalmente nell'ambito di determinati criteri.

Per quanto riguarda la governance, sto cercando di fare una sorta di *moral suasion* con le regioni, chiedendo di inserire la cultura nei piani operativi regionali dei fondi strutturali europei. Il tema della governance mi preoccupa in modo particolare perché, non avendo ancora definito l'alternativa alle province mentre è tenuto conto che la progettazione degli interventi deve anche essere raccolta dal basso, sentendo ed ascoltando i territori, sto vedendo in di nuovo un accentramento in ambito regionale delle decisioni in merito al POR. E l'effettuazione di spese non adeguate è stata anche legata in passato, non solo all'incapacità di progettare, ma anche all'illusione che dal centro si potesse fare del dirigismo, non ascoltando prima le proposte, magari aggregate, che venivano dalla società. Concludo quindi lanciando questo allarme che poi è una raccomandazione fortissima che proviene dall'Europa stessa.

Conclusioni, di Andrea Marcucci⁸⁶

Da una parte oggi siamo in un momento di svolta perché, grazie ad un'azione parlamentare particolarmente incisiva anche della nostra rappresentanza italiana nel Parlamento Europeo, la cultura è tornata ad essere al centro degli indirizzi e delle prospettive. In secondo luogo, la centralità della cultura nell'azione del governo italiano è stata confermata anche dal recente decreto Valore Cultura, del quale io sono stato relatore al Senato. È un decreto che poteva essere fatto meglio, che poteva contenere le parti che non sono previste, pur tuttavia è un decreto che significa un cambio di rotta a trecentosessanta gradi del governo italiano, che finalmente torna a considerare la cultura come una grande opportunità e come un cardine della politica di governo.

Erano dieci anni che non c'era un decreto sulla cultura e, dunque, ha dovuto necessariamente affrontare alcune vicende critiche, dovute ad errori fatti nel passato, come Pompei e le fondazioni lirico-sinfoniche. Tuttavia questo decreto riporta la cultura al centro dell'azione di governo e ciò fa presagire che da qui si cominci un percorso. Deve essere cioè un punto di partenza, non certo di arrivo.

Il ministero sta studiando la sua riorganizzazione. Io sono stato tra i parlamentari più critici rispetto alla nascita della direzione generale sulla valorizzazione, però devo riconoscere che questa direzione generale ha avuto un senso, una logica, un'impronta. Tuttavia, a prescindere dal fatto che esista o meno la direzione generale della valorizzazione, che è un fatto tecnico-organizzativo, credo che si debba dare per acquisito che la valorizzazione è una delle funzioni centrali del Ministero dei Beni, delle Attività Culturali e del turismo; indipendentemente dalla funzione specifica, è evidente che questo ministero non possa occuparsi solo della tutela. Non si potrebbe comprendere, nel quadro istituzionale ed economico italiano di oggi, un ministero che non si concentrasse anche su questo, non cogliendone le opportunità. Del resto, l'aver voluto mettere il turismo all'interno di questo Ministero è una scelta politica rilevante, con un significato preciso.

Un'altra questione che è emersa nel nostro Paese con molta forza è la resistenza fortissima nei confronti degli apporti del privato. Certamente si deve avere dei punti fermi nell'apertura a questa di questa logiche, e cioè che la tutela, la verifica e il controllo della scelta devono necessariamente rimanere in mano al ministero. Ma una volta fatto questo, gli apporti e i meccanismi di valorizzazione di una sponsorizzazione importante devono incentivati, supportati anche in termini istituzionali. Così come la collaborazione nella gestione dell'enorme patrimonio che esiste in periferia. Il Ministero non può pensare di fare a meno delle amministrazioni comunali, provinciali, regionali, dei privati, delle fondazioni bancarie che nel nostro codice sono considerati enti privati.

Il Ministero deve avere il coraggio di aprirsi al mondo, alla società italiana, deve diventare al servizio dei cittadini e caricarsi della sua vera grande responsabilità, quella del controllo, della verifica e del creare strategie politiche che possano supportare l'interesse del Paese. Io credo che con questa crisi ha fatto capire che la cultura, la salvaguardia, la tutela, la valorizzazione e la fruizione sono, da una parte, un obbligo morale ed etico nei confronti del mondo, dall'altra, una grande opportunità che abbiamo da sfruttare nei confronti e nell'interesse della nostra comunità nazionale.

⁸⁶ Presidente Commissione Cultura Senato.

La fruizione fa parte della qualità della vita dei singoli cittadini. Il nostro Paese diventerà particolarmente attrattivo nei confronti del mondo in termini turistici, ma anche in termini di investimento e di marketing dei nostri prodotti, qualora si percepisca che in Italia si ha una qualità della vita la migliore del mondo. E grazie al nostro patrimonio culturale e anche quello ambientale e paesaggistico ci sono le condizioni perché ciò avvenga. Abbiamo pertanto bisogno di una grande politica di rilancio del sistema Paese che non può prescindere da questo settore.

Grazie.

8. LA CITTÀ PER TUTTI: VIVERE, CONOSCERE, MUOVERSI ACCESSIBILE

Intervento di Silvia Pieraccini⁸⁷

Sono una giornalista del Sole24Ore e lavoro alla redazione di Firenze. Il nostro giornale, attraverso la sezione Nova che si occupa di innovazione, è anche partner della manifestazione LuBeC.

Questa mattina vogliamo affrontare il tema dell'accessibilità delle città e della possibilità anche per le persone con handicap di riuscire a cogliere l'identità, il valore e le bellezze delle città. E per cominciare abbiamo una sezione di saluti. Accanto a me vedete Alberto Del Carlo, Presidente della Fondazione Banca Del Monte di Lucca, uno dei soggetti che ha dato la spinta per l'incontro di questa mattina. E poi ringraziamo il prefetto di Lucca la dottoressa Giovanna Cagliostro che, prima di partire per la sua fitta giornata di impegni, ha il piacere di lasciarci un saluto. Dopodiché cominceremo con i lavori della giornata e, quindi, andremo avanti con la presentazione di un rapporto molto interessante che ci servirà da spunto per poi cominciare la discussione.

Darei dunque la parola al dottor Del Carlo. Prego.

Saluti di Giovanna Cagliostro⁸⁸

Buongiorno. Desidero rivolgere un saluto di cuore a tutti e ringrazio gli organizzatori di questa bellissima manifestazione. Per me è la prima, perché è poco meno di un anno che ho la responsabilità della Prefettura di Lucca, per cui sono molto contenta di partecipare e lo faccio con vivo interesse.

L'attenzione al tema generale dell'accessibilità alla città ed, in particolare, alle città d'arte, la riflessione e l'approfondimento sulle attuali condizioni di fruibilità dei servizi e del patrimonio artistico delle città d'arte, tra cui la bellissima città di Lucca, è inserita a pieno titolo sulle prospettive di miglioramento, tenendo in particolare considerazione le esigenze delle persone diversamente abili. Trattiamo qui di tematiche che, ovviamente, devono costituire un importante stimolo per tutti gli enti coinvolti nella gestione della città. Proprio il riferimento al muoversi accessibile acutamente inserito nella presentazione dell'odierno evento, appare l'occasione per fornire una chiave di lettura della questione che oggi viene affrontata in termini assai più ampi ed in più direzioni.

La delicata questione quindi non viene affrontata soltanto sotto l'aspetto dell'affermazione teorica dei diritti di accesso dei diversamente abili o di tutti i soggetti con particolari difficoltà, ma anche quale occasione per ripensare e rimodellare percorsi turistici, viabilità, servizi. Insomma tutto quanto investe la dimensione dell'accessibilità alle città d'arte. Non ultimi gli aspetti architettonici di progettazione funzionale e degli investimenti, vale a dire delle risorse necessarie. Investimenti e risorse che, è inutile sottolineare, come siano sempre più difficili da reperire, ancor più nella perdurante situazione di crisi economica.

⁸⁷ Sole24Ore.

⁸⁸ Prefetto di Lucca.

Tutte le istituzioni, a maggior ragione in tempi di crisi, devono a mio avviso sentirsi ancor più spronate a cogliere tutte le opportunità di reperimento delle risorse. Un simile atteggiamento costituisce segno di profonda civiltà di una comunità e la declinazione dell'effettiva inclusione di tutti i cittadini nel reale esercizio dei diritti e di fruizione dei servizi. Da una recente ricerca realizzata dal Censis emerge come in Italia la disabilità sia percepita a livello sociale politico come una questione forse assistenziale, e non come una parte integrante del principio costituzionale imprescindibile di uguaglianza e, di conseguenza, come una questione di integrazione e di promozione dei diritti civili.

Visitare una città d'arte in piena autonomia, grazie ad itinerari studiati a misura di persone con disabilità motoria, è l'obiettivo con cui dovremmo misurarci. Quest'anno qui a Lucca ho avuto il piacere di partecipare all'inaugurazione di un percorso per i non vedenti all'Orto Botanico. Anche nel Museo del Risorgimento è stato attuato un progetto che consente anche ai non vedenti di usufruire delle notizie e delle informazioni con un sistema a loro accessibile. Questi due esempi di eccellenza andrebbero mutuati anche per altre situazioni non solo nella città di Lucca, ma anche in tutti i comuni della provincia.

Il cammino da fare su questo fronte è notevole, specie se il confronto avviene con altre città europee all'avanguardia nella risoluzione del problema delle barriere architettoniche, come Salisburgo o Berlino, città premiate, nel corso degli ultimi tre anni, dalla Commissione Europea con uno specifico riconoscimento, in quanto città accessibili in ambito comunitario. Tuttavia è fuori dubbio che siamo chiamati, ciascuno per la parte di propria competenza e nonostante il colpevole ritardo fin qui accumulato, a lavorare per conformarsi agli standard europei non soltanto in materia di bilancio e di rigore economico, ma anche nell'accessibilità dei luoghi e più specificatamente delle città d'arte.

Pertanto formulo l'auspicio che i lavori di questo interessante seminario possano essere davvero proficui di forte sollecitazione a tutti i protagonisti del governo della città, a qualunque titolo e con le diverse responsabilità ad essi assegnati. E sono lieta di confermare sin da ora la piena disponibilità della Prefettura, l'istituzione che rappresento, a collaborare alla promozione e allo sviluppo di ogni utile iniziativa volta al perseguimento degli obiettivi e dei fini che abbiamo illustrato. Grazie a tutti.

Apertura di Alberto Del Carlo⁸⁹

Benvenuti a tutti.

Oggi si parla tanto di città intelligenti, usando una traslazione perché le città non sono intelligenti, sono intelligenti gli uomini che abitano le città. Quindi le città intelligenti sono quelle in cui i cittadini sono intelligenti, sono persone in grado di costruire un sistema socio-urbanistico che innanzitutto valorizzi quello che nella città c'è, quello che il passato ha dato. Sono anche città in grado di far sì che il sistema socio-urbanistico faciliti la vita dei cittadini, la renda più semplice. direi anche più felice. Questo è l'obiettivo ultimo della città intelligente.

Uno degli effetti principale della crisi, oltre alla disoccupazione che cresce, all'impoverimento di molte categorie e alla creazione di nuove situazioni di povertà, è stata anche, sebbene si noti meno ma le città intelligenti lo devono sapere, una perdita di

⁸⁹ Presidente Fondazione Banca Monte Lucca.

legalità. Si è affievolito lo stato di diritto, perché le regole non sono più imposte dai cittadini attraverso le loro istituzioni rappresentative ma sono imposti dall'economia. Se ci pensate bene, da cinque anni a questa parte si parla dappertutto di problemi economici, di regole che impone l'Europa dei mercati o di Banca d'Italia, di Banca Centrale Europea, di FED, di Fondo Monetario Internazionale.

Allora la città intelligente è la città che riprende la capacità di darsi regole e di regolare essa l'economia. Ed è quella che sa anche in periodo di crisi salvare ciò che con una parola che tutto al mondo ormai capisce, e cioè il welfare. La ricchezza d'Europa, ciò che il mondo ci invidia è sì la ricchezza dei beni culturali che abbiamo e il periodo di pace, i sessant'anni di pace fra i Paesi d'Europa grazie all'Unione Europea e all'intelligenza degli uomini che hanno costruito l'Europa, ma anche il welfare che siamo riusciti a costruire. Un sistema sociale di protezione reciproca e di sicurezza in tutti i sensi che non ha neanche gli Stati Uniti d'America, e tanto meno hanno gli altri paesi sparsi per il mondo. Questa crisi ha messo in discussione, ha affievolito anche questa nostra grande ricchezza. Ed allora la città intelligente è quella che cerca di risolvere i problemi economici anche in periodo di crisi, senza però venir meno al sistema di welfare, che è l'obiettivo ultimo in quanto al servizio dell'uomo.

La città intelligente è anche la città che ripensa al problema del consumo. Essendo un banchiere, non posso certamente divi che bisogna consumare meno però posso dirvi che si può consumare diversamente. La rivoluzione dei consumi non significa consumare meno, significa consumare cose diverse, significa per esempio non consumare Slot Machines. Bisogna passare da un sistema di consumi di beni inutili o poco utili ad un sistema di consumi di beni essenziali per la vita; ovviamente il cibo ma poi la cultura, e cioè musei, teatri, scuole, istruzione, formazione, viaggi, turismo. Questi sono i campi dove bisogna investire e dove bisogna consumare senza ridurre il livello dei consumi, anzi forse aumentandolo.

Infine, nella città intelligente non c'è la cultura dell'identità ma la cultura delle identità, ossia una cultura inclusiva, dell'accoglienza e dell'uguaglianza. Della cultura delle identità fa parte l'accessibilità perché questa è lo strumento principe per l'uso delle città in maniera paritaria da parte di tutti. È un modo per realizzare la Convenzione delle Nazioni Unite sui disabili, la convenzione inserita sui diritti di tutti per la prima volta perché i diritti dei disabili realizzano i diritti di tutti.

Ecco perché la Fondazione Banca del Monte di Lucca si è impegnata in questo progetto, che stamani verrà descritto anche nei minimi tecnici, insieme a tante altre città d'Europa nell'ambito le Consorzio Europeo delle Fondazioni. Questo gruppo di fondazioni europee ha scelto, come biglietto da visita di fronte agli enti a cui si rivolge, di realizzare questo progetto, 'Le città storiche accessibili d'Europa'. E abbiamo scelto le città storiche perché sono le più difficili e, dunque, riuscire ad adeguare città come queste rendendole veramente accessibili a tutti, ci consente di poterlo pretendere, di fronte ai governi e alla Commissione Europea, anche per i quartieri nuovi che nascono, per esempio, nelle città dei paesi dell'Est.

TAVOLA ROTONDA

Intervento di Donata Vivanti⁹⁰

Buongiorno a tutti e grazie per avermi invitato. Per prima cosa vorrei dirvi che cos' è l'European Disability Forum è una rete di organizzazioni che comprende i consigli nazionali sulla disabilità di trenta paesi europei e oltre quaranta organizzazioni su specifiche disabilità a livello europeo. E siamo degli *advocates*, cioè persone direttamente implicate nella difesa dei diritti delle persone con disabilità in quanto noi stessi persone con disabilità o, come nel mio caso, genitori di persone con disabilità e necessità di sostegno intensivo per autorappresentarsi. Per esempio, io sono madre di due giovani adulti con autismo e necessità di sostegno intensivo e in questo ruolo, come loro rappresentante, sono vice presidente del Forum Europeo della Disabilità, un'associazione di volontari, che lavorano a livello politico ed europeo e sono interlocutori della Commissione Europea, in quanto rappresentanti della società civile nell'ambito della disabilità.

In questi ultimi anni, a livello europeo la ratifica da parte dell' Unione Europea della Convenzione delle Nazioni Unite sui diritti delle persone con disabilità, ha cambiato fondamentalmente il nostro ruolo. Infatti la disabilità oggi non è più sotto la divisione generale Affari Sociali in Europa, ma sotto la divisione generale Giustizia poiché è stato riconosciuto nella Convenzione e nell'Unione Europea, che ha ratificato la Convenzione, che l'approccio alla disabilità deve essere basato sui diritti, che la disabilità è una questione di giustizia e non di semplice assistenza e che l'inclusione delle persone con disabilità nella società richiede uno sforzo e politiche e azioni attive per creare opportunità e condizioni di uguaglianza per queste persone.

Tuttavia con la crisi economica, invece di progredire nella implementazione della Convenzione, i tagli alla spesa e le misure di austerità stanno mettendo a rischio non solo questo processo di acquisizione dei diritti, ma addirittura stanno facendo fare passi indietro rispetto ai diritti delle persone con disabilità che sembravano sulla buona strada. In particolare, il diritto di vivere in modo indipendente come chiunque altro e di partecipare attivamente alla società. E la riduzione della quantità e della qualità del sostegno dei servizi alle persone con disabilità in un momento di crisi, in cui sono più a rischio e più vulnerabili, sta aumentando la povertà delle persone con disabilità e delle loro famiglie, l'abbandono scolastico, l'esclusione sociale e la discriminazione in particolare di quelli che hanno bisogno di maggiore sostegno. Pertanto le misure di austerità stanno andando in una direzione opposta al riconoscimento del valore umano intrinseco di ogni essere umano al di là dei suoi bisogni e sta negando opportunità alle persone in maggiore difficoltà.

Noi *advocates* per prima cosa crediamo che bisognerebbe riconoscere il valore umano di ogni cittadino europeo, a cominciare dai più vulnerabili e da coloro per i quali questo valore umano è messo in discussione. Pensando per esempio alla realtà italiana, un paese massimamente inclusivo per la scuola ancora offre l'80% dei posti per le persone che non sono in grado da adulto di vivere da sole in istituti con più di trenta posti, senza alcun

⁹⁰ Vicepresidente EDF Italia e Vicepresidente Federazione Italiana Superamento Handicap FISH.

statuto che difenda queste persone e assicuri loro libertà, indipendenza e scelta di vivere con chi vuole e come vuole.

Riconoscere che la giustizia sociale è una preconditione della futura prosperità è anche un importante passo che dovrebbe essere fatto, nel senso che se noi non investiamo sulle persone più vulnerabili, sulle persone più a rischio non faremo che moltiplicare e ampliare la dipendenza di queste persone per poi rammaricarci per il costo delle persone che sono dipendenti. Ma se non investiamo sul potenziale di queste persone per renderle il più possibile indipendenti, non faremo che riversare un ulteriore costo sui nostri figli e sulle generazioni future, che avranno a che fare con una sempre maggiore popolazione di persone dipendenti. Naturalmente questa non è la ragione più grande, un diritto non dovrebbe poter essere negato a nessuno invocando ragioni di costi. Tuttavia negare questi diritti comporterà anche in futuro un carico per la società.

La crisi dovrebbe essere una un'occasione per l'innovazione, non per la segregazione; per innovazione s'intende, per esempio, non ai tagli lineari ma ristrutturare, rivedere dove si può fare meglio, anche a minor costo, ma dove veramente c'è uno spreco e non semplicemente tagliare perché si pensa che la persona con disabilità stessa sia uno spreco. E questa è purtroppo una realtà. Nel sentire nazionale in momenti di crisi, dove tutti sono in difficoltà, si pensa con fastidio che ci sono delle persone che bisogna mantenere perché non producono, ma le persone con disabilità vogliono contribuire alla società, vogliono poter produrre ma per questo hanno bisogno delle opportunità e del sostegno che li porti ad essere cittadini produttivi come tutti gli altri.

Quindi la crisi è un'occasione per sviluppare servizi innovativi, per promuovere la vita indipendente nella comunità perché, come era stato riconosciuto negli anni Settanta ai tempi della legge 180 e che forse è stato un po' dimenticato, la reclusione stessa porta alla dipendenza, la mancanza di opportunità di vita nella società porta all'alienazione e quindi è importante promuovere la deistituzionalizzazione e la riforma dei servizi. Purtroppo, benché a livello europeo EDF si sia battuto perché nel Fondo Sociale Europeo non siano ammissibili sostegni a progetti che non sono inclusivi, tuttavia nel nostro Piano Operativo Nazionale la deistituzionalizzazione delle persone con disabilità era stata completamente dimenticata. Ci siamo battuti per il contrario ma ancora non sappiamo se sia stata recuperata.

Inoltre ci mancano i dati. In Europa non ci sono neanche le stesse definizioni di disabilità la verità, è difficilissimo riconoscere i dati, ma se vogliamo investire correttamente nel futuro i dati vanno conosciuti per programmare le politiche.

In Italia eravamo in una situazione difficile già nel 2008, dunque prima della crisi economica. Secondo il rapporto Eurostat del 2009, una fonte più che attendibile, la spesa pro-capite degli italiani per i servizi per le persone con disabilità era di 23 euro all'anno, che rappresenta meno di un quinto della media dei tutti gli altri paesi europei (la media europea di spesa pro-capite per i servizi e per la disabilità è di 125 euro all'anno). I tagli alla spesa sociale dal 2008 sono stati del 63% Infatti il Fondo Nazionale per le Politiche Sociali è diminuito dai 929 milioni di euro del 2008 a 344 milioni di euro nel 2013.

La riduzione di questo budget sta ovviamente aumentandola la marginalizzazione di sempre più persone con disabilità, in quanto a soffrire di questi tagli sono i servizi sociali ma anche il sostegno alla formazione professionale, all'educazione e alle famiglie. Per di più il Fondo Nazionale per la non autosufficienza, che avrebbe dovuto servire a prevenire la deistituzionalizzazione, era nel 2009-10 di 400 milioni di euro ma è stato

completamente cancellato nel 2011 e solo parzialmente rifinanziato nel 2013 con 275 milioni di euro, che sono comunque solo i due terzi della spesa nel 2008-09.

Inoltre è forse passata un po' inosservata la manovrina di qualche giorno che ha tagliato 1,1 miliardi di euro di trasferimenti agli enti locali, ai comuni e alle regioni. Questo andrà a colpire sicuramente le persone con disabilità perché i servizi sociali sono gestiti dai comuni e, quindi, ci sarà sicuramente un ulteriore riduzione dei servizi sociali. E tutto questo è stato purtroppo giustificato da un atteggiamento negativo nei confronti delle persone con disabilità, atteggiamento purtroppo rinforzato dai media, che percepisce le persone con disabilità non come cittadini uguali agli altri ma come generatori di costi. Questo atteggiamento è ancora più pericoloso nei periodi come questi in cui tutti hanno difficoltà e dunque si tende tutti a diventare un po' egoisti. Tuttavia in questo caso non si tratta di generosità ma di diritti.

Come conseguenza vi è stato un inasprimento di controlli sulle persone con disabilità, comprese quelle che erano state dichiarate non rivedibili alla prima valutazione perché con disabilità permanente non guaribile. Si sono spesi miliardi perché l'INPS facesse questi controlli e si è trovata una minima parte di frodi in questo senso e le frodi trovate comunque porteranno un risparmio infinitamente inferiore al costo di questi controlli, spesso vessatori.

In conclusione, l'Europa ha davvero delle politiche tanto migliori dell'Italia? Devo dire che perlomeno in Europa, almeno dal nostro punto di vista di associazione di advocates, si può parlare. È più facile incontrare i tre presidenti, il Presidente del Consiglio Europeo, il Presidente della Commissione e il Presidente del Parlamento Europeo, piuttosto che con un assessore regionale. Tuttavia anche l'Europa ha le sue responsabilità perché nell'incontro che abbiamo avuto nel 2011, un incontro biennale che EDF ha con le massime cariche delle istituzioni europee, i tre presidenti si sono affrettati a dire che assolutamente la crisi non doveva impedire di progredire nell'implementazione dei diritti delle persone con disabilità, come sanciti dalla Convenzione delle Nazioni Unite. Ma tra il dire e il fare c'è di mezzo il mare. E dall'Europa vengono anche delle imposizioni di bilancio che hanno determinato i tagli senza che la stessa si sia mai pronunciata, rispetto a questi tagli, sul fatto che non avrebbero dovuto toccare le persone con disabilità. L'Europa, dunque, da una parte è aperta ma dall'altra non impedisce agli stati di decidere come vogliono sulle persone con disabilità. E quindi nel nostro rapporto alternativo a livello europeo abbiamo citato la legge di stabilità europea come un fattore di non implementazione della Convenzione da parte dell'Unione Europea.

Vero è che l'Unione Europea ha competenze limitate e che, per quanto riguarda la sua competenza sulla standardizzazione dei beni e servizi in questo ambito, sta portando avanti l'Accessibility Act, cioè una un atto sugli standard di accessibilità attraverso l'Europa. Vero è anche che questo atto è fermo da anni, che ancora non è stato adottato e che ancora non sappiamo se avrà un carattere di raccomandazione o se avrà un carattere vincolante. Quindi l'Europa non è colpevole di tutto ma non è nemmeno innocente in questo massacro delle persone con disabilità e delle loro famiglie, per quanto riguarda i loro diritti.

Le Mura di Lucca, le Mura per tutti: un esempio di valorizzazione accessibile

Intervento di Alessandro Biancalana⁹¹

Buongiorno. Lucca e l'accoglienza è un rapporto che procede ormai da moltissimi anni, quasi da sempre. Vorrei ricordare soltanto i tempi della via Francigena, i pellegrini che passavano proprio in pieno centro storico. Poi ancora ai tempi della Controriforma, quando calvinisti e luterani venivano ospitati a Lucca con la massima tranquillità. E questo è anche un po' strano perché Lucca è una città cinta da mura, una città che dai tempi dei Romani e poi nel Medioevo e nel Rinascimento ha avuto le mura. E invece strano non è, perché proprio le mura hanno conseguito a Lucca di avere quella libertà, sia economica che culturale, che ha consentito da sempre questa accoglienza.

Oggi l'accoglienza ovviamente è cambiata perché non si tratta più di far rifugiare un fuggitivo che scappa da qualche nemico. E credo che uno degli aspetti importanti sia proprio l'accessibilità di città storico-artistiche come Lucca a persone disabili. E su questo Lucca si è impegnata da tempo. La Fondazione Banca del Monte da tempo va avanti su progetti di che permettono questo tipo di approccio alla città.

Le Mura sono un una struttura molto particolare sulla quale sono stati già fatti degli interventi, ma in questo momento altri interventi vengono fatti. Ad esempio, verrà presto reso disponibile un ascensore, nella ristrutturazione della Casa del Boia e verrà fatto un percorso per non vedenti. Tuttavia non si tratta solo di rendere fruibili i beni storici e artistici, ma anche gli hotel, i bagni pubblici fruibili in quanto una città è composta da moltissime cose.

Tra i tanti beni importanti presenti a Lucca, c'è anche l'Orto Botanico, strettamente connesso con le mura non solo perché è subito sotto le mura, ma addirittura perché una sua parte entra nei sotterranei delle mura, nel baluardo San Regolo. L'Orto Botanico compie l'anno prossimo duecento anni, però è un bene effettivamente molto vivo. È un museo a cielo aperto e come tale va considerato, ma essendo un museo di alberi e di piante è un museo vivo. L'anno scorso, quindi, avevo pensato ad un progetto sull'Orto Botanico, progetto chiamato 'Mettiamo in gioco i sensi. Giocare, annusare, ascoltare per conoscere'. L'Orto Botanico è sede della Banca Regionale del Germoplasma, che serve per preservare specie autoctone di piante che altrimenti andrebbero perse. È dunque un patrimonio della città per il quale abbiamo pensato, anche stimolati da altre simili iniziative già presenti, di realizzare due percorsi per non vedenti. Un percorso non autonomo, che comprendesse i grandi alberi, le grandi piante, e un percorso sensoriale, realizzato ex novo completamente, localizzato nella scuola botanica, dovei sono esposte 36 tipi di piante scelte in relazione alle loro essenze. Queste piante si possono toccare, annusare. È un percorso molto particolare che sta incontrando molto interesse, non solo per i non vedenti ma anche tra i bambini, in quanto possono avvicinarsi ad un mondo che altrimenti avrebbero difficoltà a vedere.

⁹¹ Presidente Opera delle Mura di Lucca.

Il primo percorso non è autonomo perché è molto difficile poter pensare ad un percorso autonomo in un orto botanico. Pertanto la sfida che stiamo pensando di affrontare è l'abbattimento di barriere architettoniche per poter rendere possibile questo o altri percorsi fruibili anche da altri disabili, non soltanto dai non vedenti. Sostanzialmente è stato realizzato un percorso nell'Orto Botanico che comprende le dieci specie di piante più importanti, tutte piante monumentali. Abbiamo pensato anche ad un'audioguida che potesse aiutare chi fa questo percorso, con una delle piccole schede curate da una botanica. Abbiamo poi creato anche delle piccole formelle in terracotta in scala, per ogni tipologia di albero. Così chi si presenta sa esattamente la grandezza di ciascun albero.

Invece, il secondo percorso, quello autonomo, è un percorso stabilito su un rettangolo, sul quale sono state inserite delle vasche rettangolari e dei corrimano. Nelle vasche sono state messe le piante e chi si presenta può toccare, annusare, può capire esattamente come sono. Vi sono poi delle schede in braille.

Concludo dicendo che riuscire a portare in questo nostro museo a cielo aperto anche un abbattimento completo delle barriere architettoniche è una sfida importante sul quale stiamo ragionando e speriamo di poter andare presto in questa direzione. È una piccola cosa ma si inserisce in un progetto della città di Lucca per un'accessibilità a tutti i livelli, che credo che sia molto importante e che vorremmo continuare a perseguire col massimo impegno.

Intervento di Giuseppe Stolfi⁹²

Il tema sul quale sono stato chiamato a dare un contributo, nell'ambito di questo dibattito molto articolato, è quello della "valorizzazione accessibile", in riferimento allo specifico caso di un monumento eccezionale, ossia le Mura di Lucca: le "Mura per tutti", per stare al titolo di questo incontro, assumendo i diritti dei disabili come una sorta di segno di confine, poiché i diritti dei disabili realizzano i diritti di tutti. E nel concerto di voci di questo dibattito, essendo la mia voce quella dell'Ufficio di tutela che ha il compito e la responsabilità della protezione e della salvaguardia dei beni culturali, io vorrei proporvi un punto di vista un poco differente da quella degli interventi precedenti, ma se si vuole collaterale. Ho pensato infatti di condividere con voi una riflessione più ampia, sull'accessibilità come valorizzazione in generale: ragionando su alcuni presupposti del nostro operare, quando si ha a che fare con uno straordinario monumento urbano come le Mura, e si tratta di questioni di "accessibilità".

Vi dico subito che assumere il punto di vista della tutela non significa parlare, in riferimento ai beni culturali, soltanto di conservazione e di restauro. Nell'universo della tutela è anche presente in primo piano la *fruizione*, anzi il Codice dei beni culturali afferma che la stessa tutela si indirizza a "fini di pubblica fruizione". Si tratta di un'affermazione piuttosto forte e impegnativa, poiché si potrebbe considerare non senza ragione che la sola finalità della trasmissione al futuro del patrimonio sia, per se stessa, motivazione sufficiente per l'esercizio della tutela. Sempre nel Codice dei beni culturali possiamo trovare la fruizione posta in grande evidenza quale parte integrante della valorizzazione. "Valorizzazione" è uno dei termini più ambigui del lessico dei beni culturali, in quanto

⁹² Soprintendente ai Beni architettonici, paesaggistici, storici, artistici ed etnoantropologici per le Province di Lucca e Massa Carrara.

possiede due valenze alquanto differenti: una è quella di cui si legge nel Codice, che definisce la valorizzazione come insieme di attività rivolte a promuovere la conoscenza e ad assicurare le migliori condizioni di utilizzazione e fruizione pubblica del patrimonio (“anche da parte delle persone diversamente abili”, si premura di precisare la definizione); l’altra è l’accezione forse più corrente e più comune, che invece si ispira a un’idea di messa in valore ossia di messa a reddito del patrimonio, e che cioè vede il bene culturale come una risorsa che si può sfruttare per raggiungere finalità che attengono alla sfera dell’economia e della produzione di reddito (una visione ben espressa dalla nota e controversa metafora del patrimonio culturale come “petrolio”). Va da sé che le mie considerazioni sul rapporto tra valorizzazione e accessibilità intendono muoversi sul terreno della prima valenza, quella che concerne la fruizione pubblica del bene culturale in quanto tale.

Nell’affrontare l’argomento della relazione tra accessibilità e valorizzazione, con riferimento alle Mura di Lucca, vorrei partire da una considerazione storica. Le Mura sono in origine un’opera di *chiusura* per la loro stessa natura, in quanto opere che nascono da un’esigenza di difesa, da una paura: quella di essere invasi, di essere assoggettati, di perdere i propri beni, di essere privati di un’identità delimitata e separata. L’enorme impresa della costruzione delle mura cinquecentesche di Lucca, infatti, viene avviata quando è molto forte il timore di un’annessione della piccola Repubblica da parte dello Stato fiorentino.

Questa chiusura, che è quindi parte costitutiva della natura stessa di questo genere di monumenti urbani, ha diversi aspetti. E’ innanzitutto chiusura fisica, perché le mura sono l’elemento che nell’assetto storico del territorio separa la città dalla campagna, separa degli universi che sono differenti, degli universi non solo economici, ma anche sociali e culturali; e finanche universi mentali, nel senso che a questo concetto viene attribuito dalla “storia della mentalità” (Rudolf Borchardt ha delle pagine molto illuminanti, proprio a proposito delle ville lucchesi, sul tema della basilare differenza tra gli universi mentali della città e della campagna). Poi vi è una chiusura politica, quella che identifica un’entità fisica e demografica di territorio e una popolazione come entità di uno Stato, che deve essere difesa come tale e perseguire il mantenimento della sua autonomia e indipendenza. Vi è pure una chiusura sociologica, che riguarda l’identità con cui una comunità si autodefinisce, distinguendosi e separandosi da altre comunità in base a determinati tratti identitari, ponendosi in permanente dialettica nei confronti di ciò che è “straniero” o anche solo forestiero, con il connesso risvolto di una forte chiusura verso l’“altro”. E’ interessante, in proposito, ripensare alla valenza anche simbolica di chiusura che per molti secoli hanno avuto le mura della città nei confronti degli stranieri: gli stranieri potevano entrare in Lucca da una porta soltanto, Porta San Pietro, venivano interrogati, dovevano lasciare in deposito le armi, subivano l’ispezione dei loro bagagli e documenti.

Il fatto assai interessante che accade a Lucca, e non accade di frequente a proposito di mura urbane, è ciò che si può definire una trasmutazione dei valori e della natura stessa di questa grande infrastruttura urbana (non ancora “monumento”, nel senso che intendiamo oggi) rappresentata dalle Mura. In qualche misura, che una simile trasmutazione accada appartiene alla natura dei monumenti di architettura che questo succeda, in quanto non è sempre possibile la continuità d’uso storica degli edifici del passato, anzi il mutamento d’uso è la regola prevalente. Tuttavia la condizione caratteristica delle Mura di Lucca, che

si verifica già molto presto tra il Cinquecento e il Seicento, è che presto le Mura iniziano a vivere – per così dire – come una sorta di due vite parallele. Da una parte, vi è una vita militare come struttura di difesa, mai messa alla prova da assedi ma pur sempre dotata di un efficace ruolo di deterrenza, di presidio; dall'altra vi è una vita civile, come dotazione urbana che fornisce degli spazi e dei luoghi per il tempo libero e lo svago della popolazione. Infatti già dalla fine del Cinquecento si cominciano ad attrezzare le cortine con piantumazioni di alberi, e le Mura prendono così a essere usate come luogo di passeggiata per la popolazione: e si tratta di un uso civile non esclusivo, che si instaura per tutta la popolazione della città. Mentre in altre città avviene che alla fine del Settecento si trasformino i bastioni, ormai divenuti inutili dal punto di vista militare, come passeggiate a piedi o in carrozza per la nobiltà, una significativa caratteristica delle mura lucchesi è quella di essere fin quasi dall'origine uno spazio per gli svaghi della popolazione di tutti i ceti.

Questo fenomeno di *apertura* ha luogo dapprima per la popolazione locale in modo spontaneo; e in seguito viene "istituzionalizzato" e tradotto in architettura urbana, quando all'inizio dell'Ottocento, con l'opera dell'architetto Nottolini per incarico della duchessa Maria Luisa, si attua la sistemazione a verde di una parte delle Mura, formando i viali delle passeggiate, attrezzando le cortine con piantumazioni di alberature e edifici di svago così come le vediamo adesso, e dunque reinterpretando l'anello di fortificazione urbana come parco pubblico. In epoca più recente si è verificato un ulteriore ampliamento di uso, che non fa più riferimento alla sola popolazione della città, ma a una popolazione allargata e temporanea, quella dei visitatori e del turismo culturale delle città d'arte, che, in definitiva, può essere visto come l'erede di massa in epoca di democrazia dei viaggiatori del "Grand Tour" che in epoca di antico regime tanto di frequente passavano per Lucca come tappa d'obbligo sulla via di Roma.

Il crescente prevalere di questa identità di apertura del "monumento Mura" come parco urbano per tutti, rispetto all'identità originaria di fortificazione, non fa di per sé venir meno l'altra e originaria natura, quella di chiusura: poiché, come si diceva, essa è in grande misura intrinseca al monumento. E questa identità ha una forte permanenza fisica: anzi talmente forte che, in altri contesti, dal momento che le mura storiche venivano a costituire un rilevante fattore di ostacolo e di attrito allo sviluppo urbano, tra la fine dell'Ottocento e l'inizio del Novecento, nella generalità delle città italiane che erano dotate di fortificazioni bastionate "alla moderna" le mura vengono demolite del tutto o in parte prevalente. Questo invece non accade a Lucca, a causa di un forte riconoscimento identitario e di attribuzione di valore da parte della comunità a questo monumento, visto storicamente come simbolo e retaggio dell'indipendenza dello Stato lucchese. Tant'è che il Municipio di Lucca riacquista le mura dopo l'Unità d'Italia in quanto erano state acquisite al demanio del Regno d'Italia dopo la cessazione degli Stati preunitari; quindi di fatto le paga una seconda volta, proprio perché c'è il fortissimo riconoscimento identitario di cui dicevo, grazie al quale le mura urbane non sono viste come mero ostacolo fisico all'espansione della città, come con poche eccezioni succede altrove, ma come un simbolo civile.

Tuttavia, poiché questa natura di chiusura propria delle mura urbane è intrinseca al monumento come fatto fisico, è comunque presente l'aspetto per cui esse rappresentano un elemento di ostacolo all'accesso e alla circolazione nel centro antico della città, e in conseguenza di ciò continuano a porre dei problemi di tipo urbanistico. Dunque tra la fine

dell'Ottocento e l'inizio del Novecento a Lucca si assiste a delle grandi controversie che riguardano l'ampliamento delle porte urbane esistenti, piuttosto che l'apertura di nuove porte, in quanto si pone la questione del problema del collegamento della città storica con l'espansione urbana. Il tema produce lunghi e vivaci dibattiti, poiché questo tipo di operazione è visto da una parte della cittadinanza come lesivo dell'integrità delle Mura come primario monumento civile, ovvero come fattore identitario. Si trovano allora delle soluzioni di compromesso, e alla fine di porte nuove se ne apre una soltanto, pure molto modesta e quasi dimessa nel trattamento architettonico. Questo problema però continua a permanere, e in ogni epoca si traduce in modalità diverse, perché anche oggi abbiamo di fronte dei seri problemi di accessibilità al centro antico, sia per i residenti che per i visitatori. Non si deve pensare, al riguardo, soltanto alle mura in senso stretto, ma al centro storico tutto. E si deve pensare alle nostre abitudini di vita, strettamente legate in genere alla disponibilità dell'automobile privata e a condizioni di facile accessibilità, rispetto ai luoghi di abitazione, di lavoro e di consumo. Tuttavia abbattere questo tipo di chiusura, di ostacolo, dal punto di vista della tutela del bene culturale e del valore che dal bene culturale è rappresentato, non può evidentemente essere accettabile. Questa natura di chiusura, che è propria del "monumento Mura", va salvaguardata e mantenuta; e anzi, negli ultimi decenni, questo tipo di chiusura è stato molto opportunamente accresciuto proprio ai fini di valorizzazione del bene culturale rappresentato dalle Mura, giustamente inteso e vissuto come grande parco urbano monumentale. Si pensi, in proposito, ai divieti e alle limitazioni alla circolazione (prima le auto circolavano liberamente sull'anello delle mura), ai divieti e alle limitazioni dei parcheggi sulle mura e nel centro storico. Quindi di fatto si è aumentata la valenza di chiusura, per perseguire dei fini di valorizzazione delle mura come monumento e parco urbano. Pertanto non decade questa valenza, che fa parte della natura del bene; bisogna però aver chiaro di quale genere di "chiusura" si tratti, quando si concettualizzano questi problemi.

In estrema sintesi, esiste un genere di accessibilità che, sia se parliamo nello specifico delle Mura, sia se parliamo in generale di qualsiasi spazio architettonico o urbano storico, è un'accessibilità omologante, che vorrebbe tendere a trattare gli spazi storici alla stessa stregua di quelli attuali, sotto i molteplici aspetti di uso che sono posti dalle manifestazioni della vita contemporanea. E questo genere di accessibilità, dal punto di vista non soltanto degli uffici di tutela ma anche dell'opinione pubblica più avvertita, va scoraggiato per rispetto del bene culturale e del suo valore civile, al fine di poter perseguire efficacemente quei fini di valorizzazione che sono appropriati alla sua natura. Al contrario, vi è un altro tipo di accessibilità che, proprio per questo stesso motivo, va promossa e accresciuta: ed è quella che si lega alla valorizzazione. L'accessibilità come valorizzazione è tema complesso, che ha due diversi aspetti, quello della fruibilità e quello della conoscenza.

La fruibilità richiede che si amplino le possibilità non soltanto di accesso, ma anche di uso. Non basta che i luoghi siano fisicamente raggiungibili e accessibili, ma è necessario che siano aperti o comunque siano gestibili e utilizzabili per l'uso pubblico. Se parliamo delle mura di Lucca questo è un problema che esiste, in quanto non tutti gli spazi connessi alle passeggiate sulle mura (le casermette, i sotterranei, ecc.) hanno al presente questa valenza, che invece dovrebbe essere sempre più accresciuta e valorizzata.

L'altro aspetto dell'accessibilità è la conoscenza, che rappresenta l'accessibilità immateriale. All'accrescimento della conoscenza possono fornire dei preziosi contributi anche le tecnologie più moderne, che oggi sempre più si dedicano a questo settore.

Tuttavia non tanto a questo tema vorrei accennare, in chiusura del ragionamento che ho condotto, quanto al fatto che la conoscenza di un bene culturale è tema che riveste valore per tutti: vale per il visitatore temporaneo, ma soprattutto vale per la comunità, per la popolazione dei residenti, che deve continuare sentire il senso di appropriazione, di orgoglio civico, come l'ha sentito nel corso della storia. Si tratta di operare affinché si mantenga e tramandi il senso di *riconoscimento* di questo patrimonio, proprio come fattore costitutivo di identità, o meglio *delle* identità, senza implicazioni di esclusione, come ha ben sottolineato prima il presidente Del Carlo. Le Mura non si sono conservate, tra l'Ottocento e il Novecento, perché erano ritenute una risorsa turistica, un bene economico, anche se oggi è necessario che gli amministratori e gli uffici di tutela si occupino anche di questo aspetto. Si sono conservate, invece perché erano *riconosciute* come un fattore identitario per la città di Lucca.

Concludo proponendo una breve riflessione. Questa dialettica di apertura e chiusura, della quale ho tentato rapidamente di illustrare qualche aspetto, appartiene inseparabilmente alla natura di un monumento urbano come le Mura, e da questa natura non si può prescindere del tutto. Essa è intrinseca al fatto che si tratta di un monumento di arte e di storia e non semplicemente di una infrastruttura, quali ce ne sono tante, di pubblico interesse e di uso pubblico. E questa dialettica è in una certa misura omologa a quella che si può riconoscere fra la natura del patrimonio culturale come bene oggetto di "fruizione culturale" consapevole, da un lato, e come bene oggetto di "consumo culturale" dall'altro, che è invece un fatto che attiene alla sfera dell'economia e del profitto. E questa differenza a mio avviso non va dimenticata.

“Lucca... diventare accessibile”: lo stato dell’arte, di Elisabeth Franchini⁹³

Da anni, l’attenzione verso i diversamente abili e l’accessibilità di tutti alla città e ai servizi, è un tema cui la Fondazione è particolarmente sensibile e cui sta dedicando attenzione attraverso il sostegno e la promozione di diversi progetti.

È proprio in quest’ottica che è entrata a far parte del Consorzio europeo delle fondazioni per la tutela dei diritti dei disabili e dei diritti umani (European Consortium of Foundations on Human Rights and Disability) nel 2008. Nell’ambito del consorzio la Fondazione ha promosso l’idea della realizzazione, in contemporanea e d’intesa con gli enti locali competenti, in alcuni centri storici europei aventi caratteristiche simili, di un progetto sull’accessibilità e di presentarlo alle istituzioni europee. Si è quindi costituita la Lega delle Città Accessibili – LHAC (League of Historical Accessible Cities), composta da: Fundación ONCE (Avila, Spagna); Fondazione Realdania, Fondazione Bevica, Danish Disability Foundation e Labour Market Holiday Fund (Viborg, Danimarca); Fondazione Cassa di Risparmio di Torino (Torino); Fondation Reunica, (Mulhouse, Francia) e, dal 2013, Fondazione Sozopol con l’omonima città (Sozopol, Bulgaria).

In occasione del LUBEC, i rappresentanti del Consorzio e della Lega sono stati ospiti della Fondazione per un confronto con la città sullo stato dell’intervento lucchese in materia di abbattimento delle barriere architettoniche e di diritto di tutti all’accessibilità.

Ogni città e Fondazione o consorzio di Fondazioni sta portando avanti progetti diversi ma tutti aventi lo scopo di rendere maggiormente accessibile il centro storico.

La Fondazione Banca del Monte di Lucca ha elaborato un progetto consistente nella realizzazione di un itinerario che comprende scuole, monumenti, biblioteche, negozi, punti di informazione turistica e parcheggi e che interessa un’area del centro storico che parte dalla zona di sosta dei bus turistici esterna a Porta Elisa e che comprende anche il parcheggio Mazzini e giunge fino a alla Stazione di Lucca. Il tutto in accordo con gli enti locali competenti.

“Lucca... diventare accessibile” è il titolo del progetto ed è attuato in accordo e collaborazione con il Comune di Lucca e, soprattutto, è stato sviluppato con il prezioso supporto delle principali associazioni lucchesi che operano nel settore della disabilità attraverso riunioni e incontri aperti anche alla cittadinanza, che hanno visto la partecipazione di esperti e dei rappresentanti delle categorie economiche.

Il progetto continua ad arricchirsi di progetti e idee sviluppatesi in modo autonomo e collaterale, segno che la città è viva e attenta.

Inoltre la Fondazione è stata invitata in occasione di un Convegno organizzato dall’Università degli Studi Roma Tre, Dipartimento di Progettazione e studio dell’architettura con il Seminario “Accessibilità per tutti: un obiettivo per la città - Strumenti formativi per una città accessibile”, alla Fiera del Levante di Bari come progetto innovativo e la Segreteria della Lega ha presentato l’intero progetto in diverse occasioni in diversi Paesi Europei.

⁹³ Coordinatore progetto Accessibilità FBML.

Grazie anche alla Lega, l'Unione Europea ha istituito l'"Access City Award", il Premio destinato alle città europee accessibili, che mira a dare risalto a quelle città che stanno intraprendendo le azioni più efficaci, innovative e sostenibili per migliorare le condizioni di accessibilità per le persone con disabilità. Esso rende omaggio e dà visibilità alle iniziative di maggior successo che consentono alle persone disabili di partecipare appieno alla vita sociale. Avila ha vinto la prima edizione del Premio.

Al convegno, dopo i saluti portati dal prefetto Giovanna Cagliostro, dal presidente della Fondazione Alberto Del Carlo e dal vicepresidente della Promo P.A. Fondazione e direttore del LUBEC Francesca Velani, i lavori sono stati moderati da Silvia Pieraccini, giornalista di Nòva 24 – Il Sole 24 Ore.

Per quanto riguarda "Lucca... diventare accessibile", è stato presentato lo stato dell'arte del progetto complessivo.

In primis il percorso europeo, curato dall'architetto Elena Pino, che riguarda l'area sud-est del centro storico, da Porta Elisa fino a piazza Antelminelli, scelta in base alla presenza di scuole, biblioteche, zone museali, la cattedrale e la sede della Fondazione stessa. Il progetto prevede l'inserimento di nuovi attraversamenti pedonali, nuove rampe per l'accesso agli edifici presenti, nuovi posti auto realizzati in prossimità di edifici di interesse pubblico e di un sistema di percorsi tattili, chiamato Loges, costituito da particolari superfici caratterizzate da codici standard per i disabili visivi. Questi lavori saranno appaltati a breve.

Gli interventi di riqualificazione di alcune importanti aree del centro storico curati dallo Studio Ingeo di Lucca per il Comune, nelle persone dell'ingegner Enrico Favilla e dell'architetto Giuliana Bedini: piazza San Martino, piazza Antelminelli, piazza San Giovanni; interventi completati nell'estate 2012, per quanto riguarda le prime due piazze e nel settembre 2013 per la terza. Restano soltanto alcuni elementi per renderle maggiormente accessibili a tutti.

È stato organizzato un incontro pubblico per effettuare un primo test con una persona non vedente che ha ravvisato alcune criticità su cui la Fondazione provvederà a un intervento mirato quanto prima nonché a sensibilizzare i cittadini e turisti al rispetto del percorso.

Infine è stato illustrato il progetto curato dall'architetto Simona Romanini, adottato dalla Fondazione, che prevede la realizzazione di ausili e facilitazioni lungo il percorso che collega la stazione ferroviaria al centro storico, andando a confluire nel circuito accessibile. Anche questi interventi a breve verranno appaltati.

Al progetto si collega anche un'altra iniziativa, "Le mura per tutti", idea promossa nel 2007 dall'Università di Pisa, dall'Istituto di Scienza e Tecnologie dell'Informazione (ISTI) del CNR di Pisa in collaborazione con l'UIC Lucca agli enti, istituzioni e fondazioni lucchesi per creare una tecnologia di ausilio alla mobilità per persone ipo/non vedenti. Il progetto pilota prevede la realizzazione di un percorso attrezzato mediante l'utilizzo di dispositivi portatili (un bastone intelligente, un terminale mobile con GPS e un auricolare Bluetooth) sulle Mura e vede anche coinvolta un'impresa artigiana lucchese, la Veret e altre ditte che in fase di realizzazione si sono dichiarate disposte a sostenere il progetto. Durante il convegno è stato presentato il bastone nella versione finale e illustrato le modalità di funzionamento e realizzazione del percorso sulle Mura.

Sul percorso si trova anche un museo accessibile, il MUR (Museo del Risorgimento) alla cui riapertura e accessibilità hanno lavorato Provincia di Lucca e Promo P.A. Fondazione.

Infine, con il CESVOT è stato organizzato un corso di formazione a favore delle associazioni del territorio per implementare l'accessibilità dei siti web attraverso la creazione degli stessi o il loro adeguamento dato che anche l'accessibilità web rientra nei punti previsti dalla strategia UE 2010-2020.

Conclusioni, di Raffaella Mariani⁹⁴

Vi ringrazio per l'invito. Per me questa è stata una mattinata molto utile, in cui ho potuto tanto cogliere gli aspetti rivendicativi quanto toccare con mano l'evoluzione velocissima dell'accoglienza per i disabili realizzata a Lucca. Lo dico in quanto ho fatto l'amministratore provinciale undici anni fa e ricordo che, nell'avvio della ristrutturazione del Palazzo Ducale di Lucca, ci fu una discussione molto forte e anche una contrapposizione con le associazioni, riguardo proprio l'abbattimento delle barriere. In pochissimi anni si sono fatti quindi grandi progressi e credo che ciò sia dovuto alla grande sensibilità degli amministratori e delle fondazioni.

Questo fatto va sottolineato e occorre puntare a una maggior consapevolezza su questo aspetto, anche da parte degli stessi lucchesi. Ciò anche per porre in evidenza, come faceva il soprintendente, l'orgoglio civico dei lucchesi, che si è trasformato negli ultimi anni e che riguarda anche la possibilità di rendere fruibile un monumento importante, nato con un'altra finalità, quella di chiudersi, di difendersi. Io penso che in questa contraddizione tra un monumento nato per difendersi e il monumento di oggi, con la possibilità di renderlo fruibile a tutti, di renderlo un valore aggiunto anche per un turismo con una sua particolarità, ci sia anche una rivisitazione di un'altra connotazione forte presente a Lucca, ossia l'apertura all'accoglienza e alla solidarietà.

Penso che anche le istituzioni stiano facendo molto bene il loro lavoro, anche nel trovare ogni possibilità di reperimento di risorse. In queste ore si sta discutendo la legge di stabilità e, dopo un'iniziale rigidità, speriamo quantomeno di poter fare una discussione su dei punti che noi riteniamo imm modificabili. Abbiamo fatto una discussione molto forte col Ministro della Pubblica Istruzione sul sostegno e l'accompagnamento a scuola. E anche in questo caso abbiamo potuto avere un messaggio di vicinanza, che non risolve completamente il problema ma ha dato un segnale molto deciso.

Voglio pensare, e credo di averlo toccato con mano, che di fronte a questo tema nessuna forza politica riesca a distinguersi, laddove si deve utilizzare il buonsenso e continuare a presidiare una presenza forte rispetto all'assistenza sociale, all'istituzione di un fondo. È vero, 250 milioni non sono tantissimi ma, considerato il periodo di crisi, essere riusciti a farli stanziare è comunque un punto di orgoglio. Nei prossimi giorni, durante la discussione sulla legge di stabilità, su questo tema dovremmo trovare un'unanimità e una solidarietà da parte di tutte le forze politiche.

⁹⁴ Camera dei Deputati – Onorevole.

9. BENI CULTURALI E ICT: L'INTERATTIVITÀ DIGITALE PER GLI ATTRATTORI CULTURALI

Intervento di Apertura, di Stefano Monti⁹⁵

Buongiorno. Sono stato invitato a moderare questa sessione che, ne sono sicuro, ci darà ampie soddisfazioni. Il focus riguarda il tema dell'occupazione, tema a me caro, così come il tema dei modelli di *business*. Parleremo di tecnologia e di interattività digitale, cercando di comprendere l'impatto della tecnologia nell'ambito dei beni culturali, quanto conta, il valore aggiunto, se vi sono indicatori di misurazione oppure se semplicemente la tecnologia prodotta adesso non ha la capacità di produrre realmente un valore aggiunto. Insieme a questo tema, ne svilupperemo altri relativi alle nuove competenze, ai nuovi lavori e via elencando.

Gli invitati a questo evento LuBeC ci daranno ampio respiro. Nel corso di un'iniziale carrellata, verranno presentati i loro progetti e cercheremo di capire in che modo stanno operando. Successivamente, mi piacerebbe che si sviluppasse un dibattito. Le sedie qui davanti, purtroppo, sono vuote. Chiameremo singolarmente i nostri relatori. Mi farebbe piacere una partecipazione da parte vostra. Pertanto, vi chiedo gentilmente di seguire questi spostamenti quasi circensi che hanno l'intento di evitare che una persona non possa più partecipare.

e-procurement per i beni culturali: l'innovazione possibile. Il caso Pompei, di Salvatore Messina⁹⁶

Buongiorno a tutti. Ringrazio il dottor Monti e la LuBeC per aver organizzato questo convegno e la Segreteria Generale del Ministero dei Beni Culturali per averci chiesto di intervenire in questo seminario, con il quale INVITALIA opera nell'ambito dei beni culturali e, specificamente, del Grande Progetto Pompei.

Oggi vi parlerò dell'attività che svolge INVITALIA, agenzia del Ministero dello sviluppo economico a completa partecipazione pubblica, una sorta di organismo geneticamente modificato, in quanto incorpora due anime: l'anima pubblica e l'anima della società per azioni. La Segreteria generale del Ministero dei beni culturali ha inteso avvalersi di questa agenzia *in house* per aumentare le proprie capacità di intrapresa per avvalersi di questo grande sforzo promosso dalla Comunità europea per finanziare il Grande Progetto Pompei. Si tratta di un "intervento prototipo", chiamiamolo così, di un tentativo di introdurre un nuovo modo di intervenire nell'ambito dei beni culturali. L'idea è quella di intervenire in un'area oggettivamente molto complessa non soltanto per le caratteristiche riguardanti nello specifico il bene culturale, ma anche per la presenza contemporanea di altre importanti realtà nella localizzazione di un territorio che presenta notevoli complessità anche dal punto di vista sociale.

⁹⁵ Amministratore Delegato Monti&Taft.

⁹⁶ Responsabile e-procurement e progetti speciali INVITALIA.

Il Grande Progetto Pompei interessa tre elementi essenziali. Il primo riguarda la salvaguardia e la valorizzazione del patrimonio culturale e archeologico come risorsa per lo sviluppo di un'area complessa. Attualmente, quel patrimonio rappresenta più che altro un problema di gestione. Il secondo elemento riguarda la tutela della legalità e della sicurezza per il presidio e il rispetto delle regole. È stato introdotto un protocollo di legalità ed è stato previsto un gruppo di lavoro per la legalità e la sicurezza. È inutile negare i condizionamenti da parte della criminalità organizzata in presenza di grosse quantità di denaro. Pertanto, da questo punto di vista, l'attenzione è estrema. Il terzo elemento riguarda la trasparenza e la partecipazione come metodo. Il progetto è aperto al controllo sociale sia da parte degli organismi emanatori sia da parte degli operatori economici chiamati a concorrere e a partecipare alla realizzazione, per assicurare efficienza, sicurezza ed efficacia all'attuazione.

Il Grande Progetto si articola in cinque piani esecutivi che tendono a raggiungere due obiettivi operativi: andare oltre la tutela del bene archeologico per raggiungere un funzionamento complessivo dell'area archeologica e realizzare, finalmente, il coordinamento delle singole azioni, in modo tale che siano sinergiche l'una con l'altra, tutto questo mediante una *deadline* che corrisponde al mese di dicembre 2015, quando il piano di intervento si esaurirà. Un'ulteriore complessità, dunque, è quella di rendere efficaci le azioni entro quella data.

Vi sono diversi piani. Il piano della conoscenza è orientato a comprendere esattamente la situazione reale mediante indagini e modifiche. Il piano delle opere a sua volta si divide in opere già realizzate, ma non ancora pronte per essere appaltate e cantierizzate, e opere completamente da progettare. Vi è, poi, un piano per la fruizione e il miglioramento dei servizi e della comunicazione, quindi di adeguamento dei servizi al pubblico, di promozione e di comunicazione. Vi è un piano della sicurezza, intesa come salvaguardia dei beni, e un piano di rafforzamento e di *capacity building* rivolto alla SAMP. Purtroppo, talvolta gli organismi pubblici faticano ad adeguarsi alle nuove tecniche.

Complessivamente, parliamo di 105 milioni di euro di risorse impegnate in oltre settanta bandi. La complessità, quindi, sta nell'arrivare all'appalto; per far questo, bisogna predisporre i progetti e i capitolati. Che cosa abbiamo ottenuto? Abbiamo già quattordici gare bandite a cavallo fra il 2012 e il 2013. Bisogna precisare che il numero di gare bandite cresce in maniera quasi esponenziale, tant'è che, molto probabilmente, entro la fine dell'anno verranno bandite altre nove gare. Vi sono, poi, venticinque interventi da bandire entro il primo semestre 2014, altri cinque interventi sulla sicurezza e altri dieci interventi per la fruizione e la valorizzazione. Questi sono i lavori.

Vi sono, poi, i bandi per i servizi. Si tratta di tre gare sul piano della conoscenza, di due per la comunicazione e di tre per il *capacity building*. Il grande sforzo è far partire tutti questi bandi. Effettivamente, si sta riscontrando nei fatti che questa capacità si è tradotta in azioni concrete.

Il Grande Progetto Pompei è sfidante, in quanto mira a conquistare un'ordinarietà attraverso interventi di conservazione e messa in sicurezza del sito archeologico. Purtroppo, in passato ci siamo trovati a rincorrere l'emergenza e a intervenire sul disastro. L'obiettivo che si vorrebbe raggiungere è l'ordinarietà, la manutenzione ordinaria. Vi è l'idea di potenziare l'attrattività del sito con azioni capaci di farne rivivere la storia e raccontarla al visitatore, in modo tale da creare non un posto da guardare e dal quale andar via, come attualmente avviene, ma un posto in cui si rivive l'atmosfera di quei

tempi. Un altro obiettivo è ribaltare il rapporto tra risorsa e cultura e, soprattutto, rendere le risorse culturali di uno specifico territorio un bene comune sul quale costruire percorsi e sviluppi solidi e innovativi, affinché il bene culturale diventi risorsa, possibilità di sviluppo e non un peso per la società. Il progetto deve essere aperto in termini di controllo per la salvaguardia degli aspetti di legalità, di sicurezza, di comunicazione e di misurabilità attraverso l'individuazione di indicatori misurabili e quantificabili.

Il progetto è innovativo in termini di tempi. Sono state sollevate numerose polemiche in merito agli interventi su Pompei, ma sono trascorsi soltanto due mesi tra la predisposizione e la presentazione del progetto e la sua approvazione per l'espletamento del bando. Per quanto riguarda la metodologia, viene introdotta una conservazione nell'utilizzo di un sistema programmato e di interventi da realizzare secondo un continuo processo di rilievo, progettazione ed esecuzione.

Le procedure sono a evidenza pubblica. Il Grande Progetto Pompei si avvale di una piattaforma di *procurement*. Quali sono i vantaggi? Dalla scadenza del termine per la presentazione di richieste di offerta fino alla chiusura del procedimento, i documenti di offerta dei partecipanti non sono più modificabili né alterabili. L'intera documentazione di gara e gli atti della stazione appaltante sono conservati, a norma di legge, in formato digitale. Ogni modifica o attività relativa ad atti e documenti della gara è tracciata. È possibile risalire al singolo accesso ai dati del singolo commissario e capire se è vero che quell'operatore economico ha presentato l'offerta in tempo o per quale motivo è stato escluso. Tale sistema comporta una riduzione dei tempi di esecuzione degli adempimenti amministrativi. Parliamo del Codice degli appalti. Il rapporto tra la stazione appaltante e gli operatori economici è assolutamente trasparente e il dialogo tra i due operatori economici della stazione appaltante è tracciato in tutte le fasi della procedura. I documenti vengono firmati in maniera elettronica mediante Posta certificata.

A supporto della stazione appaltante, INVITALIA opera per conto del Segretariato generale del Ministero. Sono loro che chiedono di supportare la stazione appaltante. Anche questa è una nuova modalità adottata dalla stazione appaltante e dal conduttore del progetto, che INVITALIA supporta. Tale supporto si espleta nell'integrazione e nell'aggiornamento della progettazione già disponibile nell'ambito dei progetti individuati dal MiBAC, nello sviluppo degli elaborati progettuali sino a livello di effettiva appaltabilità, nel completamento di nuovi progetti, ai fini della loro appaltabilità, generati dalla campagna di studi, rilievi e diagnosi prevista nel piano della conoscenza, nella pubblicazione dei bandi e nella gestione del processo di gara.

Questo è il portale telematico all'interno del quale vengono pubblicati i bandi. I bandi vengono pubblicati nella Gazzetta europea o italiana, a seconda degli importi; successivamente, vengono gestiti attraverso questo portale, all'interno del quale gli operatori economici si registrano, si qualificano e inseriscono le proprie offerte e i propri atti. Dal lato della stazione appaltante, attraverso questo portale vengono resi pubblici tutti i documenti di gara.

Questa è una sintesi degli interventi in corso. Vi sono interventi sulla 15 di Reggio e lavori di messa in sicurezza della Reggio settima e della Reggio ottava. Si tratta, dunque, di interventi mirati a specifiche aree. Non sono interventi generici, dunque, ma molto chiari.

Ho terminato la mia illustrazione. Lascio lo spazio agli altri oratori.

CASE HISTORY

Penso, Creo, In-formo, Sogno, di Alessio Carciofi⁹⁷

Buongiorno. L'intervento di oggi riguarda il seguente percorso: penso (o, almeno, ci provo), creo, informo, ma soprattutto sogno. Io mi occupo di *social media* e marketing in una veste innovativa, o almeno ci provo, ossia mettendo in relazione le persone che parlano con i *brand* e le istituzioni che non ascoltano, perché questo è il dato di fatto. E quindi andiamo avanti. Perché faccio questo? Perché nel 2009 mi sono laureato e avevo intuito, ma non l'avevo intuito io, che le cose erano cambiate. Quindi, mi trovo all'interno di una tempesta. Solo chi è al di fuori di questa tempesta riesce a concepire un po' le dinamiche. Poi pian piano ho visto che le piazze, oltre alle piazze bellissime che ci sono nei centri storici, sono anche su altri *device*, su questi *tablet*, su questi *smartphone* dove le persone iniziano a conversare. Parallelamente a questo evento fisico, in rete si sta svolgendo, anche in minimissima parte – e poi vedremo perché – una conversazione.

I *trend* sono cambiati e stanno cambiando, lo sappiamo tutti. Sapete che l'80 per cento dei turisti fa le foto? Prima prendevamo in giro i giapponesi perché usavano la macchina fotografica. Adesso siamo tutti giapponesi, siamo tutti in giro che facciamo foto. Sta a noi capire. Io dico sempre che i dinosauri non stanno nei musei, stanno nei nostri uffici, nei nostri uffici di chi fa *marketing*, nei nostri uffici di chi è miope, di chi non vuole vedere quello che sta succedendo fuori. Sono bravo a lanciare le provocazioni e poi a prendere anche le mazzate, ve lo dico.

La cosa più bella, ma anche allo stesso tempo più difficile è imparare a disimparare. Perché dico imparare a disimparare? Perché è cambiato un modello e bisogna adottarlo anche al nuovo. Non bisogna prendere solo il nuovo o solo il vecchio, ma fare un *mash-up*. Questa è un po' la teoria di Stanton, quella del due più due. Questo è un po' il principio dello *storytelling*. Sapete che adesso si parla sempre di *storytelling*, quindi il nuovo *marketing* non è più un'azione di *push* (spingere), ma di coinvolgimento. In che modo? Attraverso le storie.

Se noi pensiamo alla nostra cultura, quante storie abbiamo da raccontare? Stanton dice: "In una storia date sempre il due più due, non date mai il quattro; quindi date dei presupposti in modo che poi loro possano fare la sommatoria, quindi possano viaggiare".

Brevemente, il prodotto che cosa è ad oggi? Il prodotto è l'esperienza che comprano durante il viaggio. Il servizio è la cosa più bella. Sono i momenti intangibili che fanno la differenza, quindi le emozioni, le esperienze. La sommatoria è data dal *brand*.

Nei miei progetti baso molto l'attività sullo *storytelling*. Che cos'è questo *storytelling*? Chi conosce il *Transfer di Gruen*? Gruen è un famoso architetto che ha inventato i centri commerciali in America, i famosi non luoghi. Gruen, realizzando questi centri commerciali, aveva visto che le persone all'interno del centro commerciale avevano una regressione infantile all'interno di un quotidiano. Che cosa significa questo? Questo è lo stesso procedimento che avviene quando ci raccontano una storia, nel senso che andiamo a fare una regressione nella nostra mente e nella nostra infanzia. Poi vi faccio vedere come.

⁹⁷ Esperto marketing territoriale e social media.

Ora vi faccio vedere un po' di esempi innovativi che son stati fatti e che faccio io, non per parlare di me, ma perché un paio sono interessanti. Questa è Invasioni Digitali. Chi ha mai sentito parlare di Invasioni Digitali? Benissimo. La promotrice, anzi uno dei promotori, è di Lucca. Perché non parlarne? In poche parole è aprire i musei, invaderli, affinché vengano raccontati attraverso Twitter, attraverso foto, attraverso esperienze.

Questo è un mio progetto tra *storytelling e gamification*, quindi creare delle squadre, nove squadre, ogni squadra composta da un *blogger*, un *video maker* e un *instagramers*. Cos'è questa brutta parola, *instagramers*? L'*instagramer* è l'utente che utilizza *Instagram*, un'applicazione famosissima che è stata acquistata pure da Facebook. All'interno di questo team ogni team andrà su un luogo per quattro giorni con l'intento di raccontare delle storie. Una storia era composta da foto, testo e video. Vado velocemente.

Questo è un progetto che ho realizzato con un Comune dove l'intento era quello di restituire alla cittadinanza una famosa lettera di Benozzo Gozzoli, un pittore del 1500. Questa lettera costava – un pezzetto di carta come questo – 18.000 euro. Il Comune non aveva le disponibilità per acquistarla. Allora, che cosa abbiamo fatto? Abbiamo realizzato un braccialetto con una famosa casa di braccialetti della quale non faccio il nome; un braccialetto con il cuore in mezzo che è andato in vendita *on line* grazie al supporto della rete. Il ricavato è andato al Comune che proprio a settembre aveva il diritto di prelazione a questa base d'asta e ha riscattato la lettera. Questa è una co-collaborazione, ma è anche un modo di ridistribuire cultura.

Poi c'è il fenomeno della *gamification*. Che cosa significa? Significa fare dei giochi, quindi delle app in moto tale da vivere l'ambiente, il museo o l'attrazione turistica in modo avvolgente e coinvolgente. Non so se avete mai fatto una cosa del genere, ma vi faccio l'esempio di Dark London, che è un'applicazione famosissima.

Mi avvio alla chiusura, solo altri tre o quattro minuti.

Questa è una cartina di una città. All'interno ci sono i *QR code*, questi simboli bruttissimi che i giapponesi usavano venticinque anni fa per l'automatizzazione dei processi industriali. All'interno ci sono delle informazioni testuali, video, in modo tale che la visita sia interattiva. *Okay?* Quindi, non è un modo digitale, ma un modo analogico coniugato al digitale.

Questo è un bellissimo progetto che è stato fatto in Piemonte da un mio conoscente. In un corso che feci gli parlai di quanto è bello fare dei video per prendere il sapere esperto, che stiamo perdendo, dei nostri nonni e metterlo all'interno dei video. Lui ha realizzato il Granaio della memoria. È bellissimo. Gli faccio i complimenti.

Poi ci sono dei modi di vivere il territorio attraverso dei *contest*. Chi conosce *Wiki Loves Monuments*? È un modo bellissimo dove la rete fotografa e fa dei *contest*. È bellissimo.

Alcuni consigli, se posso. Iniziate a pensare a questa brutta parola: *GLOSOLOMO*. *GLO* significa global in una teoria di *SOLOMO* che significa *social, local – local* è tutto quello che è geo-localizzazione – *mobile*. Sapete che gli accessi adesso vengono sempre più da *mobile* che da *desktop*? Le persone sempre più accedono a Facebook da *mobile*.

“Siate fruitori di emozioni”, questo è quello che dico sempre. Un bene, un momento possono essere fruiti in una maniera differente attraverso una cosa semplice, il sorriso, che in Italia stiamo perdendo. C'è questa freddezza di vivere il numero, non il cuore delle persone. Quando arriva una persona la maggior parte dalla gente la vede come un portafoglio che cammina, invece che come un cuore che pulsa emozioni.

Questa è una strategia alla quale già Confucio ci arrivò parecchi anni fa e ancora noi non ci siamo arrivati: *“Dimmi e dimenticherò, mostrami e forse ricorderò, coinvolgimi e comprenderò.”*

La cosa interessante dei musei che io dico sempre è *“facciamoli parlare”*, ma soprattutto *“ascoltiamoli”* perché se voi realizzate un evento e mettete un *hashtag* – dopo vi farò vedere che cos'è questa brutta parola – loro iniziano a parlare, ma se parlano bene o parlano male noi non lo sappiamo. Iniziamo pure ad ascoltare loro. Ridisegniamo gli spazi. Gli spazi come li abbiamo visti finora non vanno bene o meglio vanno un po' riadattati.

Prendetemi pure a fucilate, ma io dico la mia intanto. Fate amicizia con questa cosa. L'avete mai vista? Per banalità tutti dicono *“Certo”*, ma la maggior parte delle persone a cui faccio corsi di formazione non conosce l'*hashtag*.

Questo è un hashtag, un aggregatore che tutte le persone usano nelle conversazioni, quindi su Twitter, su Instagram. Questo hashtag ci permette di ascoltare le conversazioni.

Facciamo in modo che i musei, i beni architettonici, si facciano fotografare. Perché dobbiamo essere gelosi ancora di custodire? Quando si entra in alcuni luoghi si legge *“No fotografie”*. Non dimentichiamo come sognare.

Un'ultimissima cosa sullo *storytelling*: se io vi racconto una storia voi che fate? Andate a ripescare nell'immaginazione quella storia. Se vi racconto la storia di *Hänsel e Gretel* andate a pescare quell'immagine correlata a una memoria di voi quando eravate piccoli o di quando vi hanno raccontato questa storia, le emozioni, le sensazioni, i profumi e gli odori, ovviamente, facendo questo collegamento con il cuore, il vostro *brand* che io chiamo *“cuore matematico”*.

Ho finito. L'ultima cosa: *“Usa ciò che sai, crea da ciò che sai”*. Significa catturare una verità dalle proprie esperienze esprimendo i valori che sentite personalmente nel profondo del cuore.

Grazie.

PA Digitale chiama Turista Digitale, di Giovanni Carta⁹⁸

Il titolo, tra l'altro non è mio, ma è vostro. Io l'ho adottato e mi ci trovo molto bene.

Nella mia chiacchierata volevo raccontare un po' l'esperienza del Comune di Firenze nella comunicazione digitale. Io mi occupo di comunicazione, sono il Responsabile dell'Ufficio gestione canali di comunicazione del Comune di Firenze. Cercherò di parlare un po' dell'esperienza della Firenze Card, che è un biglietto turistico, una tesserina turistica di cui vi parlerò meglio tra poco, ma soprattutto di come i canali digitali possono facilitare la partecipazione proprio nel modo in cui Alessio Carciofi ci spiegava.

Questi sono dei numeri, sono gli arrivi e le presenze turistiche a Firenze. Per la legge dei grandi numeri, molti di questi saranno sicuramente cittadini digitali. Forse non tutti, ma anche per la teoria dell'evoluzione della specie diciamo che molti di questi fanno proprio quello che diceva Alessio prima, ovvero usano i loro *smartphone* o i loro *tablet* per raccontare quello che vedono e per interagire.

Questa è la massa, l'universo nel quale almeno nel piccolo di Firenze ci muoviamo. Qui siamo in Toscana e la realtà della Toscana un po' dappertutto ha dei numeri molto interessanti dal punto di vista dell'affluenza turistica, l'Italia in generale non ne parliamo.

Fino al 25 marzo 2011 Firenze non aveva un biglietto unico per i musei. Un po' ovunque nel mondo, da Londra a qualsiasi altro esempio che vogliamo fare, in genere si prende il *ticket* per prendere gli autobus, la metropolitana e i mezzi pubblici e in più ci sono anche i musei. A Firenze magari è il contrario, però il problema è che c'è stata sempre qualche difficoltà nel far partire questo progetto, che è un progetto che per anni è stato portato avanti senza mai realizzarlo fino al 25 marzo.

È nata così la Firenze Card. Ogni giorno oggi in media 180 turisti acquistano la Firenze Card, uno su tre lo fa *on line*. Questo è un altro aspetto interessante. Ogni giorno in media si contano 1.233 ingressi nei musei con Firenze Card. Cosa fa questa tessera? Permette l'accesso per 72 ore a 60 musei e mostre, saltando le code perché è compresa anche la prenotazione, più l'accesso ai mezzi pubblici, più l'accesso al *wi-fi* che nel frattempo abbiamo reso libero per tutti grazie anche alle nuove norme, però resta ancora questo *plus* del *wi-fi* per i turisti che acquistano la Firenze Card che consiste in questa *wireless experience*, una *web* app alla quale si accede nel momento stesso in cui si fa l'accesso con il codice della Firenze Card per dei contenuti culturali specifici. È una sorta di guida tecnologica avanzata per guidare il turista tramite *smartphone* o *tablet* nel percorso che decide di seguire nei 60 musei che al momento sono nel circuito della Firenze Card.

Abbiamo anche superato uno scoglio non semplice, perché in tempi di crisi aumentare il costo di questo servizio è stato veramente un passaggio molto delicato. Abbiamo dovuto, per una serie di valutazioni sui costi, passare da 50 a 72 euro. Quando lo abbiamo fatto ci è crollato il mondo addosso e tutti ci hanno detto: "Non funzionerà mai, chi mai comprerà una card a 72 euro?".

In realtà, come abbiamo visto dai primissimi dati, il numero di card vendute è addirittura aumentato, questo grazie ovviamente al passaparola, alla comunicazione, a quello che c'è, per cui c'è anche una crescita indotta dal fatto che questo meccanismo si sta sviluppando

⁹⁸ Responsabile Comunicazione Comune di Firenze.

nel tempo. Non c'è stato il crollo temuto e soprattutto abbiamo festeggiato il milionesimo visitatore entrato in un sito circuito utilizzando la carta e la card numero centocinquantamila venduta il giorno di ferragosto.

Questi sono alcuni numeri degli ingressi fatti con Firenze Card nella *top ten* dei 60 musei. È evidente che la Firenze Card, come era prevedibile, è privilegiata per i musei top, Galleria degli Uffizi, Accademia, Palazzo Pitti, però c'è stato anche un grande sviluppo di quelli che noi chiamiamo, con un brutto termine, i musei minori. Tante volte con la meraviglia del patrimonio che abbiamo in Italia, e Firenze non è da meno, ci sono tanti musei che in qualsiasi altra città del mondo sarebbero l'attrazione principale. Noi invece siamo costretti a considerarli minori.

L'obiettivo della Firenze Card è triplice. Uno è quello di dare la possibilità al turista di stare un po' di più in città, cioè le 72 ore sono studiate. Si potrebbe anche fare di più, ma prima era di meno. Noi siamo vittime del turismo "mordi e fuggi", di chi arriva in città e nel giro di qualche ora consuma quelle due o tre cose che deve consumare e poi scappa via. Dobbiamo cercare un turismo di qualità, che si fermi un po' più in città e che possa fruire con più attenzione di quello che abbiamo.

È chiaro che 60 musei in 72 ore non si visitano, però uno può fare una scelta e nella scelta si vede che ricadono molto spesso anche i musei minori. Da quest'anno, da un anno esattamente, abbiamo riaperto anche la Torre di Arnolfo, che è la torre di Palazzo Vecchio, e anche questa sta avendo un interesse eccezionale.

È chiaro che poi i turisti, quando salgono sulla torre di Arnolfo hanno qualche difficoltà di fiato a proseguire la visita però, nonostante questo, abbiamo dei turisti molto caparbi.

Il terzo motivo è quello dell'interattività. La Firenze Card non è soltanto un biglietto; il concetto di dare l'accesso al wifi, che prima voleva anche andare incontro al turista, specie straniero, in quanto il roaming col cellulare aveva un costo insostenibile, adesso che chiunque può accedere (perché il wifi è free) offriamo nuove soluzioni. Questa App non la diamo solo a chi utilizza la Firenze Card, ma chiunque la può scaricare e vi trova la mappa interattiva, tutti i musei, gli infopoint, i punti del wifi, il calendario degli eventi e delle mostre costantemente aggiornato e, ovviamente, le caratteristiche della Firenze Card. E poi c'è tutto il mondo dei social. Per la Firenze Card e, in generale, per il comune di Firenze l'obiettivo è attirare il più possibile le presenze sui social network, con l'idea di lanciare di volta in volta le iniziative, in quanto il nostro obiettivo non è solo quello di vendere la Firenze Card, ma anche quello che qualcuno si porti dietro il ricordo della visita di Firenze, che lo diffonda. E questa è una modalità che, ovviamente, ci aiuta a tenersi in contatto, oltre al fatto di poter condividere i contenuti (culturali, commerciali...) su grandi numeri. Per questo ci siamo molto impegnati a promuovere i nostri canali social. La presenza del comune di Firenze o di qualsiasi ente che vuole promuovere partecipazione culturale o di altro tipo, non deve essere concepita come il mettere in rete la propria autopromozione, ma come offerta di partecipazione nella piazza virtuale. Che, poi, di fatto è una piazza anche fisica, perché ciò che viene messo dentro sono cose vere, le persone che trasmettono questi contenuti sono vere. Dunque va capito come metterli in circolazione, come farli sentire protagonisti.

Mi fermo qui, grazie.

Interagire, comunicare, creare: le opportunità dal co-working, di Luigi Doveri⁹⁹

Il Gruppo Forti non si occupa di cultura inteso in senso stretto, nel senso che quando si pensa alla cultura, ai beni culturali, tipicamente si pensa ai musei e ai beni artistici di una di una città. Io sono l'Amministratore Delegato di una di una holding che si occupa di edilizia, urbanizzazione, gestione dei rifiuti, servizi integrati di trasporto e smaltimento rifiuti industriali, sviluppo di aree immobiliari. L'impegno nel settore della cultura è venuto da una delle nostre ultime attività: nell'ambito dello sviluppo immobiliare dell'area di Montacchiello a Pisa, abbiamo installato un punto di co-working, che comunemente viene identificato come un posto dove si affittava scrivania. Niente di più di più falso. Di fatto è un'occasione per fare un salto culturale nel modo di lavorare. E in questo ho trovato un collegamento molto importante con l'obiettivo del LuBeC, ossia stimolare la crescita culturale.

All'interno di questo, in realtà si crea un ambiente dove talenti distinti si occupano delle cose più disparate, sempre in ambito *digital* perché è comunque è un ambiente dove si concentrano principalmente giovani che si occupano di digitale. Si creano nuove imprese, nuovi stimoli, nuovi progetti perché un libero professionista, che fino a ieri era obbligato per motivi anche economici e di equilibrio personale a stare in casa, qui riescono a trovare un ambiente in cui confrontarsi con altri professionisti che si occupano magari di cose complementari rispetto alle loro. E magari vengono a contatto anche con aziende più evolute e più grandi, quindi hanno l'opportunità anche di una interazione commerciale.

Questo modello ci è piaciuto molto, non tanto per un motivo patrimoniale (la holding ha altre linee di business), ma perché è un modo per far crescere il territorio. Un punto di co-working laddove si sviluppano nuove imprese è uno strumento di marketing territoriale, poiché lo sviluppo delle eccellenze di un territorio, che siano queste beni culturali o che siano le menti dei giovani che iniziano a lavorare, è comunque uno strumento di marketing territoriale.

L'intenzione nostra è quella di verticalizzare il modello di co-working, passando dal semplice affitto di scrivanie allo stimolo vero, anche economico, per le nuove imprese. Questo a Padova costituisce già un modello, nel senso che Padova e il Veneto in generale sono diventati dei punti di riferimento per questo tipo di attività. Non è un caso che i Venture Incubator più famosi siano a Padova. Questi offrono, oltre ad ospitalità e magari il commercialista, l'avvocato anche capitali, marketing strategico, internazionalità.

Quindi offre un vero strumento di crescita per le aziende attraverso stimoli anche di tipo economico. Fare questa attività ha rappresentato per noi una rottura degli schemi; noi facciamo edilizia, trasporti, politiche ambientali, sviluppo di aree immobiliari, facciamo perciò tutt'altra cosa. Abbiamo rotto gli schemi cercando appunto di dare una risposta al territorio con un'operazione che non è solo marketing territoriale, ma è uno strumento di crescita vero. Il Venture Incubator parte dall'idea, la guarda, la osserva, la finanzia la sviluppa insieme ad altri imprenditori senza sostituirsi agli altri imprenditori, semplicemente mettendo a disposizione professionalità, che a volte un ragazzo molto

⁹⁹ Amministratore Delegato Gruppo Forti.

giovane non ha. Si tratta pertanto di un'operazione che, partendo da uno sviluppo immobiliare, diventa un vero e proprio strumento di valorizzazione del territorio.

Buone pratiche per il riuso creativo dei contenuti culturali digitali, di Antonella Fresca¹⁰⁰

Nell'era digitale, anche il patrimonio culturale sta diventando digitale, grazie ai programmi di digitalizzazione posti in essere dalle istituzioni culturali, sull'onda di finanziamenti nazionali, europei e di iniziativa privata. Questa grande e crescente quantità di contenuti culturali digitali ha subito negli ultimi anni una forte accelerazione anche dovuta allo sviluppo di Europeana www.europeana.eu, portale per l'accesso ai beni culturali europei, supportato dalla Commissione Europea nell'ambito dell'iniziativa della Agenda Digitale Europea. Il patrimonio digitale rappresenta dunque un potenziale importante, che non può rimanere inutilizzato. Del resto, gli investimenti per la digitalizzazione, specie se a fondo pubblico, devono necessariamente avere una ricaduta positiva sui cittadini e sulla società, e non solo in termini di arricchimento culturale, ma anche in termini di nuove opportunità per le imprese, soprattutto in questo momento di crisi economica e occupazionale.

Gli investimenti relativi alle attività di digitalizzazione sono molto ingenti soprattutto perché, nonostante nuove tecnologie e tecniche volte ad automatizzare il più possibile i processi di digitalizzazione, l'intervento umano è comunque indispensabile a questa attività: si tratta di affiancare agli oggetti digitali scansionati in 2D e 3D la loro descrizione e contestualizzazione, e questa operazione avviene a cura di un curatore o comunque di uno specialista. Si tratta dunque di un'attività di alto profilo che inoltre consuma molto tempo.

A dimostrazione di ciò, alcuni recenti studi¹⁰¹ stimano che:

- il costo totale stimato per la digitalizzazione delle collezioni di musei, archivi e biblioteche in Europa sarà di circa 10 miliardi di € all'anno, per i prossimi 10 anni
- il costo stimato per la conservazione e l'accesso a questi materiali, su un periodo di 10 anni dopo la digitalizzazione richiederà investimenti da 10 a 25 miliardi di €

Corrisponde a questi dati così imponenti l'obiettivo di arrivare ad avere una quantità significativa di beni culturali digitali europei che possa rappresentare la ricchezza dei paesi dell'Unione Europea, ricchezza che ancora non è sufficientemente presente nel mondo digitale.

D'altra parte, accanto alla digitalizzazione, è urgente attivare processi in grado di estendere la vocazione naturale dei beni culturali verso l'istruzione, l'educazione e la ricerca anche al settore delle industrie creative.

¹⁰⁰ Promoter Srl.

¹⁰¹ NUMERIC Study Report: http://cordis.europa.eu/fp7/ict/telearn-digicult/numeric-study_en.pdf;
ENUMERATE Survey Report on Digitisation in European CH Institutions 2012:
<http://www.enumerate.eu/fileadmin/ENUMERATE/documents/ENUMERATE-Digitisation-Survey-2012.pdf>;
EC Comité des Sages Report on Cost of Digitising Europe's CH:
http://ec.europa.eu/information_society/activities/digital_libraries/doc/refgroup/annexes/digiti_report.pdf

L'industria creativa include piccole e micro imprese fino alle grandi corporations, e ha caratteristiche molto peculiari: mentre l'80% del settore è rappresentato da piccole e micro imprese, esse generano solamente il 18% del totale annuo del settore; le grandi imprese, pari all'1% del settore, fatturano invece oltre il 40%. Dunque, sebbene le piccole e micro imprese necessitino indubbiamente di supporto, esse rappresentano comunque un'aspettativa importante in termini di occupazione. Per questi motivi, nella catena di valore "Beni Culturali - Tecnologia - Riuso", l'industria creativa è un elemento chiave da valorizzare, e il patrimonio culturale digitale può offrire nuovi sbocchi, se esistono le condizioni e gli strumenti per utilizzarlo ai fini di creare nuovi prodotti e servizi.

Attualmente esistono alcune barriere da abbattere per permettere il riuso creativo dei beni culturali digitali:

- Mancanza di chiarezza sulle licenze d'uso, particolarmente per le versioni digitali di opere di dominio pubblico;
- Difficoltà tecniche nella ricerca e reperimento dei contenuti, a causa di metadati di bassa qualità;
- Scarsa consapevolezza, da parte delle istituzioni, sul potenziale connesso al riuso del patrimonio culturale digitale.

Certamente una delle priorità su cui il settore pubblico e il settore privato devono lavorare insieme riguarda i diritti di proprietà intellettuale, in quanto una chiara identificazione dei diritti di proprietà intellettuale relativi ai contenuti in formato digitale è propedeutica e indispensabile per allestire procedure per la liquidazione degli stessi diritti, finalizzata al riuso a breve e lungo termine dei contenuti digitali. È inoltre indispensabile sviluppare nuovi modelli di business che tengano conto dei diritti di proprietà intellettuale e dei mercati dell'informazione online, oltre a una mappatura dei contenuti digitali attualmente disponibili nelle diverse collezioni online, per renderne facilmente identificabili i diritti.

Accanto alla questione dei diritti di proprietà intellettuale, gli oggetti digitali stessi devono poter essere facilmente identificabili: ciò può avvenire solamente grazie alle informazioni che sono collegate agli oggetti digitali: i metadati. I metadati sono fondamentali in quanto sono le descrizioni di carattere tecnico e di carattere ontologico che definiscono che cos'è quel particolare oggetto digitale, chi l'ha fotografato, a chi appartiene e così via. Sfortunatamente troppo spesso i metadati collegati agli oggetti digitali che vengono resi accessibili agli utenti online sono scarsi e di bassa qualità.

In parte ciò deriva dalla scarsa conoscenza e dimestichezza delle istituzioni con i criteri e le metodologie di catalogazione del mondo digitale, che indubbiamente può ispirarsi al modo di catalogare i beni culturali come acquisito prima dell'avvento delle tecnologie digitali, ma deve essere ripensato e aggiornato alla luce dei meccanismi del mondo digitale. Inoltre spesso le istituzioni hanno un atteggiamento verso i beni culturali che è di protezione e di custodia; ma nel mondo digitale questo concetto, la custodia, è completamente diverso, ed implica rendere i contenuti aperti ed accessibili, in modo che tutti possano arricchirli e fruirne. Ora, ciò genera nei fornitori di contenuti una certa tensione tra l'esigenza di diffondere l'accesso alle proprie collezioni in formato digitale al fine aumentare propria visibilità (e anche opportunità di mercato per gli archivi privati), e il timore di mettere a repentaglio il valore delle collezioni stesse divulgando troppe informazioni. Nel caso degli archivi che appartengono a imprese commerciali, questa

tensione è ancora più forte, in quanto la commercializzazione dei diritti relativi alle collezioni digitali è l'elemento centrale, da cui derivano i propri profitti.

Tuttavia, le istituzioni traggono certamente beneficio dalla diffusione delle loro collezioni, con buoni metadati, in Internet, perché ciò aumenta la loro presenza e rilevanza nello spazio digitale, permette di raggiungere nuovi utenti, e inoltre, soprattutto nel caso degli archivi di istituzioni pubbliche, rientra nei loro compiti appunto la diffusione del patrimonio culturale e l'accessibilità dello stesso a tutta la società.

Naturalmente, è indispensabile sviluppare un dialogo fra *stakeholders* che vengono da mondi diversi, che hanno linguaggi diversi e che non si conoscono: musei, archivi, biblioteche, archivi privati, industrie creative, e chiaramente gli utenti finali (i cittadini che utilizzeranno i prodotti e i servizi derivanti dal riuso dei beni culturali digitali, i ricercatori che li useranno per far ricerca, le scuole per insegnare e apprendere).

Quali esempi di buone pratiche, per la digitalizzazione, il riuso dei contenuti digitali, la relazione tra soggetti pubblici e privati, ci sono due progetti finanziati dalla Commissione Europea e attualmente in corso che stanno affrontando concretamente questi temi: EuropeanaPhotography e EuropeanaSpace.

EuropeanaPhotography è un progetto finalizzato alla digitalizzazione di oltre 430.000 fotografie di valore storico culturale ed artistico, appartenenti ai primi 100 anni della fotografia. Il progetto è coordinato dall'Università di Leuven e dalla società Promoter S.r.l. che ha il ruolo di coordinatore tecnico, e coinvolge 17 archivi pubblici e privati provenienti da 13 paesi europei, oltre alla Università Tecnica di Atene che ha sviluppato la piattaforma tecnologica per la gestione dei files. A seguito della digitalizzazione e catalogazione, il progetto prevede di rendere disponibili i metadati delle 430.000 immagini sulla biblioteca digitale europea Europeana.

Il problema relativo ai diritti d'autore e di copia è stato profondamente analizzato dal consorzio, che è un mix di partner pubblici e privati. Il problema dei diritti si riferisce sia alle immagini digitali presenti nei depositi locali di ciascun archivio, sia ai metadati inviati a Europeana. Per quanto riguarda Europeana, tutti i metadati presenti nel portale sono accessibili secondo il modello Creative Commons zero (cioè, completamente aperti e riutilizzabili da chiunque) e a ciascuna immagine è associata la descrizione dei diritti relativi al riuso dell'immagine. Questa modalità di accesso ha richiesto un intenso dibattito tra i partner del progetto EuropeanaPhotography che è tra l'altro ancora in corso.

Il progetto è nel secondo anno e il sostegno della Commissione Europea proseguirà fino all'inizio del 2015.. Al momento sono in corso ampie discussioni e proposte per la sostenibilità dell'iniziativa affinché prosegua anche oltre il periodo di finanziamento comunitario. L'obiettivo è inoltre di allargare la rete dai 19 partner attuali coinvolgendo altri archivi in tutta Europa e oltre. Tra gli altri hanno aderito nuovi archivi dell'Ucraina e sono in corso trattative per l'adesione di nuovi archivi Russi.

Nell'ottica del riuso creativo dei contenuti digitali, il progetto EuropeanaSpace, che partirà all'inizio del 2014, promette interessanti risultati. Saranno realizzati tre spazi: uno tecnico finalizzato a sviluppare strumenti per la ricerca e l'archiviazione dei contenuti digitali online; uno sui diritti, finalizzato a comprendere come utilizzare e quali sono i diritti associati ai contenuti; e uno di innovazione, finalizzato a promuovere i prodotti creativi realizzati all'interno del progetto sul mercato reale. Il progetto prevede un ricco programma di eventi aperti alla partecipazione di piccole e medie imprese creative da

tutta Europea: o *hackathons*, *monetising workshops*, *training* e dimostrazioni. In questi appuntamenti dove si studierà e si racconterà l'esperienza generata all'interno del progetto attraverso lo sviluppo di sei temi pilota: Fotografia, Danza, Giochi, Open Publishing, Musei, TV Interattiva.

Le sei esperienze pilota saranno oggetto di indagine sui requisiti, di sviluppo tecnico, di valorizzazione attraverso incontri a livello europeo. Nuovi modelli di business possono nascere facendo sperimentazione anche grazie alla presenza e al coinvolgimento degli utenti e dei visitatori, e ciò dovrà avvenire sia negli spazi virtuali che in quelli fisici, con un nuovo approccio capace di superare pregiudizi e blocchi, come per esempio la preoccupazione, vissuta ancora da molti musei, di perdere visitatori nello spazio fisico se offrono agli stessi uno spazio virtuale.

Nell'ottica della sempre crescente necessità di comunicazione e informazione a livello globale, la società Promoter ha realizzato la piattaforma *digitalmeetsculture* che ospita le vetrine di progetti e iniziative europee e a livello globale. www.digitalmeetsculture.net è una rivista online dove vengono pubblicati articoli e notizie sui temi dell'incontro tra le tecnologie digitali, i beni culturali e le arti. Attualmente il portale raccoglie una media di oltre 12.000 visitatori mensili, a dimostrazione delle potenzialità della rete e dell'immenso potere della comunicazione. Tali potenzialità devono essere non solo analizzate ma soprattutto sfruttate, per attivare un potenziale di crescita grandissimo che ad oggi è ancora troppo immobile.

Al fine di innescare i processi di innovazione e trasformazione di cui abbiamo parlato, è auspicabile e in un certo senso indispensabile che le istituzioni culturali accrescano la loro consapevolezza del ruolo chiave che possono avere e questo è vero soprattutto in Italia, proprio per l'eccezionale concentrazione di beni culturali. Questo processo però non dovrà essere gestito dall'alto e portato avanti unicamente da ministeri e grandi istituzioni nazionali. È invece necessario che tutte le istituzioni culturali, anche quelle locali e meno famose, in prima persona i curatori dei musei, siano aperti, curiosi di leggere, di informarsi, di sperimentare, di incontrare altri e nuovi soggetti, comprese le piccole e medie imprese, lanciare sperimentazioni, confrontarsi con altre istituzioni europee. Tutto ciò permetterà di sbloccare l'accesso all'enorme patrimonio culturale esistente del nostro paese, generando infinite opportunità per l'occupazione e la crescita nel campo del turismo, dell'industria creativa, dell'editoria e di tantissimo altro ancora.

Mappare l'arte in Italia: il futuro del business è digitale, di Piero Muscarà¹⁰²

Sono uno dei soci fondatori di ARTE.it, un progetto che abbiamo avviato dopo un'esperienza di quindici anni nel mondo del digitale. Abbiamo iniziato nel 1996 ad occuparci di Internet e abbiamo registrato questo dominio ARTE.it.

Nel luglio del 2012 prende forma la nostra idea, dopo aver constatato a Roma la mancanza di un'organizzazione, o meglio, una compartimentazione della gestione dei beni culturali, che prevale su quelle che sono le opportunità che potrebbe rappresentare il sistema paese. Ogni singola istituzione ragiona per sé e quindi non è così facile comunicare il fatto che non c'è solo una mostra, un evento ma c'è anche un territorio che ha delle opere altrettanto importanti. Decidiamo quindi di avventurarci in questo mondo vedendo in questa difficoltà un'enorme opportunità.

Il turismo è un'industria che sta avendo uno sviluppo incredibile. In termini numerici i turisti sono cresciuti moltissimo, siamo partiti da meno di 400 milioni negli anni ottanta e siamo arrivati ad oltre un miliardo di turisti, cioè di persone che viaggiano, cioè lasciano il loro paese per andare altrove. L'Italia in questo scenario ha perso in verità vantaggi competitivi rispetto alla concorrenza, però ne mantiene uno specifico. L'Italia è il primo paese al mondo proprio sul tema dell'attrattività, quindi la cultura e l'arte sono in termini proprio di *brand* il primo trattore per l'Italia. Sono 94 milioni le presenze nel nostro Paese, 34 milioni di individui che vengono attratti dalle città d'arte, con una componente internazionale crescente (circa il 60% è turismo internazionale). I punti di forza sono le attrazioni storico-artistiche, il paesaggio, il nostro food, lo shopping.

Poi vi do alcune veloci informazioni sul mondo digitale. Sono 2 miliardi e 800 milioni gli esseri umani al mondo che sono connessi a Internet e, soprattutto nel mondo sviluppato, ormai si raggiungono livelli penetrazione approssimativamente dell'80%. La mobilità mobile ha un trend inarrestabile che sta coinvolgendo i paesi tra i più disparati; sono già 2 miliardi gli utenti che hanno accesso ad Internet tramite mobile che, in alcuni casi, ha superato l'accesso da computer fisso. Groupon ha stimato che il 45% delle transazioni avviene dal telefonino. Anche in Italia c'è una forte penetrazione dei telefonini. Gli utenti si stanno abituando a comprare, ad interagire usando la rete, come già accaduto in tante industrie come la musica, il cinema.

L'e-commerce in Italia non va benissimo, anche se però siamo già a 21 miliardi di fatturato.

Concludendo, va detto che bisogna cominciare a ragionare in un'ottica di fare sistema.

¹⁰² CEO e co-fondatore di ARTE.it.

Al museo con lo smartphone, di Fabio Zinesi¹⁰³

Sostenibilità economica di un museo: un caso di successo, il Museo della Battaglia di Solferino e San Martino.

Un esempio di come marketing, comunicazione e tecnologia sono il supporto quotidiano di un ente culturale

La Società Solferino e San Martino è un Ente Morale nato nel 1871 dalla volontà del conte Luigi Torelli, senatore del Regno, al fine di perpetuare ed onorare la memoria dei Caduti nella sanguinosa battaglia del 24 giugno 1859 a Solferino e San Martino e di tutti coloro che combatterono per l'Unità e l'Indipendenza d'Italia. La Società è impegnata a mantenere vivi gli ideali ed i valori del Risorgimento, promuovendo iniziative volte alla conoscenza di quella fondamentale pagina della storia patria e conservando i monumenti, Musei e le Cappelle Ossario realizzati nei due luoghi storici di San Martino e Solferino, meta ogni anno di numerosi visitatori.

Nel corso del tempo e grazie ad una oculata gestione è riuscita a diventare economicamente autosufficiente. La gestione ordinaria è infatti garantita dagli introiti economici delle visite. La società vanta una media di 40.000 visitatori annui.

Gli ultimi anni sono stati caratterizzati, grazie alla direzione di Bruno Borghi, da una serie di innovazioni tecniche all'interno del museo, come ad esempio la creazione di percorsi basati su QR code, e da una gestione della comunicazione molto efficace.

L'evento della rievocazione storica della battaglia è uno degli elementi di risonanza mediatica più conosciuti al grande pubblico che sono stati affiancati da eventi più legati al territorio e al turismo. Citiamo come esempio la collaborazione che si è instaurata fra il consorzio tutela Lugana che ha permesso durante le serate di apertura estiva della torre di San Martino di allestire negli spazi comuni del museo alcuni punti di degustazione.

L'ultima innovazione tecnologica che è stata resa disponibile al visitatore è la applicazione "Al museo con lo smartphone".

Il progetto

Il progetto prevede una serie di funzionalità ad uso dei visitatori dei Musei di Solferino e San Martino per meglio comprendere i luoghi in cui ebbe luogo la battaglia del 24 giugno 1859.

Due sono le principali innovazioni che verranno introdotte nella applicazione.

La prima parte della app è strutturata come una guida multimediale che ci guida alla scoperta dei monumenti che compongono il polo museale di Solferino e San Martino attraverso schede multilingue che possono essere fruite in formato testo e in formato audio e che si attivano in funzione della vicinanza al singolo punto di interesse.

La guida è organizzata in tre aree: il racconto della battaglia e la nascita della Croce Rossa; i monumenti di San Martino; i Monumenti di Solferino.

Oltre a questo verrà proposta al turista una serie di cinque percorsi tematici da percorrere in bicicletta, attraverso i quali è possibile ripercorrere i luoghi più significativi della battaglia del 24 giugno 1859.

¹⁰³ GCODE srl.

Lungo il percorso, vengono fornite al ciclista – in funzione della posizione rilevata dal sistema GPS – precise informazioni riguardanti la direzione di marcia, la prossimità a eventuali punti critici, la presenza di punti di interesse. Oltre alle indicazioni di direzione, per rendere più interessante e piacevole l’itinerario, vengono via via fornite informazioni “di contesto”, che riportano agli episodi della battaglia in base alla loro collocazione sul territorio.

Per fruire del navigatore, non serve guardare una mappa, ma basta affidarsi alle indicazioni audio e a un semplice display su cui compaiono le indicazioni di direzione, così che il ciclista possa concentrarsi il più possibile sul paesaggio circostante.

La seconda è l’utilizzo della realtà aumentata a vantaggio dell’experience per il visitatore. Attraverso questa tecnologia verranno presentati dei contenuti multimediali agli utilizzatori dell’applicazione in una modalità completamente nuova, quella della Augmented Reality. I contenuti saranno di tre tipi: video, fotografici e testuali.

I video sono stati realizzati con moderne tecniche di animazione e ricostruiscono, partendo da alcuni dipinti e affreschi, alcuni momenti storici della battaglia, ma anche di ciò che avvenne dopo, dalla nascita dell’idea della Croce Rossa ad opera di Henry Dunant, al momento dedicato ai Caduti, con la costruzione degli Ossari sui due siti storici ed a quello di gratitudine verso il Re d’Italia con l’erezione della Gran Torre.

A metà ottobre, in occasione del 120° anniversario dell’inaugurazione di quest’ultima, i contenuti verranno resi disponibili su Apple Store e Android Market.

L’interazione tra PA e cittadini per migliorare i servizi ... in un App di Eugenio Seccia¹⁰⁴ con il supporto di Gaspari Web

La mobilità è un processo inesorabile, in evoluzione immediata e noi, come amministrazione comunale, abbiamo intercettato questa esigenza della cittadinanza. Abbiamo percepito dal territorio quella che è una necessità di informazione immediata.

Un giorno a Pescara è andata via l’acqua e la nostra partecipata che gestisce l’acqua somministrata non poteva far fronte alle centinaia di richieste da parte dei cittadini. Da quell’esperienza negativa ci siamo detti che occorreva trovare uno strumento immediato ed efficace per poter comunicare alla cittadinanza ciò che stiamo facendo e le soluzioni di alcuni problemi.

Se avessimo avuto quest’App, attraverso una notifica Push avremmo immediatamente comunicato alla cittadinanza l’interruzione, il disservizio. Così abbiamo trovato uno strumento a portata di mano che, con notifica Push, informa i cittadini di qualsiasi evento che avviene sul territorio, dalla semplice conferenza stampa al concerto. C’è stata una campagna di lancio con una conferenza stampa e affissione di manifesti e la risposta è stata abbastanza adeguata, perché dal 28 di agosto abbiamo avuto circa 2000 download, di cui abbiamo anche una stratificazione territoriale.

Circa 200 vengono dal territorio comunale, qualcuno addirittura dalla Cina. Circa 300 i download dall’estero.

¹⁰⁴ Assessore all’Innovazione Tecnologica del Comune di Pescara.

È presenta anche una sezione dedicata alle segnalazioni, in cui il cittadino può inviare una foto, una segnalazione (di una buca, un marciapiede rotto...) all'ufficio manutenzione che dovrà intervenire. L'applicazione agisce però anche dal punto di vista positivo del gradimento, perché ci sono anche i like sulle cose che funzionano. Sono stati molti gli operatori (le varie associazioni di categoria), durante la conferenza stampa, che hanno gradito questo strumento perché è un modo di valorizzare tutte le attività che sono presenti sul territorio.

È uno strumento in evoluzione, lo scopo comunque è quello di rendere più gradita la vivibilità del nostro territorio attraverso la infomobilità, innalzando la comodità di vivere il territorio, riducendo al minimo le cose che non funzionano e attuando una politica verso il cittadino.

Buongiorno a tutti, sono il responsabile di Gaspari Web, un'azienda che lavora quasi esclusivamente con la Pubblica Amministrazione. Siamo attivi sul territorio da molto tempo, questo è il nostro centesimo anno di attività. Noi pensiamo che le nuove tecnologie insieme allo sviluppo di quello che è lo stato siano una possibilità enorme, soprattutto per quanto riguarda il nostro patrimonio culturale.

L'ente stato deve mettersi in prima persona a rilanciare la valorizzazione del patrimonio culturale, non lasciandolo fare solo alle attività private. In questo modo dà la possibilità di avere vetrine gratuite; le push notifica sono uno strumento fantastico perché ne posso usufruire sempre e ovunque e poi, soprattutto, perché sono gratuite.

10. LUCCA HERITAGE TRA PASSATO E FUTURO: RIPROGETTARE VALORIZZANDO I PROPRI ASSET

Apertura di Stefano Baccelli¹⁰⁵

Buongiorno.

Tocca a me aprire la discussione di stamani sulle potenzialità che una città come Lucca, una città con una lunghissima storia e con sedimentazioni artistiche che vanno dall'epoca tardo etrusca fino ai nostri giorni, può offrire rispetto al futuro. Io credo che il concetto di fondo che ognuno di noi deve costantemente cerca di percorrere è l'attenzione per il passato, in termini naturalmente di conservazione, ma il passato in una visione che ci proietta verso il futuro. Abbiamo un grande passato dietro le spalle e, appoggiati alle grandi cose che possediamo, dobbiamo discutere di come vorremmo collocare la città nei prossimi vent'anni ovvero di come intendiamo utilizzare il patrimonio che abbiamo ereditato per poterlo mettere a frutto, per poter far sì che questo patrimonio permanga oggi un motore importante per la vita della città nella sua interezza.

Lucca ha delle specificità che la caratterizzano in maniera direi quasi esclusiva. Il fatto che ci sia una cinta muraria che la chiude interamente rispetto alla città nuova, o meglio, che divide la città antica dalla città nuova, è elemento di grande suggestione, ma anche elemento di forte problematicità. Ciò in quanto stabilisce la necessità forte, dal punto di vista urbanistico, di connotati che hanno bisogno di creare equilibri dal punto di vista funzionale tra ciò che è fuori e ciò che dentro; anche perché il patrimonio all'interno, dal mio punto di vista, non può essere conservato senza recuperi funzionali di grande rilievo. Se la città non è abitata, non ospita funzioni, non è capace di produrre economia, io credo che quel patrimonio non possa conservarsi. L'impegno oggi è quello di poter rifunzionalizzare e di continuare a funzionalizzare il centro storico, in vista del suo mantenimento, nel rapporto con ciò che abbiamo all'esterno. Perché anche l'esterno può urbanisticamente vivere solo nella consacrazione di alcuni equilibri che ereditiamo dal passato. Non dimentichiamo che Lucca è stata fino al 1847 una città-stato, vale a dire che all'interno della città vi erano tutte le più importanti funzioni che uno stato poteva possedere.

Oggi abbiamo delle grandi emergenze perché molti degli edifici ereditati dal passato sono diventati non più attuali funzionalmente. Dunque, da questo punto di vista, l'impegno oggi è recuperare le parti del centro storico ereditate dal passato, con funzioni diverse rispetto a quelle del passato. Funzioni utili alla prosecuzione della dinamicità che il centro storico deve conservare.

Un altro aspetto che ritengo di notevole rilievo è la funzione di conservazione in termini museali che pone problemi molto grossi di continuità, in quanto oggi il problema della conservazione del patrimonio artistico deve coniugarsi necessariamente con il reperimento delle risorse utili per la continuazione di quella conservazione. Non si può più pensare di costituire una serie continua di musei che non abbiano in sé il principio del loro mantenimento, il principio del loro automantenimento. Non abbiamo risorse sufficienti, e

¹⁰⁵ Presidente della Provincia di Lucca.

forse meno ne avremo in futuro, per far sì che la conservazione tout-court possa bastare a se stessa. Anzi, da questo punto di vista, avremo sempre di più difficoltà a mantenere quello che abbiamo ereditato, il patrimonio che dobbiamo custodire. Pertanto la custodia del patrimonio si deve coniugare con la valorizzazione di quel patrimonio, per creare principi di autonomia finanziaria che consentano di mantenere il livello di custodia ad un livello soddisfacente.

Così è avvenuto per il Museo Puccini, la casa natale di Giacomo Puccini. È stato un recupero molto importante perché condotto con criteri filologici accurati che hanno restituito gli ambienti, vissuti dal maestro, dalla metà dell'Ottocento in poi, ma quel museo ha avuto la sua completezza nella biglietteria e nel bookshop, luogo di vendita degli oggetti che sono appositamente costruiti per il museo, che costituiscono l'elemento che dovrebbe consentire al museo di funzionare in autonomia.

I restauri delle mura che, insieme alla Fondazione Cassa di Risparmio e alla Regione stiamo portando avanti, non riguardano solo il monumento nella sua conservazione, ma tentano di recuperare parti del monumento che diventino importanti per la sua valorizzazione d'insieme. Il recupero dei sotterranei dei baluardi e della casa del boia, in prossimità del baluardo di San Salvatore, all'interno della quale abbiamo ritenuto di poter collocare un centro documentazione per la Via Francigena, va in questa direzione. E questo perché ci interessa intercettare nuovamente su Lucca quel pellegrinaggio religioso verso Roma, come nel Medioevo, che dovrebbe, nelle intenzioni del progetto europeo sulla via Francigena, fare di quel tracciato l'equivalente nella linea Nord-Sud di ciò che Santiago è nella linea Est-Ovest. Quindi il recupero delle mura è sì teso alla conservazione del monumento ma è anche teso, in prospettiva, a fare del monumento un punto di acquisizione di risorse affinché il monumento possa continuare a esistere nella sua completezza. La città d'arte si conserva solo se trova i principi e i motori della sua conservazione.

Un altro tema che abbiamo affrontato in questi ultimi tempi nelle discussioni che ineriscono ai restauri importanti, che dovrebbero impegnare risorse per una decina di milioni di euro, è quello delle mura come parco urbano; non solo quindi verde a disposizione della città ma anche verde molto attrezzato, in linea con ciò che il presente può offrire per proporsi come elemento esclusivo rispetto al confronto anche con altri parchi urbani. L'idea di avere un tracciato, per i non vedenti, un cablaggio sotterraneo per il percorso delle mura, con ogni trecento metri spiegazioni per far capire a chi non vede dove si trova, credo che sia un aspetto di notevole interesse. Così come il fatto che il parco sarà dotato di defibrillatori.

In conclusione, l'idea del parco si sposa oggi con elementi di novità essenziali per fare del parco un punto di incontro al livello delle attese di oggi.

Intervento di Alessandro Tambellini¹⁰⁶

Buongiorno a tutti.

Credo che anche per la mancanza di visione degli amministratori pubblici, a livello non solo locale, da qualche decennio nel nostro Paese non si faccia più architettura, ma solo

¹⁰⁶ Sindaco di Lucca.

edilizia. Se pensiamo a Lucca, alle sue mura e a quel che invece è diventata negli ultimi vent'anni l'immediata periferia, anche zone residenziali di pregio come, per esempio, San Marco, ci rendiamo conto di come le mura, o meglio, quel vincolo-storico artistico che data 1939, abbiano trattenuto e salvaguardato la bellezza sino alla circonvallazione e alle Ville Liberty, intorno alla circonvallazione, per poi lasciare spazio non più all'architettura ma all'edilizia.

E questo secondo me si è determinato anche perché la legge regionale ha dato troppi poteri alle amministrazioni locali. Delle amministrazioni virtuose avrebbero immaginato un piano strutturale che spalmasse quelle volumetrie in trenta-quarant'anni, ma soprattutto avrebbero prima costruito un'idea di città, di sviluppo, di servizi pubblici, di infrastrutture, di risorse necessarie (pensiamo alla risorsa idrica). Un'idea che di per sé, forse, il mercato non indovina.

Per programmare bisogna avere un'idea di città, un'idea di futuro, un'idea in prospettiva. Pertanto dobbiamo certamente andare avanti continuando a fare i recuperi dei beni culturali, ma ripensando prima le funzioni di questa città, partendo dalle mura e dal centro storico. Per dirla con una slogan, non c'è tanto bisogno di ulteriori contenitori recuperati, ma piuttosto di ragionare su quei contenuti, sugli accessi, su come promuovere Lucca, il suo brand e potenziale straordinario delle sue mura o quello della casa natale diciamo Puccini. Ragionare insomma sull'idea che abbiamo di sviluppo della città, che è senza dubbio cambiata sotto i nostri occhi negli ultimi quindici anni (pensiamo solo all'aumento incredibile delle presenze di ospiti stranieri, di turisti). Occorre trovare un equilibrio tra conservazione e sviluppo.

Grazie.

Anteprima dei risultati del secondo rapporto sui ‘Modelli di sviluppo delle città d’arte’, di *Gilberto Bedini*¹⁰⁷

Il compito che mi era stato assegnato dalla Fondazione Promo P.A. era relativo alla collaborazione alla redazione di un rapporto sulle città d’arte italiane, con un focus sul caso della città di Lucca. Mi limito quindi ad una esposizione sintetica di tale contributo sottolineando i contenuti che, a mio parere, appaiono più rilevanti in merito al modello di sviluppo che si va delineando per il centro storico di questa città.

E questo è il secondo rapporto sulle città d’arte italiane, il primo fu edito due anni fa. Nel presente rapporto vengono ripresi i temi generali già dibattuti nel precedente, alcuni dei quali sono comuni a tante città d’arte. Una particolare attenzione è stata rivolta su alcuni temi e problemi, quali: l’equilibrio tra diverse e complesse problematiche delle città d’arte (ad esempio tutela e sviluppo) in rapporto alla identità dei centri antichi che vogliamo assegnare al futuro; in rapporto allo scenario economico cui dobbiamo riferirci, con attenzione a quello del turismo, ma anche a quelle attività terziarie connesse con il turismo; in rapporto alle attività artigianali che stentano a rimanere nei centri storici per difficoltà di accesso agli stessi; in rapporto alla valorizzazione dei beni culturali, ecc.

Lucca, fino a non molti anni fa, veniva descritta come una città sonnolenta, un po’ pigra, statica. Ma non mi pare che queste definizioni siano calzanti. Ne sono riprova gli interventi che da qualche anno sono stati realizzati dalle pubbliche amministrazioni e da parte di privati, o sono in corso di attuazione, per rilanciare l’attenzione al valore formale e all’economia di questa città d’arte. I due interventi più rilevanti in questi anni sono stati realizzati nell’area orientale, e sono in corso nella porzione occidentale della città; si tratta delle aree più flessibili ad accogliere nuove destinazioni d’uso perché sono quelle che nella forma e nella dimensione dell’assetto urbano hanno spazi e superfici più dilatate e con tipologie architettoniche specialistiche (si tratta in genere di antiche strutture conventuali o monasteriali), pertanto più facilmente adattabili a nuove funzioni. Sono le aree che sono state incluse nel perimetro delle mura cinque-seicentesche, nelle quali permangono anche ampi spazi verdi sia ad est che ad ovest.

Gli interventi realizzati contribuiscono a riconfigurare una scena urbana che non ha solo valore dal punto di vista della valorizzazione e del restauro delle architetture, ma assegnano un nuovo ruolo, nuove funzioni e frequentazioni a settori urbani e a edifici rimasti un po’ “fuori mano” rispetto ad altre parti. In sintesi, si viene generando un indotto economico che ha e potrà avere in seguito ampie e positive ricadute sulle restanti parti della città. Questo vale per quanto è stato fatto dalla Fondazione Cassa di Risparmio nel settore orientale e vale e varrà ancor più per quanto si potrà fare nell’area occidentale con il recupero della cospicua mole della ex Manifattura dei Tabacchi e degli edifici delle vecchie caserme circostanti, anche se tutti questi immobili soggiacciono alle procedure complesse dei lavori pubblici e dei piani attuativi di intervento. Sono progetti che vanno velocità diverse di attuazione, ma entrambi costituiscono elementi fondamentali per la rivitalizzazione della città, per i cittadini (che sono i primi utenti della città stessa) e per “gli ospiti” della città – così preferisco chiamare i turisti – che alimentano l’economia cittadina.

¹⁰⁷ Architetto e Urbanista.

Nell'area più centrale della città murata si ripresenta, inoltre, la possibilità di ristrutturazione e riuso dell'antica struttura conventuale della Madonna del Carmine che, negli anni Trenta del secolo scorso, era stata adibita a mercato di generi alimentari. Un intervento che può attivare per tutta la città nuovi interesse in quanto può essere connesso alle aree dell'antico orto del convento stesso e al palazzo della Signoria di Lucca (il palazzo Guinigi, con la torre alberata), ma anche con altri edifici circostanti che appartengono al demanio comunale e con l'asse commerciale principale della città, la via Fillungo, che non dista più di cinquanta metri dall'area del vecchio mercato.

Pur limitandoci a quanto sommariamente detto in precedenza si può affermare che vi sono nuove occasioni e opportunità per una riconsiderazione in termini di sviluppo delle strutture architettoniche e del tessuto urbanistico della città.

Alla dimensione spaziale, fisica, strutturale che riacquista vigore e splendore con i vari interventi in fieri, occorre aggiungere, a mio parere, la necessità della riconsiderazione della dimensione che potremo definire "metafisica" della città, ovvero di quegli aspetti che non appartengono alla dimensione materiale e alle strutture edilizie, ma che riguardano la vitalità della città, la quotidianità, la vita di chi ci abita e lavora.

Non ci stancheremo mai di ricordare quanta attenzione occorra per evitare l'inserimento di elementi estranei alla dimensione spazio-temporale che la città ha costruito nel tempo e che sono ancora avvertibili, tanto che sono elementi che richiamano l'interesse della cultura e della frequentazione turistica contemporanea. Occorre evitare di produrre effetti negativi sui valori identitari immateriali, ma anche su quelli materiali (le strutture fisiche della città: gli edifici, le strade, le piazze, ecc.). Si rischia così la distruzione di quanto si riconosce come valore. Occorre togliere la città d'arte dalla logica irreversibile del consumo dei beni culturali, della loro scomposta fruizione. Occorre mobilitare tutte le forze qualificate del settore, coinvolgendole in un impegno di confronto, di metodo, di sperimentazione, coagulando la disponibilità di Istituti e Centri di ricerca, in un grande disegno di progettualità. Richiamo quanto, da tempo, ha sostenuto Francesco Guerrieri nel dibattito sul degrado delle città d'arte: occorre saper coniugare passato e futuro, cablare la città antica, recuperarne in senso moderno il tessuto storico, promuovendo nuove e più prestigiose condizioni di vita. Occorre passare al più presto a sperimentare la fattibilità di queste istanze in casi concreti. La città moderna non è la città degli utopisti né quella degli urbanisti: la vera città moderna è ancora la città antica, intelligentemente usata, attrezzata, recuperata.

Occorre rinnovare l'attenzione e la cura per la città storica, perchè ciò che attira interesse per una città come questa è la sua identità.

Una delle prerogative di Lucca, rispetto a tante altre, è quella di essere città d'arte in cui le varie successive fasi del suo modellarsi sono facilmente osservabili semplicemente percorrendo le sue strade. Lucca è città stratostorica, come diceva Carlo Ludovico Ragghianti. Si avverte nel disegno della maglia stradale, nel permanere della presenza delle antiche *insulae* romane, nella continuità delle tipologie edilizie medievali, quali le torri e le case torri, fino a quella dei palazzi cinque seicenteschi e quelli dei secoli successivi. Lucca è una città che ancora si legge, come un libro aperto, in tutta la sua dinamica temporale. Diventa dunque importante stabilire regole relative alla previsione di nuove funzioni e di nuove destinazioni d'uso in un contesto urbano come questo che non è sonnacchioso e pigro, bensì dinamico e attivo, e in continua trasformazione.

Agli interventi realizzati e in corso, si deve aggiungere una nuova importante occasione rappresentata dal museo della Francigena realizzata nell'antica casa dei bombardieri, poi casa del maestro di giustizia. E questo è un ulteriore elemento di valorizzazione della città, perché gli itinerari della Francigena verso Lucca (città del Volto Santo) e la cinta delle mura (in corso di restauro), invitano a riaprire relazioni sul territorio rievocando l'antica – a tutt'oggi valida – dimensione del territorio lucchese che si estendeva intorno alla città murata nel distretto delle sei miglia, includendo la pianura e tutto l'arco collinare con il suo paesaggio quasi totalmente integro e ricco di valori architettonici e paesaggistici.

I caratteri della città e il progetto della Francigena, spronano a rivedere un più dinamico e corretto rapporto tra dentro e fuori le mura, venuto a mancare nello sviluppo recente. In questo modo, probabilmente, è possibile riconsiderare non solo il valore proprio della città d'arte, ma anche gli episodi edilizi più recenti che oltre la cinta delle mura possono assumere nuove forme e ruoli funzionali. Per la città d'arte di Lucca si può, in sintesi, proporre un piano che si svolga su due principali livelli operativi: la riconfigurazione formale e funzionale delle aree e degli edifici, cui abbiamo accennato, e contemporaneamente agire nell'ambito di un processo di manutenzione programmata.

TAVOLA ROTONDA

Intervento di Claudio Guerrieri¹⁰⁸

Il tema del rapporto fra la valorizzazione dei beni culturali e lo sviluppo economico è di fondamentale importanza per la crescita del nostro sistema d'impresе, in una regione ed un territorio come il nostro così dotati in termini di qualità, quantità e varietà di beni ed attività culturali. Tanto per avere un'idea dell'incidenza, sottolineo che oggi turismo e cultura contribuiscono per il 10% alla formazione del Prodotto Interno Lordo italiano. È una cifra importante destinata a crescere, anche in modo esponenziale, in un panorama economico globale che vede l'altro perno del nostro sistema economico, ossia il settore manifatturiero, alle prese con una concorrenza di livello globale, che difficilmente permetterà un'espansione, ma semmai l'obiettivo sarà quello di consolidare e qualificare il nostro manifatturiero.

Da uno studio realizzato da Confindustria Firenze circa due o tre anni fa, abbiamo visto che nel giro di dieci, dodici anni l'incidenza di turismo e cultura nella formazione del Prodotto Interno Lordo potrà raddoppiare, arrivando al 20%. E perseguire questo obiettivo vuol dire fare delle scelte precise, aumentare le risorse destinate e indirizzarle verso progetti che coniughino qualità culturale e sviluppo economico. In un quadro di ampia collaborazione fra tutti i soggetti pubblici e privati interessati.

Sono veramente convinto che il binomio turismo cultura possa consolidarsi all'interno dello sviluppo complessivo del nostro territorio, così come sono convinto che LuBeC in questa partita abbia giocato e giocherà ancora un ruolo importante.

Intervento di Marcello Bertocchini¹⁰⁹

Tengo a sottolineare che l'intervento sul convento di San Francesco è stato effettuato con i fondi patrimoniali, non con le erogazioni. È quindi un investimento di patrimonio della Fondazione, che ha il suo valore. Come sapete le fondazioni di origine bancaria devono fare investimenti dai quali trarre reddito; questo è un investimento dal quale non si trarrà del reddito monetario ma si trarrà del reddito di valore, impalpabile però sicuramente molto prezioso. Un reddito di cultura, di scienza, di ricerca che si farà in quel luogo. E se da qui in avanti avrà una gestione efficace, potremo effettivamente avere dei ritorni importanti.

Colgo l'occasione per dire che la Fondazione non fa solo questo, anche dal punto di vista erogativo l'impegno è piuttosto importante. Al segmento dei beni culturali va circa il 40% di quel 30% che di solito viene dedicato contestualmente all'arte dal settore e, quindi, su un livello erogativo annuale ormai stabile tra i 25-27 milioni annui che rappresentano circa il 10-15%.

All'interno degli organi della fondazione la possibilità di progettare è a tre anni; è dunque in fase decisionale avanzata l'idea di vedere una progettualità a medio-lungo termine,

¹⁰⁸ Presidente Camera di Commercio di Lucca.

¹⁰⁹ Direttore della Fondazione Cassa di Risparmio di Lucca.

ossia a tutto il 2016. E ci saranno delle proposte di interventi importanti. A questo proposito, la scelta degli organi della Fondazione è quella di poter contare a livello locale, attraverso un gioco di squadra, sul fatto che le risorse messe sul tavolo dalla Fondazione si moltiplichino grazie agli interventi di soggetti anche regionali, come già avvenuto nel caso delle mura.

Intervento di Gabriella Biagi Ravenni¹¹⁰

Volevo partire da un motivo di soddisfazione personale e della Fondazione Puccini. Quest'anno siamo qui al LuBeC anche come espositori e il coinvolgimento del Museo della Fondazione Puccini lo vogliamo leggere come un riconoscimento del lavoro che è stato fatto da tanti.

C'è una sorta di intreccio tra Puccini e San Francesco. La musica a Lucca è presente ovunque e San Francesco è il Pantheon dei musicisti, vi è sepolto Boccherini. Nel passato i frati e le amministrazioni comunali ritennero opportuno mettere delle lapidi che ricordavano i musicisti; c'è la lapide di Gemignani, la lapide di Puccini e San Francesco era la sede di una confraternita di musicisti, la confraternita di Sant'Antonio (anche se la sede era San Francesco), una sorta di sindacato di cui facevano parte gli antenati di Puccini. Quindi San Francesco e la musica in generale hanno un legame strettissimo.

Prima il sindaco ha parlato di un altro importante recupero, quello della manifattura, e anche in quel caso c'è una memoria musicale straordinaria. Quello era il convento di San Domenico e nella chiesa interna al convento, che purtroppo non c'è più, ha debuttato Luigi Boccherini nel 1756 come violoncellista, diretto da Giacomo Puccini Senior. Insomma dovunque si trova una memoria musicale.

È in ballo la candidatura di Lucca come città della musica. Sicuramente la città è stata ed è piena di musicisti e di musica, tanto come memoria quanto come musica viva. Pur essendo una città piccola Lucca ha sempre dato alla musica un'importanza particolarissima. Intorno alla metà del Cinquecento, un'istituzione musicale fissa era considerata rappresentanza, elemento di decoro ovviamente verso l'esterno, non interno. Lucca si gloriava di avere la possibilità di accogliere gli ospiti stranieri, facendo della bella musica e avendo un'istituzione che lo garantiva. La città-stato lucchese sosteneva la musica e, forse, non tanto per amore della musica in sé ma proprio perché la usava come biglietto da visita. E questo è il motivo per cui Lucca ha questo parterre di musicisti che le invidiano anche città ben più grandi.

Tuttavia è evidente che tra tutti questi Puccini spicca in maniera netta. E non voglio fare delle graduatorie di merito, non voglio dire che Puccini è più grande di Boccherini, però senz'altro Puccini è conosciuto dovunque nel mondo e altri compositori lucchesi sono conosciuti in una cerchia più limitata. Pertanto il recupero della casa Puccini e ciò che continuiamo a fare nel cercare di lanciare sempre di più la conoscenza e la fruizione di questa casa, possono diventare uno dei brand assolutamente prioritari nel futuro. Io credo che il legame tra la città e Puccini sia qualcosa che può giovare a tutti e anche per l'incredibile ricchezza che abbiamo dal punto di vista storico, monumentale e ambientale

¹¹⁰ Direttore Fondazione Giacomo Puccini.

Puccini può davvero essere il brand che attira quel turismo di qualità, quel turismo culturale che deve rappresentare la nostra meta.

Intervento di Ilaria Del Bianco¹¹¹

L'intervento della nostra associazione, dell'Associazione Lucchesi nel mondo nell'ambito del tema che stamattina abbiamo affrontato, si restringe in maniera particolare alla valorizzazione del patrimonio della nostra città e del nostro territorio. E per comprendere come questo sia possibile, desidero spendere qualche parola per illustrare brevemente che cosa sia la nostra associazione a beneficio di coloro che per la prima volta ne sentono parlare.

L'Associazione Lucchesi nel mondo nacque 45 anni fa per iniziativa prevalentemente di soggetti privati, per creare un ponte di collegamento tra la città, il territorio lucchese e i moltissimi che all'estero erano emigrati. Lucca ha avuto nel corso dei secoli una lunga storia di emigrazione, una vocazione alla mobilità che non si riscontra in altri territori della Toscana e che è proprio tipica della lucchesia. Dunque questo fu lo scopo per il quale fu fondata la nostra associazione, il cui atto costitutivo fu sottoscritto non solamente da privati cittadini ma anche da rappresentanti delle istituzioni. E questo 45 anni fa era un fatto piuttosto inedito.

L'atto costitutivo fu firmato dal sindaco di Lucca, dal Presidente della Provincia, dal Presidente della Camera di Commercio e dal Presidente dell'Ente Provinciale del Turismo. Ciò significa che 45 anni fa, prima di tutti i ragionamenti che adesso si stanno facendo soprattutto nell'ambito dell'associazionismo di emigrazione, la capacità di cogliere nelle comunità all'estero un'opportunità importante per la valorizzazione dei territori locali, era sorta proprio a Lucca.

È da tener presente che nelle comunità all'estero è rimasto e continua a svilupparsi forte un attaccamento al territorio di origine, che diventa attaccamento al suo patrimonio culturale, alle sue tradizioni, alla sua cultura e alla sua storia. Ed è un legame che riporta costantemente i lucchesi che vivono all'estero nella nostra città. Quest'anno, celebrando i 45 anni di attività con molte iniziative, abbiamo fatto percorrere il tessuto urbano della città e i luoghi di cui si è parlato prima, dal San Francesco alla cerchia delle mura, ai nostri che sono ritornati. E si parla di centinaia e centinaia di persone.

Inoltre l'attaccamento al territorio di origine fa sì che i nostri all'estero diventino promotori, e in alcuni casi sostenitori, di interventi di restauro sul patrimonio culturale e sui beni culturali del territorio lucchese. Penso alle ristrutturazioni che nel corso del tempo sono state fatte in molte chiese dei paesi della Media Valle e della Garfagnana. Penso a paesi come Limano, uno dei borghi più belli d'Italia nel comune di Bagni di Lucca, completamente ristrutturato grazie ai lucchesi che vivono all'estero, che hanno deciso di investire i patrimoni costruiti all'estero con il loro lavoro per recuperare e valorizzare le case di famiglia che avevano su quel territorio.

Un ultimo accenno a un'iniziativa recente nella quale l'associazione è stata coinvolta, quella per il restauro della Cappella del Volto Santo. Si può dire che il contributo dei lucchesi che vivono all'estero rispetto a questo intervento di restauro sia stato in

¹¹¹ Presidente Associazione Lucchesi nel mondo.

proporzione quasi superiore al contributo di coloro che vivono e risiedono in Lucchesia. E questo è un dato che ci fa molto piacere, non solo per la testimonianza della capacità dell'associazione di coinvolgere e di promuovere progetti, ma proprio per la rispondenza che all'estero questi progetti possono avere.

Riprendendo il titolo di questa tre giorni cultura, si può dire che anche per la nostra associazione la cultura diventa password per il futuro. Infatti ormai non ci troviamo più solo a rapportarci con le generazioni che hanno subito l'immigrazione, ma ci troviamo a dover intercettare gli oriundi, cioè i lucchesi nati all'estero di seconda e di terza generazione. E il rapporto con gli oriundi si può costruire solamente legandosi al tema della cultura e, quindi, avvicinando queste generazioni che, pur magari avendo perduto la lingua, pur magari essendo pienamente integrate nella società in cui sono nate, si sentono pienamente italiane ed orgogliose delle loro radici lucchesi.

Inoltre l'associazione, che ha circa ottanta sedi all'estero e più di otto mila famiglie iscritte, diventa sicuramente un vettore qualificato per una promozione altrettanto qualificata della promozione turistica del e non del nostro territorio. Tramite le maglie della nostra rete internazionale, infatti, giungono qui centinaia di privati che, al di là dei grandi tour operator che si muovono a livello internazionale, risiedono a lungo nel nostro territorio, beneficiano dei servizi che sono anche a corollario del sistema turistico ed inoltre offrono, oltre ad una promozione turistica, anche una promozione economica della Lucchesia, sia per quanto riguarda l'edilizia sia per quanto riguarda l'export, perché molti dei nostri lavorano moltissimo anche sui prodotti tipici lucchesi.

Desidero concludere con un accenno al Museo di Celle. Per strane traversie l'associazione nel 1973 inaugurò il museo pucciniano a Celle di Pescaglia. L'Associazione Lucchesi nel mondo ne è diventata proprietaria perché le nipoti di Giacomo Puccini, ossia le figlie di Ramelde la sorella prediletta di Giacomo, decisero di donare tutti i cimeli che erano in loro possesso all'ente che avrebbe proceduto al riacquisto e al restauro della casa di origine dei Puccini (la dinastia dei Puccini non è lucchese bensì originaria di Celle di Pescaglia).

Naturalmente la prima proposta fu fatta al Comune di Pescaglia che però, per diversi motivi, non poté procedere all'acquisto della casa. Quando l'allora presidente dell'Associazione Lucchesi nel mondo, il dottor Valerio Cecchetti, seppe di questo affare sfumato, tentò subito di convincere queste signore a donare i cimeli in loro possesso all'Associazione Lucchesi nel mondo. Per convincerle, il dottor Cecchetti dette prova di grandi capacità e di grande sensibilità citando la vicenda migratoria della famiglia Puccini, con Michele, il fratello di Giacomo, che aveva anche lui lasciato Lucca per recarsi in Argentina da migrante e che poi era morto in circostanze piuttosto sfortunate in Brasile. Ricordò la Fanciulla del West, la bellissima opera in cui entra a pieno titolo anche la vicenda migratoria. E raccontò dell'orgoglio che la notorietà di Giacomo Puccini dava ai nostri all'estero.

Fu così che nacque il museo di Celle e l'Associazione Lucchesi nel mondo, nel corso degli anni, grazie ad una collaborazione strettissima fra pubblico e privato, tra la nostra associazione, che è un ente morale, il Comune di Pescaglia e la Fondazione Cassa di Risparmio, è riuscita a valorizzare il museo, ad acquisire nuovi pezzi importanti e, quindi, arricchire la collezione nonché a procedere, prima del 2005, ad una fondamentale opera di restauro architettonico dell'immobile e, nel 2008, ad una nuova collocazione dei cimeli esposti in nuove bacheche.

Tutto questo impegno dei lucchesi del mondo è stato suggellato dall'entrata della nostra associazione all'interno della Fondazione Puccini, perché riteniamo che la Fondazione Puccini debba essere il nucleo dentro al quale si possano costruire nuove logiche per valorizzare Lucca e il suo territorio nel nome di Giacomo Puccini.

Intervento di Raffaele Domenici¹¹²

Il Rotary è un'associazione di service che esplica il suo servizio su varie attività livello internazionale. Porta poi avanti anche una serie di iniziative sul piano locale e i vari club hanno tra i loro compiti anche quello di contribuire alla tutela dei beni culturali e artistici della zona in cui operano.

Uno degli interventi più significativi realizzato dal nostro distretto, quello della Toscana, è stato una ventina d'anni fa l'ultima cena del Tintoretto nella chiesa di San Martino. È conservato nel Duomo in una delle navate più importanti. Tra l'altro il restauro ha consentito anche di attribuire con certezza l'opera al Tintoretto, perché ha dimostrato che sono state fatte alcune correzioni in corso d'opera che solo il maestro poteva fare. Altri interventi sono stati effettuati nella chiesa di San Frediano, la Natività di Maria, restaurato una ventina di anni fa, e la Cappella Buonvisi. Una delle cose a cui teniamo è il contributo che il Rotary ha dato alla realizzazione della statua di Giacomo Puccini.

Anche nella Chiesa di Santa Maria foris portas è stata realizzata una serie di interventi, in particolare su due grandi tele, l'incoronazione della Vergine di Girolamo Squaglia e San Michele Arcangelo, Sant'Agostino e San Ligorio di Giovanni Marracci, entrambe opere di grandi dimensioni. Un'altra iniziativa è il dono all'istituto musicale Boccherini del busto dell'immagine ricostruita sulle spoglie di Luigi Boccherini. Altre due tele che sono state restaurate una decina d'anni fa sono Pirlò che parte per la guerra di Troia di Raffaele Giovannetti e Cornelia presenta i figli alla matrona di Capua di Vincenzo Camuccini, entrambe nelle sale di rappresentanza della Provincia di Lucca. Da ricordare anche l'intervento di restauro nel Cimitero degli Inglesi di Bagni di Lucca e la piazzetta di fronte all'Istituto Boccherini, che il Rotary si è fatto carico di risistemare per renderla fruibile come spazio.

Oltre agli interventi, vanno segnalate anche altre iniziative in ambito culturale. La Fondazione Puccini, la Fondazione Cassa di Risparmio e il Rotary hanno istituito alcuni anni fa il premio Rotary Puccini, che attribuisce un riconoscimento a degli studiosi che hanno operato sul tema della Musicologia di Puccini. Il Rotary ha poi partecipato alla costituzione della Fondazione Barsanti e Matteucci, che ha lo scopo di presentare la loro opera rivendicandone la primogenitura nella scoperta del motore a scoppio. Proprio poche pochissime settimane fa c'è stata l'inaugurazione della sede.

In ultimo volevo citare altre iniziative attuali. Le statue di Rabarama, l'artista che espone sulle mura e in alcune aree del centro storico. E vorrebbe essere questa la nostra partecipazione alle iniziative per i cinquecento anni delle mura. Un'altra iniziativa che stiamo allestendo e partirà a febbraio-marzo ci è stata in qualche modo suggerita dall'inaugurazione del nuovo ospedale che avverrà il prossimo anno e che è stata appunto lo spunto per una riflessione sulla tradizione sanitaria lucchese nel tempo. Siamo andati

¹¹² Presidente Rotary Club Lucca.

così a ripercorre un po' la storia degli ospedali, anche raccogliendo una serie di immagini fotografiche, a partire da fine Ottocento-primi Novecento, che ripercorre un po' l'iconografia dei vecchi ospedali. Allestiremo pertanto una mostra tra febbraio e marzo nella Fondazione della Banca del Monte in piazza San Martino, alla quale invitiamo tutti a partecipare.

Conclusioni di Alessandro Tambellini

Io credo che questa sia la città ha la possibilità di divenire una città ideale, perché ha mantenuto intatto un determinato contesto, il centro storico è sostanzialmente poco mutato, a parte alcuni innesti durante il fascismo veramente poco felici. La città ha mantenuto il tessuto che tutti le riconoscono e che possono osservare. È necessario tuttavia stabilire quei criteri di nuova funzionalizzazione, di scelte funzionali dai quali non si può prescindere. Quindi questa città deve interrogarsi sul suo futuro, deve chiedersi quali sono gli elementi che intende valorizzare per il suo futuro, il suo domani. Io credo che non possa essere un domani esclusivo di turismo, ma dobbiamo stabilire un buon melange fatto di impresa manifatturiera, di turismo, di cultura. Anche di agricoltura, perché questa significa paesaggio e il paesaggio è anch'esso un momento culturale.

Non dobbiamo dunque dimenticarci che il primo aspetto è la progettazione del futuro. Sicuramente non si può andare avanti come negli ultimi anni, ma dobbiamo invertire il passo. E quindi meno consumo di territorio. riuso dell'esistente, rifunzionalizzazione. Dobbiamo curare moltissimo il centro storico perché è il motore di un intero comprensorio. Se il centro storico di Lucca culturalmente e turisticamente funziona, porta con sé anche tutto il resto, il sistema delle ville, la Garfagnana. Nel contempo rendere ciò che è attorno alla città funzionalmente utile e anche funzionalmente di pregio nell'ambito generale è l'impegno di domani.

Un altro aspetto toccato stamattina è l'impossibilità di far proliferare strutture conservative senza una loro opportuna capacità di sostegno. Quindi anche l'attività museale deve cambiare indirizzo, prospettiva, deve inventare cose nuove per poter diventare quello che riteniamo opportuno, cioè un'attività che conserva e nel medesimo tempo cerca gli strumenti e i fondi per conservazione. Da questo punto di vista, la città che un museo la sua interezza, si interroga, guarda in sé stessa e cerca le modalità per poter conservare sé stessa attraendo da sé stessa le opportunità di sostegno.

Infine se vogliamo un turismo di qualità, deve essere sostenuto alla cultura e dobbiamo accompagnarlo con una avvenimenti culturali che siano prima di tutto l'idea della crescita culturale, perché la cultura serve prima di tutto ai cittadini lucchesi per la loro crescita. Poi serve anche per il contesto intorno, per gli ospiti ma questi troveranno supporto nella cultura solo se riusciamo a costruire un cartellone di appuntamenti culturali che siano importanti nel contesto non solo locale, ma anche nazionale. Ecco perché il prossimo appuntamento pucciniano non può essere a scartamento ridotto, ma deve essere un appuntamento che si collochi nel panorama artistico italiano come un momento certo, culturalmente imperdibile; un appuntamento che deve costringere chiunque a venire a Lucca se ama Puccini e la musica.

11. VOLONTARI PER I BENI CULTURALI CRESCONO

Apertura, di Ilaria Borletti Dell'Acqua Buitoni¹¹³

Sono molto felice di essere qui perché, prima della mia esperienza politica, ho passato molti anni della mia vita lavorando nel terzo settore e so benissimo qual è la forza straordinaria del volontariato nel rispondere ai bisogni della società di oggi. Siamo un Paese nel quale non esiste nemmeno una legge, nel codice civile, che riconosca il terzo settore, anche in questo siamo in ritardo di vent'anni su quello che è avvenuto negli altri paesi europei. Le associazioni del terzo settore sono un insostituibile sostegno per riuscire a rispondere ai bisogni delle persone, che si tratti di sanità, di cultura, di ambiente e di tutti gli ambiti che riguardano direttamente la vita delle persone.

Dal punto di vista politico, noi dobbiamo continuamente insistere a cercare di costruire una strategia per quello che il nostro Paese sarà tra vent'anni, ossia un Paese nel quale al terzo settore e alle associazioni di volontariato venga dato il ruolo e le facilitazioni che si meritano. Dunque, prima ancora di parlare dei volontari della cultura, voglio dire che è necessario che nel nostro Paese si riconosca finalmente l'enorme importanza di questo mondo, fatto di entusiasmo, di passione civile, di competenza, di voglia di dare, di voglia di essere utili.

Per quanto concerne il volontariato culturale, leggo che il Ministero lavora con circa 5000 volontari che mi sembrano tantissimi e, allo stesso tempo, pochissimi. Si tratta cioè di un numero alto in assoluto, tuttavia se penso ai nostri 430 musei, a tutte le biblioteche, agli archivi diventano pochi. I sovrintendenti cercano eroicamente, nonostante le polemiche, di portare avanti sul territorio il loro lavoro di custodia e di sorveglianza con degli organici ormai ridotti all'osso. Quando leggo nel programma dei partiti che dovremmo sviluppare questo Paese attraverso la cultura confesso che mi viene un po' da piangere, perché se volessimo veramente sviluppare questo Paese attraverso la cultura, noi dovremmo dare i mezzi affinché questo ministero possa operare, attraverso del personale in numero sufficiente (oggi siamo circa il 30% sotto l'organico minimo che ci permette di lavorare). E attraverso accordi sempre più stringenti e più efficaci con le associazioni di volontariato.

Se il nostro patrimonio culturale, come mi auguro, può ancora essere motivo di sviluppo per tutto il nostro Paese, deve essere una rete a salvarlo e la rete è quella di uno Stato che ha i mezzi, non solo economici, ma anche le competenze, le professionalità, le persone, i funzionari, gli storici dell'arte, gli archeologi, i custodi per poterlo salvare. Il terzo settore e, in particolare, le associazioni di volontariato devono diventare un costante necessario partner dell'azione pubblica per la salvaguardia di questo patrimonio. E anche il sostegno dei privati, perché i privati portano risorse alle associazioni del terzo settore e potrebbero portarle anche allo Stato, se non fosse così difficile fare una donazione allo stato.

Quindi, quanto viene rappresentato oggi in questo incontro deve servire a darci una coscienza politica delle potenzialità che questo mondo potrebbe avere, se riconosciuto, sostenuto, aiutato, inquadrato in un modo che sia assolutamente specifico della nostra attività. Avendo io svolto il ruolo di presidente volontario del FAI, non posso che auspicare che nell'ambito culturale (leggo che sono circa 42 le associazioni di volontariato con cui il

¹¹³ Sottosegretario ai Beni e alle Attività Culturali.

ministero lavora) cominci ad esplicarsi la volontà di creare una rete che possa, neanche valorizzare, ma vista la situazione in cui si trova, proprio salvare il nostro patrimonio culturale. Con l'aiuto dei volontari può essere possibile, senza lo ritengo assolutamente improbabile.

Grazie.

Introduzione di Paolo Balli¹¹⁴

Credo sia utile spiegare la funzione svolta dal Cesvot e dai Centri Servizio in Italia. Sono 79 e, nati dall'art. 15 della l. 266, utilizzano un quindicesimo degli utili delle fondazioni bancarie e lo traducono in servizi a favore delle associazioni di volontariato (servizi di formazione, di consulenza, di assistenza...). Quella norma aveva una sua portata rivoluzionaria perché di fatto affiancava alla formula della contribuzione, che le fondazioni bancarie svolgono nei confronti delle associazioni e degli enti del terzo settore, ma soprattutto nei confronti dei beni culturali, anche uno strumento che serve ad investire in competenze per i volontari e per le associazioni di volontariato.

E questo è il lavoro che noi abbiamo cominciato a svolgere a partire dal 2008, con un rapporto di collaborazione con Regione Toscana, con le associazioni dei volontari dei beni culturali, con la Fondazione Promo PA e con il Ministero dei Beni Culturali. E abbiamo realizzato uno strumento che ha come obiettivo quello di favorire il riconoscimento, la programmazione e l'integrazione delle attività delle associazioni di volontariato con le istituzioni, nello svolgimento delle funzioni di salvaguardia e tutela. Peraltro lo strumento è utile e a disposizione di tutti i soggetti pubblici, che possono farlo diventare uno strumento di lavoro insieme alle associazioni di volontariato. C'è stata anche una riflessione relativamente ai ruoli degli operatori delle associazioni di volontariato rispetto a quelle problematiche di carattere puramente lavoristico e sindacale che normalmente si pongono quando si vanno a svolgere determinate attività.

Faccio presente che noi come Centri di Servizio siamo un ente che svolge attività per tutte le associazioni di volontariato della Toscana. Abbiamo censito 327 associazioni di volontariato che si occupano di beni culturali, abbiamo sostenuto 200 corsi di formazione e 75 progetti di finanziamento per specifiche attività.

Aderiamo ad una rete nazionale dei Centri di Servizio che credo possa essere anch'essa coinvolta, qualora si ritenga di ampliare il livello di collaborazione al Ministero e agli enti che possono tradurre a livello nazionale questo percorso.

Grazie.

¹¹⁴ Direttore Cesvot.

Volontariato e Beni Culturali in Toscana: un percorso di collaborazione, di Elena Pianea¹¹⁵

Prima di entrare nel vivo dei diversi interventi tecnici e delle esperienze da presentare, mi fa piacere riassumere un po' per tutti i presenti qual è stato questo percorso. Ci troviamo al LuBeC per il terzo anno consecutivo a presentare i risultati di una lavoro, che partì nel primo anno con un'indagine preliminare con degli esperti coordinati da Francesca Velani di Promo PA Fondazione. Fu censito lo stato dell'arte del rapporto tra musei e volontariato tramite un questionario, che mirava a verificare qual era la percezione e l'esperienza fatta dai musei con i volontari e, parallelamente, si cercava di indagare, di trovare chiavi di interpretazioni di virtù e criticità dal punto dei volontari, rispetto alla loro presenza all'interno dei musei.

È subito partita poi una prima sperimentazione con un piccolo gruppo di musei, che già includevano all'interno della loro attività un rapporto con un'associazione di volontariato. Da questo progetto pilota è uscita una Magna Charta, cioè un documento di linee guida e di buone pratiche di metodo, scritto in collaborazione con i colleghi del ministero, del Cevot, della Regione e di altri esperti in materia. La Magna Charta che proponiamo, e che speriamo possa diventare un documento condiviso anche fuori dalla Regione Toscana, si porta dietro un modello di convenzione. Questo perché il gruppo di lavoro ritenne che si trattava di fornire sì dei massimi sistemi di riflessione, ma anche uno strumento utile che, in autonomia, consentisse di produrre quegli atti amministrativi che consentono un rapporto chiaro, con patti, doveri e diritti condivisi. Parallelamente al percorso di sperimentazione abbiamo prodotto un secondo documento, un manuale per il volontario, poiché il nostro percorso progettuale prevede un corso di formazione dedicato alla comunicazione e ai temi della sicurezza.

Siamo convinti che il rapporto con i volontari debba essere un rapporto paritetico, pur nella diversità delle competenze e dei doveri all'interno della struttura museale e che con i volontari vadano condivise progetti, esperienze, finalità e strategie di valorizzazione. Dunque abbiamo creduto che un percorso formativo non potesse che essere condiviso tra direzione dei musei, addetti all'accoglienza e personale volontario, qualunque fosse il tema su cui volontari sono impegnati all'interno del museo.

La nostra sperimentazione è ormai consolidata e, quindi, riteniamo che i musei abbiano, con il sostegno della Regione, la possibilità di proseguire questa esperienza con una certa autonomia. Noi pensiamo pertanto di proseguire la nostra esperienza pilota focalizzando la nostra attenzione sul tema dell'archeologia e discutere di modalità e sicurezza nei cantieri, di ruoli del volontariato. Non dimenticandoci che le statistiche dicono che la Toscana è la prima regione italiana per numero di volontari in ambito archeologico. L'aspetto della sicurezza ha certamente una particolare importanza in archeologia e noi cerchiamo di creare una cultura della sicurezza anche all'interno delle associazioni di volontariato e questo diventa strategico per proseguire nella direzione di un consolidamento della Magna Charta.

¹¹⁵ Dirigente Settore Musei ed Ecomusei Regione Toscana.

Concludo questa introduzione con una riflessione sul problema occupazionale. Spesso si ritiene che i volontari possano sottrarre posti di lavoro. Si tratta di pregiudizi tipicamente italiani, come quando si pensa che chi viene da un paese straniero non sia una ricchezza ma, al contrario, ci porti via qualcosa. I volontari non sono di certo né a sostituzione né a sottrazione di occupazione; parallelamente ad un lavoro attento al mondo del volontariato noi vogliamo ribadire che i beni culturali hanno bisogno di occupazione. Riteniamo tuttavia che i volontari siano una scommessa per la ricchezza dei beni culturali, perché dal volontariato possono venire sollecitazioni. Il mondo del volontariato rappresenta una straordinaria opportunità innanzitutto per salvare i beni culturali ma, una volta salvati, anche per portare il mondo dentro i beni culturali, per portarvi la realtà concreta, quella quotidiana, il sentire civico. Si ritiene dunque che, a regole rispettate in un'ottica di progresso, il volontariato possa essere un'enorme ricchezza, non certo alternativa, non certo sostitutiva, ma una straordinaria opportunità di dialogo critico.

Una testimonianza di volontariato: vent'anni per gli Uffizi, di Manuel Guerra¹¹⁶

Per noi parlare della nostra organizzazione è sempre un'occasione per farci conoscere. Non potevo sperare in un incipit migliore di quello che ha fatto il sottosegretario Borletti perché ha dipinto ciò che noi in realtà facciamo come associazione Amici degli Uffizi, un'associazione privata e volontaria.

La nostra associazione si è costituita nel 1993 e io sono uno dei fondatori e vicepresidenti. Non faccio parte del mondo dell'arte, sono laureato in chimica e presiedo il consiglio di amministrazione di un'azienda che si occupa di biotecnologica. La costituzione avvenne subito dopo l'attentato di Via dei Georgofili a Firenze, allo scopo di gestire il denaro che proveniva dalle numerose sottoscrizioni e metterlo così velocemente a disposizione dei manifattori e di tutti coloro che dovevano occuparsi del ripristino della galleria. Finita l'emergenza il nostro statuto ha previsto che affiancassimo la Sovrintendenza e la direzione della Galleria degli Uffizi con una serie di attività di supporto e nel '98 la nostra associazione si è trasformata in una Onlus.

L'associazione si costituì per dimostrare la supremazia della cultura sugli atti barbarici. Dallo Statuto si legge che noi siamo un'associazione senza fine di lucro, fondata da persone animate soprattutto da un desiderio filantropico, concetto diverso da quello di volontario. Il volontariato, infatti, spesso lo si vive in associazioni che si occupano di un dato problema e per questo aggregano un certo numero di soggetti i quali volontariamente suffragano lo Stato e le istituzioni nel fare cose che altrimenti non potrebbero essere realizzate. La filantropia, invece, ha come obiettivo il bene comune a prescindere dalle situazioni.

Quest'anno abbiamo festeggiato il nostro ventesimo anno di vita e in questo periodo abbiamo raccolto circa 4 milioni e mezzo circa di euro, che abbiamo messo a disposizione della Galleria degli Uffizi. Abbiamo messo la nostra tessera in tasca a 50 mila persone in giro per il mondo, perché molti dei nostri soci, che sono mediamente 7-8 mila l'anno, sono

¹¹⁶ Vicepresidente degli Amici degli Uffizi.

studenti di università americane che vivono a Firenze per il loro semestre e poi ritornano nel loro paese.

La nostra associazione ha sede in via Lorenzo il Magnifico a Firenze e noi siamo ospiti di un nostro grande sponsor che è la Fondiaria Sai. La presidente è Maria Vittoria Colonna Rimbotti e tutte le persone che sono nel consiglio direttivo e nel collegio sindacale offrono la loro attività titolo completamente gratuito. Il nostro giro d'affari è di circa 350-400 mila euro l'anno; i nostri costi di struttura, ossia l'organizzazione, incidono sul totale per circa il 5-6%. Una quota veramente molto bassa.

Le nostre attività sono acquisizione artistica, seminari, mostre, restauri, pubblicazioni, visite guidate, concerti e viaggi. Quelle principali sono però gli interventi di restauro, che facciamo sulle opere presenti nella galleria (per esempio, abbiamo rifatto tutte le tende dei tre grandi corridoi). Ci diamo da fare per tutto ciò che è necessario per la Galleria necessario, ma non intendiamo né potremmo metterci al posto dello Stato. Tuttavia lavoriamo fianco a fianco della Sovrintendenza e della Direzione, cercando di essere loro supporter nella scelta dei manutentori e nella selezione delle varie possibilità.

Riceviamo donazioni, tanto dall'estero, che dall'Italia e lasciti in genere destinati a particolari iniziative. Organizziamo mostre. Ogni anno, tra il 15 dicembre e il 30 gennaio, organizziamo una mostra che si chiama 'Dei mai visti', con la quale tiriamo fuori dai depositi degli Uffizi quadri o opere d'arte che non sono di normale visione e ne facciamo delle mostre.

L'ultimo nostro lavoro è stato il finanziamento della nuova sala di Michelangelo, che ospita il Tondo Doni. Nel 2006 abbiamo aperto una nostra affiliazione negli Stati Uniti, a Palm Beach in Florida, che ha ottenuto la famosa Exemption from Federal Income Tax 501c3, che dà ai donatori americani l'esenzione o l'alleggerimento fiscale.

La Magna Charta del Volontariato per i beni culturali: risultati del percorso 2013, di Francesca Velani¹¹⁷

Buongiorno a tutti e grazie per essere qui così numerosi.

Avervi tutti qui oggi per noi è il raggiungimento di una meta, perché questo è un progetto in cui abbiamo creduto e su cui abbiamo lavorato nei tre anni passati. La dottoressa Pianea ha già fatto una sintesi del nostro percorso, per cui io vi do solo due numeri su quello che è stato il percorso di quest'anno.

Come nel 2012 abbiamo avuto undici musei e undici associazioni che insieme hanno lavorato per applicare la convenzione della Magna Charta al loro rapporto di collaborazione. Hanno cioè seguito un percorso di formazione, che tocca i diritti e i ruoli del volontariato e degli operatori dei musei; un percorso creato specificatamente sulle esigenze dei singoli e delle associazioni che hanno partecipato, ossia la sicurezza e la comunicazione.

Adesso il percorso, che ancora è *in itinere*, prevede una sorta di consulenza personalizzata, perché le associazioni hanno proposto all'inizio dell'anno dei progetti di valorizzazione che noi aiuteremo a portare in fondo entro la fine dell'anno.

¹¹⁷ Vicepresidente Promo PA Fondazione e Direttore LuBeC – Lucca Beni Culturali

Tra i progetti c'è l'osservazione della reazione dei visitatori, il miglioramento del rapporto tra i cittadini e il museo, il racconto del territorio a chi visita il museo, per ritrovare quel legame forte che c'è tra territorio e museo, che spesso si può perdere come visitatori, e che invece i volontari possono contribuire a recuperare.

Intervento di Maria Pia Bertolucci¹¹⁸

La collaborazione che la Promo PA mi ha offerto mi fa molto piacere perché, dopo tanti anni che non mi occupavo più di queste cose, svolgere questo lavoro sul territorio è una cosa che faccio molto volentieri, in quanto mi consente di parlare a tu per tu con le associazioni.

Il rapporto tra istituzioni e associazioni è paritetico, o meglio, un rapporto tra diversi alla pari, nel senso che ognuno è spinto da ansie differenti, ma con la stessa dignità. Abbiamo un comune interesse, quello della salvezza dei beni culturali, non più solo quello della valorizzazione. E non si tratta solo di salvezza fisica, ma occorre anche coinvolgere le persone, stimolandone l'amore e la passione per i beni culturali. Ho accettato questo lavoro, quindi, per rimotivare i volontari cittadini all'interno della nostra regione. O si parte dalla gente o si fallisce. La sfida vera è coinvolgere le comunità, creare dei gruppi aggregati di volontari.

Quando ho cominciato la mia attività con la prima associazione, Amici dei Musei di Lucca, nel 1978, c'era più voglia da parte delle associazioni di rapportarsi con le istituzioni, sia statali che locali. Oggi ce n'è molta meno, perché sulle spalle dei volontari dei beni culturali sono state scaricate le inefficienze dovute alla mancanza di risorse (per esempio, l'apertura di un museo il sabato e la domenica perché manca il personale). Inoltre non si può chiedere di fare volontariato alle persone che non hanno lavoro.

In conclusione, come ha detto anche il sottosegretario, oggi dobbiamo porci l'obiettivo di salvare le opere d'arte, con un pensiero però anche alla loro valorizzazione. Esiste spazio di impegno per tutti. Anche per cooperative di giovani, ad esempio.

LE SPERIMENTAZIONI 2013

Testimonianza di Caterina Mazzotta¹¹⁹

Cercherò di illustrare brevemente la nostra storia e la nascita del nostro gruppo con i punti fondamentali della convenzione che, dagli anni '90, abbiamo col Comune di Montelupo e che attualizzeremo in futuro molto prossimo alla luce della Magna Charta.

La storia del GAM, Gruppo Archeologico di Montelupo, inizia nel 1973 quando, demolendo alcuni lavatoi pubblici, fu ritrovata l'imboccatura di un antico pozzo idrico che era stato riempito dopo l'abbandono con gli scarti di lavorazione delle vicine Fornaci Ceramiche. Lo scavo fu avviato dai dipendenti comunali e fu fatto proseguire nel 1975 con metodo scientifico dalla Soprintendenza Archeologica per la Toscana

¹¹⁸ Membro Direttivo CNV e Esperto della Materia.

¹¹⁹ Gruppo Archeologico di Montelupo.

Grazie ai reperti qui rinvenuti, Montelupo si configurava come un centro di produzione di fondamentale importanza, assumendo inaspettatamente la fisionomia di un luogo specializzato per la fabbricazione della maiolica. Dallo scavo del pozzo la storia della comunità montelupina poteva essere finalmente ricostruita nella sua reale consistenza, nel suo effettivo significato.

L'allora soprintendente archeologo per la Toscana pensò di organizzare a Montelupo lo studio sistematico e il restauro delle ceramiche rinvenute nel pozzo dei lavatoi. L'amministrazione comunale, per supportare al meglio il progetto dell'Autorità, si dotò di un ambiente apposito, dove materiali di scavo potevano essere immagazzinati, restaurati e studiati. L'opera fu affidata a due giovani ceramisti Alberto Forconi e Fabrizio Coli, mentre per la conduzione scientifica dello scavo fu indicato Guido Vannini.

Con il passare del tempo la popolazione di Montelupo venne sempre più ad appassionarsi al progetto di scavo. Mentre si programmava la prima mostra sulle ceramiche di scavo del pozzo, questo primo nucleo di appassionati decide nel 1975 di associarsi formando il Gruppo Archeologico di Montelupo. Nel 1977-1978 con Fabio Martini e Lucia Sarti, allora giovani archeologi preistorici, si rivelò decisivo per avviare l'attività di ricerca sul campo. Le ricerche sistematiche si allargarono a tutti i territori vicini, portando non soltanto alla scoperta di 111 stazioni preistoriche all'aperto, di vari periodi, ma anche al rinvenimento di numero di siti di interesse storico. Nel 1984 fu così possibile inaugurare, in un museo della ceramica del territorio, un'esposizione permanente delle stazioni preistoriche del Medio Valdarno Fiorentino, che rappresentava il primo nucleo della più vasta esposizione archeologica che, nel 2007, sarebbe diventata il Museo Archeologico di Montelupo.

Dalla ricerca di superficie agli scavi programmati, il GAM ha fornito il suo apporto indispensabile alla costituzione e allo sviluppo del sistema museale di Montelupo. Nel 1983 è nato il Museo della Ceramica e del Territorio, il primo nucleo del sistema museale di Montelupo. L'esposizione era collocata nell'ex palazzo comunale, già sede dell'antica podesteria, e occupava soltanto quattro sale. I primi ampliamenti furono fatti tra il 1986 e il 1989, aggiungendo prima due sale, fino ad arrivare a tredici sale nel 1989. Questo fu possibile grazie anche alla piena operatività della Fondazione Museo Montelupo, che si era costituita da poco, cioè nel 1989, in collaborazione con il Comune, e tuttora il Gruppo Archeologico fa parte del Consiglio di Amministrazione. In seguito poi alla liberalità del vicino Comune di Capraia e Limite, che decise di depositare, presso l'istituto di Montelupino, i reperti protostorici ed etruschi, che già aveva in custodia, fu possibile realizzare una sezione di archeologia del territorio cronologicamente estesa, dal Paleolitico Inferiore al Medioevo. E il nuovo museo venne così ribattezzato Museo Archeologico e della Ceramica.

La successiva evoluzione si è avuta nel 2007 con l'acquisizione e restauro del complesso ecclesiastico dei Santi Lucia e Quirico all'Ambrogiana, dove la dimensione archeologica fu irrobustita, grazie ai numerosi scavi finora condotti. È qui appunto il primo nucleo indipendente del museo archeologico. Nel 2008, invece, le collezioni ceramiche sono state trasferite negli spazi dell'ex scuola Corradini, restaurata e trasformata nel Museo della Ceramica.

Il GAM ha in programma una serie importante di attività che dovranno essere svolte nei prossimi anni, come indagini archeologiche da condurre in ambito urbano, per una sempre migliore conoscenza della storia della ceramica di Montelupo, e in scavi

programmati di ricerca sul territorio. Le operazioni necessarie alla conservazione, allo studio e alla valorizzazione dell'ingente patrimonio di reperti rinvenuti, possono per il momento svolgersi e vengono mantenute presso il Centro Operativo per gli Scavi Archeologici, sede fornitaci dal Comune.

La nostra attività è riconosciuta e normata dal 19 giugno del 1990, attraverso una convenzione tra il Comune e il Gruppo Archeologico, per l'espletamento di attività di volontariato nel settore della ricerca archeologica, del recupero e della salvaguardia dei beni culturali. Convenzione stipulata tra l'allora sindaco Mario Montagna e il nostro presidente ancora in carica Maurizio Copedé. Nella convenzione viene sottolineato che l'attività di scavo del pozzo dei lavatoi ha determinato la nascita del museo, alla cui costituzione di tale istituto ha collaborato in maniera attiva e determinante l'associazione di volontariato Gruppo Archeologico di Montelupo. Tale forma di collaborazione è esplicitamente prevista sia dallo statuto del museo, sia dallo statuto del Gruppo Archeologico.

All'articolo 1 si dice che il Comune di Montelupo affida al GAM il compito di condurre, in esecuzione di piani di ricerca approntati dalla direzione del museo, qualsiasi forma di ricerca archeologica. Il Comune si riserva però di inserire il personale o i collaboratori che riterrà utili e necessari al perseguimento degli obiettivi prefissati. Al GAM potrà essere affidata la gestione tecnica di cantieri di scavo o dei programmi di ricerca, che prevedono l'impiego di personale incaricato dall'amministrazione comunale di Montelupo Fiorentino. In tal caso la collaborazione del GAM si atterrà all'opera di indirizzo e consulenza degli operatori impiegati.

All'articolo 7, invece, si dice che l'amministrazione comunale, recependo quanto contenuto nella normativa regionale sulle attività di volontariato, si impegna a favorire la formazione, la crescita culturale e tecnico-operativa del GAM, promuovendo corsi di aggiornamento e formazione, che abbiano per oggetto la preparazione del volontariato associato all'attività di scavo archeologico, restauro, catalogazione e salvaguardia del patrimonio.

Con tutte queste premesse, nel 2012 il GAM si è inserito nel progetto della Magna Charta e proprio nelle prossime settimane dovremmo giungere alla fase di confronto e revisione della convenzione. Questo però avviene in un frangente in cui il rapporto con l'amministrazione è abbastanza critico. Circa un anno fa è stata messa in vendita la palazzina che ospita la sede del GAM e il Centro Operativo, senza avere a oggi un progetto definitivo di trasferimento delle funzioni che qui si svolgono. A luglio c'è stata annunciata la rivisitazione del Museo della Ceramica, che prevede l'accorpamento con la biblioteca nella struttura del museo; accorpamento che secondo noi porterebbe ad una drastica riduzione dei pezzi esposti, alcuni provenienti da donazioni con vincolo di esposizione e la maggior parte recuperati con gli scavi del GAM, durante ormai quarant'anni di attività volontaria.

Se nel caso della vendita della sede il problema viene semplicemente rimandato a quando ci sarà un acquirente, per il Museo della Ceramica i tempi sono più stretti, perché i lavori di adeguamento della struttura dovrebbero iniziare lunedì 20 ottobre, quindi adesso. A tal proposito, fin dal principio di questo progetto di accorpamento, il GAM ha manifestato con diverse azioni il proprio dissenso per la riduzione dello spazio espositivo, in quanto gli ingenti tagli che dovrebbero essere fatti alle esposizioni cancellerebbero l'attuale chiave di lettura, che permette attraverso i decori, mostrati in tutte le loro evoluzioni, di ricostruire

il percorso e la storia di Montelupo come centro di produzione. E abbasserebbero drasticamente il livello del museo rendendolo una semplice esposizione.

Messi davanti all'irreversibilità di tale progetto, da attuare pare più per problemi di bilancio che per una reale innovazione, ci siamo comunque adoperati per cercare una soluzione che permettesse un risparmio economico per l'amministrazione, con il minor danno possibile.

I problemi che possono affliggere i gruppi archeologici sono legati anche alla loro attività su un territorio, sul quale spesso gravitano più comuni che non sempre dialogano fra loro. E questo certamente sarebbe un motivo in più per stimolare l'accorpamento dei piccoli comuni.

Infine, nell'attesa della fase di confronto e revisione della convenzione nel contesto della Magna Charta, sentiamo la pressante necessità di un ente super che tuteli il rispetto dei rapporti, normati dalla convenzione, tra associazioni come la nostra e le relative amministrazioni con cui ci troviamo a collaborare.

Grazie.

Testimonianza di Giacomo Baldini¹²⁰

Dilettanti, dilettanti! – così vengono chiamati con disprezzo coloro che si occupano di una scienza o di un'arte per amor suo, e per la gioia che essa procura, per il loro diletto, dalle persone che hanno scelto una scienza o un'arte al fine di guadagnare denaro con esse, infatti soltanto il denaro che così si può guadagnare diletta queste persone. Questo disprezzo è basato sulla loro bassa convinzione che nessuno si dedicherebbe seriamente a una cosa, se non fosse spronato a farlo da miseria o da fame o da un'altra qualsiasi avidità. Il pubblico ha gli stessi sentimenti e perciò è dello stesso parere: da ciò deriva il suo rispetto costante per gli «specialisti», nonché la sua differenza verso i dilettanti. Invece, in realtà, per i dilettanti la cosa è fine a se stessa, mentre per lo «specialista» in quanto tale non è che un mezzo; ma solo colui si dedicherà a una cosa con profonda serietà, al quale essa stia direttamente a cuore, e che se ne occupi con amore. Da simili amatori di scienze e di arti sono state create le opere più grandi, e non già da servitori pagati

Arthur Schopenhauer, *Parerga und Paralipomena: kleine philosophische Schriften*.

La citazione di Arthur Schopenhauer¹²¹ tanto conosciuta quanto, forse, scontata in questo contesto, è, a mio avviso, il giusto *incipit* per parlare oggi di volontariato culturale, con alcune specifiche che, spero, possano rendere il senso profondo del discorso che intendo affrontare. Basta procedere, infatti, ad una rapida ricerca sul web per notare come, troppo spesso, le parole del filosofo tedesco siano diventate quasi un manifesto per contrapporre la genuina volontà di chi si occupa per passione di questioni culturali agli aridi tecnicismi degli specialisti. In realtà la lettura del passo da cui è tratta la citazione aiuta a far chiarezza fugando ogni equivoco: Schopenhauer, infatti, polemizza con l'accademia tedesca (e in particolare con l'aborrito Hegel, che poco dopo definisce

¹²⁰ Archeologo, Museo Civico Ranuccio Bianchi Bandinelli, Colle Val d'Elsa.

¹²¹ A. Schopenhauer, *Parerga e paralipomena*. Tomo II, M. Carpitella (a cura di), Adelphi, Milano, 1983, pp. 636-637.

«ciarlatano miserabile») in merito al rifiuto categorico della teoria dei colori di Goethe e alla scarsa considerazione riservata alla propria opera, in una visione antagonista tra professori e studiosi indipendenti.

Quando si parla di volontariato culturale, invece, è necessario partire dal concetto opposto, ovvero non di contrapposizione, ma di integrazione, in un rapporto non esclusivo, ma inclusivo. Niente è tanto lontano dal concetto di volontariato quanto l'equazione che fa corrispondere l'individuo che non percepisce compenso (come sancito dall'Art. 2 della Legge quadro sul volontariato¹²²) a colui che compie una azione di per sé, per amor suo (riduttivamente autoreferenziale se non egoistica), mentre nella prospettiva del volontariato (anche culturale) la componente del dare deve essere prevalente, in un'ottica del miglioramento delle condizioni di vita di ognuno e della società.

Come ha efficacemente mostrato Alessandra Minetti nel convegno tenutosi a Prato il 18 gennaio 2008¹²³, l'esistenza di un volontariato archeologico in Italia è una realtà consolidata oramai dalle prime esperienze degli anni '60 del XX secolo e la Toscana rappresenta senza dubbio una tra le regioni più interessate dal fenomeno.

Per quanto concerne la Valdelsa, il volontariato archeologico ha origini *antiche*: in una lettera protocollata il 21 febbraio 1879, il marchese Bonaventura Chigi Zondadari, Regio Ispettore degli Scavi e dei Monumenti di Siena, chiede al Ministro della Pubblica Istruzione che venga corrisposto «un piccolo rimborso [...] a titolo d'incoraggiamento» a Gioacchino Vannini, che ha eseguito il lavoro di scavo, rilievo e catalogo di tombe e materiali per il Ministero «senza alcun compenso»¹²⁴.

Tuttavia bisognerà aspettare quasi un secolo perché prendano corpo le prime esperienze associative riconosciute: nel 1965 un gruppo di persone a Casole d'Elsa, forse incoraggiate dalle coeve esperienze romane e dagli interventi dell'*Etruscan Foundation*, che proprio in quegli anni iniziava le indagini in Valdelsa e nel senese, sotto la guida dell'Ispettore Onorario di zona, Enzo Mazzeschi, decise di costituire la Società Archeologica della Valdelsa, mentre nel 1973 nacque il Gruppo Archeologico Colligiano a Colle di Val d'Elsa¹²⁵, a cui fece seguito nel 1975 la costituzione del Gruppo Archeologico di San Gimignano, trasformatosi poi, per iniziativa del Comune, in Comitato per la Direzione dei Musei



Figura 1 - Inaugurazione dell'*Antiquarium* alla presenza del Soprintendente alle Antichità d'Etruria Guglielmo Maetzke, dell'Ispettrice di zona della stessa Soprintendenza Anna Talocchini e di Enzo Nuti, membro del consiglio della Società Archeologica.

¹²² Legge 266 dell'11 agosto 1991.

¹²³ Per gli atti del convegno *I volontari nel museo. Esperienze in Europa e in Italia* cfr. <http://www.regione.toscana.it/-/i-volontari-nel-museo-esperienze-in-europa-e-in-italia-atti-del-convegno>; per l'intervento di A. Minetti, dal titolo "Le esperienze di volontariato archeologico in Toscana: il caso di Sarteano", si veda <http://www.regione.toscana.it/documents/10180/23904/17minetti/b11d48ea-ac5d-4056-96ef-c8fcc0264f7>.

¹²⁴ Lettera senza data ma protocollata in arrivo il 21 febbraio 1879: Archivio Centrale dello Stato, Ministero della Pubblica Istruzione, Direzione Generale AA.BB.AA., I versamento, Vol. I, Tomo III, Busta 157, Fascicolo 331,1; il documento è trascritto in *La Collezione Chigi-Zondadari. Ceramiche figurate*, M. Cygielman, E. Mangani (a cura di), Istituto Poligrafico e Zecca dello Stato, Roma, 1991, pp. 18-19.

¹²⁵ Da ora in avanti GAC.

Civici e, dal 1996, in Associazione Archeologica Sangimignanese.

Le caratteristiche che accomunano questi gruppi spontanei sono, da una parte, la volontà di recuperare tutta la documentazione dei passati scavi per verificare, anche attraverso piccoli interventi, la consistenza delle testimonianze archeologiche, quasi sempre relative a necropoli di età etrusca, dall'altra la forte spinta esercitata sulle Amministrazioni locali e sulla Soprintendenza alle Antichità d'Etruria perché, anche nei piccoli comuni, venissero aperti dei punti espositivi: l'*Antiquarium* di Casole d'Elsa venne inaugurato infatti nel 1968 (Fig. 1), l'*Antiquarium* Etrusco "Ranuccio Bianchi Bandinelli" di Colle di Val d'Elsa nel 1976 ed il Museo Etrusco di San Gimignano nel 1977. In questo contesto un ruolo di assoluto rilievo venne svolto dal Soprintendente Guglielmo Maetzke che, per primo, capì l'importanza del decentramento (sono gli anni immediatamente successivi alla disastrosa alluvione del 4 novembre 1966 - che sommerse, non solo fisicamente, il Museo Topografico di Firenze - e all'istituzione delle Regioni a statuto ordinario nel 1970) posizione che lo portò in contrapposizione polemica con una certa parte dell'accademia, che osteggiava questa spinta al particolarismo: «nessun demerito va ai giovani che hanno voluto allestire un 'proprio' museo, ma va ricordato che nell'organizzare un istituto culturale non basta la passione, ma è necessaria la funzione di chi è addetto ai lavori se non si vuole compiere un'azione antieducativa»¹²⁶. Posizione legittima e certo condivisibile, se non fosse che tutte le strutture espositive nacquero con il progetto scientifico dei funzionari della Soprintendenza o, in certi casi, del Soprintendente stesso. Nello specifico, per la parte che qui interessa, è importante il passaggio in cui Guglielmo Maetzke definisce l'esperienza della mostra *Una farmacia preindustriale in Valdelsa* promossa dal Comune di San Gimignano, dalla Soprintendenza alle Antichità d'Etruria e dal Comitato per la Direzione dei Musei Civici nel 1981 «una delle più felici esperienze toscane di questi ultimi anni in fatto di Museo considerato non come struttura di conservazione, sia pure in qualche modo, dinamica, ma come elemento promotore di ricerca e di cultura»¹²⁷.

Quest'ultimo passaggio è per noi fondamentale: già nell'ultimo quarto del secolo scorso Guglielmo Maetzke aveva capito che il museo non può - o meglio non deve - essere solo un luogo di conservazione, ma qualcosa in più, un mezzo per conoscere e divulgare la storia di un territorio. Ed è lo stesso Maetzke ad individuare proprio nei gruppi di volontariato una risorsa straordinaria (Fig. 2). Come si vede il passaggio al concetto di valorizzazione è breve, anche se bisognerà attendere più di vent'anni perché questo sia oggetto di specifica legislazione, come disciplinato dal



Figura 2 - Nel 1973 viene fondato il Gruppo Archeologico Colligiano, che fin da subito stringe un rapporto strettissimo con il Soprintendente alle Antichità d'Etruria Guglielmo Maetzke.

¹²⁶ M. Cristofani, "Due nuovi 'antiquaria' etruschi ed il problema dei musei archeologici in Toscana", in *Prospettiva* 1977, pp. 77-79.

¹²⁷ G. Maetzke, "Presentazione", in *Una farmacia industriale in Valdelsa*, San Gimignano, Comune di San Gimignano, 1981, p. 12.

protocollo di collaborazione tra il Ministero per i Beni Culturali e le Associazioni di Volontariato del 30 maggio 2001¹²⁸ e come richiamato anche dal Codice dei beni culturali e del paesaggio¹²⁹.

Il GAC, nel corso degli oltre quaranta anni di attività, si è occupato dei vari aspetti del mondo archeologico, passando attraverso vari 'stadi di crescita'. In una sorta di schema evolucionistico, gli anni '70-'80 rappresentano la 'fase pionieristica', incentrata soprattutto sulla ricerca; il quindicennio 1990-2006 è la 'fase della consapevolezza', caratterizzato da minor attenzione agli scavi ed al restauro (con alto grado di professionalità, grazie al ricorso a specialisti del settore) ma, parallelamente, da una maggiore dedizione alla cura del museo (alla cui nascita ha contribuito fin dal 1976 e del quale ha la gestione dal 1994). Gli ultimi anni sono la 'fase di presa di coscienza': la diminuzione dei soci (dagli oltre 260 ai poco più di 200 del 2013), una evidente distanza tra le attività legate alla gestione ed alla valorizzazione del museo e il carattere aggregativo e sociale dell'associazione, hanno portato il consiglio direttivo a chiedersi quale debba essere, oggi, il ruolo di un gruppo di volontariato archeologico.

Spesso, infatti, un gruppo archeologico viene identificato con l'attività di scavo e di restauro, pensando che questa sia la finalità stessa dell'associazione, l'amalgama principale, nella convinzione che, in fin dei conti, tutti possono scavare e tutti possono 'rincollare due cocci'. Questa sovrapposizione, per la maggior parte delle persone scontata, non solo è lesiva e controproducente ma fuori dalla norma: infatti se nel già richiamato protocollo di collaborazione tra Ministero per i Beni Culturali e le Associazioni di Volontariato del 30 maggio 2001 non viene fatto alcun riferimento alla possibilità di stipulare convenzioni per attività di scavo, il *Codice dei beni culturali e del paesaggio* è piuttosto chiaro in questo nel riservare l'attività di scavo in esclusiva al Ministero (Art. 88), che può rilasciare a terzi la concessione di scavo dopo formale e circostanziata domanda (Art. 89). Per il restauro il Codice, forse, è ancora più restrittivo poiché, essendo la conservazione del patrimonio culturale *assicurata mediante una coerente, coordinata e programmata attività di studio, prevenzione, manutenzione e restauro* (Art. 29, comma 1), sono necessari precisi requisiti di professionalità (Art. 29, commi 6-10).

Ad un'analisi superficiale la situazione potrebbe essere riassunta così: alle associazioni di volontariato non è consentito né scavare né restaurare, ma possono coadiuvare gli Enti pubblici e privati nella gestione degli spazi. Se così fosse, non solo verrebbe leso il valore stesso del volontariato, trasformandolo nella soluzione economica al problema della gestione dei musei e dei Beni Culturali, ma, soprattutto, si concorrerebbe a creare conflittualità con chi opera nel settore dell'accoglienza.

Nel corso del V Convegno Nazionale LuBeC 2009 Mauro Del Corso, in qualità di Presidente della Federazione Italiana degli Gli Amici dei Musei, è intervenuto individuando alcuni punti di discussione che ritengo di fondamentale importanza: secondo Del Corso il volontariato culturale, che giustamente definisce più ampiamente *sociale*, svolge tre ruoli

¹²⁸ Per il documento si veda <http://online.cisl.it/beniculturali/FOV3-000151E8/FOV3-000151FD/I00B18105.2/CIRC.N%1A96%202001.pdf>.

¹²⁹ Il Decreto Legislativo 22 gennaio 2004, n. 42, *Codice dei beni culturali e del paesaggio*, completo e nella versione rivista con i decreti legislativi 62 e 63 del 26 marzo 2008, è consultabile alla pagina http://www.beniculturali.it/mibac/multimedia/MiBAC/documents/1240240310779_codice2008.pdf; cfr. in particolare Titolo II, Artt. 111, 112 e 115.

nella società: quello esecutivo, quello propositivo e quello formativo, ponendosi l'obiettivo di «partire dalla coscienza per arrivare alla conoscenza»¹³⁰.

La storia del GAC¹³¹ mostra come questi ruoli possano essere non solo diacronici (e le vicende della nascita del museo lo dimostrano), ma, soprattutto, sincronici. Questa è la sfida per i prossimi anni: capire che non basta fare (esecuzione) e proporre (ideazione/progettazione), ma bisogna anche svolgere una funzione attiva nella società, perché la nostra azione *serva* (nel senso nobile ed etimologico del termine) a qualcosa ed a qualcuno: in tal senso alla presa di coscienza dell'importanza del nostro passato, anche recente.

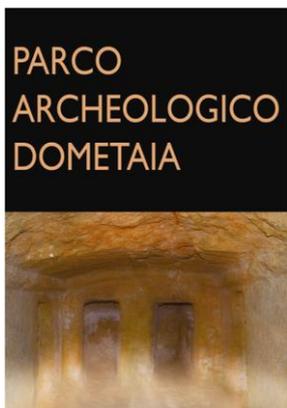


Figura 4 - Pannello del Parco Archeologico Dometaia

In quest'ottica lo scavo ed il restauro diventano non il fine (come troppo spesso è successo in passato), ma una delle attività che possono essere svolte all'interno di una programmazione complessa, che prevede, solo per portare alcuni esempi, la didattica ed incontri nelle scuole e nella comunità locale, supporto per le aperture del museo e del Parco Archeologico di Dometaia (FIG. 3), incontri di formazione e di aggiornamento su tematiche di natura archeologica, ma legate anche alla vita stessa dell'associazione come sulla sicurezza nei luoghi di lavoro (perché, è bene ricordarlo, in base al D.lgs. 9 aprile 2008, n. 81, rev. dicembre 2013, *Testo unico sulla salute e sicurezza sul lavoro*, il «lavoratore» è una persona che, indipendentemente dalla tipologia contrattuale, svolge un'attività lavorativa nell'ambito dell'organizzazione di un

datore di lavoro pubblico o privato, con o senza retribuzione - Art. 2, comma 1, lettera a – ed il *Testo unico* si applica anche nei confronti dei volontari di cui alla legge 11 agosto 1991, n. 266, dei volontari che effettuano servizio civile, dei soggetti che prestano la propria attività, spontaneamente e a titolo gratuito o con mero rimborso di spese – Art. 3, comma 12bis)¹³², promozione del patrimonio culturale (non esclusivamente archeologico) e del territorio attraverso trekking ed escursioni (FIG. 4), sostegno alle attività di ricerca (quindi anche scavo e restauro, esclusivamente a supporto di missioni autonome, ministeriali oppure universitarie e/o di enti locali in regime di



Figura 3 - Trekking archeologico lungo la via Francigena da San Gimignano a Colle di Val d'Elsa, organizzato dal Museo Archeologico "Ranuccio Bianchi Bandinelli" di Colle di Val d'Elsa e dai Musei Civici di San Gimignano in occasione delle *Notti dell'Archeologia*.

¹³⁰ "Il volontariato nei beni culturali: lo stato dell'arte in Toscana. Intervento di Mauro Del Corso", in *Beni Culturali, tecnologia e turismo tra diffusione della conoscenza e sviluppo economico*, atti del Convegno Nazionale LuBeC 2009 (Lucca, 22-23 ottobre 2009), a cura di F. Velani, Lucca, Promo P.A. Fondazione, 2010, pp.161-164.

¹³¹ Per la storia completa del gruppo Archeologico Colligiano cfr. M. Manganelli, *Frammenti per un museo*, Colle di Val d'Elsa, Gruppo Archeologico Colligiano, 2006.

¹³² Cfr. <http://www.lavoro.gov.it/SicurezzaLavoro/Documents/TU%2081-08%20-%20Ed.%20Dicembre%202013.pdf>.

concessione), ma, soprattutto, funzione sociale attiva.

È per questo che, dopo aver preso la decisione di lasciare la gestione del Museo Archeologico “Ranuccio Bianchi Bandinelli” perché stava diventando, se non l’unica attività, senza dubbio quella che assorbiva maggiori risorse ed energie, il GAC dal 2013 ha deciso di intraprendere un nuovo corso, cercando di recuperare lo spirito dei primi anni di vita per farlo rivivere alla luce dell’esperienza acquisita e delle nuove esigenze, partendo proprio dal progetto *Magna Charta* che, per il GAC rappresenta un punto di ripartenza importante: significa il riconoscimento per il lavoro svolto e la piattaforma di discussione per le attività future.

Per il 2014, oltre alle consuete attività legate alla vita dell’associazione ed al supporto per le attività da svolgere nel museo (FIG. 5) e nel parco archeologico, il GAC ha deciso di affiancare il museo ed il Comune di Colle di Val d’Elsa in due iniziative specifiche: le celebrazioni per il 70° anniversario della Resistenza e della Liberazione (all’interno del museo, infatti, nel 2011, sono state aperte, grazie al lavoro del GAC e della sezione ANPI di Colle di Val d’Elsa, le *Stanze della Memoria* “Gracco del Secco” – FIG. 6) ed il progetto *Punti di Vista*¹³³, che si pone l’ambizioso obiettivo di educare alla lettura del patrimonio culturale in chiave interculturale, realizzando ciò che Mauro Del Corso auspicava nel 2009, ovvero che «il nostro patrimonio deve [cioè *possa*] diventare strumento di incontro e di dialogo, con l’altro soprattutto, con chi proviene da culture diverse dalla nostra, perché probabilmente se troviamo punti di incontro attraverso le reciproche culture si riesce a capirci».



Figura 6 - Museo Archeologico “Ranuccio Bianchi Bandinelli”: sala della tomba dei Calisna Šepu (foto di Roberto Sigismondi)



Figura 5 - Museo Archeologico “Ranuccio Bianchi Bandinelli”: *Stanze della Memoria* “Gracco del Secco” (foto dell’Autore)

¹³³ Il progetto, finanziato dalla Regione Toscana, è promosso dall’Associazione Arci, Comitato Provinciale Senese, in collaborazione con la Fondazione Musei Senesi, l’Ufficio Scolastico Territoriale di Siena – Ambito XVIII – USR per la Toscana e l’Associazione di volontariato DIDEE.

Le nuove sfide: il 2014 per l'archeologia, di *Andrea Pessina*¹³⁴

Buongiorno a tutti.

Con gli ultimi interventi siamo entrati nel vivo di alcuni problemi, sia toccando la passione dei gruppi archeologici, sia parlando con grande franchezza del problema del rapporto tra volontariato e mondo circostante e, soprattutto, di quello che possiamo aspettarci o meno dal volontariato.

Uno dei temi fondamentali penso sia quello di conoscersi, perché è sempre un problema di fiducia, da parte del volontario verso le istituzioni, da parte delle istituzioni nei confronti del cittadino. E credo di poterne parlare a ragion veduta, perché sono nato come volontario in un gruppo archeologico a sedici anni e ho in qualche modo toccato con mano quanto sia importante avere occasioni per appassionarsi, per far nascere in un giovane la passione. E qui è la grande funzione educativa del volontariato. D'altra parte adesso vedo la questione anche dall'altra parte della barricata, cioè dalla parte di chi è tenuto a vigilare sui beni, ma anche e soprattutto dalla parte delle istituzioni che, nel bene e nel male, hanno visto il mondo cambiare non necessariamente in meglio.

Deve essere estremamente chiaro che oggi ci sono dei livelli di responsabilità che una volta non c'erano. Dietro c'è anche una battaglia che, comunque, tutti stiamo conducendo (intendo le istituzioni ma anche i professionisti), per un riconoscimento dei ruoli e delle professionalità. Gli archeologi fanno fatica ancora a riconoscerlo, ma questo è un problema legato non solo a interessi di cricche o di lobby, ma anche al fatto che la storia universitaria italiana non è mai stata molto limpida e mi pare che non si stia andando verso una maggiore chiarezza. Anzi, si stanno confondendo ormai i titoli di studio in maniera incredibile. Lo stesso problema ce l'hanno i colleghi che si occupano del restauro.

Pertanto, come sottolineato da molti prima di me, si può andare avanti solo se i rispettivi ruoli sono estremamente chiari e, soprattutto, se sono chiare le responsabilità. Giustamente è stata sottolineata l'importanza della preparazione, come si può notare nei programmi delle giornate di formazione per la sicurezza nei luoghi di lavoro. Non è un fatto secondario perché qualche anno fa c'è stato decesso di un sommozzatore volontario, in un cantiere di scavo della nostra soprintendenza. In questi casi, la Magna Charta e l'apporto della Regione Toscana sono importanti in quanto, finché non avremo ben definito questo aspetto, inevitabilmente i volontari troveranno funzionari riottosi ad addossarsi delle responsabilità che rischiano di schiacciarli che per tutta la vita.

Il volontariato rappresenta indubbiamente una risorsa indispensabile, specie in questi momenti di grave crisi o, comunque, di difficoltà per le strutture dello Stato e in generale degli enti. Tuttavia il volontariato non può sostituirsi ai professionisti perché, con molta sincerità, io credo che troppo spesso il volontariato, pur con le migliori intenzioni, va a sottrarre ulteriori risorse alle già poche risorse con le quali a fatica i professionisti continuano a vivere. Questo però non è colpa del volontariato, bensì spesso delle amministrazioni che non vogliono, o molte volte non possono, destinare le dovute risorse al funzionamento del museo oppure ad altre attività di tipo culturale.

Non possiamo negare tuttavia che l'archeologia è il campo dove forse più ampiamente il volontariato si può estrinsecare nell'ambito del beni culturali; i volontari anno un apporto

¹³⁴ Soprintendente Beni Archeologici della Toscana.

fondamentale allo scavo, al restauro, all'organizzazione di mostre ed eventi, alla gestione di musei ed aree archeologiche fino ad arrivare appunto alla didattica. Non ci dobbiamo comunque dimenticare che, grazie al volontariato, il bene archeologico non è soltanto testimonianza materiale della storia, delle civiltà della nostra nazione, ma diventa veramente a 360 gradi uno strumento di politica culturale e uno strumento educativo, perché in effetti si accorcia la distanza tra il cittadino e il patrimonio culturale. E viene veramente a compiersi quella missione di educazione data dal patrimonio culturale nazionale e che fa sì che sia uno dei principi fondanti della nostra Costituzione, nel suo articolo nove.

L'altra cosa importante è che, soprattutto in archeologia, noi possiamo aumentare la capillarità della partecipazione culturale che nel nostro Paese è particolarmente bassa, uno dei livelli più bassi in Europa, insieme ai paesi, quali Grecia, Portogallo e Irlanda, che vivono momenti drammatici di crisi economica.

Credo che vadano sottolineate le ricchezze di competenze che sono presenti all'interno del volontariato. I volontari non sono dei dilettanti allo sbaraglio, sono molto spesso laureati o comunque dei professionisti che vantano una solida esperienza, ciascuno nel proprio campo, che si mettono a disposizione gratuitamente per fare dell'altro, in questo caso dell'archeologia. Vedo sempre più spesso, nelle relazioni con i corpi di volontari, che la stessa amministrazione può arricchiarsi grazie alle competenze volontari, che vengono molte volte dal mondo del lavoro, sovente più avanti rispetto al mondo dell'amministrazione pubblica. Permettono così a volte di portare competenze o soluzioni tecnologiche, alle quali non abbiamo occasione di pensare o tanto meno abbiamo i mezzi per attuarle. Il volontariato poi rinsalda il legame con il territorio e, a mio parere, questo non è secondario, non solo per la funzione educativa che ricordavo prima, ma anche perché oggi più che mai le nostre strutture hanno bisogno di far capire la loro importanza e di far capire che il costo della tutela non è fine a se stesso, ma ha delle ricadute non indifferenti su tutta la società. Infine, consente capacità, facilità e velocità di agire che purtroppo le amministrazioni pubbliche, per loro stessa natura, non hanno.

Io credo che, da una parte, il problema del rapporto con i professionisti resti fondamentale e per questo lo strumento della Magna Carta, pur necessitando ulteriori rifiniture, è già un ottimo strumento. Dobbiamo semmai andare ad applicarlo sempre più spesso e l'applicazione che vedo più appropriata è quella che si svolge secondo una ben precisa progettualità. Quindi non attività estemporanee, ma attività che possono venire scelte, e possibilmente almeno parzialmente finanziate dalla Regione Toscana, per sostenere o coprire almeno una quota degli oneri del volontariato (quindi l'assicurazione o altre spese). Prevedendo però dei quadri economici in cui, fin dall'inizio, sia chiaro che una parte è destinata alla retribuzione degli archeologi professionisti. Non dobbiamo dimenticare, infatti, che in questo momento va aiutata e salvaguardata l'archeologia professionale. Vedo troppi colleghi in grandissima difficoltà e, d'altra parte, so anche per certo che non è intenzione dei volontari sottrarre qualche cosa ai professionisti.

L'altro punto per il prossimo triennio potrebbe essere quello dell'emergenza, situazioni in cui non ci si pone la domanda se uno è un professionista o un volontario. Io credo che questo sia un campo sul quale veramente valga la pena investire il nostro tempo, il nostro denaro e le nostre energie.

Volontariato e beni culturali: la parola ai professionisti archeologi, di Gabriele Gattiglia¹³⁵

Buongiorno a tutti. Sono qui a portare la voce dei professionisti.

L'ANA non è l'unica associazione nazionale archeologi, però è la l'associazione numericamente più consistente, quindi rappresentiamo una grossa fetta di archeologi italiani.

Dai dati del censimento, si vede che in archeologia il mercato del lavoro è fondamentalmente autonomo, a Partita IVA e, dunque, con un'alta pressione fiscale e bassissimo welfare (fatto ancor più rilevante se si considera che il 70% degli archeologi italiani è donna).

Da sottolineare anche l'ormai elevato profilo formativo dei professionisti. Sono tutti laureati e più del 40% ha dei titoli post-laurea. Questo numero aumenterà sempre di più anche sulla spinta delle richieste di alcuni codici, come il codice degli appalti, che impongono per tutta una parte del lavoro di avere delle qualificazioni post-laurea (specializzazione e dottorato). Purtroppo, e qui vengono le dolenti note, soltanto il 3% riesce a trovare un lavoro che sia a livello delle proprie competenze, ma soprattutto solo il 62% riesce a lavorare sei mesi l'anno.

Ed è su questo punto che dobbiamo cercare un dialogo, un confronto con i volontari per non arrivare a situazioni di inutile conflitto. Non si può chiedere ad associazioni di volontariato, che hanno al loro interno del personale molto professionalizzato, di fare volontariamente quello che dovrebbe essere il proprio lavoro. Ognuno deve avere il proprio ruolo secondo regole precise. È importante che è una realtà come la Toscana, che ha tantissime associazioni di volontariato, se ne renda conto e, in effetti, se ne è resa conto per tempo. Purtroppo a livello nazionale non siamo così ottimisti.

Un tasto dolente è il riconoscimento delle professioni dei beni culturali. Proprio ieri abbiamo saputo che c'è stata un'accelerazione tale riconoscimento per una serie di figure professionali all'interno del Codice dei Beni Culturali: archeologi, archivisti, bibliotecari. I restauratori, invece, sono riusciti già prima della caduta del governo Monti ad avere questo riconoscimento. Questa accelerazione è un fatto importante perché permette di fare chiarezza, di inserire delle regole che non fanno altro che bene tutto il settore; tanto ai professionisti, che ai volontari. definendo gli ambiti di ciascuno. È anche vero che ci sono delle normative che riservano in maniera specifica all'archeologo, cioè al professionista, tutta una serie di lavorazioni, attività di scavo archeologico, la progettazione dello scavo ecc. Quindi piano piano la situazione non è più quella degli anni Settanta, che pur è stata fondamentale in quanto ha permesso di conservare, di studiare e di far conoscere il nostro patrimonio, si sta evolvendo. I professionisti hanno un ruolo dunque importante ed è giusto che in questo ambito pluridisciplinare si cerchi tutti di trovare una collaborazione, che vuol dire regole all'interno delle quali ognuno può dare veramente il massimo.

Specie nelle emergenze, è importante questa sinergia, ossia un volontariato che vede la collaborazione dei professionisti. L'importante è individuare delle regole all'interno delle quali potersi muovere. Noi consideriamo il professionista una figura centrale, a cui vanno

¹³⁵ Membro Direttivo Naz. E Comitato Tecnico Scientifico ANA – Assacione Nazionale Archeologi.

dei compiti di direzione e di coordinamento proprio per la sua esperienza, le sue capacità, la sua formazione. E al volontario il compito di supporto, di sussidiarietà di operazioni che permettono di coinvolgere il territorio alla riscoperta di un patrimonio che deve essere un bene di tutti. Noi pensiamo che il bene archeologico sia un bene comune e, quindi, deve coinvolgere il più possibile una molteplicità di persone. E, per poterle coinvolgere, il volontariato è un'espressione importante, però deve sapersi coordinare, deve saper parlare, dialogare con il professionista che, da un'esperienza diversa, persegue il medesimo scopo. Non ha lo stesso radicamento sul territorio del gruppo di volontariato che, dunque, è un interlocutore importante per capire dinamiche e necessità di una comunità locale. Pertanto, all'interno della centralità della figura del professionista, ci deve essere il mondo del volontariato col quale collaborare e svolgere iniziative di un certo peso.

Io sono uno strenuo difensore dei dati aperti, dell'accesso aperto. Non vengo dal volontariato archeologico, ma ad altri tipi di volontariato. In fondo anche il lavoro che facciamo all'interno dell'associazione lo facciamo per volontariato, nel senso che non siamo retribuiti come rappresentanti dell'associazione. Per questo motivo ne comprendiamo l'importanza e vorremmo che questo fosse il primo passo per poter collaborare, all'interno della Magna Charta, a un processo di definizione di un buon volontariato che possa collaborare con il mondo del professionismo.

Conclusioni di Maurizio Toccafondi¹³⁶

Buongiorno. Porto i saluti del Direttore Regionale, la dottoressa Lapi, che non è potuta essere presente. Sono il funzionario del Ministero che ha seguito fin dall'inizio il percorso, che è stato descritto nei vari interventi che si sono susseguiti in mattinata e non posso che dividerli.

L'attività intrapresa, fra la Direzione Regionale del MiBAC, Regione Toscana, Promo PA Fondazione e il Cesvot, ha cercato di centrare appieno i problemi che emergevano fin dalle prime riunioni, ossia scrivere regole semplici, percorsi chiari in maniera che il rapporto fra il mondo del volontariato e le istituzioni, specialisti compresi, fosse molto trasparente.

L'altro aspetto più volte citato negli interventi è la formazione. Il rispetto delle regole, sia della sicurezza sui posti di lavoro che del Codice dei Beni Culturali, devono essere conosciute anche dai volontari. Occorre che, tanto chi dirige lo scavo quanto chi opera al suo interno, conosca compiti, ruoli e responsabilità. Per operare all'interno di un cantiere di scavo bisogna ottemperare a determinate regole.

È giunta dalle organizzazioni sindacali nazionali una richiesta specifica per conoscere quali associazioni di volontari operano all'interno del nostro ministero, in quali compiti e in quali ruoli. Questo perché sia chiaro il ruolo del volontariato come soggetto sussidiario e non alternativo all'attività occupazionale.

Bisogna poi tenere conto della differenza tra le associazioni culturali e le associazioni di volontariato culturale. Le prime hanno un ruolo che rimane al loro interno (per esempio, un'associazione di filatelia si occupa di francobolli fra soci). Un'associazione di volontariato

¹³⁶ Direzione Regionale per i beni culturali e paesaggistici della Toscana.

culturale, invece, non si occupa della filatelia soltanto tra i soci, ma dà un contributo ad altre persone. E questo è un aspetto importante da tenere in considerazione, anche nel nostro ambito.

Un altro progetto che come Direzione Regionale e come Ministero dei Beni Culturali stiamo portando avanti, insieme alla Regione Toscana, è l'applicazione nel mondo del volontariato nell'accessibilità ai beni culturali. Anche lo scavo archeologico, ancorché in corso, deve poter essere accessibile al pubblico, e specialmente a quei soggetti che hanno più difficoltà ad accedervi. Di fatto non è solo un cantiere ma un luogo di cultura in fase di ricerca.

Infine, l'ultimo tema che è stato affrontato è quello dell'emergenza e dell'attività del mondo del volontariato in emergenza. È già da un anno che è stata costituita l'Unità di Crisi e di Coordinamento Regionale del Ministero dei Beni Culturali, anche a seguito del terremoto dell'anno scorso in Emilia Romagna, Lombardia e Veneto. Il Ministero ha istituito con un decreto un'unità di crisi a livello centrale e ha dato indicazioni perché se ne costituissero altrettante a livello regionale. È l'unica struttura che coordina tutte le operazioni in caso di emergenza su tutta la regione di competenza per quanto riguarda la messa in sicurezza dei beni culturali.

Quello che però non è previsto nelle direttive del decreto, ma che comunque fa parte delle attività della Direzione Regionale è la fase preventiva dell'emergenza. Da anni vi è una stretta collaborazione tra Direzione Regionale, insieme alle Soprintendenze e altri soggetti istituzionali, quali la Regione (non il settore cultura, ma quello ambiente e territorio), la Provincia e il Comune (tre soggetti che si occupano di Protezione Civile nel territorio), i Vigili del Fuoco e l'Autorità di Bacino. Il progetto è la messa in sicurezza dei beni culturali sulla città di Firenze, un progetto già preso in esame negli anni Novanta, dove era prevista la collaborazione fra le istituzioni a rischio esondazione e le associazioni di volontariato e che prevedeva un gemellaggio tra associazioni di volontariato e museo.

Nella fase di redazione di questo nuovo progetto, insieme alla competenza dell'Autorità di Bacino che ci ha dato gli elementi per trovare nuovi modi di gestire gli eventi, è stato predisposto un piano che lavora in prevenzione, con 12-16 ore di anticipo rispetto all'evento emergenziale, per la messa in sicurezza di questi beni. In questo frangente la collaborazione con l'associazione di volontariato è determinante.

Diventa in questo caso oltremodo importante l'aspetto della formazione. L'unità di crisi e coordinamento regionale è divisa in tre unità operative, di cui una specifica per la formazione, non soltanto del personale interno in caso di emergenza ma anche del personale esterno, a partire dai Vigili del Fuoco e poi tutto il mondo di volontariato. Occorre informare e fare formazione del personale che deve materialmente prendere i beni culturali in mano per metterli in sicurezza.

Concludo con l'auspicio che il lavoro svolto nella Regione Toscana, avrebbe una maggior valenza se diffuso su tutto il territorio nazionale.

Grazie.

12. PATRIMONIO CULTURALE E EFFICIENTAMENTO ENERGETICO: STATO DELL'ARTE, PROGETTI IN CORSO E OPPORTUNITÀ

Introduzione di Francesca Lazzari¹³⁷

Buongiorno a tutti e benvenuti a questo seminario che affronterà il tema dell'efficientamento energetico nel patrimonio culturale. I vari relatori presenteranno alcune esperienze particolarmente significative, anche con riferimento ai programmi comunitari.

Il tema cardine di questa edizione del LuBeC è quello dell'occupazione, vale a dire delle nuove opportunità e competenze per una filiera che si deve confrontare ed integrare con il più ampio settore della *green economy*. Va subito detto che, in questo campo, oltre alla valutazione e alla formazione dei tecnici e dei professionisti, è assolutamente indispensabile che il processo sia affiancato da una continua e cospicua formazione anche delle maestranze che devono operare nel settore dell'edilizia. Ciò in quanto, da una parte, abbiamo un settore dell'edilizia in profonda crisi che vede nella prospettiva legata al risparmio energetico una delle principali fonti di ripresa e di sviluppo; dall'altra, soprattutto perché per quello che riguarda il mercato nazionale, una consistente presenza di un patrimonio storico, che consta di edifici, in parte anche vincolati, e numerosissime zone soggette a vincolo paesaggistico, all'interno delle quali gli interventi sul patrimonio edilizio devono essere condotti con specifiche tecnologie e particolare attenzione.

In Italia ci troviamo di fronte a due temi di rilevante interesse e che investono le politiche locali. Da un lato, il tema dell'identità culturale, strettamente connesso all'esigenza di salvaguardare il nostro patrimonio edilizio e paesaggistico e, dall'altro, il tema del contenimento dei consumi energetici, a mio parere strettamente connesso alla necessità di ridurre la domanda energetica. Questi due temi possono convivere in maniera ottimale fra loro a determinate condizioni, nel senso che è necessario che chi opera in questo settore sia pienamente consapevole e responsabile.

La direttiva comunitaria n. 91 del 2002 sembra che introduca delle condizioni di deroga per interventi sul patrimonio edilizio esistente, in virtù del loro speciale valore architettonico e storico. Si tratta di una deroga non incondizionata, una sorta di sconto a quello che si richiede sull'edilizia comune, condizionata alla valutazione della effettiva perdita dei valori storici e specifici del bene sui quali si va ad intervenire. Una norma che quindi è applicabile non solo sul bene monumentale, sul complesso storico, ma anche nei centri storici.

È necessario approcciare questo tema tenendo conto che comunque, in prima istanza, chi opera su sugli edifici e sugli insediamenti storici deve tenere in considerazione che l'obiettivo è quello di andare ad un miglioramento dell'efficienza energetica, nell'ottica anche di un'integrazione tra efficientamento energetico e salvaguardia del bene culturale o del contesto paesaggistico e ambientale in cui gli edifici si collocano.

Nell'ambito degli edifici storici di particolare pregio, non esistono regole generali, ma l'intervento deve essere valutato puntualmente caso per caso. Ogni edificio ha le sue

¹³⁷ Dirigente Servizio Pianificazione Territoriale e Mobilità Provincia di Lucca.

problematiche e le sue caratteristiche che richiedono soluzioni specifiche. Il patrimonio storico in generale spesso presenta murature di un certo spessore, che di per sé hanno caratteristiche di contenimento e prestazione energetica già abbastanza interessanti. Diversamente, il patrimonio di più recente costruzione, soprattutto quello costruito negli anni negli anni Sessanta, presenta problematiche molto più rilevanti ma, d'altro canto, anche più facilmente risolvibili. L'intervento conservativo sui beni storici richiede la conoscenza delle migliori e più avanzate tecniche nel campo del restauro, ma anche della qualità operativa delle maestranze a cui è demandata l'attuazione degli interventi.

L'altro tema che a mio parere dovrebbe essere preso in considerazione e analizzato è quella della valutazione delle prestazioni energetiche di un edificio, a cui si può aggiungere anche una valutazione della qualità ambientale dell'edificio stesso., secondo sistemi di certificazione della qualità (per esempio, il Protocollo Itaca), che hanno lo scopo di valutare le prestazioni energetiche e ambientali di un edificio ristrutturato, secondo criteri di sostenibilità ambientale e analizzando le sue caratteristiche prestazionali durante il suo intero ciclo di vita.

Pertanto un intervento di efficientamento energetico su un bene culturale ha un duplice scopo: da un lato, garantire un prolungamento della vita dell'edificio, preservandolo da una situazione di degrado; dall'altro, garantire un confort interno che consenta una migliore fruizione del bene stesso.

Infine, vorrei affrontare il tema del ruolo della pubblica amministrazione nell'ambito dell'intervento realizzato sui beni culturali. È senz'altro un ruolo di traino, esemplare e, quindi, anche di induzione di un processo virtuoso che deve coinvolgere l'imprenditoria privata ed essere orientato verso i migliori canoni della sostenibilità dell'edilizia, in vista degli obiettivi imposti dall'esecutivo europeo per 2020.

BUONE PRATICHE

SERPENTE: per il miglioramento dell'efficienza energetica negli edifici storici pubblici, di Sergio Gatteschi¹³⁸

Noi siamo i leader in una decina di paesi in questo caso e possiamo dire che alla fine c'è anche un saldo economico attivo. E questo deve entrare tanto nella testa degli amministratori che in quella delle banche.

I paesi coinvolti sono una decina. Ci sono anche diverse autorità locali, la provincia di Cork, il comune di Malmoe, la provincia di Barcellona; cinque agenzie per l'energia, quelle di Bruxelles, Slovacchia, Bordeaux, Firenze e Cipro; un'università tecnologia, quella di Bratislava; e un'unione di comuni, quella dell'Alta Slesia. Il principio è quello di migliorare l'efficienza energetica in diverse tipologie di edifici.

In questo primo anno e mezzo di lavoro, abbiamo confrontato le nostre esperienze e le abbiamo suddivise su cinque categorie di edifici: le case popolari, gli impianti sportivi, le scuole, gli uffici e gli edifici storici. Una volta fatte le analisi, abbiamo deciso poi di iniziare delle esperienze pilota, ossia selezionate le pratiche migliori, le abbiamo applicate sugli edifici pubblici.

Siamo in relazione con molti altri progetti europei che si occupano di queste cose. Fresh finanzia la riqualificazione energetica per l'edilizia residenziale pubblica; Build up è un portale su cui si può trovare ogni genere di dato tecnico su come si ristruttura un edificio storico; Euronet 50/50 sostanzialmente fornisce un sostegno a un management interno in quanto, una volta fatti gli impianti, si presenta il problema della loro gestione (inoltre 50/50 è importante perché coinvolge anche chi fruisce l'edificio); Eco Courts, un progetto di efficienza energetica nei condomini (hanno messo in rete anche i database dei consumi).

Un altro argomento fondamentale è la *Contest Analysis*, ossia l'analisi complessiva del nostro patrimonio edilizio di proprietà pubblica, storico o meno, sulla quale in Italia al momento siamo molto indietro. Il nostro primo progetto pilota è allora quello di offrire, grazie ai soldi provenienti dall'Europa, prestazioni professionali con cui noi diamo l'audit energetico a dieci scuole, al museo Bardini, che è anche un edificio storico, ad un impianto sportivo.

Teniamo presente che noi abbiamo un patrimonio enorme: 45.000 scuole, 20.000 immobili di proprietà del demanio, 654 ospedali, 10.975 strutture sanitarie pubbliche, 13.580 edifici per uffici, 170.000 edifici di culto, di cui moltissimi con grandi valenze storico-architettoniche. Al momento, gli incentivi del 65% non sono previsti per il patrimoni pubblico, ma solo per i privati. E questo benché in Italia, diversamente da altre nazioni, siano presenti tecnologie di livello elevatissimo e professionalità straordinarie. Per esempio, noi abbiamo portato i nostri colleghi esteri a vedere l'allargamento e il rifacimento dell'Ospedale Meyer e sono rimasti tutti a bocca aperta. Non c'è un ospedale

¹³⁸ Presidente Agenzia Fiorentina per l'Energia.

così in Europa, per il quale addirittura sono stati coinvolti i bambini per sapere quali erano le criticità del vecchio ospedale.

Ci sono molti strumenti finanziari quindi, anche in mancanza di una nostra amministrazione centrale, possiamo interagire con una serie grande di opportunità, quali FESR, Intelligenti Energy, Jessica, Alena, EFFE, Fondi di garanzia. Ci sono quindi delle possibilità per lavorare.

A Bruxelles hanno fondato un'agenzia apposta facendo il repertorio dei mestieri legati al patrimonio architettonico. Se intervengo su un edificio storico non è detto che un idraulico qualunque sappia intervenire bene o mi faccia le finestre isolate termicamente a regola d'arte. Pertanto hanno fatto un elenco di tutti gli artigiani disponibili nell'area urbana di Bruxelles, li riqualificano e così possono intervenire sui palazzi storici facendo un buon lavoro da un punto di vista tecnico.

Insieme ai nostri colleghi europei, abbiamo valutato concordemente che in un edificio storico vale la pena sacrificare l'efficienza alla bellezza. E quando si parla di ristrutturazioni interne, oltre ai pannelli sul tetto, ci sono molte altre soluzioni; tutto ciò che è impianto elettrico, illuminazione, tutto ciò che sono infissi anche di altissima qualità, che è fonte riscaldamento (per esempio, la geotermia, le pompe di calore). Dobbiamo quindi studiare bene il nostro patrimonio per valutare preventivamente le varie soluzioni e i loro diversi impatti, in modo tale che si possa arrivare ad efficientamenti energetici nel pieno rispetto della bellezza architettonica e storica del luogo.

Recupero degli edifici storici e risparmio energetico. Formare per creare nuove competenze, di *Gildo Tognetti*¹³⁹

Buongiorno a tutti.

Il progetto 'Formare per creare nuove competenze' è nato da un'indagine sui fabbisogni formativi, fatto dalla scuola edile nel 2010, sul settore dell'edilizia. Nei risultati di questa indagine sono emerse alcune indicazioni, da parte delle imprese, sui fabbisogni d'intervento sugli edifici storici. Alcune indicazioni che emergevano dalle imprese riguardavano la difficoltà a coniugare gli interventi di restauro con gli interventi di risparmio energetico.

La metodologia d'intervento degli anni passati prevedeva prima l'intervento del soggetto che faceva restauro con l'azienda edile, poi arrivava colui che si occupava della parte elettrica, a seguire colui che rifaceva la pavimentazione. In una successione temporale cioè che impediva di fatto una visione complessiva dell'intervento. Oggi, invece, l'intervento deve essere fatto con una visione complessiva a priori, per cui c'è la necessità di una capacità di progettazione che sappia interpretare l'intervento in tutte le sue articolazioni.

Definite le esigenze delle imprese, noi abbiamo fatto anche una valutazione sullo stato dei beni storico-architettonici del nostro Paese. Abbiamo un patrimonio edilizio costituito da edifici di grande valore che necessitano di interventi di conservazione. L'approccio utilizzato fino ad oggi, di cui parlavo prima, ha limitato gli interventi di riqualificazione di queste strutture, ostacolando le proposte finalizzate al recupero energetico. Lo sviluppo di nuovi materiali offrono oggi la possibilità di superare questo gap e danno la possibilità di imboccare la direzione del risparmio energetico e del restauro nello stesso tempo.

Dobbiamo ricordare che noi ci troviamo di fronte a una grave crisi del settore dell'edilizia, una crisi iniziata alla fine del 2007 e che a tutt'oggi colpisce in pieno il settore, tanto che i dati della Cassa Edile indicano che un oltre un terzo degli occupati sono stati persi in questi sei anni. Tuttavia, osservando bene questa crisi, possiamo scorgere degli spiragli e delle possibilità di uscirne attraverso l'innovazione tecnologica e una nuova sensibilità ambientale (la bioedilizia, l'edilizia sostenibile, le case in legno, ecc.).

Recentemente la provincia di Lucca è stata interessata dall'approvazione di due PIUSS, Piani Integrati di Urbanizzazione e Sviluppo Sostenibile. Uno fa riferimento ad un intervento nel centro storico di Lucca e l'altro a Viareggio; entrambi coinvolgono una parte notevole di edifici storici di pregio e possono diventare uno degli elementi che cambiano il volto urbano delle città, nonché un motore per lo sviluppo economico e occupazionale della filiera del settore edile.

Si pone a questo punto per le nostre aziende un problema di competitività all'interno di questo settore. Le nostre aziende sono attrezzate per affrontare questo tipo di mercato? Sono capaci di integrare restauro degli edifici storici coniugandolo col risparmio energetico? Sono in grado di superare tecnicamente e tecnologicamente le restrizioni che la legislazione vigente pone a tutta una parte di edifici? Da quello che ci risulta non c'è

¹³⁹ Presidente Matraia SRL.

un'adeguata competenza, vale a dire che c'è una competenza nel restauro, nel risparmio energetico, ma non c'è una competenza complementare.

Tenendo pertanto conto di questa situazione di complessità, la Scuola Edile Lucchese, che ha una lunga esperienza in progetti formativi e per il risparmio energetico, e la Fondazione Promo PA che ci ospita e organizza LuBeC, hanno presentato un progetto al Fondo Sociale Europeo della Provincia di Lucca ottenendo un finanziamento destinato a formare imprenditori e tecnici di cantiere, capaci di coordinare questi due aspetti. L'obiettivo è quello di creare competenze specifiche in questo settore, che consentano ai partecipanti al corso di avere un'importante qualificazione della loro professionalità e, quindi, permettere alle imprese di essere competitive in questo specifico target di mercato.

Il corso è diviso in quattro moduli tecnici. Il primo è sulla normativa vigente e vengono valutati gli ambiti in cui la legislazione consente l'applicazione di tecniche di risparmio energetico negli edifici storici, nonché eventuali aree di discrezionalità che possano rendere più agevole l'intervento. Il secondo modulo è un aggiornamento sulle tecniche conservative e di restauro correlate al risparmio energetico; in questo ambito sono state svolte delle lezioni in cui sono stati esaminati strumenti, tecniche e materiali innovativi funzionali al risparmio energetico. Questi vengono poi messi in relazione alla tipologia degli edifici e alle caratteristiche del restauro. Nel terzo modulo saranno analizzate e approfondite le principali tecniche e le soluzioni operative del risparmio da utilizzate nei diversi casi del risparmio. Saranno poi successivamente esaminati gli aspetti energetici e le loro ricadute economiche a monte e valle di ogni singolo intervento. La parte economica rappresenta un elemento strategico e infatti fa parte dell'attività di formazione. La consapevolezza che il risparmio energetico è di fatto un risparmio economico sarà la base su cui operare ogni intervento, rispettando le basi del restauro e della conservazione.

L'ultimo punto è il *project work*, una metodologia didattica basata su casi concreti, vale a dire che analizza tutto ciò che si è appreso durante il corso. Nel caso specifico, dall'analisi di uno specifico edificio nelle sue componenti storico- artistiche si passa allo studio in concreto degli interventi di restauro, di conservazione e successivamente ad uno studio di fattibilità per una riqualificazione energetica. La parte finale del *project work* riporterà le analisi storiche,

Il progetto 3EnCult. L'efficiamento energetico e immobili storici: risultati e prospettive, di Alexandra Troi¹⁴⁰

C'è un consenso a livello della nostra società sul fatto che gli edifici storici sono importanti, che sono un biglietto da visita, una ricchezza, un patrimonio che come società vogliamo salvaguardare. D'altro canto però siamo consapevoli che questi edifici sono caratterizzati da un alto livello di inefficienza energetica. Legate a questa inefficienza, vi sono anche elevate emissioni di CO₂ che contribuiscono ai cambiamenti climatici e che stanno danneggiando i nostri edifici storici. Inoltre spesso gli edifici non offrono le condizioni di confort che si aspettano sia le persone che forse anche le opere d'arte contenute in esse.

Noi vogliamo far vedere che anche in quegli edifici riusciamo a ridurre la domanda di energia consistentemente (a un quarto, in qualche caso forse anche a un decimo), rispettando il valore storico. Vorrei chiarire che gli edifici di cui stiamo parlando nel progetto non sono gli Uffizi, ma quella grande quantità di edifici che formano i nostri centri storici. Per esempio, nella città di Bologna, che è uno dei nostri partner nel progetto, il 70% degli edifici nel centro storico sono state costruiti prima del 1919 e l'80% prima della seconda guerra mondiale. E nel piano regolatore urbanistico hanno inserito questa definizione del valore storico-documentale, che aiuta loro a gestire in modo adeguato questi edifici. Siccome il nostro progetto è europeo, un altro esempio è la Danimarca, dove ci sono 9000 edifici che sono inseriti in una lista nazionale e ufficialmente protetti.

Ben più di un quarto di tutte le abitazioni dell'Europa sono state costruite prima della seconda guerra mondiale e questo significa, in numeri, 55 milioni di abitazioni e 120 milioni di europei che le abitano. Numeri che, tradotti in emissioni di CO₂, rappresentano il 5% di tutte le emissioni in Europa nel 1990. In Italia, sono 6 milioni le abitazioni costruite prima della seconda guerra mondiale e 4 milioni quelle prima del 1919.

Tra i parametri indispensabili per sviluppare queste soluzioni a misura degli edifici storici vi è la multidisciplinarietà. Abbiamo cercato di seguire un processo dove fin dall'inizio integriamo tutte le persone coinvolte nel processo, partendo dal proprietario, dall'utente fino al tecnico, l'ingegnere, gli urbanisti, gli architetti e, ovviamente, le autorità locali. Questa multidisciplinarietà ovviamente la ritroviamo nel team del progetto stesso; siamo 23 partner in tutta Europa che coprono tanto le università con un background tecnico-ingegneristico o di conservazione, di architettura che l'utilizzatore (come nel caso del comune di Bologna). Questa multidisciplinarietà abbiamo anche cercato di applicarla ai nostri *case study*.

Il secondo aspetto è un approccio olistico. Con l'edificio storico, come del resto con tutti gli edifici, dobbiamo cominciare con un'analisi, una diagnosi ancora prima di pensare al possibile intervento, perché solo avendo capito come funziona l'edificio e quali sono i suoi punti forti e quelli deboli siamo in grado di sviluppare le soluzioni giuste. E, implementando la soluzione, il processo non è ancora finito, in quanto c'è ancora un ultimo passo di verifica se quello che uno pensava di fare è stato veramente fatto, se ha

¹⁴⁰Vice Direttrice dell'Istituto per le Energie Rinnovabili dell'EURAC.

funzionato come era stato previsto e cosa può sempre essere ottimizzato o cosa possiamo imparare per progetti futuri.

Il processo continua nel supporto al progetto, nell'analizzare e testare soluzioni per poi arrivare all'implementazione. Se noi vogliamo trovare la soluzione giusta, dobbiamo guardare tutto l'edificio, non solo le finestre, non solo la parete, non solo l'impianto tecnico, ma dobbiamo vederlo come un insieme. L'idea è quella di trovare le soluzioni che permettano la conservazione, l'aumento del benessere delle persone che ci abitano o lavorano e l'incremento dell'efficienza energetica.

Le soluzioni ci sono, bisogna solo trovare quelle giuste per l'edificio specifico. Pertanto non vi potrò mai trasmettere come risultato del progetto una soluzione standard, che vada bene ovunque. Gli aspetti del progetto da valutare sono molteplici. Trovare le soluzioni è dunque una sfida ma anche una grande opportunità per il settore dell'edilizia. Ci aspettiamo molto da questo tipo di progetti per uscire dalla crisi e, comunque, rappresentano anche un'opportunità per il settore della conservazione. Rispetto al passato, vedo che in diversi paesi europei la conservazione non ha più un atteggiamento di diffidenza, se non di diniego, bensì cerca di capire cosa sono le esigenze energetiche, non lasciando il campo unicamente agli ingegneri. È un nuovo mercato che secondo me va affrontato attivamente; non dobbiamo aspettare che sia lui a venirci incontro ma dobbiamo essere noi a fare i primi passi. E, in questo senso, la formazione è importantissima; rispetto al primo incontro dove l'architetto filosofo e l'ingegnere stavano su posizioni contrapposte, abbiamo imparato a parlarci e a capirci e a rispettare le reciproche competenze.

Serve una visione a lungo termine. Per fortuna le agevolazioni fiscali e gli incentivi che abbiamo non sono le uniche fonti finanziarie, dunque sfruttiamo tutte le possibili fonti esistenti. E, per evitare che un intervento venga realizzato in fretta e, quindi, non sia di qualità, abbiamo bisogno di sicurezza su incentivi e agevolazioni fiscali a lungo termine. In questo modo, possiamo creare questo mercato e dare la possibilità alle imprese di adattarsi ad esso e di sviluppare le competenze per formare collaboratori. Così facendo riusciremo a realizzare interventi di qualità che combinino tanto la salvaguardia del patrimonio storico quanto l'efficientamento energetico.

TAVOLA ROTONDA

Intervento di Marco Bellandi¹⁴¹

Buongiorno a tutti.

La Fondazione Ricerca e Innovazione è promossa dall'Università di Firenze insieme alla provincia di Firenze, in un contesto di collaborazione anche nell'Area Vasta Firenze-Prato-Pistoia e regionale. La Fondazione è capofila di uno dei Poli di Innovazione regionali, che sono politiche della regione Toscana che nel 2012 ha lanciato la costituzione di questi poli che si fondano su associazioni temporanee di scopo tra rappresentanti diretti e indiretti delle università, rappresentanti delle agenzie di trasferimento tecnologico, le fondazioni culturali. Hanno lo scopo di mettere in contatto ricerca, imprese e istituzioni per favorire il trasferimento delle conoscenze, l'innovazione in certi campi scientifico-tecnologici e di mercato. Uno di questi poli è Polis, che è il polo delle Tecnologie per la Città Sostenibile, in cui appunto la Fondazione Ricerca e Innovazione è capofila. Nell'associazione ci sono anche l'Università di Siena, l'università di Pisa, LUCENSE, quindi Lucca, il PIN di Prato e un'altra agenzia di trasferimento tecnologico di Firenze.

Polis si basa su tre linee di azioni principali. Una riguarda beni culturali e turismo, l'altra la mobilità e Smart City e la terza edilizia ed energia rinnovabile. Al momento abbiamo più di 500 imprese aggregate al polo, con cui facciamo azioni di collegamento con l'università e i centri di ricerca per rispondere ad altri bandi della Regione Toscana (per esempio, bandi per servizi qualificati), per aiutare l'inserimento nei progetti europei e stipulare contratti di ricerca finanziati da imprese, università e centri di ricerca. Le aree tecnologiche principali dei Poli sono i nuovi materiali (soprattutto per protezione, restauro e riqualificazione edilizia), che rappresentano un aspetto molto importante quando si parla di risparmio energetico; sistemi diagnostici; sensoristica e impiantistica.

Il Polo fa anche da supporto organizzativo anche ai Distretti Tecnologici Regionali e, in particolare, Polis fa da supporto al Distretto Toscano per i Beni Culturali e la Città Sostenibile. I Distretti Tecnologici Regionali rappresentano una politica parallela a quella dei Poli Regionali. I Poli Regionali per l'Innovazione costituiscono l'organizzazione molecolare dei rapporti fra impresa, ricerca e istituzione, mentre i distretti sono stati costituiti per favorire la definizione di strategie di ampio respiro, su certi ambiti scientifici, tecnologici, di mercato e sociali.

I poli e i distretti regionali sono stati chiamati dalla Regione Toscana a contribuire alla definizione delle strategie cosiddette di *Smart Specialization*. L'Unione europea e la Commissione Europea in particolare, nel prevedere le azioni per la prossima stagione di finanziamenti europei 2014-2020, ha anche stabilito che le regioni NUT NAT2, come la nostra, devono definire gli ambiti di eccellenza e di incrocio tra competenze, conoscenze e attività produttive in cui una regione si distingue in maniera particolare nell'ambito nazionale ed europeo. La regione diventa così, per quegli ambiti, un soggetto di ascolto primario quando la Commissione Europea deve definire certe linee di attività. Pertanto la

¹⁴¹ Presidente Fondazione per la Ricerca e l'Innovazione.

Regione Toscana ha chiesto ai Distretti Regionali e ai Poli associati di dare un contributo per la definizione della *Smart Specialization Strategy* della Regione Toscana.

Polis ha lavorato su quattro sottosistemi specifici: il patrimonio culturale mobile, territori storici, che poi è l'ambiente in cui si collocano gli argomenti di questa sessione. La Toscana è vista come un territorio con vari gradi di densità urbana e rurale, ma con un'altissima densità e diffusione di patrimonio culturale e paesaggistico, che costituisce una permanente sorgente di preoccupazione di sostenibilità economica e di costi, ma anche una grandissima opportunità, in primo luogo per il turismo. È una permanente occasione anche di nuovi lavori lungo tante filiere manifatturiere e artigiane. Insomma, il livello di eccellenza del patrimonio che si trova in Toscana permette di pensare al fatto che qui si trovi la chiave per costruire nuovo lavoro e nuova impresa. Pensiamo all'edilizia: ormai, come è già stato ricordato l'edilizia estensiva è finita sia che in Italia. Quindi possiamo fare l'edilizia di recupero e di restauro, un settore che ha un amplissimo mercato. Pertanto, se riusciamo ad affermare delle eccellenze di capacità produttive, poi c'è un mercato mondiale che ci aspetta.

Gli altri sottosistemi sono il *Social Museum*, come connettore territorio virtuale e nuova conoscenza attraverso i social media

Il sottosistema territori storici dodici lo abbiamo inserito nel nostro disegno della *Smart Specialization Strategy* e lo abbiamo trasmesso alla Regione Toscana, che sembra averlo accettato. E, comunque, la nostra è una rete sempre disponibile ad accogliere contributi e nuovi partner.

Intervento di Stefano D'Amico¹⁴²

Ringrazio di cuore gli organizzatori di LuBeC 2013 per l'opportunità offertami e la dott.ssa Francesca Lazzari per l'eccellente presentazione del presente Focus; colgo inoltre l'occasione per complimentarmi con i relatori che mi hanno preceduto, i quali, descrivendo nei loro interventi, con grande precisione e puntualità, alcuni argomenti previsti anche nel mio, mi consentono di ometterli. Peraltro non avrei saputo argomentarli meglio di quanto già fatto egregiamente da loro.

Mi limiterò pertanto a parlare, in rapida successione, dei seguenti argomenti:

- il patrimonio culturale italiano: alcuni dati (su cui riflettere.....);
- patrimonio culturale ed energia: informazioni sui progetti MiBACT in corso;
- patrimonio culturale ed energie rinnovabili: un discorso per immagini.

Il Patrimonio culturale italiano: alcuni dati

Il *Codice dei beni culturali e del paesaggio* ci dice, all'art. 2, comma 1, che: *"Il patrimonio culturale è costituito dai beni culturali e dai beni paesaggistici"*. Una fonte primaria di dati, anche solo per accostarsi al mondo dei beni culturali, è costituita dalle *"Minicifre della cultura 2012"*, redatte ogni anno dall'Ufficio Studi del Segretariato Generale del MiBACT; esse sono disponibili anche in lingua inglese e sono scaricabili liberamente sul sito del

¹⁴² Direttore Generale per il Paesaggio – Tutela del patrimonio architettonico.

MIBACT. A mio avviso si tratta di un documento snello ma di estremo interesse; a pag. 8 trovate, ad esempio, il numero dei beni immobili, sia archeologici che architettonici, vincolati dal 1909 al 2004 ed il numero delle dichiarazioni di interesse culturale emanate dal 2004 (data di entrata in vigore del Codice) al 2011. A pag. 10 invece è riportato il numero complessivo dei provvedimenti di dichiarazione di notevole interesse pubblico per i beni paesaggistici ed anche il rapporto percentuale, suddiviso per regione, tra superfici vincolate paesaggisticamente e la complessiva superficie regionale. Per il procedimento di verifica dell'interesse culturale, introdotto dall'art. 12 del Codice, il Ministero ha messo a punto già da tempo il sistema informativo "Beni tutelati", che consente il caricamento dei dati e l'automatica generazione del provvedimento di dichiarazione. Tale sistema è soggetto, proprio a cura dell'ufficio da me diretto, a costante monitoraggio. L'ultimo è stato effettuato il 30 luglio scorso ed i relativi esiti sono liberamente consultabili in internet, sul sito della nostra Direzione generale. Al fine di conoscere l'effettiva consistenza del patrimonio culturale è stato di recente completato il progetto "Vincoli in rete" (ISCR – ICCD –DG-PaBAAC); tale sistema, accessibile da internet, fonde e raccoglie i dati provenienti dalle diverse banche dati dell'ISCR (Carta del Rischio) dell'ICCD (SIGECweb-Sistema Informativo Generale del Catalogo) e della DG-PaBAAC (Sistema Informativo "Beni tutelati" e "Sitap-Sistema Informativo Territoriale Ambientale e Paesaggistico") e consente di conoscere tutti i vincoli presenti sul territorio italiano, inclusi quelli paesaggistici. Cercando ora di quantificare il patrimonio immobiliare italiano segnalo che l'Agenzia del Territorio (ora Agenzia delle Entrate) ha realizzato, con il Dipartimento delle Finanze e la collaborazione della Sogei, lo studio: "Gli immobili in Italia 2012". Il primo capitolo è relativo allo stock immobiliare in Italia. I dati, aggiornati al 31/12/2010, sono ottenuti attraverso: *"l'incrocio massivo e completo delle banche dati catastali e delle dichiarazioni dei redditi. Le unità immobiliari sono censite al catasto in diverse categorie. L'ammontare totale di quelle censite nelle categorie A, B, C, D ed E è pari a 60.217.470, circa 1,1 milioni di unità in più dell'anno precedente."* È stato poi pubblicato nel maggio 2013 il Rapporto Immobiliare 2013, a cura dell'Osservatorio del Mercato Immobiliare e dell'Agenzia delle Entrate. Lo stock complessivo nazionale delle unità immobiliari ammonta a 66.630.368. Riallacciandomi ai dati riportati nel precedente intervento dell'ing. Alexandra Troi, si può pertanto asserire che il patrimonio immobiliare legalmente realizzato in Italia dal 1945 al 2013 si è decuplicato. Alla luce dei dati sin qui richiamati possiamo trarre alcune considerazioni:

- pur considerando la diversità dei dati (beni immobili a fronte di unità immobiliari) il numero di beni culturali, a fronte dell'entità del costruito "legale", è infinitesimo e nella migliore delle ipotesi sfiora appena l'1%;
- diverso è il caso dei beni paesaggistici, dove, a seguito di provvedimenti di tutela (ministeriali o regionali), ovvero di piani paesaggistici e aree vincolate per legge (ex Galasso), l'estensione delle aree soggette a tutela, in alcune regioni, supera il 50% della loro superficie.

Patrimonio culturale ed energia: informazioni sui progetti MiBACT in corso

Il Decreto Legislativo 19 agosto 2005, n. 192, *Attuazione della direttiva 2002/91/CE relativa al rendimento energetico nell'edilizia*, così come modificato dalla legge 90 del 2013, dovuta al recepimento della Direttiva 2010/31/UE, prevede per il patrimonio culturale un regime di deroga. La dott.ssa Lazzari parlava poca fa, giustamente, di deroga

“condizionata” ed infatti il decreto si applica eventualmente ai beni culturali e a talune tipologie di beni paesaggistici (le ville, i giardini e i parchi, non tutelati dalle disposizioni della Parte seconda del Codice, di non comune bellezza ed i complessi di cose immobili che compongono un caratteristico aspetto avente valore estetico e tradizionale, inclusi i centri ed i nuclei storici). Gli obblighi previsti dal decreto per i suddetti beni, ovvero l’attestazione della prestazione energetica degli edifici e l’esercizio, la manutenzione e le ispezioni degli impianti tecnici, sono infatti subordinati al preventivo giudizio dell’autorità competente al rilascio dell’autorizzazione ai sensi del Codice. L’esclusione è prevista solo qualora il rispetto delle prescrizioni implichi per i beni un’alterazione sostanziale del loro carattere o aspetto, con particolare riferimento ai profili storici, artistici e paesaggistici (art. 3 commi 3-bis e 3-bis.1).

Sui temi dell’energia il Ministero è attualmente impegnato in due progetti, entrambi a valere sul Programma Operativo Interregionale (POI) “Energia rinnovabile e risparmio energetico” che utilizza fondi FESR legati alla programmazione 2007-2013. Il primo è frutto di un accordo di programma con il MATTM, stipulato il 10 maggio 2010, per la *“Definizione e attuazione di interventi per l’efficientamento e il risparmio energetico a servizio di musei e siti archeologici e monumentali di particolare rilevanza”*. Il secondo è invece connesso all’accordo di programma del 3 agosto 2011 con il MiSE; la finalità è realizzare: *“interventi a sostegno della produzione di energia da fonti rinnovabili nell’ambito dell’efficientamento energetico degli edifici e utenze energetiche pubbliche o ad uso pubblico”*. Sono previsti almeno 6 interventi volti alla produzione di energia da fonti rinnovabili a servizio di Musei, siti archeologici ed edifici a carattere monumentale e storico, nonché di valenza culturale di proprietà e/o competenza del MiBAC. Un terzo progetto si è aggiunto di recente con la costituzione operata dal Direttore generale, dott.ssa Maddalena Ragni, di un gruppo di lavoro costituito da personale del Ministero e da docenti universitari, con il compito di redigere le *“Linee di indirizzo per l’uso efficiente dell’energia nel patrimonio culturale”*.

Patrimonio culturale ed energie rinnovabili: un discorso per immagini

Alcuni anni fa Renzo Piano, in un’intervista televisiva, dichiarò che l’Italia è il paese del sole e del vento. A guardare i dati statistici disponibili sull’irraggiamento solare orizzontale e sulla velocità media annua del vento non si può non convenirne. Ho preferito però portarvi alcune immagini, che mostro in rapida sequenza, che credo rappresentino in maniera più efficace di tante parole il rapporto, spesso distonico, tra impianti di produzione di energia da fonti rinnovabili e patrimonio culturale. Riallacciandomi alle considerazioni finali della relazione del dott. Gatteschi, sono sempre più convinto che non valga la pena sacrificare la bellezza in nome dell’energia. In un Focus come questo, dedicato all’occupazione, credo anzi che la sfida principale per le nuove generazioni sia proprio questa: progettare tecnologie e materiali tali da conciliare la produzione dell’energia con il rispetto del paesaggio, l’efficienza energetica con la conservazione dei beni culturali. È una sfida tutt’altro che facile, ma i primi moduli formativi in tal senso, alcuni dei quali presentatici oggi da Gildo Tonetti, mi fanno essere fiducioso.

Grazie.

Intervento di Carlo Lancia¹⁴³

Mi piace iniziare dicendo che l'energia migliore è quella che non si consuma, non quella che si produce in maniera più o meno ecologica. Come costruttori ci piace molto sottolineare l'aspetto del risparmio energetico.

Il tema di oggi, vale a dire il patrimonio culturale e l'efficientamento energetico, fa parte di un quadro molto più ampio che è quello della riqualificazione del costruito, all'interno del quale, oltre appunto al tema dell'aspetto energetico, vi è anche quello della sicurezza sismica degli edifici.

La riqualificazione senza aggettivi, ossia tout court, del costruito è il tema fondamentale dell'edilizia nei prossimi anni. L'edilizia residenziale, in particolare, è molto cambiata in questi ultimi anni; costruiremo utilizzando sempre meno suolo e dovremo sempre più riqualificare l'esistente. Quando si parla di esistente (in Toscana, dai dati del Censimento Istat, risultano circa 1.800.000 unità immobiliari), va considerato che un 70% prima del '76, anno in cui è entrata in vigore la prima normativa energetica. È evidente, dunque, che l'esigenza di efficientamento energetico del nostro patrimonio abitativo è enorme.

È necessario che anche la normativa si faccia carico di questo aspetto e preveda degli incentivi in pianta stabile e non, come sta accadendo, solo di anno in anno. E questo anche per dare una certezza tanto agli operatori quanto ai cittadini. Tra l'altro, potrebbero anche rappresentare degli strumenti per incentivare il lavoro regolare in un settore, quale quello dell'edilizia, in cui le zone grigie sono numerose. Il che, tra l'altro, come dimostrano le analisi, porterebbe anche ad un saldo finanziario globale positivo per lo Stato.

Tuttavia ritengo che non sia più sufficiente pensare ad un diverso modo delle costruzioni del futuro; noi dobbiamo cercare di arrivare da strumenti che ci aiutano nella riqualificazione del singolo edificio, della palazzina, del condominio o della villetta a strumenti di rigenerazione urbana. Perché gli edifici di cui parliamo non sono solo i musei, biblioteche, le pinacoteche, ma ci sono anche migliaia di edifici storici dove le persone vi abitano o lavorano. E questo è il vero modo di ridare una vita anche ai nostri centri storici. È l'insieme che ormai bisogna pensare di riqualificare e ciò richiede una visione un po' più completa del singolo edificio o del singolo appartamento.

In questo ambito l'aspetto fiscale diventa fondamentale. Noi abbiamo un regime dell'imposta di registro che non favorisce assolutamente i trasferimenti finalizzati alla riqualificazione urbana ed è infatti una delle richieste che ANCE sta avanzando nel dibattito sulla legge di stabilità. Si tratta di processi che richiedono una grande professionalità delle imprese e degli operatori che lavorano nelle imprese. E qui l'industria italiana di costruzioni ha un'esperienza, un know how, una capacità che è difficile trovare nel mondo e questo tessuto va salvaguardato perché può dare un contributo fondamentale.

Per concludere, aggiungo che nel D.L. del Fare, legge n. 98, è presente una norma sulla demolizione e ricostruzione. Dobbiamo infatti il coraggio di pensare che, in certi contesti e ovviamente non edifici vincolati, demolire ricostruendo in maniera più o meno fedele può anche non essere una scelta interessante.

¹⁴³ Direttore ANCE – Associazione Nazionale Costruttori Edili Toscana.

Intervento di Renzo Macelloni¹⁴⁴

Sono Presidente della Belvedere S.p.A., il cui core business è la gestione dei rifiuti. Noi abbiamo comprato una fattoria di circa 900 ettari di terreno con 40 casolari agricoli da ristrutturare. E l'attività a cui attualmente siamo interessati è quella di fare un recupero filologico di questi casolari, senza un aumento di volume e recuperando energeticamente questi immobili. E questo con la partecipazione dei cittadini. Abbiamo costituito una società autonoma che ha comprato i 40 immobili e che oggi fa un'offerta pubblica di sottoscrizione, cercando di coinvolgere 2/3 mila cittadini della Valdera e dintorni, sostanzialmente della provincia di Pisa, con un piccolo contributo di 5/10 mila euro per dare il via a questa operazione.

Abbiamo fatto questo anche per evitare che ci fossero investimenti internazionali di grandi società che vengono sul territorio con due tipi di atteggiamenti, entrambi pericolosi: comprano e lasciano che tutto vada in decadenza, contando comunque sulla rivalutazione economica col tempo che fa rendere l'investimento rende oppure arrivano con delle pretese, a fronte dei costi che sostengono e dello sviluppo che creano, che conducono a dei progetti non conformi col sentimento della popolazione.

La Belvedere S.p.A. è partecipata per il 60% dal comune e dal 40% da 900 piccoli azionisti, molti raccolti con delle offerte pubbliche di sottoscrizione. Cinque anni fa abbiamo fatto un prestito obbligazionario convertibile per costruire un impianto fotovoltaico nel nostro territorio. Il prestito è stato sottoscritto da 300 cittadini e una parte delle obbligazioni si è trasformata in azioni della Belvedere S.p.A. Io credo che se vogliamo fare innovazione e anche produrre energia, è importante che questa energia sia prodotta in un rapporto stretto con le comunità locali, siano imprese siano cittadini. Se dunque i cittadini di un territorio convertono una piccolissima parte del proprio risparmio possono raggiungere l'obiettivo di mantenere un paesaggio, di fare sviluppo anche in un momento di grande difficoltà economica, senza fare ricorso a grandi fondi internazionali, che oggi non si muovono e non investono in attività produttive vere, e di fare occupazione.

Su questo progetto stiamo collaborando anche col Sant'Anna, anche per mantenere l'aspetto filologico, che consente di mantenere la valenza non solo culturale, ma anche turistica. Noi continuiamo da avere un peso turistico, solo se manteniamo la nostra storia, interpretandola e aggiornandola sì, ma comunque non stravolgendola. Altrimenti perdiamo questo patrimonio, questo bene artistico che è il paesaggio. Inoltre, in questa operazione un po' complicata stiamo cercando di mettere insieme la partecipazione attiva dei cittadini e la possibilità di dare un risparmio sicuro, perché compriamo questi immobili a prezzi bassissimi e, recuperandoli, l'investimento diventa ragionevolmente sicuro, anche per i piccoli azionisti.

¹⁴⁴ Presidente Belvedere S.p.A.

Intervento di ADSI Giovani – di Aloisia Marzotto Caotorta¹⁴⁵ e Eleonora Morbelli¹⁴⁶

L'Associazione Dimore Storiche Gruppo Giovani ha partecipato all'incontro trattando l'edilizia storica in rapporto alle fonti rinnovabili di energia ed al risparmio energetico; per affrontare in modo più completo le possibilità di integrazione dei dispositivi per la produzione di energia da fonti rinnovabili nell'edilizia storica il Coordinatore Nazionale ADSI Giovani ha richiesto il supporto tecnico dell'architetto Eleonora Morbelli.

Già i temi scelti per le scorse conferenze dei Raduni Nazionali: "Giovani ed immobili vincolati: istruzioni per l'uso" e "La ricettività nelle dimore storiche. Tra imprenditoria e cultura" indicano la vocazione del Gruppo Giovani a formare i futuri proprietari di dimore storiche e a fornire loro il know-how per sviluppare le potenzialità di un edificio storico; al pubblico di Lu.Be.C. ADSI Giovani ha raccontato, dal punto di vista dei proprietari, cosa significhino e quali possano essere le opportunità di sviluppo *green* offerte dalle nuove tecnologie per gli immobili storici.

A marzo 2014, ADSI Giovani tratterà questo tema in modo più esteso ed completo, coinvolgendo le istituzioni, i professionisti del settore, i proprietari e i fruitori; il convegno è organizzato da ADSI Giovani Lazio e si terrà al MAXXI di Roma.

Dimora storica come edificio energivoro?

Molti edifici storici sono arrivati fino ai giorni nostri e molti di questi sono tutt'ora abitati; ciò testimonia il fatto che non solo in passato si conoscevano le tecniche del "buon costruire", ma si progettava anche secondo criteri di comfort e di igiene. Per citare solo alcuni esempi fra molti, i muri perimetrali erano costruiti a cassa vuota per sfruttare la potenzialità dell'aria in stato di quiete di fungere da isolante, venivano realizzati vespai di fondazione utilizzando pietrame a grana grossa per rialzare l'edificio da terra ed impedire le infiltrazioni di umidità provenienti dal terreno; inoltre l'attenta distribuzione degli ambienti secondo la loro destinazione d'uso (locali di servizio a nord, stanze in cui si passava maggior tempo a sud, ecc.) permetteva di massimizzare la luce diurna ed il calore del sole.

Le maestranze, inoltre, grazie alla loro conoscenza delle intrinseche qualità dei materiali e della corretta posa degli elementi, hanno utilizzato al meglio le risorse presenti in natura, costruendo edifici dal corretto comportamento statico ed energetico.

Oggi, attraverso un'approfondita riflessione storico-culturale sul valore intrinseco ed il carattere peculiare delle singole dimore ed accompagnata da un'attenta analisi diagnostica del bene e dell'area circostante è possibile intervenire sul patrimonio edilizio storico anche con tecnologie moderne ed integrate.

Ma ogni edificio è un caso a sé. A tale proposito assume un'importanza rilevante la fase preliminare di analisi e progettazione, che consente d'individuare quell'intervento che è

¹⁴⁵ Coordinatore Nazionale ADSI Giovani.

¹⁴⁶ Progettista, Direttore Lavori, Certificatore Energetico, Coordinatore della Sicurezza, CTP, CTU Tribunale di Milano.

tecnicamente, funzionalmente ed economicamente fattibile, trovando quelle soluzioni che aumentino il benessere abitativo mantenendo inalterate le atmosfere interne ed esterne del complesso edilizio storico. Inoltre è fondamentale, soprattutto quando si parla d'interventi su edifici vincolati, raggiungere un vitale colloquio tra istituzioni, soprintendenze e privati.

Le soluzioni

Il miglioramento del comportamento energetico di un edificio si realizza principalmente con interventi sugli impianti e sull'involucro; quelli legati all'impiantistica possono non essere realizzati direttamente sull'edificio principale, vincolato, ma interessare i fabbricati di pertinenza presenti all'interno del complesso (casa colonica, stalle, pollaio, serre, etc...); per esempio posando tegole solari integrate, scuri fotovoltaici o vetri solari in una costruzione accessoria si può collegare l'impianto di riscaldamento, di produzione di acqua calda sanitaria ed elettrico dell'edificio principale, con un sostanziale risparmio di energia tradizionale a vantaggio di fonti alternative.

Nell'area circostante l'immobile è possibile creare un impianto geotermico verticale o orizzontale, che abbinato a pompe di calore e caldaie a condensazione, facilmente collocabili nelle cantine degli edifici, permetterebbe di riscaldare e raffrescare l'edificio senza ricorso a fonti di energia tradizionali.

Per limitare la dispersione termica e migliorare il comportamento energetico dell'edificio si può intervenire sull'involucro esterno, coibentando i muri perimetrali e posando serramenti ad alta efficienza energetica; in tal modo si potrà ottenere una corretta ventilazione, eliminare possibili ponti termici ed aumentare le condizioni di comfort interne riducendo i consumi.

Inoltre è molto importante riutilizzare e restaurare gli elementi originali: in questo modo si ridurranno sensibilmente le quantità di materiali di smaltimento, recuperando dettagli architettonici di elevato valore storico.

Infine non è da sottovalutare la possibilità di usare led e lampadine a risparmio energetico, che non richiedono alcun intervento radicale sull'edificio, ma portano un immediato e riscontrabile risparmio di energia elettrica, anche in edifici storici.

Il 2020 non è lontano

Il Parlamento Europeo ha fissato per il 2020 il conseguimento degli obiettivi del pacchetto clima-energia, prevedendo di ridurre del 20% le emissioni di gas a effetto serra, di portare al 20% il risparmio energetico e di aumentare al 20% il consumo di fonti rinnovabili. La normativa manca ancora di un inquadramento legislativo definito per quanto riguarda gli edifici di particolare interesse storico-artistico, ma sempre più si registra una crescente sensibilità dei proprietari su questi temi.

Tuttavia per incoraggiare un diffuso restauro e miglioramento energetico del nostro patrimonio edilizio storico è fondamentale una defiscalizzazione delle spese. Solo a queste condizioni il privato è messo nella condizione di eseguire interventi di miglioramento, impiegando personale specializzato dalla fase di progettazione fino alla messa in opera, contribuendo ad un'economia sostenibile e alla creazione di lavoro, sia in aree urbane che rurali.

Il ruolo che le dimore storiche possono ricoprire non è solo di tipo economico, ma anche sociale e ambientale; infatti un edificio restaurato secondo criteri di sostenibilità energetico-ambientale e fruito dalla collettività crea un senso di orgoglio e diventa un modello di gestione virtuosa dell'immobile. Inoltre negli ultimi anni sta crescendo il comparto del turismo eco-sostenibile, che valorizza non solo la struttura ma anche le risorse del territorio, aumentandone la capacità attrattiva.

Fare una scelta *green* è un passo per portare la tradizione nel futuro.

13. LE RISORSE FAS PER LA VALORIZZAZIONE TERRITORIALE E CULTURALE

Apertura di Simone de Lellis¹⁴⁷

La programmazione regionale toscano FAS si inserisce nel contesto della Politica regionale unitaria nel periodo 2007-2013, delineata dal Quadro Strategico Nazionale (QSN) e ribadita dalla Deliberazione CIPE n. 166 del 21 dicembre 2007.

Il PAR FAS 2007/2013 fa capo al Fondo per lo Sviluppo e la Coesione – FSC (Decreto Legislativo 88/2011), ex Fondo Aree Sottoutilizzate -, strumento attraverso il quale lo Stato finanzia la politica regionale per il riequilibrio economico e sociale fra le diverse aree del paese e concorre al finanziamento di programmi di interesse strategico nazionale, regionale e interregionale. Esso raccoglie risorse nazionali aggiuntive, da sommarsi a quelle ordinarie e a quelle comunitarie e nazionali di cofinanziamento.

Il Programma ha una dotazione finanziaria di risorse FSC pari a 638,7 Mln, di cui 102,5 Mln per gli Aiuti, 462,8 Mln per le Infrastrutture, 49,4 Mln per la Ricerca Pubblica e 24 Mln per l'Acquisizione di beni e servizi.

Il PAR FAS 2007/2013 si struttura in 6 Assi: l'Asse 1 "Ricerca, sviluppo e trasferimento tecnologico, innovazione e imprenditorialità" con il 33% delle risorse assegnate, l'Asse 2 "Sostenibilità ambientale" con il 10,6%, l'Asse 3 "Accessibilità territoriale e mobilità integrata" con il 19,8%, l'Asse 4 "Valorizzazione delle risorse culturali e qualificazione dell'offerta turistica e commerciale" con il 28,7%, l'Asse 5 "Servizi per l'infanzia educazione e istruzione" con il 6,1% ed infine l'Asse 6 "Assistenza Tecnica" con l'1,8%.

Ciascun Asse si suddivide a sua volta in Linee di Azione ed Azioni: l'Asse 1 ha 5 Linee di Azione la 1.1 "Sistema pubblico della ricerca", la 1.2 "Ricerca industriale e sviluppo sperimentale", la 1.3 "Infrastrutture per i settori produttivi", la 1.4 "Interventi di sostegno alle PMI", la 1.5 "Società dell'informazione"; nell'Asse 2 troviamo la Linea di Azione 2.1 "Difesa del suolo dal rischio idrogeologico" e la Linea 2.2 "Tutela integrata delle risorse idriche"; l'Asse 3 è composto dalle Linee di Azione 3.1 "Viabilità regionale", 3.2 "Mobilità sostenibile", 3.3 "Sistema integrato portuale e aeroportuale"; l'Asse 4 dalle Linee 4.1 "Sostenibilità e competitività dell'offerta turistica e commerciale", 4.2 "Interventi di tutela, valorizzazione e promozione del patrimonio culturale"; l'Asse 5 da un'unica Linea di Azione la 5.1 "Servizi per l'infanzia e l'educazione formale e non formale".

A oggi è stato attivato un investimento complessivo di 756,5 Mln di euro di cui 367 Mln FSC, per un totale di 1367 progetti avviati con un costo realizzato complessivo di 398,3 Mln.

Di seguito sono evidenziati i principali risultati ottenuti:

- ricerca pubblica: ricerca in materia di scienze socio-economiche e umane sono stati finanziati 26 progetti per 13,3 milioni di euro FSC e Protocollo con il MIUR agosto 2012 (51 Mln di cui 21,4 Mln FSC) anche per progetti in materia di ambiente. In corso di predisposizione un Bando unico per progetti congiunti tra organismi di ricerca e imprese

¹⁴⁷ Area di Coordinamento Programmazione – Regione Toscana.

- ricerca industriale: concessi aiuti alle PMI per 8,7 Mln FSC finanziando 10 progetti, è stato inoltre finanziato un grande progetto in materia di ICT e meccanica avanzata per 3,8 Mln FSC, infine con Bando Unico 2012 assegnati a Beneficiari 10,9 Mln FSC. Per l'acquisizione di servizi avanzati e qualificati sono stati concessi aiuti per 13,3 Mln FSC a 367 PMI
- infrastrutture settori produttivi: interventi di riqualificazione ambientale in aree per insediamenti produttivi (APEA) cofinanziati 6 progetti con un primo bando 2008, ulteriori 18 progetti con bando 2009, infine con un ulteriore bando sono stati selezionati 15 progetti. Per la procedura dei PIUSS sono stati aggiudicati e sono in corso di realizzazione 5 progetti per un contributo FSC di 2,2 Mln. Investiti 15 Mln per Centri di competenza.
- Aiuti alle PMI: sono usciti 2 Bandi per processi di internazionalizzazione ed 1 Bando per processi di integrazione tra imprese con un assegnazione complessiva di risorse FSC di 26 Mln. Ad oggi sono stati finanziati 238 progetti
- difesa del suolo: impegnati 34,1 Mln di euro per interventi conseguenti gli eventi alluvionali del dicembre 2009 - gennaio 2010 e destinati 20 Mln per interventi presenti nell'Accordo di programma con il MATT. Tutela risorse idriche: assegnati nel 2012 all'Autorità idrica toscana 13,3 Mln per 9 progetti relativi agli impianti di depurazione
- turismo e commercio: allocati complessivamente 30 milioni di euro, di cui 16 milioni per infrastrutture e 14 milioni per aiuti alle imprese, oltre a 13 Mln per la Via Francigena
- beni culturali: impegnati 34,2 Mln di euro per la realizzazione del Nuovo Teatro dell'Opera di Firenze, nuova allocazione di 21 mln per I lotto del II stralcio; inoltre sono state effettuate 2 raccolte progettuali per interventi sul patrimonio culturale per 29 Mln e sono stati siglati 3 Accordi di programma per 9 Mln nell'ambito del protocollo MIBAC: il Museo degli Innocenti, l'Area archeologica di Cortona e il Museo delle statue stele lunigianesi nel Castello del Piagnaro a Pontremoli
- infrastrutture per la mobilità: impegnati 65 Mln di euro per interventi viabilità regionale, 2,4 Mln per l'intervento di consolidamento del Canale dei Navicelli di Pisa e 5,6 Mln per interventi negli aeroporti di Pisa, Elba, Grosseto, Firenze e Siena. Previsti 30 Mln per la Mobilità sostenibile per l'acquisto di bus a basso impatto ambientale
- infanzia: finanziati 67 progetti con 25 Mln per asili nido, centri giovani e scuole dell'infanzia. Nel 2012 attivato un nuovo bando per la realizzazione di servizi per prima e seconda infanzia con 4,2 Mln

Adesso passo la parola agli altri relatori che entreranno nel merito dei progetti e delle risorse FSC stanziati dal Programma in ambito culturale.

La cultura in Regione Toscana nell'ambito del cofinanziamento FSC, di Gian Bruno Ravenni¹⁴⁸

Prima di cominciare a snocciolare numeri, vorrei spiegare un po' quali sono i meccanismi programmatici con cui è stato utilizzato il FAS in Regione Toscana. Al di là delle quantità, uno degli elementi fondamentali di utilità del FAS è stato quello di consentire l'intervento sul patrimonio diffuso, cioè di interloquire fortemente con la programmazione territoriale. Il che in una regione come la Toscana è fondamentale. Il rischio è di fare vari interventi, magari importanti ma non di tessuto, mentre nella nostra regione il dato complessivo è la struttura distribuita dell'offerta culturale del patrimonio. Il nostro problema è quindi la capillarità del patrimonio, per cui è necessario intervenire a livello capillare.

Per questo il FAS ha avuto sostanzialmente due linee di programmazione. Secondo la prima, a inizio legislatura la Regione Toscana ha stipulato con ciascuna provincia un Patto di Azione per lo Sviluppo Locale e, in quel patto, ciascuna provincia ha fatto una ricognizione degli interventi necessari e delle sue priorità. A partire dall'archivio dei PASL, abbiamo poi selezionato gli interventi da fare anche nel settore della cultura, nel senso che abbiamo fatto sostanzialmente dei bandi che però erano riservati ai progetti già inclusi nei PASL. Pertanto siamo partiti da un percorso istruttorio e partecipativo molto importante e molto diffuso. Il secondo percorso di utilizzazione del pass è stato quello dei PIUSS, Programmi Integrati Urbani di Sviluppo Sostenibile.

I precedenti interventi FESR erano riservati ai comuni con più di venti mila abitanti, che dovevano proporre dei progetti integrati molto complessi, che poi sono stati candidati, selezionati; qualcuno è passato qualche altro no. Questi interventi sui PIUSS sono stati anche successivamente finanziati con delle risorse provenienti dal FAS, che sono andate ad integrare i finanziamenti che venivano dal FESR.

Un'altra linea di intervento è il Parco della Musica a Firenze, in cui c'è stato un intervento forte tanto del comune di Firenze quanto dello Stato, a cui la Regione Toscana ha partecipato quasi inevitabilmente, nel senso che non era pensabile che si lasciasse un rudere di quelle dimensioni semifinanziato. La Regione Toscana ha quindi partecipato al progetto, che sta camminando dal punto di vista della realizzazione delle opere, dopodiché si porrà il grande problema della gestione. Come sapete le fondazioni lirico-sinfoniche non sono in condizioni splendide, se ne è occupato anche il recente decreto del ministro Bray.

Infine, tra gli strumenti di programmazione del FAS, quello forse più innovativo è l'accordo tra Stato, Regione Toscana e fondazioni bancarie toscane, stipulato nel 2010, relativamente ad un numero molto ristretto di progetti. L'accordo riguardava il Museo delle Statue Stele di Pontremoli, la piazza Santissima Annunziata a Firenze e, quindi, i due musei che vi incidono sopra, il Museo delle Navi di Pisa, un intervento in provincia di Livorno che, in piccola parte, va sulla Val di Cornia, i musei napoleonici dell'Elba, la Villa Medicea di Careggi e il Parco Archeologico di Cortona il Parco del Sodo. Di questi progetti, tre sono finanziati da parte della Regione con il FAS (Pontremoli, la Santissima Annunziata e il Parco Archeologico).

¹⁴⁸ Direttore Fondazione Giacomo Puccini e Casa Museo Puccini.

Alcuni di questi interventi stanno andando bene, altri molto meno, ma in ogni caso l'idea di base è che si programmi, o meglio, che si co-programmi insieme. Un esempio in tal senso è il Museo delle Statue Stele di Pontremoli, un comune all'estremità della Lunigiana non in brillantissime condizioni finanziarie. Per questo museo, che è l'unico museo della Lunigiana e anche l'unico attrattore, il Comune non può avere le risorse necessarie, anche perché non è sufficiente l'intervento solo sul museo, ma occorre anche realizzare un ascensore che da giù porti le persone al museo.

Ecco, per riuscire a trovare i fondi è stata necessario una sorta patchwork di fondi FAS della Regione Toscana, un progetto europeo che ha finanziato un ascensore interno e i fondi dello Stato. Dunque solamente sommando interventi di varie fonti siamo riusciti ad avere il questo finanziamento.

Parlando di cifre, il complesso dei progetti che sono stati finanziati in questo ciclo FAS, al netto del Parco della Musica altrimenti i dati sarebbero completamente stravolti, ha generato fra contributo FAS e cofinanziamento dei comuni, investimenti per circa 96 milioni di euro, che sono andati in larga parte ai musei (38 milioni), poi ai restauri monumentali di arredamento urbano, paesaggistico e ambientale (25 milioni), alle attività culturali (14,4 milioni), allo spettacolo progetti (8,6), ai parchi e aree archeologiche (7,4), agli archivi e biblioteche (2,141).

A essere sinceri, occorre tener conto che queste cifre si aggiungono ad altre. Per esempio, il dato di investimenti della Regione per nuove biblioteche, negli ultimi dieci anni, è di circa 60 milioni di euro; i 2 milioni sono quindi solo una parte, diversamente non si spiegherebbe come si sia potuto realizzare biblioteche come quelle di Prato, Sesto Fiorentino, Scandicci ecc. Inoltre, buona parte di questi finanziamenti, anche quando ufficialmente destinati ad organizzare musei, sono stati destinati soprattutto ad interventi di conservazione. Questo è sia un pregio che un limite, nel senso che spessissimo la necessità di conservazione di un edificio storico di grande importanza storico-architettonica, ha determinato l'individuazione di un percorso al fine di restaurare questo edificio e adibirlo a museo. Il che ha prodotto un effetto positivo e uno negativo. L'effetto positivo è che la diffusione sul territorio di interventi fatti in Toscana, per la conservazione del patrimonio culturale e paesaggistico della regione, ha raggiunto in questo decennio livelli elevatissimi. Complessivamente si arriva ad una cifra intorno agli 8/9 cento milioni di euro. Di fatto, quindi, si deve riconoscere che in Toscana c'è stata un'intensa politica di conservazione del patrimonio e dei beni paesaggistici della regione, che ha avuto un ruolo fondamentale nel definire il brand Toscana.

Ciò che mi preoccupa di più è dunque capire cosa succederà da qui in avanti, quando risorse di queste dimensioni non ci saranno più, visto che la regione non è il solo soggetto ad essere privo di risorse, ma anche lo Stato e i comuni non sono certo in migliori condizioni. Io credo che, comunque, nel nostro Paese si apra scenario da emergenza nella conservazione del patrimonio culturale, in quanto un patrimonio così ricco, distribuito ed importante richiede un'azione di manutenzione continua che non può che non può cessare. In questo momento le pubbliche amministrazioni nel loro complesso queste risorse non le hanno più.

Il FAS è stato utilissimo perché ci ha consentito di intervenire su una molteplicità di patrimoni, di edifici e di strutture per le per le attività culturali. Il quadro è questo, cioè un quadro che mi sento di definire, per quanto riguarda il passato, fortemente positivo e che

ha lasciato anche un'eredità positiva. In questi giorni la Regione Toscana sta discutendo uno dei bilanci più difficili della sua storia ma, a quanto mi risulta, in questa discussione il bilancio della cultura lo è meno di tutti gli altri, quindi si è sedimentata in qualche modo una coscienza dell'importanza dell'investire in cultura per la Toscana, per il suo sviluppo, per la preservazione della sua identità che non sta venendo meno nonostante la crisi.

TAVOLA ROTONDA Esperienza e risultati di alcuni progetti finanziati nell'ambito dell'Asse 4 del programma PAR FAS di Regione Toscana

Intervento di Stefano Filipponi¹⁴⁹

Mi sembra importante iniziare il mio contributo sottolineando l'importanza del supporto ricevuto dalla Regione, che non solo ci ha permesso di realizzare un intervento complessivo di recupero e valorizzazione del nostro patrimonio culturale, ma ci ha dato anche l'opportunità di impostare strategie di lunga durata capaci di dare radici forti al nuovo museo e permettergli di continuare a svilupparsi anche quando la fase di realizzazione sarà conclusa.

Questo lavoro di riflessione su funzioni e prospettive del museo è cominciato con una riflessione sull'unitarietà del patrimonio culturale conservato che, per quanto afferente a discipline diverse e conservato in luoghi distinti, ha un comune legame con la storia degli Innocenti.

Da questo punto di vista le opere d'arte, i documenti e il complesso monumentale, al di là dei rispettivi valori culturali individuati dalle diverse discipline, acquisiscono un ulteriore valore per la loro capacità di contribuire alla ricostruzione di una storia unica.

Abbiamo poi approfondito la relazione tra il patrimonio culturale e l'identità attuale dell'istituzione. Gli Innocenti sono ancora oggi un'istituzione impegnata nella cura dell'infanzia attraverso case famiglia, servizi educativi, centri di ricerca. La continuità della funzione rappresenta un altro "valore aggiunto" che il museo deve promuovere, mettendo in relazione passato e presente degli Innocenti.

Da queste riflessioni è nata l'idea di un museo capace di esprimere i valori dell'istituzione a cui appartiene: accogliente, attento ai bambini e alle famiglie, aperto nei confronti della città. Un luogo vivo, che non si limiti all'ostensione delle opere d'arte.

Il progetto museologico, messo a punto in collaborazione con le Soprintendenze territoriali, ha sviluppato questi concetti in una visione organica, a cui poi la progettazione architettonica ha dato concretezza.

In questi diversi passaggi il progetto ha sviluppato le sue premesse arricchendosi delle diverse professionalità chiamate in causa. Per esempio la volontà di declinare in chiave culturale la secolare tradizione di accoglienza e di mettere in relazione le diverse parti del nostro patrimonio culturale, espressa nel progetto museologico, è stata poi interpretata e sviluppata dal gruppo vincitore del concorso internazionale di progettazione architettonica, guidato da Ipostudio, che ha immaginato due nuovi ingressi a lato del

¹⁴⁹ Coordinatore scientifico del Museo degli Innocenti di Firenze.

portico di facciata per accogliere e concentrare i flussi legati a museo, archivio e biblioteca, pensati come un'unica offerta culturale, con conseguenze positive anche da un punto di vista gestionale.

Questi nuovi ingressi hanno permesso l'abbattimento delle barriere architettoniche e rappresenteranno anche lo snodo per raggiungere una serie di servizi, fruibili anche per chi non visita il museo, che ripropongono l'attenzione nei confronti dell'accoglienza: la Bottega dei Ragazzi che proporrà attività educative per tutte le famiglie che frequentano il centro storico, spazi per mostre temporanee e attività di formazione, un bookshop specializzato in materiali per ragazzi, una caffetteria nello stenditoio quattrocentesco affacciato sul centro storico della città.

Da questi ingressi sarà possibile anche raggiungere i tre percorsi sovrapposti che compongono il museo, che ogni visitatore potrà percorrere nell'ordine preferito.

Nella zona seminterrata attraverso opere d'arte e documenti saranno raccontate la storia dell'istituzione e le storie di vita quotidiana di chi agli Innocenti è vissuto nel corso di seicento anni. Una narrazione che dalla fondazione arriverà agli anni Ottanta del Novecento quando l'Istituzione ha acquisito l'attuale fisionomia.

Nei cortili monumentali sarà invece possibile visitare gli spazi dell'accoglienza e comprenderne l'evoluzione a partire dal primo nucleo brunelleschiano. Infine la Galleria sopra il portico di facciata, che dagli anni settanta ospita la nostra collezione d'arte, sarà climatizzato e avrà un nuovo allestimento per presentare nel modo migliore le opere più importanti e evidenziarne le relazioni profonde con la vita dell'istituzione. La presenza di iconografie collegate alla funzione assistenziale, le notizie sulle funzioni e la collocazione di un'opera ne accresceranno certamente l'interesse.

Questi tre percorsi distinti ma convergenti in un unico racconto, ci permetteranno di realizzare le premesse del progetto museologico illustrate all'inizio di questo intervento.

A questo punto va sottolineato un altro aspetto di grande importanza del finanziamento regionale, che è stato erogato nell'ambito di un accordo con il Ministero per i Beni e le Attività Culturali e si propone come intervento di sistema sull'area urbana di piazza Santissima Annunziata, in collegamento con il finanziamento da parte del Ministero del Museo Archeologico Nazionale di Firenze.

Con questa impostazione il finanziamento ha favorito la nascita di accordi di sistema tra i due musei e più in generale ha incoraggiato la relazione tra i musei e il contesto urbano.

I due finanziamenti, anche se molto importanti, sicuramente non sono sufficienti per l'intervento sulla piazza, ma non è quello il loro scopo diretto. In ogni caso, è stato messo in moto un processo, anche di riflessione con gli enti e, all'interno dei due progetti, abbiamo cominciato a collaborare con il Museo Archeologico, facendo delle attività educative congiunte e abbiamo un progetto di mostra da realizzare insieme. Quindi, in questo caso, il finanziamento ha fatto gemmare sia dei progetti singoli ma anche una prospettiva comune fra i due musei.

L'Istituto da parte sua ha cercato di cogliere appieno questa opportunità, oltre che con il cofinanziamento, con l'attenzione a cercare di costruire su questo intervento una politica culturale forte, basata sulla creazione di relazioni tra il patrimonio e la valorizzazione dell'identità attuale dell'istituzione. Crediamo infatti che la preconditione per garantire la tutela del patrimonio sia il fatto di riuscire a farlo sentire come elemento ancora vivo.

Il cortile brunelleschiano è il primo edificio dell'architettura rinascimentale, ma anche il primo luogo immaginato solo per l'assistenza all'infanzia. Le due cose vengono spesso disgiunte; molte persone vengono da noi perché sono interessate a vedere la finestra dove i bambini venivano lasciati e gli oggetti di riconoscimento ma ignorano che quello che hanno davanti è un capolavoro dell'architettura rinascimentale. Altri vengono perché sanno tutto di Brunelleschi ma non hanno idea che l'edificio in realtà è anche il frutto di un pensiero sociale altrettanto rivoluzionario. Altri ancora vengono per vedere il Ghirlandaio e Luca Della Robbia ma non sanno che anche quel patrimonio è frutto di una visione umanistica che attribuiva all'arte un ruolo attivo nell'attività assistenziale.

Questo non è un elemento unico degli Innocenti, tutti i principali ospedali hanno commissionato straordinari capolavori che spesso erano nelle corsie dei malati. Si tratta di un elemento culturale che rende questi luoghi ancora moderni. Cerchiamo, ispirati da questo esempio, di essere all'altezza dei nostri predecessori e di continuare ad esercitare la cura dell'infanzia anche attraverso l'arte e la cultura.

Grazie.

Intervento di Barbara Catalani¹⁵⁰

Il Magma vede la sua genesi da un concorso di idee bandito dall'Amministrazione Comunale di Follonica nel 2007. Si trattava non solo di ideare un centro espositivo tradizionale, ovvero un ambiente che conservasse e valorizzasse il patrimonio archeologico industriale (in questo caso i pezzi più pregiati in legno e ghisa prodotti dagli esperti maestri intagliatori e dagli abili fonditori follonichesi), ma di creare una molla che consentisse alla comunità di Follonica di riappropriarsi della propria identità locale e territoriale, e su questa far ruotare una nuova economia.

Attraverso i finanziamenti regionali PIUSS (Piano Urbano di Sviluppo Sostenibile) è stato possibile concretizzare l'idea vincente, passando dai diversi gradi di progettazione preliminare, definitiva, esecutiva fino all'appalto e alla realizzazione dell'opera, appena conclusa.

Il museo nasce quindi con la volontà di raccontare la storia tecnica, umana e produttiva dello stabilimento siderurgico di Follonica nel momento massimo della sua produzione, momento in cui l'edificio che lo ospita funzionava come un modernissimo forno fusorio per la produzione della ghisa.

Il percorso espositivo è suddiviso in tre sezioni principali: l'Arte, dove è possibile comprendere l'alto livello di specializzazione raggiunto dalle Fonderie di Follonica; La Storia dove si esaminano le ragioni di quel Genius Loci che ha permesso a questa terra di venire sfruttata a livello siderurgico per millenni; e infine La Produzione, ovvero una breve disamina sul complesso sistema tecnologico utilizzato dallo stabilimento, per la fusione della ghisa.

All'interno di queste grandi partizioni tematiche, ogni sala sviluppa un aspetto, indaga e approfondisce temi strettamente connessi con la produzione della ghisa attraverso documenti, filmati, testimonianze che ci aiutano a capire quale complesso di relazioni

¹⁵⁰ Ideatore e progettista del Museo MAGMA di Follonica.

venne innescato con la creazione di questo 'piccolo' stabilimento. Ecco che la missione del Museo diventa quindi duplice: espositiva e comunicativa (nel senso di interattiva e partecipativa).

Seguendo questa traccia, è cominciato il grande viaggio di allestimento del Forno San Ferdinando, che ha portato infine alla nascita del MAGMA (Museo delle Arti in Ghisa nella Maremma).

Il Forno San Ferdinando è la costruzione più antica della città: il cuore di Follonica. Si presenta nella duplice veste di contenitore e contenuto al tempo stesso, in quanto testimonianza di archeologia industriale, ubicato all'interno di un'area di diffuso interesse museale, qual è appunto l'area Ilva. Interessato da quasi vent'anni di restauri, condotti con maestria e accuratezza dalla Soprintendenza per i Beni Architettonici e Paesaggistici di Siena e Grosseto, è stato finalmente consegnato alla città poco prima che partissero i lavori di allestimento.

Si tratta di una struttura molto complessa dal punto di vista architettonico e di straordinario valore archeologico. Esternamente s'impone per la presenza monolitica, riservando tutte le sorprese all'interno. Prima fra tutte quella che si rivela appena entrati e che rappresenta la zona dove aveva sede il forno fusorio.

Liberato dalle scorie, dai detriti, dalle superfetazioni accumulate nei secoli e restituito a splendore dal restauro, lo spazio centrale colpisce per la maestosità della sua altezza e per la cura di alcuni dettagli, che si colgono ammirandolo a tutto tondo. La matericità della pietra da costruzione insieme alla perizia di alcuni particolari, come le finestre interne ovali e la luce naturale che piove dall'alto, da quella apertura che una volta ospitava il camino di uscita dei fumi: tutto ciò contribuisce a creare un luogo di grande effetto.

La prima sfida è stata cercare di mantenere intatto il senso del restauro con il significato primigenio dello spazio, che naturalmente era di tutt'altra natura, essendo questo un altoforno per la fusione della ghisa. In origine, tale spazio non aveva tutta questa luce e nemmeno questa delicatezza materica: era luogo chiuso e interamente invaso dalla struttura del forno, che copriva completamente la vista degli ambienti limitrofi.

Nel tentativo di evocare questa diversità, abbiamo pensato a un'installazione artistica che rappresentasse il forno, nella sua posizione e nella forma del suo interno. Un artificio che, secondo una scansione temporale, annullasse la luce naturale del lucernario, riportando a quell'oscurità originaria.

In questa installazione abbiamo tentato di conciliare il racconto con l'arte, creando una struttura di pura invenzione dall'unicità irriproducibile: un'esperienza originale che stimola l'immaginazione e l'emozione. Con questa idea di partenza abbiamo pensato di intessere un discorso tra il passato e il futuro, tra un museo che vuole raccontare una storia e una nuova comunità che ritroverà qui le proprie radici.

Il museo oggi deve diventare un laboratorio, un luogo dove dialogare con il passato attraverso un linguaggio contemporaneo fatto di confronto e partecipazione attiva. Gli allestimenti devono riuscire a suscitare interesse di approfondimento e di coinvolgimento: narrando storie si stimola il visitatore a ritornare e a ritrovarsi.

Con questi principi abbiamo pensato di sviluppare un racconto che fosse aperto e discontinuo, come lo sono i linguaggi e la cultura della nostra epoca. Così accanto alla tradizionale esposizione dei reperti, abbiamo sempre affiancato il supporto audiovisivo di

approfondimento e in alcuni casi di semplice suggestione. Quando la scelta si è indirizzata verso quest'ultima opzione, è stato perché occorre sottolineare un momento, una funzione specifica della "macchina edificio", altrimenti impossibile da raccontare.

Da una parte c'era la collezione, opere di notevole pregio artistico destinate a un raffinato arredo urbano e domestico, dall'altro un territorio da esplorare con le sue risorse, i suoi contrasti, i suoi uomini. Un lavoro complesso perché orientato verso tipologie di racconto molto diverse: si doveva passare dall'esposizione di pezzi artistici, agli approfondimenti scientifici legati alle risorse e alle tecnologie, quindi allo sviluppo antropologico e urbanistico di una città, che nasce nel mezzo di una vasta palude. Tutto questo all'interno di un edificio che doveva lasciar scoperta pure la sua pelle, perché anch'esso parte della storia.

Abbiamo quindi pensato di sviluppare un progetto che avesse sempre presente un principio: che l'attenzione si sposti dall'oggetto al racconto che c'è attorno ad esso. Le mani che lavorano sul banco originale ci riportano alla vera dimensione del fare: danno vita al gesto che forma l'oggetto, che racconta la sua storia al di fuori di una bacheca espositiva. Ci introducono così, palesemente, a una maestria fatta di strumenti finissimi e di dettagli che mai avremmo pensato per questo lavoro.

In questa scelta narrativa diventa fondamentale l'uso di una rete multimediale di approfondimento: uno spazio virtuale per lasciare libero quello fisico, che diventa così più contemplativo ed evocativo.

L'utilizzo della rete permette di presentare ed esplorare il materiale in molte differenti modalità, consentendo in particolare la preziosa funzione di trasformazione e aggiornamento degli argomenti stessi. Il concetto di museo oggi è fortemente cambiato: esce dagli schemi puramente espositivi e contemplativi per porsi come luogo di formazione continua, rivolto a un pubblico molto eterogeneo e anche molto più esigente. L'apprendimento stesso deve prevedere una forte componente partecipativa, che riesca ad attrarre interesse e attenzione. Il supporto video diventa fondamentale strumento evocativo, che completi il messaggio lasciato incompiuto dal testo scritto.

Tutto questo non ha senso tuttavia, se non si parte dalla presa di coscienza della propria identità. Forti di questo valore, bisogna focalizzare l'attenzione sulla memoria della comunità locale, per assicurare un collegamento con l'identità e le connessioni sociali passate e presenti. Per avviare questo processo, è necessario attivare la comunità, sia nella fase preparatoria che in quella successiva di realizzazione e di attivazione, facendo del Museo una forma partecipativa aperta, disponibile alla collaborazione, capace di valorizzare alcuni aspetti pregnanti e di dargli voce.

Non solo racconti e testimonianze, ma anche collaborazione e professionalità possono venire richieste quale aiuto di implementazione nella preparazione dei contenuti. Così è nata la sala dei Fantasmisti della memoria: un luogo dove la collettività viene raccontata attraverso le testimonianze letterarie significative (antichi viaggiatori, storici e letterati, insieme a narratori moderni). Queste sono costruite su un complesso di immagini tratte dagli archivi privati e pubblici, dal cinema e dai filmati amatoriali, in un affresco che copre due secoli di storia.

Sono proprio le voci e i volti di chi ha rappresentato l'ultima generazione di lavoratori a concludere tutto il percorso di visita, ospitato in una piccola nicchia all'interno del seminterrato. Sono le loro testimonianze fatte di ricordi e di esperienze che ci salutano,

dandoci la sensazione di un museo aperto che vuole lasciare a disposizione delle strade ancora da percorrere: di un museo partecipato, dove dentro ci sia un pezzetto di tutti quei cittadini che hanno voluto contribuire, e infine un museo esperienziale. Questo vuol essere il MAGMA: un museo che, rispettando l'identità dei luoghi e il lavoro scientifico sui contenuti, sia capace di comunicare una poetica riconoscibile, lasciando un segno forte e indelebile.

Un museo di questo tipo permette una narrazione a più livelli e a più voci, trovando contaminazioni continue tra la componente formativa-didattica e quella evocativa-emozionale: è il caso della videoproiezione sulla fusione. La storia ufficiale si può intrecciare e declinare nelle tante storie individuali, il linguaggio scientifico degli esperti si può combinare con quello vernacolare dell'oralità diretta: come nel gioco della fusione, con la voce di Giuliano Zacchini che ti avverte del buon risultato.

In questo modo la mostra diventa un mezzo d'accesso all'archivio storico, di cui la narrazione ne presenta una scelta, che deve essere completata dal visitatore e magari successivamente approfondita.

Intervento di Nicola Bellucci¹⁵¹

Buonasera. Io presenterò la realizzazione di un intervento un po' diverso rispetto ai miei due nei precedenti relatori, ovvero la riqualificazione di una piazza nel centro storico di Massa.

Questo progetto, nato nel 2009, si è concluso nel dicembre dello scorso anno. Già dal 1996 l'amministrazione comunale di Massa ha cominciato un programma pluriennale di riqualificazione del centro storico cittadino, che ha interessato la gran parte delle vie del centro storico. Per completare l'intervento mancava la completa riqualificazione delle due piazze principali, ossia piazza Aranci e piazza Mazzini. Il Progetto PIUSS ha fatto sì che l'amministrazione comunale potesse presentare questi progetti, entrambi sono rientrati nel programma PIUSS e sono stati finanziati nel Progetto PAR FAS 2007-2013.

Entrambi i progetti sono stati realizzati nel medesimo periodo temporale e ciò ha comportato, sia dal punto di vista della progettazione che della realizzazione, un notevole sforzo pubblico e privato perché siamo andati a stravolgere la vita della città per più di un anno, dal punto di vista della vivibilità, dei percorsi pedonali e delle macchine, dei commercianti, degli abitanti e dei residenti. A tal proposito, sono stati avviati, sia in fase di progettazione e ancor prima dell'inizio della realizzazione, degli incontri pubblici con la cittadinanza e con le associazioni di categoria per confrontarci con loro e riuscire ad arrivare a formulare un cronoprogramma di interventi, che potesse limitare al massimo i disagi che necessariamente degli interventi di questo tipo sarebbero andati a provocare.

Per poter comprendere meglio l'intervento progettuale faccio alcuni cenni storici sulla piazza. Intanto sorge in un'area che anticamente era conosciuta come borgo di Bagnara al cui interno era occupato da una grande chiesa denominata San Pietro. Nel 1554 Alberico Cybo-Malaspina predispose il primo riassetto del vecchio borgo di Bagnara, ristrutturando tutta la viabilità interna. Nel 1630, sotto la reggenza di Carlo I, venne raddoppiata la facciata principale del Palazzo Ducale, in modo che il Palazzo fosse collegato, tramite un

¹⁵¹ Progettista di Piazza Aranci di Massa.

camminamento pedonale rialzato, al vicino Duomo di San Pietro. Nel 1672 la chiesa di San Pietro crollò e venne costruita pochi anni dopo, nel 1701. Nel 1806 Elisa Bonaparte, sorella di Napoleone e principessa di Massa, dopo essersi insediata a Palazzo Ducale, ordinò la demolizione di San Pietro, liberando la piazza davanti al palazzo. Nel 1819, sotto il dominio della duchessa Beatrice Cybo-D'Este, furono piantati due file di aranci dolci sul perimetro della piazza, escluso il lato lungo davanti alla facciata del Palazzo Ducale. Nel 1853 al centro della piazza è stato posto l'attuale obelisco. Nel 1887 sono stati posti quattro leoni sovrastanti le quattro vasche, che costituiscono quel getto continuo di acqua potabile, ossia le quattro fontanelle. In epoca successiva, alla base dell'obelisco sono state installate delle lapidi che ricordano alcuni fatti storici. Dalle immagini fotografiche esistenti risulta che la piazza, all'inizio del ventesimo secolo, avesse la configurazione attuale con i filari di piante d'arancio (da cui deriva la toponomastica ovvero la denominazione piazza Aranci), che incorniciano il Palazzo Ducale.

Nell'ambito della progettazione sono stati avviati degli intensi contatti con le sovrintendenze locali, sia dal punto di vista archeologico che dal punto di vista monumentale. Uno dei principali obiettivi era quello di valorizzare, anche dal punto di vista culturale, quello che era stato preesistente nella piazza, ovvero questa famosa chiesa di San Pietro che, come ho detto, è stata demolita all'inizio del 1800. Era la chiesa più importante della città di Massa e occupava una gran parte della piazza Aranci. È stato dato un incarico ad uno studio di architettura che, tramite le notizie storiche reperite presso gli archivi, ha realizzato in pratica una ricostruzione virtuale della chiesa, reperibile nella sito internet del Comune di Massa all'interno di un'apposita sezione denominata Massa 3D. Dalle immagini della piazza nell'immediato dopoguerra, si evincono già gli elementi principali, ossia il Palazzo Ducale, l'obelisco e il filare di aranci.

Avendo cominciato a progettare la piazza, possiamo dare alcuni dati di partenza. La piazza era costituita da una parte centrale, adibita a parcheggio, di circa 4.500 metri quadri, mentre la viabilità esterna aveva una superficie di circa 3400. La parte interna della piazza era naturalmente in asfalto, la parte esterna in lastre di pietra. Sotto gli aranci era presente il camminamento pedonale, che era costituito da un percorso fatto da pezzame di marmo multi colorato. L'impianto d'illuminazione era costituito semplicemente da quattro pali ubicati all'interno del parcheggio, di lunghezza di 14 quattordici metri, che producevano un'illuminazione uniforme su tutta la piazza, su tutta l'area urbana sia della viabilità che del parcheggio.

Il progetto ha intanto come scopo il mantenimento delle emergenze della piazza, ossia valorizzare gli elementi precedentemente indicati: il Palazzo Ducale, l'obelisco e il filare di aranci. È stato concordato con la Soprintendenza di utilizzare un materiale uniforme, una pietra arenaria di tipo macigno toscano, quella che più si avvicina alla pietra utilizzata nel centro storico cittadino. Ancorché la volontà dell'amministrazione fosse quella di liberare il centro storico dalle macchine e, quindi, di eliminare completamente il parcheggio, la volontà è stata comunque quella di posare la pietra in modo tale da evidenziare la parte centrale della piazza, dove la posa è stata effettuata longitudinalmente rispetto al Palazzo Ducale, mentre la viabilità circostante è stata posata a lisca di pesce.

La suddivisione tra le due tipologie di posa di pietra è stata rimarcata con la posa di una fascia di marmo bianco di Carrara di tipo bocciardato. Nella progettazione sono state anche eliminate tutte le barriere architettoniche presenti e, quindi, è stato utilizzato un

criterio di posa che ha eliminato tutti gli scalini. Anche la progettazione dell'impianto di illuminazione è stata uno degli aspetti principali dell'intervento, in quanto con questo impianto abbiamo cercato di mettere in evidenza gli aspetti fondamentali della piazza, ovvero il percorso sotto gli aranci, utilizzando delle luci a led a pavimento multicolor e, per quanto riguarda i pali della luce, sono stati sostituiti quelli esistenti con altri quattro pali di altezza inferiore, ma con dei corpi illuminanti che ponessero attenzione agli elementi preponderanti della piazza, creando un gioco di luci ed ombre.

Il progetto è cominciato nel 2009 con un progetto preliminare ed è terminato due anni dopo, nel febbraio del 2011, con l'approvazione dell'esecutivo. L'importo del progetto è stato di 2 milioni e 700 mila euro cofinanziato dalla regione Toscana per 1.400.000. Diciamo che, vista l'esperienza che ho all'interno dei lavori pubblici, questo intervento è filato via liscio come l'olio. Cominciato nel 2009 e concluso il 14 dicembre del 2012, se non è un record ci andiamo abbastanza vicino. Il collaudo è avvenuto nell'aprile di quest'anno.

Siamo riusciti a lavorare cercando, durante il corso delle lavorazioni a step continui, a non stravolgere dal giorno alla notte la vivibilità e le abitudini degli abitanti e dei commercianti. Abbiamo cercato di mantenere i parcheggi aperti fino all'ultimo, respingendo man mano che i lavori proseguivano, fintanto che siamo arrivati a scavare sull'intera superficie della piazza. Durante la progettazione la Soprintendenza archeologica ci aveva imposto una prescrizione, quella di fare un saggio sulle fondamenta della chiesa di San Pietro, in particolare sull'abside, per verificarne l'esatta ubicazione rispetto ai testi bibliografici presenti e, soprattutto, per vedere se sotto gli apparati murari della chiesa seicentesca ci fossero delle altre pievi di epoca storica antecedente. Dunque è stato commissionato un apposito incarico a degli archeologi e, con un grosso lavoro di coordinamento, sono state fatte in contemporanea entrambe le lavorazioni.

Le emergenze progettuali che sono state realizzate sono le sedute marmoree ex novo, progettate ad hoc per la piazza, ovvero una seduta circolare sotto l'obelisco e delle sedute perimetrali nel filare interno della piazza stessa; la realizzazione di quella perimetrazione con il marmo bianco di Carrara, che dividesse le tipologie di posa tra la parte interna e la parte esterna; la messa in evidenza della Meridiana, che è un sistema a mezzo di formelle di marmo che indicano il solstizio e gli equinozi di primavera ed autunno; l'ubicazione del mosaico con lo stemma di Massa.

Intervento di Cristina Gnoni¹⁵²

Buonasera. Come funzionaria di zona della Soprintendenza storica dell'arte, ho seguito i lavori di restauro degli apparati pittorici e plastici di Palazzo Pretorio che sono stati l'ultima fase dei complessi lavori di restauro del palazzo. Questi lavori sono stati finanziati grazie all'accordo Stato-Regione dei fondi FAS e hanno consentito di portare avanti e terminare questa lunga vicenda di restauro e adeguamento da un punto di vista museale del Palazzo Pretorio, che dal 1912 ospita la Galleria Civica di Prato. Il Palazzo era chiuso il palazzo dal 1997 a motivo dei complessi lavori di consolidamento, da un punto di vista la struttura strutturale, e di adeguamento impiantistico (riscaldamento, ascensore...). I lavori

¹⁵² Soprintendenza per i Beni Architettonici, Paesaggistici, Storici, Artistici ed Etnoantropologici FI-PO-PT, per i restauri del Palazzo Pretorio di Prato.

di restauro si sono conclusi l'anno scorso, nel 2012, e il Palazzo Pretorio è stato riaperto l'11 settembre di quest'anno, con la mostra dedicata al Rinascimento a Prato, 'Officina pratese da Donatello a Filippo Lippi'. Mostra che prelude al riallestimento del museo che avverrà nella prossima primavera.

Il Palazzo sorge proprio nel centro di Prato, in piazza del Comune, e costituisce proprio il simbolo della a Prato comunale. Il Palazzo, nonostante i numerosi interventi che si sono succeduti nei secoli, dal tredicesimo fino al Novecento, conserva una possente struttura di impianto trecentesco. Le prime notizie del Palazzo risalgono al 1284 quando il comune acquista una casa torre dalla famiglia dei Pipini; casa torre che viene poi ingrandita e viene aggiunto un altro corpo. All'acquisto seguì quindi l'ampliamento all'inizio del Trecento. Nel 1334 e nel 1338 sono documentati i lavori del capomastro fiorentino Piero Di Puccio. A quest'epoca risale l'impianto dei due grandi saloni con anche i soffitti a travicelli lignei dipinti, che sono stati oggetto dei presenti restauri. Un altro intervento di grande rilevanza è stato quello del 1532 quando è stato realizzato il campanile a vela, che si trova a coronamento del palazzo ad opera di Nanni Ungaro e che caratterizza in modo inconfondibile la fisionomia di Palazzo Pretorio. Infine, vi è l'intervento novecentesco. Nel 1912 il Palazzo diventa sede delle Museo Civico, che si trasferisce dall'antistante palazzo del Comune a Palazzo Pretorio. Viene quindi realizzato un radicale restauro interno ed esterno del Palazzo in chiave neomedievale. Si tratta di un intervento molto interessante per molti aspetti, in quanto è stato reinterpretato il Palazzo.

Questa premessa su questo grosso intervento novecentesco è importante, in quanto è stato alla base della campagna dei restauri. Prima di procedere a quest'ultima campagna di restauri, siamo dovuti partire da una rigorosa ricostruzione storica di queste vicende conservative degli apparati decorativi, per comprenderne appieno la loro natura. A questa ricerca storica, da cui siamo partiti, hanno contribuito in modo determinante gli studi di Maria Pia Mannini, conservatrice e studiosa da lunghi anni del Palazzo. È intenzione dell'amministrazione comunale e di Maria Pia Mannini di restituire tutta la documentazione prodotta, in occasione dei recenti restauri, in una pubblicazione che vogliamo mettere a punto prima del riallestimento del museo.

Dal restauro di ripristino al restauro moderno. La valorizzazione di Palazzo Pretorio, di Maria Pia Mannini¹⁵³



Silvestri Guglielmo/Verico Antonio, *Veduta del Palazzo Pretorio di Prato dalle Vedute pittoresche della Toscana, Firenze, 1827*. Il palazzo com'era, prima dei radicali lavori di trasformazione del 1924-26 (arch. E. Cerpi).

Il palazzo pretorio di Prato nel suo essere un *unicum* di pittura, scultura e intagli lapidei e lignei, di grande originalità e bellezza, riveste un particolare significato per la varietà tipologica dei suoi paramenti e le difficoltà tecniche di armonizzare le superfici ed i colori senza alterare i passaggi della storia. Il restauro delle diverse tipologie (affreschi, stemmi lapidei, soffitti lignei, intonaci e cornici in pietra), affidato a specialisti e tecnici della ditta Meridiana e per quanto riguarda i soffitti lignei alla ditta Piacenti di Prato, ha portato ad un risultato di grande valore storico-documentario e scientifico con il recupero e la musealizzazione di ogni dettaglio ornamentale. Alcuni stemmi lapidei o a fresco staccati all'inizio dei lunghi lavori di ristrutturazione sono stati riposizionati e restaurati.

Questa operazione durata alcuni anni, tra il 2009 e il 2011, sotto la sorveglianza della competente Soprintendenza e con la collaborazione dell'Opificio delle pietre Dure, è stata l'occasione per riconsiderare il complesso iter del palazzo con i suoi restauri datati e di ripristino iniziati fin dagli inizi del Novecento e portati avanti in un lungo arco di tempo dopo l'iniziale proposta di demolirlo nel 1890 per il suo stato fatiscente (*Memoria* di Felice Biglia).

La validità intrinseca del monumento sta nel suo significato di testimone della storia, di libro di pietra. Sulle pareti interne ed esterne del palazzo conserva infatti *ab antiquo* un singolare "campionario araldico" civile, composto dagli stemmi dei Podestà e commissari del Popolo, per la maggior parte dipinti nell'interno o scolpiti, in pietra e marmo sulla facciata, dal momento che ogni nuovo Capitano, Commissario, Vicario o Podestà eletto doveva lasciare alla fine del suo mandato, lo stemma della propria casata, in obbligo a quanto era scritto negli Statuti del Comune.

Le prime notizie storiche dell'antico Palazzo del Popolo (ovvero Palazzo Pretorio) risalgono al 1284 quando fu restaurato a spese della comunità civica, sotto il Podestà e Capitano del Popolo, Fresco Frescobaldi. Nel 1290 venne addossato alla struttura un portico a due arcate, in seguito coperto. Tra il 1334 e il 1338 fu ingrandito per tenervi le adunanze

¹⁵³ Conservatrice del Museo di Prato, per i restauri del Palazzo Pretorio.

pubbliche con l'inserimento sulla facciata di una slanciata nicchia marmorea per l'ostensione della statua di re Roberto d'Angiò, Signore di Prato dal 1313 (poi distrutta dai francesi nel 1799).

L'edificio, scelto appositamente come contenitore museale agli inizi del Novecento per la sua posizione strategica al centro della piazza, sede del potere civile, risulta infatti il più importante monumento della cultura gotica a Prato, con la sua possente struttura in laterizio e pietra di alberese e venne eretto, inglobando in origine parte delle case di proprietà della famiglia Pipini, prospicienti la piazza del Comune.

Il suo percorso come monumento simbolo inizia nel 1904 con il ripristino dell'ampio salone del secondo piano per l'ostensione delle opere, con l'aggiunta di un grande camino in pietra (con funzione solo ornamentale) e attraverso il suggestivo campionario di affreschi araldici e di paramenti lapidei, assemblati e ricomposti insieme dal restauratore Domenico Fiscali (con la tecnica del distacco e la conseguente applicazione su rete degli affreschi), secondo un preciso programma influenzato dalla voga dei restauri 'in stile'. Con l'intervento determinante degli architetti senesi Agenore Socini ed Ezio Cerpi (Siena, 1868-1958), allievo di Luigi Del Moro e di Giuseppe Partini, si completò il ripristino interno del palazzo, mediante generose ripuliture, correzioni ed eliminazione delle superfetazioni. I lavori di restauro si conclusero nel 1926 e diedero un'impronta fortemente evocativa al palazzo con la rievocazione di un medioevo ideale, fonte di ispirazione artistica e storica.

Un nucleo di foto storiche ci hanno consentito di recuperare l'immagine autentica degli interni e di ricostruire la sistemazione del palazzo nella prima fase dei lavori. Questa prima campagna fotografica eseguita dal fotografo pratese Domenico Coppi, tra il 1904 e il 1912, documenta la demolizione dell'ampie volte a botte e di tutte le superfetazioni sei e settecentesche.

I lavori di reintegro e di correzione furono molto invasivi nel recupero dello stile primitivo e si conclusero solo nel pieno degli anni venti con l'intervento del Cerpi che contribuì a dare un assetto più geometrizzato alla facciata con il recupero della pregevole nicchia tardogotica e dell'elegante bifora trecentesca, che prima era tamponata.

Furono creati tre ampi saloni per l'esposizione delle opere con un suggestivo corpus di dettagli ornamentali che si armonizzavano con gli spazi interni attraverso sagomature di color colore rosso ocra.

In questa moderna fase di restauri, molto diversa dalla precedente per il rispetto ed il rigore scientifico, iniziata nel 2007 e conclusasi nel 2011, si è revisionato tutte le superfici murarie ed i soffitti lignei con il conseguente recupero di tutti gli stemmi dipinti che prima erano illeggibili o non ben decifrabili oltre gli affreschi di soggetto religioso che svolgevano nel contesto del palazzo una funzione taumaturgica e di protezione.

Nei moderni restauri del palazzo pretorio ci sono state delle piccole scoperte: un affresco araldico con due leoni, disegnati con uno stile profilato e nitido su una guadrappa di gigli d'oro, è visibile sopra la finestra del lato sud del salone del secondo piano, con lo stemma del podestà fiorentino Simone Canigiani inserito entro un castone mediceo, databile nel 1446-47, (cfr. Mannini, *Gli stemmi dei podestà...* 1989, p. 40) (fig.).

Tra gli strappi moderni, un interessante frammento di affresco che si presentava in origine tamponato all'esterno del balcone "strappato" da Gavazzi nel 2004, rappresenta invece un angelo nudo, dal corpo ben delineato con grazia acerba, che sorregge una ghirlanda con uno stemma dipinto entro una nicchia polilobata (ora collocato nel piano terra vicino all'entrata), opera di un piccolo maestro locale che ruota intorno all'*entourage* lippesco



(fig.). Nella parte superiore presenta il Marzocco, simbolo della Repubblica Fiorentina e la gualdrappa rossa svolazzante con i gigli con l'arme di Prato. Lo stemma con il leone vaiato d'azzurro consente di identificare con precisione il committente, Antonio di Lorenzo Spinelli, nominato a Prato nella prima metà del 1457.

Tra gli esempi recuperati in questa fase dei lavori dall'equipe specializzata (La



Meridiana), eseguite ad affresco e/o a calce, distaccate con la tecnica dello *strappo* da Domenico Fiscali agli inizi del Novecento, i fenomeni di degrado erano molto evidenti e riguardavano l'esfoliazione del film pittorico e la presenza, sulla superficie pittorica, di materiali di deposito e materiali organici non originali con estese ridipinture.

Prima dell'intervento le pitture sono state tutte sottoposte ad accurati saggi eseguiti in profondità per riscontrare l'eventuale presenza di un telaio di supporto. È stata riscontrata la presenza di una rete e di un telaio metallici su cui la tela di foderatura è stata fatta aderire applicando una

colata di gesso. Tale struttura di supporto è risultata quasi per intero distaccata dalla tela di foderatura, fatta eccezione per il bordo perimetrale, ancorato agli ampi rifacimenti, di tipo mimetico, eseguiti a secco su intonaci appositamente realizzati. Anche queste pitture murali presentavano una velinatura con garze fatte aderire alla superficie pittorica mediante resina acrilica in soluzione¹⁵⁴. I lavori sono stati seguiti dagli architetti del Comune, settore recupero del patrimonio architettonico (Lavori Pubblici) arch. Francesco Procopio e arch. Elisabetta Santi.

¹⁵⁴ La metodologia d'intervento è stata per questo gruppo di affreschi:

- preconsolidamento del colore con adesivo acrilico in emulsione acquosa al 5% eseguito in via precauzionale, prima della rimozione del manufatto dal vecchio telaio metallico,
- sono state rimossi alcuni piccoli intelagghi a Paraloid, applicati in un recente intervento a scopo protettivo, applicando acetone a pennello e successivamente ripulendo la superficie a tampone imbibito del medesimo solvente per rimuovere i residui di resina acrilica,
- una prima pulitura è stata fatta tamponando la superficie con acqua deionizzata e spugne naturali, per rimuovere i depositi superficiali, rendendo più leggibile l'opera e attenuando vecchie ridipinture alterate.

14. CULTURA E FUTURO: IL VALORE DEI BENI CULTURALI NEL PROCESSO DI CAMBIAMENTO

Apertura di Michele Andreuccetti¹⁵⁵

Buonasera a tutti. Iniziamo i lavori di questa sessione che è stata promossa da AICS Solidarietà, di cui io sono stato eletto presidente da alcuni mesi. Sono Michele Andreuccetti e vi do il benvenuto a nome di AICS Solidarietà.

AICS Solidarietà è qui perché è cultura, cultura del volontariato. Noi rappresentiamo un osservatorio dei cambiamenti della società, viviamo all'interno della società e proprio per questo dobbiamo essere pronti ad accogliere tutti quei cambiamenti, compresi quelli nel mondo della cultura, attraverso le associazioni che collaborano con noi in un'epoca di profondi cambiamenti di tipo tecnologico e anche di interpretazione e di fruizione della cultura da parte delle persone.

Non ruberò tempo ulteriore ai relatori, ma mi corre l'obbligo di dire altre due cose. Ringraziare la Promo PA che ci ha dato questa possibilità, Giorgio Burdese, che prenderà la parola dopo di me per l'organizzazione e per aver individuato i relatori. E, soprattutto, ringraziare la città che ci ospita e i rappresentanti del comitato regionale e provinciale dell'AICS, che sono qua presenti. Non ultimo anche il presidente nazionale dell'AICS che ci ha fatto l'onore di essere fra i relatori.

Chiedo a Luigi Bruni, il rappresentante dell'AICS Regione Toscana, di venire a portarci il saluto e poi diamo l'inizio ai lavori veri e propri. Prego.

Saluti di Luigi Bruni¹⁵⁶

Buonasera a tutti. Vi porterò via solo lo spazio per un doveroso saluto e per un ringraziamento per aver scelto, alle 15 del pomeriggio di un giorno feriale, di partecipare a questo convegno, attratti forse dall'interesse che ha il convegno stesso. Voglio dirvi che per me è un orgoglio portarvi il saluto del comitato regionale toscano e sono convinto che non avrete da recriminare della vostra scelta di oggi perché Giorgio Burdese è riuscito a mettere insieme un gruppo di relatori di altissimo livello. Ho anche il compito di portarvi il saluto del presidente del comitato provinciale di Lucca.

Ci auguriamo che il vostro soggiorno a Lucca sia come ve lo aspettavate. Buon convegno a tutti e grazie di essere qui con noi.

¹⁵⁵ Presidente AICS Solidarietà Toscana.

¹⁵⁶ Presidente AICS Toscana.

Introduzione di Giorgio Burdese¹⁵⁷

Ringrazio l'AICS Solidarietà per avermi dato l'onore di introdurre questo Convegno, per il quale hanno lavorato tutte le componenti nazionali, toscane fiorentine e lucchesi per la sua buona riuscita. Quando si fa il gioco di squadra i risultati sono ottimi come evidenzia il successo di questo evento.

La nostra Associazione non deve mai dimenticare che la consonante C dell'acronimo AICS significa Cultura e questo mi riporta a 30 anni fa quando a Firenze rappresentavamo il faro dell'Associazione con l'ampia attività svolta nel segmento culturale della nostra città.

Oggi dobbiamo riprendere il nostro impegno in questo settore e la presenza del Presidente nazionale Molea a questo importante Convegno ed aggiungo le parole del Presidente regionale Bruni, dimostrano che sono presenti ancora oggi nell'AICS le sensibilità per rinvigorire il contributo della nostra Associazione nel segmento più importante del nostro vivere civile che è la CULTURA.

La Toscana è uno dei giacimenti più importanti di beni culturali e ambientali d'Italia e LuBeC, la più importante Rassegna di Beni Culturali nazionale è opportuna perché fatta a Lucca, un territorio ricco di siti archeologici, di paesaggi di incantevole bellezza, di Arte. Voglio ricordare, per memoria storica, che è dal Monte Altissimo, situato nei pressi di Seravezza che Michelangelo Buonarroti sceglieva i marmi destinati alle sue opere.

Questo Convegno vuole porre in rilievo che V'è una corrispondenza tra l'abbassamento o innalzamento della cultura dei cittadini e l'insediamento di idee progressive o di pregiudizi, tra lo sviluppo della democrazia, o la sua crisi, ed i livelli di consapevolezza dei cittadini. Cultura è quindi democrazia, possibilità di sviluppo del futuro

Il sociologo e linguista Noam Chomsky afferma, in un suo saggio, documentandola, la stretta relazione esistente tra la diffusione della cultura in un Paese e il suo livello di democrazia nonché il livello di benessere della società.

Noi oggi viviamo una crisi economica sociale e culturale profonda e non dobbiamo illuderci che questa, possa risolversi automaticamente, superata la congiuntura negativa. L'Italia ha ancora le risorse morali ed intellettuali per invertire la rotta, ma occorre che ve ne sia la volontà. Occorre una classe dirigente capace di investire anche su un futuro non ravvicinatissimo, perché i processi culturali hanno la necessità di sedimentarsi per dare i propri frutti.

Devo dire che si parte bene con l'ottimo Ministro dei Beni culturali Bray, positivo sia nelle sue azioni concrete sia nelle sue stimolanti parole, che ripete nei suoi discorsi: "...deve cambiare la mentalità dell'Italia. La Cultura deve essere riconosciuta come la leva principale per rilanciare una crescita del paese equa e sostenibile."

Parole stimolanti che allontanano dalle nostre orecchie le brutte proclamazioni che venivano fatte in sede di Governi passati "...con la Cultura non si mangia".

Auspico, invece, che venga reintrodotta, in tempi brevi, la Storia dell'Arte a Scuola, purtroppo cancellata troppo improvvidamente e ancora non riammessa; non è possibile

¹⁵⁷ Responsabile Nazionale AICS Cultura della Contemporaneità e del Cambiamento.

che nella patria dell'Arte non venga esaltata e formata a scuola la sensibilità artistica dei futuri cittadini d'Italia.

Ovunque, negli angoli più remoti di questo Paese tocchi con mano Storia, Arte e Cultura in una splendida cornice paesaggistica.

Il Convegno propone una parola d'ordine che si è data la Cultura dell'AICS: "cambiamento", che è la condizione naturale delle società umane; esse non fanno altro che cambiare rendendosene conto oppure no, volendolo o no.

Il bene culturale è quello che rende visibile i cambiamenti sociali, economici, fisici, avvenuti nel corso del tempo... sono la testimonianza vivente del valore del Cambiamento e del Cambiamento come Valore ed è per questo che abbiamo voluto porre l'accento in questo Convegno sul valore del patrimonio della Cultura, legato ad una sua maggiore fruizione attraverso un nuovo approccio verso il Bene Culturale e quindi nuove metodologie e nuove professionalità... di questo parleranno i nostri illustri ospiti.

Le informazioni storico culturali e la ricerca di sempre nuovi servizi impongono una riflessione sulle modalità di accesso e di proposta di informazione culturale tale da far convivere metodologie nuove con quelle già presenti; non sono mutate ma incrementate le tipologie di utenti ma sono sviluppate nuove esigenze che richiedono professionalità adeguate.

Il Museo, per esempio, ha un forte potere nel sollecitare l'apprendimento attraverso la scoperta, la Scuola è chiamata a realizzare un rapporto continuativo... diceva bene Prof.Clemente nell'incontro sul Pensiero (il tema che ha aperto la terza edizione del Ciclo d'Incontri " Il Mondo che cambia" dell'AICS di Firenze): è necessario avere un maggior coordinamento tra Musei, Biblioteche, e tutti i luoghi che favoriscono l'apprendimento e la ricerca pur nel rispetto dei ruoli di ciascuno.

L'apprendimento interattivo deve essere maggiormente utilizzato e i Musei, i siti archeologici, i luoghi d'Arte sono i luoghi deputati a rendere più dinamica la nostra vita sociale e la Scuola in particolare per l'impatto affettivo overossia il piacere della visita, e l'impatto cognitivo per la costruzione delle memorie e lo sviluppo delle conoscenze che ne deriva.

In questo senso, la tecnologia valorizza il patrimonio culturale attraverso la comunicazione, sviluppa il processo cognitivo arricchendolo di contenuti visivi con un linguaggio accessibile che caratterizza un intento didattico e crea maggiore interesse di carattere turistico – fondendo dati storico-geografici e informazioni storico-culturali per una maggiore comprensione e visibilità del bene visitato.

Il Convegno vuole inoltre porre in luce il valore educativo del bene culturale in un momento di cambiamento, senza perdere di vista il valore economico-occupazionale che il patrimonio culturale assume valorizzando le risorse del territorio attraverso il coinvolgimento delle categorie economico-produttive; questo rafforza il profondo legame che esiste tra Cultura e Conoscenza condivisa delle quali il bene culturale è parte portante. Ringrazio i relatori per aver accettato di partecipare al nostro Convegno, un parterre di personaggi importanti nelle loro singole sfere di azione.

La numerosa e interessata partecipazione alla nostra iniziativa dimostra che l'AICS non è solo Sport e dà Valore all'azione che l'AICS sta svolgendo per riprendersi lo spazio adeguato alla sua importanza nell'ambito della Cultura nazionale.

TAVOLA ROTONDA

Intervento di Franco Valente¹⁵⁸

Ringrazio tutti i presenti. Ringrazio Emilia Petrolini che ha deciso di farmi partecipare a questo convegno in rappresentanza del Molise, soprattutto in rappresentanza dell'Istituto Italiano dei Castelli, qui rappresentato tra l'altro da una nutrita delegazione dell'Istituto Regionale di Firenze.

Sarò piuttosto veloce nel far vedere le immagini, ma credo che sia importante cercare di capire per quale motivo il Molise intende farsi sentire anche in un ambito nazionale. Molto spesso non si sa neanche precisamente dove sia situata questa parte della penisola italiana. Tuttavia è importante soprattutto capire che, quando si parla di beni culturali, non si può assolutamente regionalizzare il ragionamento.

Cerco di essere sintetico nel mettere a frutto alcuni pensieri, alcune considerazioni che derivano un po' dall'esperienza personale, nei confronti un patrimonio del quale molto spesso si parla senza mettere bene in evidenza quali sono le problematiche, che riguardano quella particolare materia che noi chiamiamo beni culturali. Quando osserviamo ciò che è intorno a noi, siamo spesso portati a fare semplicemente delle considerazioni di carattere estetico. E ognuno di noi fa delle considerazioni in base alla propria esperienza personale, alla propria cultura, alla propria conoscenza, alla propria storia personale. E, quindi, in qualche modo anche i beni culturali rientrano in quella categoria che Giordano Bruno avrebbe considerato come uno degli infiniti elementi dell'universo. L'universo cioè è uno e indivisibile ma ognuno lo vede con il proprio metro, con il proprio punto di osservazione.

Nella storia dell'arte è noi dovremmo imparare a distinguere sostanzialmente due categorie: l'architettura che ha dei significati ideologici, costituita dagli oggetti (questa sala, il municipio, la piazza, un edificio, ecc.) che servono a risolvere dei problemi quotidiani, dei problemi che attengono alla sfera politica; l'architettura che possiamo definire teologica, fatta di elementi di architettura, di arte che sul piano pratico non servono assolutamente a nulla. Se io vi chiedesse a che cosa serva una chiesa, un quadro dell'Annunziata, una rappresentazione apocalittica mi rispondereste che sono delle belle espressioni artistiche ma sul piano pratico non servono a niente. Una volta definito questo ambito, il processo di acquisizione dell'elemento culturale è fortemente condizionato dalla propria posizione, dal proprio dal proprio essere. Il Molise in qualche modo ha sempre fatto parte dalla storia globale dell'Italia.

Vi faccio vedere alcune immagini, a partire da questa miniatura di epoca Norman che ha a che vedere con un episodio molto singolare. Per dire che noi osserviamo molto spesso l'arte solo per quello che appare, solo per quello che dà una sorta di piacere dal punto di vista estetico, ma invece poi vi sono all'interno dei contenuti che vanno attentamente considerati. Questa è una miniatura stranissima dove appare un arcangelo che sta regalando una bottiglia di vino è una sacca di farina a tre giovani monaci, che si sono addormentati alle sorgenti del Volturno. È stranissimo che un angelo dia una bottiglia di

¹⁵⁸ Architetto e scrittore – Consiglio Nazionale Istituto Italiano dei Castelli.

vino e una sacca di farina, ma questo ha a che vedere con la tradizione cristiana (il pane e il vino sono i simboli della Comunione), ma ha anche a che vedere con il diritto ad essere ospitati e il dovere di ospitare. E il Molise vuole essere una regione che ospita oltre che ospitata.

Si tratta di rappresentazioni che fanno ragionare e che permettono di capire che in effetti la storia non si fa analizzando gli ultimi effetti. Noi siamo il prodotto finale di una serie di conseguenze culturali, che ci permettono di ragionare con il senno di poi tutto ciò che è accaduto nel passato. Il Molise ha per esempio una serie di monumenti, a cominciare da quello di pietra abbondante, dove esiste il più straordinario monumento ellenistico (un teatro del secondo secolo avanti Cristo), che si caratterizza per avere un impianto fondato su moduli armonici di origine pitagorica, ma soprattutto ha una serie di sedili che sono unici nella storia dell'architettura. Il sedile di pietra abbondante è l'unico in forma anatomica, in tutta la serie di teatri del bacino mediterraneo, ed ha una forma architettonica che sarà dimenticata dall'uomo e ricomparirà soltanto negli ultimi disegni delle sezioni dei sedili delle moderne automobili.

Sono delle peculiarità che permettono al Molise di poter dire di avere delle cose piuttosto singolari, come il nucleo antico di Sepino, uno dei luoghi più affascinanti dal punto di vista archeologico, perché è una città dove sembra che in un momento dalla storia sia accaduta una sorta di esplosione (le pietre sarebbero volate in alto e poi si sarebbero ricomposte in una maniera diversa).

Ovviamente sono trasformazioni fatte dall'uomo, ma che per una singolare situazione permettono di capire che la storia dell'uomo non è costituita di fatti che accadono uno dopo l'altro, ma che vanno visti complessivamente nella loro globalità. Il teatro scavato negli anni Ottanta ha permesso di capire che, a volte, gli impianti architettonici del passato determinano delle forme architettoniche nuove, che non sono quelle del passato ma non sono neanche quelle nuove e, quindi, anche l'esigenza che, nel momento in cui si fanno i restauri, si deve tener conto anche delle variazioni che avvengono nel tempo.

Sebino forse è una delle poche esperienze fatte in Italia dove si è cercato di conservare tutto, ma con il tentativo di evidenziare che il tutto è comunque fatto di elementi diversi, di elementi che appartengono alla storia antica ma anche alla modernità. La parte dove è situato il caveau del Teatro, fino agli anni Ottanta, era l'aia di una serie di case che formavano un perimetro semicircolare solo per il fatto che, per necessità fisiche e pratiche, questi edifici nel Seicento e nel Settecento si erano sistemati su delle strutture che erano sotto terra. È chiaro che non possiamo parlare di cultura architettonica in chi ha fatto quell'operazione di sovrapposizione, ma oggi quegli elementi che, in maniera molto generica, riconduciamo a un'architettura popolare fanno parte della nuova cultura, dove si legge tutto e si legge il particolare.

Nel Meridione d'Italia abbiamo una quantità di esempi molto simili al Parlascio di Lucca, il Verlascio di Venafrò, il Birilascio di Minturno oppure l'Antica Capua, questo edificio strano che sopravviveva tra i ruderi romani, che veniva definito Perilassium in epoca longobarda. Oppure elementi di grande pregio come la Venere di Venafrò, uno degli esempi più belli dell'arte romana-ellenistica o San Vincenzo a Volturno, che ha forse il più importante ciclo di affreschi apocalittici all'interno della cripta di Epifanio.

Tra questi, che però non possono essere visitati, vi è la straordinaria scena dell'Annunciazione (si tratta di pitture realizzate nel IX secolo, tra l'824 e l'842), dove

appare un angelo straordinario che sta atterrando mentre Maria si spaventa per l'arrivo del quinto vangelo che viene da Oriente, e la più antica rappresentazione al mondo della Madonna Assunta in Cielo. Il Molise può vantarsi di aver avuto nella sua terra il primo teologo al mondo d'epoca carolingia, che ha affermato che Maria Vergine fu assunta con tutto il corpo in cielo. Tutte le Chiese dell'Assunta, che troviamo in Italia e in Europa, prendono quel nome proprio da questa particolare circostanza.

Vi è poi una delle più importanti chiese longobarde che si trovano in Italia, ancora poco studiata, con dei pregevolissimi bassorilievi, a cominciare da questa rappresentazione dalla Gerusalemme che ha i capelli in forma di fiume con dodici anse; la scena del Quinto Angelo che viene da Oriente, con il sigillo del Dio vivente; la chiesa di San Giorgio, a Petrella Tifermina, probabilmente la più importante chiesa normanna che abbiamo in Italia, assolutamente sconosciuta ai più, con le tribune e con questa bellissima rappresentazione di Gione che viene ingoiato e sputato dalla balena.

Inoltre sono presenti delle realtà che sembrano riportarci alle meteore della Grecia, come la Morgia dei Briganti, un nucleo longobardo attorno al quale si sviluppa tutta la storia del Molise, che nasce attorno a questo luogo, ossia una roccia scavata e utilizzata come abitazione.

Alcune bellissime cripte normanne; siamo nell'epoca di Desiderio, il grande abate di Montecassino, che determinò un cambiamento totale nella concezione antica e soprattutto garantì la presenza dei benedettini in tutti quei territori che, abbandonati dai romani, sono poi stati riutilizzati in epoca longobarda. La fontana a Isernia, una delle più belle fontane italiane, realizzata nel periodo di Federico II; la cattedrale di Termoli dello stesso periodo; le Croci Stazionarie, che sono 93, oppure le Croci Processionarie, come a Campo di Pietra fino ad arrivare a queste stranissime acquasantiere, con il diavolo immerso nell'acqua santa e quindi condannato soffrire.

Poi ci sono castelli come quello di Civitacampomarano, dove 24 bellissimi cavalli in grandezza naturale ancora decorano le stanze; pitture che vanno ricondotte ad un allievo di Giorgio Vasari che opera in Puglia e nel Molise; la Chiesa dell'Annunziata di Venafro, un bellissimo esempio di architettura borbonica. Infine quelle che io ritengo le più belle Annunciazioni del Cinquecento che abbiamo in Europa, tra cui quella del 1579 a Montorio nei Frentani, con un angelo transessuale, né maschio né femmina, e con una Madonna bellissima.

Intervento di Maddalena Ragni¹⁵⁹

Molto sinteticamente l'architetto Valente ha dato una dimostrazione di quanto ci possa essere in un contesto oggettivamente limitato e poco conosciuto come il Molise. Ma così è dappertutto. Quando si parla e si commenta quella la realtà del patrimonio culturale in Italia si pone l'attenzione sui grandi monumenti, sui grandi centri, quelli che sono nella visibilità massima dell'opinione pubblica. E si dimentica che, invece, la caratteristica vera del patrimonio culturale nazionale è il fatto di essere diffuso in tutte le sue componenti, archeologiche, storiche, artistiche, di tradizioni, di cultura viva delle genti. Questo è un punto che a mio avviso non va dimenticato e, soprattutto, assume un'evidenza particolare per il ruolo che questo momento storico affida al patrimonio culturale. Non dimentichiamo che la maggior parte del patrimonio culturale mondiale si trova da noi; l'Italia ha ben 49 riconoscimenti UNESCO. E questo ci chiama ad una grande responsabilità, in quanto dobbiamo essere consapevoli che siamo custodi di beni che non appartengono soltanto alla cultura nazionale, ma che sono testimonianza della storia del mondo e che abbiamo l'obbligo di preservare, tutelare, valorizzare e soprattutto promuoverne la conoscenza, nel senso più puro del concetto di valorizzazione. E questo senso di responsabilità è interamente recepito dall'articolo 9 della nostra Carta costituzionale.

Non mi dilungo sull'articolo 9, ma constato soltanto che quelle che sono le nostre consapevolezza raramente si accompagnano a buoni risultati o buone azioni. Se oggi giriamo per il territorio italiano, l'immagine che percepiamo, non per scarso attaccamento delle popolazioni al patrimonio ma per le vicende di degrado e di perdita di sviluppo economico che ben conosciamo, non è quella di una cura, un'attenzione verso il patrimonio culturale quale avremmo il dovere e il diritto di perseguire. È questo quindi il momento del cambiamento perché, quando si assiste a un degrado fisico del territorio, la conseguenza immediata non è solo di tipo economico, ma è la perdita dei valori sociali, che rappresenta l'effetto negativo più netto in un momento di crisi della società e che esprime i suoi effetti su tutti i livelli. E allora la domanda e l'esigenza di ripartire per trovare e mettere a punto un modello di società nuovo, che sia anche più coerente con le potenzialità delle società moderne, consapevoli che non potranno disporre in futuro di risorse come è avvenuto in passato. Il compito che spetta a tutte le forze sociali e politiche, dal cittadino ai singoli operatori, è quello di ragionare affinché ci sia uno modello di società sostenibile in tutti i sensi. Si tratta di un compito arduo ma che non può non ripartire dalla cultura, che diventa a questo punto il punto di partenza di un processo di rinnovamento, di crescita che deve prima di tutto confrontarsi con una crescita sociale e civile. E questo deve poi consentire di ricostruire il tessuto economico-produttivo in grado assicurare anche il risvolto economico. E questo non deve stupire. Pur essendo grandi fautori e sostenitori dell'arte, non possiamo ignorare che nessuna società può ricominciare a progredire se non garantisce quelli che sono i livelli minimi esistenziali alle sue popolazioni. E noi siamo in un momento in cui il aspetto sociale è a rischio e dobbiamo velocemente trovare delle strategie, che permettano a tutti di recuperare quel livello di

¹⁵⁹ DG per il Paesaggio, le Belle Arti, l'Architettura e l'Arte contemporanea.

dignità che è la base per poter poi serenamente ripartire con la conoscenza, lo studio, il rispetto, con una quel legame affettivo che accompagna la crescita dell'uomo.

Quando parliamo di patrimonio culturale, non dimentichiamo che mentre nell'immaginario collettivo il patrimonio culturale si identifica con gli oggetti d'arte, nella realtà il patrimonio culturale è tutto. Quindi vi sono i beni culturali ma anche le nostre tradizioni, l'enogastronomia, gli usi, i dialetti, il nostro modo di esprimerci e, soprattutto, il paesaggio. Non commettiamo l'errore di pensare di costruire delle strategie che, sotto l'impulso di avere un profitto economico immediato si concentrano solo sui beni culturali, perché sono strategie perdenti. La strategia è molto più ampia, occorre considerare molteplici aspetti e, quando si interviene sul patrimonio culturale, bisogna ricordare che i beni culturali vanno contestualizzati. Non possiamo considerare e promuovere le caratteristiche dei beni culturali ignorando la cornice ambientale in cui il bene inserito, il valore identitario che la popolazione percepisce in quel contesto, le valenze storico-paesaggistiche che l'accompagnano. La valorizzazione si basa soprattutto sulla partecipazione del cittadino, dell'uomo che vive quel luogo e che ha un rapporto diretto con il bene. E quel legame affettivo è indispensabile per poter assicurare il coinvolgimento di tutti.

Noi possiamo far costruire e realizzare il museo più bello del mondo, ma se non riusciamo a creare un legame affettivo tra il visitatore e il museo - si parla di fidelizzazione dei visitatori - non riusciremo mai ad avere un museo che risponda sia all'esigenza culturale di una conoscenza vera dei beni che vi sono contenuti, sia ad un risultato economico che è la legittima aspettativa per far vivere quel territorio. I due aspetti sono strettamente connessi.

Qual è il valore che può assumere un bene culturale nel processo di cambiamento? Sicuramente l'aspettativa di tutti è sulla sua capacità di creare occupazione, che è il primo passaggio, quello che può consentire di creare una svolta e portare al riavvio degli ordinari processi economici. Sulla possibilità di creare occupazione, ci sono degli aspetti critici da affrontare, che sono legati prima di tutto al vuoto che c'è tra la formazione scolastica, quella che normalmente viene perseguita nelle scuole, e la formazione professionale. Poi alla distanza tra la formazione delle nuove generazioni e il mercato del lavoro. E se diamo un'occhiata a quello che è successo nel rapporto tra formazione e occupazione nell'ultimo decennio, vediamo subito che si è andati un po' per mode. C'è stato un momento in cui, sulla scia dei grandi musei, sono state introdotti nelle università corsi di conservazione dei beni culturali; lauree triennali che nella realtà hanno dimostrato di assicurare solo in minima parte un accesso al mercato del lavoro.

L'approccio giusto parte innanzitutto da un coinvolgimento di tutte le amministrazioni. Se vogliamo essere sicuri che in prospettiva non ci si debba più trovare con un esubero di laureati in determinate materie a fronte di una carenza di posti di lavoro corrispondenti, è indispensabile che nella strategia complessiva ci sia un accordo tra il Ministero della Pubblica Istruzione, le regioni che hanno la competenza in materia di formazione professionale e il Ministero dei Beni Culturali, per gli aspetti sia di tutela che di valorizzazione legati al turismo. Vanno guidate tanto le iscrizioni quanto le lauree e i corsi di formazione. Se la prospettiva economica di ripresa ci porta a richiedere dei profili professionali, dobbiamo avere nella nostra capacità di valutazione anche un'idea di quante necessità siano e quali debbano essere le formazioni professionali a cui i giovani

devono maggiormente riferirsi. Il rapporto tra il mondo del lavoro, il mondo delle imprese e dell'università per la formazione deve essere sempre un rapporto molto stretto.

Un discorso ricorrente è quello di parlare delle ricadute positive delle nuove tecnologie, non dimentichiamo però che queste rappresentano degli strumenti per poter raggiungere i nostri obiettivi, ma non sono il nostro obiettivo. Il mio timore è che tra cinque o dieci anni ci ritroveremo con una quantità di laureati in informatica o in scienza della comunicazione in esubero rispetto a ciò che il mercato può effettivamente assorbire e, quindi, ci ritroveremo di nuovo con delle sacche di disoccupazione. Se vogliamo uscire da questo percorso, la strategia deve essere integrata e condivisa, con degli obiettivi chiari ben individuati e con un'analisi preventiva delle necessità vere.

Nei prossimi anni si perderanno, sia nel pubblico che nel privato, generazioni intere di professionalità, di esperti e di specialisti che hanno associato in lunghi anni di attività ad una conoscenza teorica valida un'esperienza pratica validissima. Sono le maestranze di una volta, quelle che conoscevano e che hanno insegnato a realizzare le modalità dei processi produttivi; sono delle generazioni che noi stiamo perdendo perché non c'è stato modo di trasferire questo tesoro di esperienza ai nuovi giovani, non ci sono state forme di turnover nella parte pubblica.

oggi ci troviamo con un numero incredibile di persone che, in parte, hanno ricevuto una formazione specialistica molto alta frequentando l'Istituto Superiore di Restauro dell'Opificio delle Pietre Dure, in parte sono stati formati presso le scuole di formazione professionale della regione e degli enti pubblici territoriali, in parte vengono dal mondo dell'artigianato con un apprendimento diretto a cui non si accompagna spesso una conoscenza teorica valida. Sono tutti restauratori con livelli di qualità molto diversificati. Come sarà possibile riassorbire una massa di personale qualificato specializzato così ampia? È evidente che non è pensabile di poter risolvere nell'immediato una situazione di questo genere. Al di là di quali saranno le scelte politiche, i bandi di concorso, l'iscrizione negli albi, ma è il mercato che non è in grado di assorbire una realtà di questo genere. Viceversa ci troveremo nel giro di pochi anni privi di esperto in biblioteconomia, in archivistica, in archeologia perché i funzionari del settore pubblico, che hanno costruito in questo ventennio la storia, la conoscenza e la promozione del patrimonio, uscendo dai ruoli dell'amministrazione, lasceranno un vuoto.

Ci sono poi le professionalità nuove, quelle che sicuramente ci servono perché l'attività e la storia più recente del nostro Paese hanno concentrato l'attenzione sulla salvaguardia dei beni e molto meno sulla valorizzazione. Se ne parla tanto e ognuno la interpreta, a seconda del caso, in senso più economico-finanziario, come capacità di produrre profitto, oppure in senso etico, come capacità di promuovere la conoscenza del bene; tuttavia nella realtà sono ancora da sperimentare quali siano effettivamente i contenuti della valorizzazione. Ci sono delle professionalità che sicuramente servono, in quanto riuscire a valorizzare richiede delle valutazioni di tipo economico-gestionale che vanno create nel mondo del lavoro; ci sono delle professionalità che sicuramente riguardano anche il settore della comunicazione, dell'informatica, del digitale proprio perché sono gli strumenti oggi più moderni e più attuali che ci permettono di garantire un livello di qualità dei servizi migliore e di maggiore soddisfazione.

Ho il dovere e il piacere di sottolineare quanto incida nell'attuazione di queste strategie il supporto del mondo del volontariato, che è sempre stato una ricchezza del paese. E lo è

tuttora perché ha supportato, con il desiderio di partecipazione, le varie amministrazioni, il patrimonio, i beni, nel settore della cultura come in quello del sociale. Penso che anche in questo caso ci debba essere una strategia integrata perché non si può perdere un'energia simile e, quindi, è opportuno che l'intervento del mondo del volontariato vada in una logica pianificata, che attribuisce ruoli senza sovrapposizioni e senza supplenze e che sia in grado di valorizzare al meglio le potenzialità e le energie che possono essere messe a disposizione. Si tratta di percorsi che si fanno uniti. Non può essere possibile trovare una soluzione facendo soltanto una somma di interventi singoli, portati avanti cioè con la disponibilità, la passione e il desiderio dei singoli, perché continuano ad essere buone pratiche non capaci però di fare sistema e, quindi, di assicurare il risultato che serve in questo momento al Paese.

Grazie.

Intervento di Carla Peruta¹⁶⁰

Sono molto contenta di essere presente in questo convegno per parlarvi di una piccola esperienza. Faccio parte da tempo di questa realtà e ringrazio i miei compagni di percorso in AICS e il presidente nazionale, che mi hanno aiutato e supportato in questa idea progettuale, cominciata facendo un ragionamento tra associazioni di volontariato impegnate, insieme alla Protezione Civile, in attività culturali nella provincia di Massa Carrara. Facendo una riflessione, abbiamo preparato un progetto, che abbiamo in seguito presentato al Cesvot Toscana, per un piccolo corso di formazione sul volontari per la tutela e la prevenzione, in caso di disastro, dei beni culturali. L'abbiamo chiamato sinteticamente 'arte nel disastro', che può essere interpretato in vari modi, tuttavia era un titolo per dare un'idea immediata di quello che voleva essere. È stato realizzato partendo con molta calma e molta ponderazione e, quindi, prevedendo una quindicina di partecipanti. Invece siamo poi dovuti andare a Firenze a mediare per averne venticinque, perché le richieste che ricevevamo erano molte di più. Abbiamo allora organizzato questo corso di 55 ore, a cui hanno partecipato le persone più varie, alcune venivano dal mondo del volontariato del nostro museo diocesano, altre da varie esperienze, dalle nostre amministrazioni comunali e provinciali. I docenti venivano dal mondo della cultura, professori e docenti, poi sono venuti uno psicologo, per spiegarci come indirizzare le nostre reazioni di fronte all'emergenza, e dei restauratori. Un aspetto che abbiamo approfondito nel nostro corso è come rapportarci con l'organigramma di un'emergenza, fatto molto importante soprattutto nell'ambito della tutela dei beni culturali.

Per quest'anno stiamo progettando un nuovo corso con qualche ora di formazione in più, sia pratica che teorica. Abbiamo chiesto un coinvolgimento più diretto anche dei Vigili del Fuoco, dell'Arma dei Carabinieri, di tutte quelle maestranze che, in un momento di grande emergenza, sono le prime che intervengono e fanno parte di quell'organigramma a cui accennavo prima.

Noi stiamo formando un piccolo gruppo di volontari che si rapporteranno con la Protezione Civile. Siamo stati chiamati e coinvolti in maniera diretta anche in tavoli di concertazione a livello provinciale. Sono stata contattata anche da altre realtà regionali

¹⁶⁰ Responsabile dei beni culturali della Protezione Civile dell'AICS.

italiane che mi chiedono come ci siamo organizzati e se possiamo portare questa esperienza anche a loro. Stiamo pian piano formando un organismo organizzato, assolutamente volontaristico, che però può essere confacente e predisposto ad essere chiamato in caso di necessità. Questa piccola esperienza, di cui vi porto la mia la mia testimonianza diretta, spero diventi sempre più produttiva e organica, nel senso di entrare sempre più nella rete, sempre più a disposizione, oltre che della Protezione Civile, del nostro territorio.

Intervento di Mariella Zoppi¹⁶¹

Direi che siamo entrati molto nel vivo del problema cultura. La cultura siamo noi, è tutto quello che ci circonda. Cosa saremmo noi senza un passato e un presente di cultura, con le sue possibilità nel campo del lavoro, degli studi, delle riflessioni, della comunicazione tra le persone. Viviamo immersi in cultura. A Lucca poi la cultura è la struttura stessa della città. Quando penso a Lucca mi viene sempre in mente un'immagine di Good Morning Babilonia dei fratelli Taviani, in cui i due personaggi principali, che sono emigrati a Los Angeles e che costruiscono scenografie per i film, parlano tra di loro proprio davanti a San Frediano e il vecchio ricorda al più giovane che loro sono i figli dei costruttori delle grandi cattedrali. Ecco noi abbiamo nel nostro DNA questa meravigliosa eredità, cioè un passato ricco di geniali esperienze artistiche, tecniche, di invenzioni, di consolidamento. E tutto questo oggi noi abbiamo la responsabilità di tramandarlo in una memoria che continuamente si rinnova, perché la cultura è al tempo stesso produzione, conservazione e divulgazione. Produrre cultura è assolutamente essenziale; ogni secolo dimostra se stesso attraverso i suoi prodotti culturali. E nello stesso tempo tutte le stratificazioni che convergono nella nostra produzione attuale diventano l'eredità, ciò che si trasmette alle generazioni future.

Per tramandare presta ricchezza non dobbiamo congelarla né immobilizzarla né tanto meno consumarla senza criterio, ma renderla viva aumentandone il suo valore. Il che vuol dire intanto farla conoscere, quindi educare alla cultura, alla conoscenza e condividerla, cioè estendere le possibilità di farla conoscere. La cultura è stata considerata troppo spesso un bene per pochi e, invece, deve diventare sempre di più una consapevolezza di tutti, perché è già un bene di tutti.

L'altro punto che noi dobbiamo tener presente in questo quadro di diffusione della conoscenza è il tenerla inefficiente, ossia garantire a un numero sempre maggiore di persone di poterne fruire e sperimentare tecnologie sempre più avanzate per mantenerla in uno stato di grazia.

In tutti questi passaggi ci rendiamo conto facilmente che saperi, mestieri e competenze sono fondamentali e dunque non possiamo fare altro che attivarle con le strutture di cui disponiamo; dalla scuola elementare all'università fino agli istituti specializzati. Pertanto noi viviamo in un rapporto continuativo con ciò che ci sta intorno e con quello che in qualche nodo appartiene alla categoria della cultura, che è un processo continuo e come tale ha bisogno di sostegno e di alimentazione. Un sostegno anche economico perché la cultura può dare un ritorno economico, ma necessità di un sostegno continuativo di cui

¹⁶¹ Presidente Corso di Laurea Architettura del Paesaggio, Università di Firenze.

non possiamo fare a meno. In nessuna parte del mondo la cultura si mantiene da sola, ma ha bisogno di un sostegno collettivo e corale (uso volutamente questa parola e non soltanto la parola pubblico).

Questo bene è dunque al tempo stesso materiale e immateriale, capace di produrre e di dare risultati efficaci. Conosciamo tutto ciò che può essere indotto dal commercio intorno alla cultura; pensiamo per esempio all'industria della musica discografica, al turismo che tuttavia spesso mitizziamo. Non dobbiamo dimenticare infatti che la cultura è al tempo stesso meravigliosa e delicata e quindi non può essere posta di fronte ad un consumo indifferenziato. Dobbiamo essere consapevoli di questa grande eredità che abbiamo e educare a questo rapporto di trasmissione della cultura, allargando i benefici a quante più persone possibili. Per questo ho trovato molto interessante l'allocuzione vista qui a Lucca 'cultura come password per il futuro'. Io direi come password anche per il presente perché altrimenti futuro potrebbe essere interrotto, con un piccolo avvertimento e cioè che spesso le password si dimenticano e, invece, in questo caso sarà bene ricordarcela.

Intervento di Enzo Feliciani¹⁶²

Vorrei partire dicendo che noi siamo l'Onu del restauro, nel senso che quando c'è un intervento nel campo internazionale chiamano i nostri restauratori, non chiamano gli americani, i francesi, gli inglesi. Ciò significa che abbiamo delle professionalità al nostro interno talmente elevate per cui questo riconoscimento ci viene dato dappertutto.

Oggi siamo in una fase di riorganizzazione dettata però dal risparmio, dai tagli e questo è un fatto grave, perché questo patrimonio di personale che noi abbiamo non si forma semplicemente sul piano teorico attraverso la scuola l'università, ma si forma poi sul campo e giorno per giorno acquisisce professionalità. Se non c'è un cambio generazionale, tra cinque anni questo ministero ha esaurito la sua attività in quanto ormai abbiamo una media di 58 anni circa. Ciò significa che se non prendiamo veramente in considerazione la necessità di nuovi apporti e, quindi, non integriamo giovani al nostro interno, siamo destinati ad essere emarginati.

Ricordo che la Costituzione affida la tutela allo stato e lo fa a ragion veduta e la Toscana è la dimostrazione di questa scelta. Questo è il territorio probabilmente meglio tutelato d'Italia. I nostri musei, le nostre biblioteche, i nostri archivi hanno un orario di apertura più ampio di qualsiasi museo europeo.

Nel corso di questi anni abbiamo condiviso con l'amministrazione alcune scelte che hanno portato a questa realizzazione. E oggi, pur nel drammatico cambiamento dettato dai tagli, chiediamo che si utilizzi questo personale ma che ci sia la possibilità di intravedere nuova linfa, che si dia occupazione. Non ci vuole molto, basterebbe aumentare di uno zero virgola zero gli interventi per beni culturali perché si possano continuare a sviluppare professionalità. Ci vuole un raccordo con l'università; fino ad oggi è stato un totale fallimento perché tutte le lauree sia specialistiche che universitarie non hanno dato nessun occupazione, né nel ministero né nelle autonomie locali.

In questo momento, noi abbiamo la fascia dei funzionari e la fascia dall'area della vigilanza, ma nel mezzo c'è quasi nulla, ossia ci sono pochissimi tecnici. Al Louvre, per

¹⁶² Coordinatore Nazionale UIL Beni Culturali.

esempio, accade esattamente il contrario; il maggior numero di persone viene assorbito dalla fascia intermedia, che deve provvedere alle manutenzioni, agli allestimenti, a studiare ciò che si espone al pubblico. Se noi non abbiamo la capacità di colmare questo divario gradualmente diventiamo anche marginali.

Nel corso di questi anni abbiamo anche condiviso l'intervento del privato, però non è possibile che lo stato continui a mantenere qualcosa che di fatto dovrebbe essere poi gestito dal privato. O si sceglie una strada o se ne sceglie un'altra. Non è che la cultura dia risorse economiche sufficienti a garantire il mantenimento dei nostri istituti, un apporto ci vuole comunque. E badate bene già oggi in alcune strutture all'interno del ministero siamo anche in grado non dico di essere autosufficiente, ma perlomeno per l'ordinario siamo in grado di gestire con gli introiti che derivano dalle biglietterie, dal bookshop e da tutto il resto.

Il sistema fiorentino ha prodotto 280 posti di lavoro a tempo indeterminato e in questa epoca è un risultato grandissimo. E c'è una collaborazione in atto, che spero venga sviluppata in termini corretti, perché l'apporto dei giovani possano essere un po' più incisivo. Solo quest'anno, i tagli hanno prodotto nel settore archeologico circa 700 disoccupati, poiché nel settore archeologico gli scavi vengono fatti soprattutto dal Ministero. E se non ci sono le risorse per finanziare gli scavi, vuol dire che devo mettere a casa chi opera in questo tipo di attività. Immaginate quindi cosa è accaduto a catena in tutti gli altri settori rispetto all'occupazione.

Noi faticiamo a far capire al mondo politico che non si può trattare il Ministero dei Beni culturali come il Ministero del Lavoro, per esempio. Pensate solo alle missioni. Vi pare normale che si debba usare l'autobus per andare ad Ansedonia quando questo vi lascerà almeno a quindici chilometri esatti? Occorrerebbe che ci fosse la possibilità di utilizzare il mezzo proprio.

Inoltre ad oggi il sistema informatico non è all'altezza della situazione e varia spesso da regione a regione. Occorre pertanto unificare il sistema in modo tale che l'intero ministero possa rispondere in maniera adeguata.

Un altro aspetto che va affrontato è la formazione del personale rete. Occorre che il ministero investa anche in formazione, perché bisogna aggiornarci così come si aggiorna, si evolve la società. La formazione è servita anche a costituire, per esempio nell'area della vigilanza, qualcosa di diverso rispetto al passato. Oggi siamo in grado di spiegare all'utenza che cosa trova all'interno del museo, soprattutto di far comprendere in che modo quel museo va visitato.

Un altro aspetto che vorrei affrontare è il fatto che nel Ministero dei Beni Culturali è confluito il turismo e, sembrerà incredibile, ma non esiste oggi una struttura oggi pubblica o privata che coordini le visite, che coordini dei tour. Questa è una grossa risorsa, che potrebbe consentire di trovare occupazione a tantissimi giovani, perché se noi riusciamo a far sviluppare questo settore e a coordinarlo, con molta probabilità avremo un incremento dei visitatori e anche un sensibile aumento dell'occupazione.

Intervento di Bruno Molea¹⁶³

Voglio ringraziare l'AICS Solidarietà e l'AICS di Lucca per aver organizzato questo pomeriggio e aver dimostrato come anche attraverso l'associazionismo si possa fare cultura, informazione, dibattito e quindi quanto necessario per aumentare la crescita e la conoscenza culturale nel Paese. E di associazioni che hanno questa grande capacità, questa grande forza ce ne sono tante e andrebbero messe in rete. Oggi credo più che mai, vista la mancanza di risorse, c'è bisogno anche del volontariato, di un volontariato professionalmente preparato. E ce n'è bisogno perché ci sono tanti patrimoni culturali che non sono disponibili per la mancanza, l'impossibilità di renderli disponibili. Perché non c'è nessuno che li possa tutelare, rendere agibili. E allora quella rete va sicuramente messa in campo.

Ho seguito l'ultimo decreto legge che è stato approvato sulla cultura. Dopo tanto tempo, un decreto legge ha finalmente permesso alla cultura di entrare nell'agenda dei lavori del Governo. Dopo tanti anni di disattenzione, in cui la cultura veniva lasciata a se stessa e non soltanto per una questione di finanziamenti, ma proprio per una questione di individuazione di obiettivi prioritari attraverso i quali provare a invertire la tendenza, provare a far sì che venissero sconfessati coloro i quali dicono che la cultura costa ma non rende.

È vero, la cultura costa tuttavia deve essere un oggetto su cui occorre investire, perché produce importanti utili indiretti. Attraverso la cultura si arriva a conoscere gli usi, i costumi, i modi di vivere, l'identità di un popolo; non esiste futuro per un popolo se non esiste la conoscenza culturale di se stessi. La cultura, indirettamente, produce anche un volano per l'economia perché laddove c'è cultura, c'è movimento, turismo. E dove c'è turismo si muovono tutte quelle situazioni che ruotano attraverso le esigenze di chi si sposta all'interno dei siti culturali. E allora nasce un'esigenza importante, quella di non lasciare i siti culturali semplicemente fini a se stessi. L'investimento non deve essere solo quello funzionale a rendere fruibile un sito per proteggerlo dalle intemperie, ma occorre renderlo fruibile in modo complessivo da parte di chi li va a visitare. E quando dico complessivo, mi riferisco a tutte le infrastrutture che devono sorgere attorno a un sito affinché lo possano rendere facilmente fruibile, vivibile. E ciò per invertire la tendenza del mordi e fuggi, cioè di quel turismo che arriva, visita e se ne va. Talvolta visita anche male, di fretta, non approfondisce e, quindi, acquisisce una conoscenza del tutto superficiale del bene che sta visitando. Nello stesso tempo però va via perché non ci sono strutture in grado di far sì che quel turista si fermi, che posso avere il tempo di approfondire.

Cultura è anche lavoro. Questo decreto non fa molto ma mette in campo la possibilità di dare lavoro a 500 giovani, attraverso la digitalizzazione e l'inventarizzazione dei beni culturali che oggi sono funzionali a rendere visibili e conoscibili i patrimoni culturali di questo Paese. Dunque questo decreto legge si è mosso non soltanto nella direzione di dare una boccata di ossigeno laddove era necessario, ma anche in quella di provare a promuovere le condizioni di occupazione che possono essere funzionali a rendere un po' meno pesante la situazione nel Paese.

¹⁶³ Presidente AICS – Componente VII Commissione Cultura, Scienza e Istruzione – Camera dei Deputati.

Il Forum Internazionale dell'UNESCO che si terrà a Firenze è un altro elemento di grande importanza. Abbiamo più di 40 siti che sono patrimonio dell'UNESCO, chi meglio dell'Italia poteva ospitare questo Forum?

Sono tutti elementi che caratterizzano quello che io definisco il 'nostro oro nero'. Noi non abbiamo il petrolio ma abbiamo molto di più. Siamo il Paese che ha il più alto numero di siti archeologici di beni culturali nel mondo e non lo sappiamo sfruttare, non lo sappiamo mettere a rendita, passatemi questo termine. Non è vero che la cultura costa, la cultura è anche rendita, è capacità di far girare l'economia. Investire nella cultura vuol dire investire in posti di lavoro, in PIL, vuol dire portare a casa denaro. Questa è la scommessa che questo governo ha avuto il coraggio, attraverso il ministro, di mettere in campo. In una situazione come quella odierna, mettersi di punta come ha fatto il ministro e pretendere in così breve tempo un decreto legge sulla cultura (che poteva sì essere migliore sicuramente, ma poteva anche non essere, e sarebbe stato peggio), è stato veramente un atto di coraggio e di grande responsabilità, che ha messo comunque il Paese nelle condizioni di cominciare a dare risposte.

Occorre cominciare a lavorare, ad avere la forza di aprire tanti musei chiusi, di portare fuori dalle cantine tanti patrimoni che sono chiusi perché non ci sono le persone in grado di accudirli. Ed ecco perché la rete deve essere funzionante e mettere in condizioni l'associazionismo di giocare questo grande ruolo. E guardate che l'associazionismo e il volontariato non sono più soltanto un modo gratuito di fare le cose, ma un modo diverso di lavorare, perché si lavora anche attraverso le associazioni. Oggi le associazioni, se sono valide e in grado di recepire determinati input, e se il Governo è in grado di mettere in gioco determinate risorse, possono rappresentare una fonte di lavoro.

La cultura allora non è più soltanto un fatto di conoscenza, un fatto di usi, di costumi, ma un fatto che si inserisce a 360° nel welfare del Paese. È un fatto sociale, di occupazione, di economia. Questo decreto ha dunque portato una ventata di novità nell'agenda governativa, nella volontà del Governo e nella possibilità futura che venga data a tanti giovani di poter trovare, anche in quella direzione, un'occupazione.

Il binomio cultura e turismo è funzionale al rilancio dell'economia di questo Paese. Non abbiamo altre cose al di là dell'imprenditoria, che deve essere rimessa in grado di essere competitiva rispetto ai partner europei. Ma questo rappresenta la novità, una novità per tanti anni disattesa; un nuovo modo di investire nel lavoro, nel futuro di questo Paese. Investire però in cose che abbiamo già, che non abbiamo bisogno di costruire ma solo di valorizzarle, di renderle fruibili e di metterle a servizio. Questo è l'impegno che stiamo cercando di portare avanti.

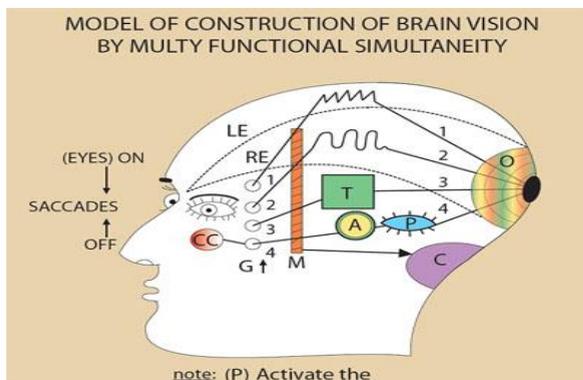
Intervento di Paolo Manzelli¹⁶⁴



Il Programma “quARte” di Ricerca e Innovazione transdisciplinare della cultura artistica e scientifica e’ promosso da EGOCREANET (ONLUS di R&S) a partire dal dicembre 2012, mediante una serie itinerante di Conference-Exhibition (1).

A fondamento del futuro processo di cambiamento culturale e lo sviluppo della “QUANTUM BRAIN THEORY” (QBT), teoria che comporta un profondo cambiamento della percezione da falsamente oggettiva a virtuale e probabilistica.

Il funzionamento quantistico delle attività cerebrali in sintesi porta ad affermare che: “il mondo che percepiamo corrisponde ad uno scenario virtuale delle probabili interazioni con l’ambiente”.



La Scienza Quantistica applicata alla alle prospettive rinnovo della interpretazione della percezione inizia dalla considerazione che la attività di “ trasduzione della informazione” alle sinapsi avviene in una dimensione Nano-metrica, cio in quanto le sinapsi ‘ bio-elettriche sono di 4/5 nm e le sinapsi biochimiche dell’ordine di 20/40 nm. Sappiamo dalla scienza quantistica che la dimensione

Nano-metrica rappresenta un’area di mutazione delle classiche e proprieta macroscopiche; pertanto facendo riferimento a tali dimensioni delle attivita di comunicazione del Cervello, le Neuro scienze e la Neuro Art contemporanea, si misurano con la scommessa volta ad attuare un profondo ed immediato cambiamento culturale (4).



<http://www.neurobureau.org/galleries/brain-art-competition-2013/>
“NO CULTURE CHANGE NO FUTURE”

¹⁶⁴ Presidente dell’Associazione telematica, culturale e scientifica EGO – Crea Net.



La cultura come “Password per il Futuro” non può limitarsi alla conservazione dei beni culturali ma necessita di integrare passato e futuro nella dimensione transdisciplinare e multi attoriale di un “nuovo Rinascimento Culturale” anticipativo della nuova visione epocale per lo sviluppo creativo e cosciente della società della conoscenza (5),(6).

Biblio on Line

1- “EGOCREANET - Scienza ed Arte”:

<http://www.quantumbionet.org/admin/files/Paolo%20Manzelli%20-%20Scienza%20e%20Arte.pdf>

1- “Arte Quantistica & Realtà Aumentata: verso orizzonti di ben-essere”, 31 maggio - 1, 2 giugno 2013. Casciana Terme (PI); <http://www.comunicazero.it/7-riferimenti/58-arte-quantistica-realt%C3%A0-aumentata.html>

2- “Arte Quantistica, Scienza e Realtà Aumentata: sinergie d’innovazione”, 09/nov/2013 Pietrasanta (Lucca):

<http://dabpensiero.wordpress.com/2013/08/25/arte-quantistica-scienza-e-realta-aumentata-sinergie-d-innovazione/>

3- Costruzione cerebrale della percezione visiva:

http://www.caosmanagement.it/n67/art67_03.html

4- Nano-tech foresight I:

http://www.edscuola.it/archivio/lre/nano_technology_foresight.pdf

5- <http://www.lubec.it/lubec-2013/25-beni-culturali-e-turismo/lubec/515-lubec-2012.html>

6- <http://dabpensiero.wordpress.com/2013/06/28/quantum-brain-di-paolo-manzelli/>

Promo PA Fondazione e lo staff di LuBeC vi aspettano a LuBeC 2014.
La decima edizione di Lucca Beni Culturali
si tiene a Lucca il 9 e 10 ottobre 2014.

V.le Luporini 37/57 - 55100 Lucca

Tel. +39 0583 582783

Fax. +39 0583 1900211

info@promopa.it

www.promopa.it www.lubec.it



Finito di stampare nel Settembre 2014

La IX edizione di LuBeC - Lucca Beni Culturali, si è svolta dal 17 al 19 ottobre 2013 al Real Collegio di Lucca come **Cultura: password per il futuro**.

L'occupazione è stato il tema cardine dei dibattiti, dei focus group e dei convegni, di cui questo volume presenta le testimonianze: occupazione come nuove opportunità e competenze per una filiera, quella dei beni culturali, che per crescere e rafforzarsi deve confrontarsi ed integrarsi con la green economy, il turismo, l'ICT e il "Made in Italy".

Grazie al sostegno di tutti gli enti del territorio ed alla collaborazione e alla partecipazione di MiBACT, Formez, CNEL, CESVOT, ICS, AICS, Università La Sapienza di Roma, di Regioni ed Enti locali, sono stati approfonditi il ruolo del terzo settore e delle imprese, le opportunità di investimento, il partenariato e gli strumenti finanziari, il rinnovamento del rapporto musei/imprese e delle metodologie e dei programmi di formazione. E ancora gli strumenti più innovativi nati a sostegno delle politiche di valorizzazione dei beni culturali e del turismo: sistemi di gestione di reti, supporti per la fruibilità, la didattica e il gaming, per la promozione, la comunicazione e la divulgazione.

Con il sostegno di:



Città di Lucca



REGIONE
TOSCANA



FONDAZIONE
BANCA DEL MONTE
DI LUCCA



Fondazione
Cassa di Risparmio
di Lucca

Partner:



Ministero
dei beni e delle
attività culturali
e del turismo

Formez^{PA}



SAPIENZA
UNIVERSITÀ DI ROMA



ICS
ISTITUTO PER
IL CREDITO SPORTIVO



CESVOT
CENTRO SERVIZI VOLONTARIATO TOSCANA



Fondazione
Giacomo
Puccini
L. U C C A



PROMO P.A. Fondazione - www.promopa.it

PROMO P.A. è una fondazione di ricerca che opera nei settori della formazione e dei beni culturali, associata all'*European Foundation Centre* (EFC) e al *Groupe Européen d'Administration Publique* (GEAP), alla quale aderiscono enti, studiosi, dirigenti e professionisti a livello nazionale ed europeo, direttamente impegnata nel progetto di ricerca, riforma e innovazione della Pubblica Amministrazione.

ISBN 978-88-940285-0-8



9 788894 028508

Lucca
Beni
Culturali®
2013
9ª EDIZIONE
17-19 ottobre 2013