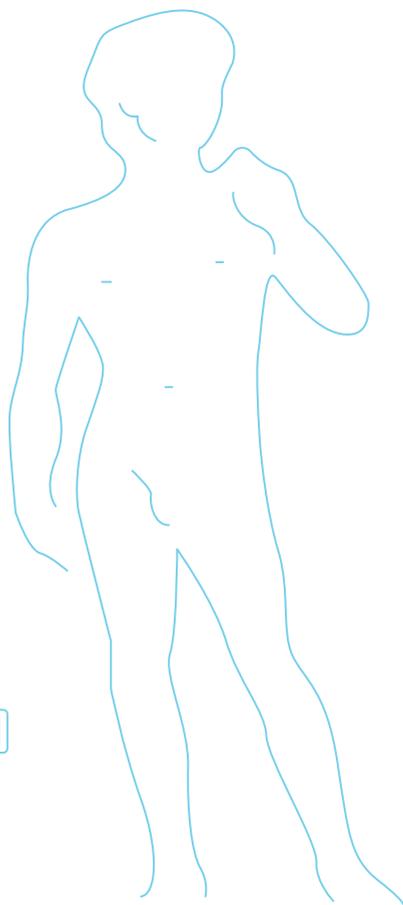
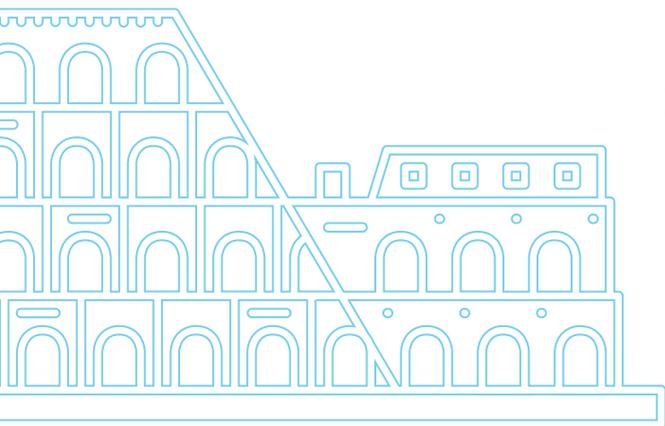


# Beni culturali, petrolio d'Italia

Seminario a porte chiuse





**Beni culturali, petrolio d'Italia**  
Seminario a porte chiuse

Roma, 24 novembre 2015



## Documento introduttivo

L'Italia ha un patrimonio artistico, architettonico e culturale che da solo sarebbe in grado di dare impulso e linfa alla crescita economica, all'educazione, ad un ulteriore sviluppo culturale. Eppure questo immenso patrimonio non è valorizzato come meriterebbe. Spesso, non è fruibile in maniera efficiente, diffusa e sicura. Con alcuni effetti non di poco conto:

- nel 2011 il solo Museo del Louvre a Parigi ha incassato quanto tutti i musei italiani;
- molti italiani conoscono a malapena l'immenso patrimonio che li circonda.

Di valorizzazione dei beni artistici, architettonici e culturali in Italia si è dibattuto largamente (sebbene spesso la qualità del dibattito abbia lasciato a desiderare) e spesso si è utilizzata un'immagine efficace: i Beni culturali sono il petrolio d'Italia.

Start Magazine vuole proporre 3 aree di confronto per riportare il dibattito relativo al patrimonio dei Beni culturali su un piano operativo, economico, pratico.

Il nostro obiettivo è quello di stilare un documento finale di indirizzo, da sottoporre al ministero dei Beni e delle attività culturali, e che possa fornire spunti e idee per la migliore valorizzazione del nostro patrimonio culturale, per la collaborazione tra pubblico e privato, per il nuovo mecenatismo, perché i Beni culturali possano diventare finalmente un bene economicamente produttivo.

## **Proteggere il patrimonio**

Il tema della conservazione dei Beni culturali è un tema strategico ed urgente. Non parliamo solo di casi limite come Pompei, ci sono forme di “protezione” del patrimonio artistico e culturale molto più vicine alla nostra esperienza di tutti i giorni. Le ondate di caldo di questa estate 2015 hanno tenuto chiusi importanti siti museali come il Museo di Capodimonte a Napoli per la mancanza di un adeguato sistema di condizionamento e climatizzazione.

D'altra parte, interventi di restauro straordinario resi possibili dal ruolo dei privati, come quello della Fontana di Trevi, dimostrano come partnership virtuose siano possibili.

Proteggere il patrimonio dei Beni culturali in Italia significa realizzare interventi che vanno dalla climatizzazione all'efficienza energetica, dalla videosorveglianza alla corretta illuminazione.

Ugo Ojetti nel 1917, in un accurato appello per la protezione del patrimonio artistico italiano durante la Grande Guerra, metteva in guardia dal considerare l'arte qualcosa di estraneo e separato dalla vita. È un errore che non possiamo e non dobbiamo commettere neppure oggi.

## **Accedere al patrimonio**

Smaltire l'affollamento alle biglietterie nei periodi di picco delle visite, organizzare al meglio l'informazione rivolta al pubblico, regolare i flussi evitando orari di punta, velocizzare l'acquisto di biglietti: sono tutte attività tecnicamente realizzabili, che potrebbero aumentare il numero di persone che possono fruire di alcuni dei Beni culturali più famosi (Il Colosseo o Pompei, ad esempio).

Mettere la tecnologia al servizio dei Beni culturali permetterebbe ai Beni culturali di mettersi al servizio delle persone e dell'economia.

Non è un mistero che le risorse destinate ai luoghi deputati alla fruizione dei Beni culturali (biblioteche, pinacoteche, musei) continuino a diminuire, e con esse alcune piante organiche. Il circuito delle biblioteche nazionali ha conosciuto una costante diminuzione delle sale lettura a disposizione del pubblico a causa di questa contrazione. Anche in questo la tecnologia può venire incontro all'arte, e anche in questo caso l'arte e la cultura possono diventare un volano per lo sviluppo sociale ed economico.

### **Finanziare il patrimonio**

Dalla Reggia di Caserta al sito archeologico di Pompei sono molte le opere d'arte in Italia che avrebbero necessità di un intervento immediato di restauro, recupero, manutenzione straordinaria. Dove trovare i fondi? Perché non pensare a nuove formule di valorizzazione dei Beni culturali, come il *product placement*, che in questi anni sono state introdotte nel mondo del cinema e della televisione? Ci sono limiti legislativi che ostacolano questo nuovo modo di finanziare i Beni culturali e le opere d'arte in generale?

Si è lungamente dibattuto su come finanziare la cultura. Da una parte chi ritiene che certi interventi siano possibili solo con soldi pubblici, dall'altra chi, in tempi di crisi, dichiara che "con la cultura non si mangia".

In ambo i casi è vero l'esatto contrario: la cultura può e deve essere finanziata dai privati, può e deve diventare una leva economica, anche "profit". Ed è assolutamente vero che, alle giuste condizioni, con la cultura si mangia.

**Michele Guerriero**

Startmag.it

Buongiorno, sono Michele Guerriero e insieme a Valerio Giardinelli sono uno dei due animatori di Star Magazine, un magazine online nato 2 anni fa che si dedica ad un tema del quale penso e spero sentiremo parlare molto nei prossimi anni: la crescita economica. Lo affrontiamo come sapete guardandolo attraverso la lente dell'innovazione, non solo quella tecnologica.

Il nostro magazine crede che la crescita economica possa esserci a partire da alcuni filoni che abbiamo molto chiari che sono quelli dell'innovazione tecnologica, delle *start up*, dell'ambiente, dell'energia, dell'*hashtag* che poi ne discende, ed essendo consapevoli di questo proponiamo due o tre volte l'anno, ad una platea molto ristretta di osservatori ed esperti, questi momenti di studio e di riflessione che poi riportiamo sia sul nostro magazine sia in atti che vengono poi pubblicati.

Faccio soltanto una digressione, nel senso che l'anno scorso abbiamo svolto due seminari, il primo dedicato al rapporto tra tv ed internet, come cambiano i prodotti culturali, i prodotti televisivi, i prodotti di cui possiamo fruire sulla rete e come cambia anche appunto il modo di investire dei grandi player pubblicitari. Ricordo la presenza in quel momento al tavolo di Sky, Vodafone, Eni, per citare alcuni partecipanti.

Abbiamo svolto il secondo seminario, sempre lo scorso anno, il giorno della firma del decreto dello "Sblocca Italia" sulla risorsa nazionale idrocarburi, con il sottosegretario Simona Vicari; a marzo scorso abbiamo svolto un seminario sulle *smart city* con lo stesso sottosegretario delegato. Abbiamo pensato lungamente a questo seminario sulla scorta appunto del discorso delle *smart city* e ci siamo sempre detti, al di là della frase fatta, che "non ci possono essere *smart city* senza *smart citizen*" quindi, in qualche modo, vorremmo recuperare il senso civico dell'essere cittadini e di sentirsi appartenenti ad una comunità.

E quindi alla comunità che sarà quella della *smart city*, sull'onda di questo tema abbiamo pensato con un titolo che è molto discutibile, sappiamo che ha già fatto discutere nel passato, che è quello dei “Beni culturali, petrolio d'Italia”.

Per questo incontro, io ringrazio sia i nostri sponsor Tim e Urban Vision sia i nostri partner tecnici AiCARR, il cui presidente è l'esperto di efficienza energetica sul tema, e Teleperformance, con cui abbiamo organizzato i nostri seminari in questi due anni.

### **Qual è lo scopo di questo seminario dal titolo “Beni culturali, petrolio d'Italia”?**

Innanzitutto un approfondimento alla luce del nuovo corso che questo governo sta dando al tema dei Beni culturali e mi preme dire che avevamo invitato il ministro Dario Franceschini il quale per un impegno a Bruxelles – la riunione dei ministri europei dei Beni culturali – non è potuto essere con noi.

Ha però vagliato il nostro invito, che ha ritenuto interessante, e voi lo sapete meglio di me che Franceschini segue con attenzione tutto quello che ruota attorno alle innovazioni tecnologiche dei Beni culturali, e il lavoro degli ultimi mesi lo dimostra.

Lo scopo di questo seminario, come dicevo all'inizio, è quello di rendere più evidenti il lavoro che può fare un manager sulla scorta di un seminario a porte chiuse, rendere più evidenti i punti di forza dei nostri Beni culturali e quanto e come i Beni culturali possano aiutare la crescita economica.

Vorremmo alla fine di questo seminario sintetizzare in alcuni punti, tre-cinque punti, un piccolo Manifesto da pubblicare e poi sottoporre agli esperti del settore: questo è lo scopo del lavoro di questa mattina e sin da ora ringrazio tutti i presenti che nonostante gli impegni e le esigenze personali hanno

accettato con entusiasmo di partecipare a questo seminario il cui termine è previsto intorno alle 12.30; se qualcuno dovrà andare via un pochino prima non ci sono problemi e ringrazio di nuovo tutti perché nonostante la fatica nell'organizzazione di questi piccoli eventi anche molto qualificati c'è l'estrema soddisfazione di potere interloquire, avere un confronto con chi, da punti di vista diversi, vive la tematica che oggi trattiamo.

Il documento, avrete letto, non è esaustivo, dà degli spunti, dà alcune chiavi di lettura sicuramente discutibili, ad iniziare dal titolo; c'è una piccola letteratura sul caso, Tomaso Montanari diceva che la metafora del petrolio non è quella più calzante, ma al di là di questo ci sono tematiche ben più profonde di quanto i Beni culturali possano essere aiutati, coadiuvati dall'intervento di privati, possano essere messi a disposizione anche di alcune operazioni commerciali e sicuramente avremo modo di parlarne con chi se ne occupa quotidianamente.

Io vorrei seguire il filo logico del documento, vale a dire partire da una valorizzazione sul campo dei Beni culturali e quindi andare innanzitutto sul tema dell'efficienza energetica per rendere possibile la fruizione.

### **Da dove siamo partiti?**

Siamo partiti da alcune esperienze anche estive. Quest'estate abbiamo avuto delle temperature molto alte e una parte del nostro patrimonio ha sofferto e ci riferiamo ad alcuni musei: leggevo la notizia del Museo di Capodimonte che è dovuto essere chiuso per metà perché il caldo metteva a repentaglio le opere che vi sono custodite e sicuramente le chiavi di lettura non mancano - faccio di nuovo una piccola digressione odierna sia in relazione al discorso del terrorismo e della sicurezza dei Beni culturali sia in relazione al discorso delle opere trafugate a Verona.

Ne parlavo prima con il professor Conte dell'Accademia delle Belle Arti di Roma e sicuramente avremo modo di tornare sul punto.

Seguiamo il filo logico dell'efficienza energetica, se il professor De Santoli è d'accordo io cederei a lui la parola, anche se è appena arrivato avendo fatto finora lezione, ricordando prima che, avendo seguito il lavoro che ha fatto AiCARR anche coadiuvando il ministero dei Beni culturali sulle nuove linee dell'efficienza energetica, se non erro per la prima volta si è parlato e si sta cercando di codificare questo grande tema che riguarda gli edifici storici e gli edifici vincolati, sicuramente anche i nostri musei.

Soltanto una parola sul metodo: per essere in linea con gli orari e con gli impegni prevediamo interventi singoli di una decina di minuti, tempi europei/mediterranei perché quelli europei sono più ristretti, e a cui pregherei di attenervi, poi ci sarà un secondo giro con delle osservazioni.





**Livio De Santoli**

presidente di AiCARR,  
Università La Sapienza, Roma

Grazie Michele e grazie a tutti. Effettivamente devo dire che quest'anno si è concretizzato un lavoro, partito un po' di tempo fa, che riguarda la possibilità di intervenire in maniera organica su un tema congiunto, un tema storicamente un po' caduto nel dimenticatoio o perlomeno mai attivato, è meglio dire così, cioè il mondo della tecnologia, chiamiamola così in senso lato, il mondo della conservazione. Su alcuni temi si aveva difficoltà a parlare, nel senso che era proprio una questione di linguaggio: io insegno in una scuola di specializzazione Restauro e Monumenti di Roma dal 1995 e devo dire che il professor Carbonara, che allora era il direttore di quella scuola, ebbe l'idea abbastanza intuitiva di inserire all'interno del percorso di studi dei post laureati in Restauro un programma per avvicinarsi alle tematiche della tecnologia impiantistica; allora si parlava di tecnologia impiantistica, poi è venuta fuori in maniera preponderante l'efficienza energetica come concetto molto più ampio.

Devo dire che i primi anni di quel percorso sono stati anche abbastanza difficili perché si è dovuto instaurare un linguaggio comune non così piano o per lo meno naturale tra questi due mondi; da allora è cominciato tutto un percorso.

Il ministero dei Beni culturali già un 7/8 anni fa aveva istituito un gruppo di lavoro di fisici tecnici d'Italia, gruppo che mi aveva chiesto di coordinare, per definire quali sono le linee-guida tecnico-specialistiche all'interno dell'immenso patrimonio culturale che abbiamo con particolare riferimento, ma non in esclusiva, con il discorso museale; lì, la conservazione del bene determina un ambiente in termine idrometrico che deve essere rispettato per poter pensare alla trasmissibilità di questo bene per il futuro.

Fu un lavoro abbastanza lungo; in un paio di anni il ministero introiettò tutte le risultanze di questo lavoro, ripeto, fatto da tutta Italia per tutta Italia, le ha fatte anche girare attraverso le varie sovrintendenze territoriali.

Un po' apparentemente il processo si bloccò; evidentemente, sopraggiunsero dei commenti. Il fatto è che però circa due anni fa il segretario generale riprese in mano quel documento e di concerto con il ministro stabilì un gruppo di lavoro interdisciplinare che prendesse inizio da quel documento che non era affatto perduto, stava da qualche parte: era un gruppo soprattutto ministeriale insufflato di due componenti universitari, io e il professor Carbonara, e questo significava finalmente una decisione, un cambio di rotta alla fine di quel percorso che è durato più di un anno.

Un mese, due mesi fa sono state emanate delle linee di indirizzo del ministero per l'efficienza energetica del patrimonio culturale: ecco, questa è la storia, per dire che effettivamente, con fatica ma probabilmente i tempi dovevano essere questi, ci siamo lasciati alle spalle una incomunicabilità teorica di fondo che poi si rifletteva anche nella pratica.

Devo dire che il punto d'incontro, perché non esito a definirle storiche queste linee di indirizzo del ministero sull'efficienza energetica, per la prima volta ognuno dei due attori, la conservazione da un lato e la tecnologia come efficienza energetica dall'altro, ha stabilito un criterio reciproco alla comunicazione, facendo un passo indietro, ma non un passo indietro perché uno deve arrivare a chissà che compromessi, ma dicendo noi conservatori, anche perché per legge dobbiamo giustificare le deroghe sugli edifici della legislazione internazionale che impone determinate cose, lo sappiamo, requisiti minimi sugli edifici, interventi, riqualificazioni, prestazioni energetiche di un certo livello, c'è lo strumento della deroga per i Beni culturali che però deve essere motivata dal sovrintendente di turno.

Ho la necessità io conservatore di capire un po' meglio questa cosa ma tu tecnologo impiantista ti devi adeguare ad un principio che non è quello di progettare e costruire gli

impianti come hai sempre fatto ma che devono sottostare a dei criteri completamente diversi.

In questa linea-guida effettivamente viene indicato che le scelte progettuali vanno fatte anche nel campo della tecnologia seguendo i criteri della carta di Venezia, se vogliamo parlare di restauro quindi con tutte le caratteristiche della carta di Venezia, e questo è uno sforzo che deve fare il progettista, perché il progettista non è abituato a svolgere la sua attività in questo senso accettando comunque una base di conoscenza sul manufatto che deve essere sotto osservazione e soprattutto rispettando tutti i criteri caratteristici del restauro per effettuare anche il suo progetto di impianti e questo significa aver fatto un passo avanti.

L'ultima cosa che devo dire, ho ancora due minuti dei dieci che mi sono stati concessi, è che questo principio è un principio fondamentale perché si rivolge a due concetti fondamentali e ve li butto lì così, meriterebbero una lunga discussione ovviamente...

Concetto numero uno: il miglioramento è meglio, come concetto, dell'adattamento cioè anche nel campo dell'efficienza energetica dove tutto il mondo sta stabilendo normative, leggi, protocolli COP 21, patti bilaterali, Cina, India, Stati Uniti d'America, Italia... anche in questo settore, dove l'adattamento alla normativa la fa da padrone, perché pensate agli obiettivi 20 20 20 del pacchetto di energia: cosa significa?

Che io mi devo adattare, naturalmente volontariamente, ma con un certo grado anche di obbligatorietà, a degli obiettivi. Ecco, nel mondo della conservazione dei Beni culturali questo principio non vale: io devo dimostrare come già è stato fatto su altri aspetti, per esempio sull'aspetto strutturale che è molto importante che ha iniziato ad interagire con la conservazione trent'anni fa quindi ben prima del mondo dell'efficienza energetica, io non mi devo

adattare alla normativa, devo solo esprimere la volontà naturalmente, cercando di raggiungerla, di un miglioramento. Il miglioramento in termini energetici è facile descriverlo, individuarlo, si chiama indice di prestazione energetica che si misura con energia fossile consumata per ottenere un determinato risultato, basta che io quell'indice lo migliori di un poco che già ho fatto un passo avanti, ho dato un contributo anche all'interno della conservazione.

Secondo aspetto, e qui chiudo: se l'efficienza energetica, e adesso ampio un po' il discorso, è uno strumento per la tutela del pianeta perché è l'efficienza energetica che è la madre di tutto, è la madre delle fonti rinnovabili, del risparmio energetico, dell'uso razionale dell'energia, quindi della riduzione dei consumi e in definitiva della riduzione dell'inquinamento, e così è perché ormai il mondo ha accettato, dopo l'ultimo rapporto dell'Ipcc (Intergovernmental Group for Climate Change, *ndr*) ma è chiaro che il cambiamento climatico esiste, è un dato di fatto, che il cambiamento climatico esiste e che la causa è l'uomo, beh, allora il passo successivo potrebbe essere la formula come domanda: può essere l'efficienza energetica anche una forma di tutela del patrimonio culturale?

Ecco, io la risposta l'ho data, l'abbiamo data anche nel libretto che ha preceduto le linee di indirizzo - faceva riferimento Michele Guerriero all'AiCARR, l'AiCARR da questo punto di vista si è dato molto da fare in tutti questi anni, ovviamente il risultato delle linee di indirizzo è una lunga storia che parte da lontano - il tema di fondo dell'efficienza energetica nei limiti storici che in qualche modo è stato introiettato anche nelle linee di indirizzo del ministero dei Beni culturali è che l'efficienza energetica può essere considerata una forma di tutela per la conservazione.

Io credo di sì, e su questo tema si apre il dibattito, nel senso che qui si è visto che si è aperta una strada anche nei confronti del colloquio tra tecnologi e conservatori, probabilmente il prossimo passo potrebbe essere quello di affrontare questo tema in maniera organica, protocollare e diffusa; d'altra parte se vogliamo che questo Paese, che ha poche possibilità di leadership nel mondo, non è che ce ne ha tantissime, per sua natura, mica per scarsa volontà nella natura del Paese stesso, una di queste è proprio la conservazione, ma se riuscissimo a coniugare l'efficienza energetica che nel clima nostro è già diverso dall'efficienza energetica nel resto d'Europa, già questo sarebbe motivo di approfondimento con i Beni culturali e allora l'Italia come Paese potrebbe rivendicare la sua leadership in campo mondiale.





**Francesco Campaniello**  
direttore generale Avvenia

Buongiorno a tutti. Grazie per l'invito e grazie al dottor Guerriero.

Noi, per chi non ci conoscesse, siamo una società di servizi energetici e facciamo consulenza alle industrie, alle imprese di servizi e al mondo della cultura per migliorare quelli che sono, così come citava il professor De Santoli, gli indici di *performance*, ovvero di prestazione energetica.

Fa molto piacere il fatto che un dibattito su quelli che sono temi non molto legati all'efficienza energetica parta da questo aspetto, perché di solito è sempre quello un po' più bistrattato, posto alla fine di un seminario e che il più delle volte non viene neanche seguito.

La nostra idea è legata fondamentalmente a quello che è la destinazione d'uso del bene. Noi siamo partiti dal 2001 cercando di gestire quelle che erano le attività industriali e pian piano siamo arrivati ad un concetto fondamentale che vale per tutti: nel momento in cui io voglio, si vuole fare un'attività si ha la necessità di approvvigionamento di energia, che sia energia elettrica, che sia gas, che possa essere sia fossile che rinnovabile, questa energia è utilizzata per una destinazione d'uso, quindi per fare effettivamente qualcosa.

Il nostro obiettivo, il nostro compito è quello di, a parità di consumo, migliorare la destinazione d'uso, aumentare quella che è la destinazione d'uso o viceversa, mantenendo l'attuale attività e diminuendo i costi.

Per fare un esempio un po' più pratico su quelle che sono le attività sui Beni culturali, noi eravamo tra gli sponsor della biennale di Venezia, non l'attuale ma quella precedente, con il curatore Bartolomeo Pietromarchi, ed abbiamo fatto un'attività che era legata non solo alla diminuzione dei consumi per tenere aperto quello che era il Padiglione Italia ma per cercare di tenere aperto di più lo stesso Padiglione Italia e questa esperienza l'abbiamo poi replicata in una

serie di altre attività grazie all'Associazione Civita di cui siamo soci, immagino che la conosciate abbastanza bene, il presidente è Gianni Letta, e grazie a loro siamo riusciti a fare tutta una serie di attività che hanno portato innanzitutto ad una razionalizzazione del pensiero e qui mi collego di nuovo e concordo assolutamente col pensiero del professor De Santoli, ovvero del fatto che nel passato si parlavano due persone diverse, due teste diverse, il tecnologo e il conservatore, quindi il più delle volte non si arrivava ad un compromesso e probabilmente qualche anno fa i tempi non erano ancora maturi per fare tutta una serie di ragionamenti.

Fortunatamente oggi siamo arrivati a quella che è la necessaria conclusione, quella che il tema dell'efficienza energetica è fondamentale per la ripresa e per dare la possibilità sia all'attività imprenditoriale, ma nel caso specifico sia nell'attività dei Beni culturali per quella che è la proposta di fruizione, e quindi dare la possibilità alle attività museali, alle attività archeologiche, insomma tutto quello che è il panorama dei Beni culturali in Italia, per farlo diventare petrolio anche se è sbagliato o comunque non è particolarmente puntuale, chiamiamolo così energia, motore per il Paese, e che poi questo motore possa essere alimentato a petrolio o essere elettrico sta a noi decidere. In tutti i casi, essere il motore per portare avanti tutta una serie di attività è il nostro obiettivo, migliorare le *performance* energetiche per poter dare uno strumento a chi cura e a chi gestisce il patrimonio, prima di tutto per rendersi conto di quelle che sono le attività che vengono messe in campo per poi andarle costantemente a migliorare.

Bene o male, per me ci sono 3 aspetti: uno è quello della riqualificazione del sito, secondo è quello dell'accessibilità e terzo è quello della gestione; è chiaro che l'efficienza energetica debba o può essere legata alla protezione del patrimonio e quindi sostanzialmente una tutela. La cosa più importante per noi è legata al *comfort* e a quello

che è l'attività che si debba fare all'interno del sito, quindi la stretta correlazione del binomio che c'è tra edificio e impianto, e il fatto che il ministero abbia dato il via a questa attività legata alle linee-guida e all'efficienza energetica, per noi è fondamentale, perché da questa base si può partire per fare un percorso.

Quindi, per concludere, siamo all'interno del comitato di promozione cultura dell'Associazione Civita e siamo stati promotori di un'attività che sta portando avanti queste linee-guida per cercare di effettuare un caso-pilota che possa dare al ministro e al ministero dei Beni culturali una sorta di indicazione su quelle che sono le possibilità di attrattiva nel momento in cui si prende in considerazione l'attività dell'efficienza energetica, nel momento in cui si riesce a fare sinergia tra il pubblico e il privato. Anche qui un tema che si è lungamente dibattuto in questi anni e che sembrerebbe si stia comunque risolvendo; gran parte delle problematiche si stanno dissolvendo nel momento in cui il ministero ha dato la possibilità di entrare o come sponsor il mecenate o come sponsorizzazione tecnica i tecnici per migliorare quello che è il nostro patrimonio.

Quindi alla domanda: sì, è l'efficienza energetica il motore, o comunque potrebbe dare una fortissima mano a quelle che sono le attività dei Beni culturali, la nostra risposta è assolutamente sì, sia per quanto riguarda una questione di tutela e di protezione del patrimonio ma soprattutto di fruizione dello stesso e quindi rendere molto più consapevoli i gestori delle varie attività di quello che possono fare anche se non sono obbligati a farlo, anche perché effettivamente le attività museali non sono obbligate, rendendo però partecipi di quello che è un miglioramento come la possibilità di attrarre più pubblico ai propri siti per continuare a migliorare quelle che sono le proprie posizioni all'interno del singolo sito.





**Anna Coliva**  
direttore Galleria Borghese

Io la ringrazio molto e ringrazio tutti, però mi dovete permettere di chiedere una moratoria. I punti su cui fare una moratoria veramente sarebbero tre ma facciamola su quello che dà il titolo.

Per me fare la moratoria sul termine “petrolio” naturalmente non è un fatto estetico, non è neanche perché il petrolio puzza, è brutto, ecc. ecc. ma per un fatto che è giusto.

Io non parlo più da molto tempo e non intervengo più su questioni che riguardano la storia dell’arte, io credo che l’unica cosa che abbia interesse per noi sia l’economia e sia affermare che l’estetica è l’economia.

Purtroppo è molto difficile trovare delle controparti, ho sentito dire che le controparti sono un po’ ritrose, ho sentito parlare di pubblico, e quando sento dire la parte pubblica capisco subito che si intendono quegli studiosi polverosi che stanno lì e non vogliono fare danno a nessuno... questo neanche più all’epoca di mia nonna... oppure sento parlare di conservatori che sono ritrosi alle tecnologie...

Beh, noi se avessimo dovuto aspettare per i musei italiani, io parlo della mia esperienza ma anche di quella dei miei colleghi, il concetto che l’efficienza energetica sia un valore e sia una forma di tutela... io l’ho imparato dal 1912 con il professor Carbonara, lo abbiamo assimilato tutti, posso garantire, tutti applichiamo da sempre le tecnologie nei musei: parlo dei musei ma prima ero sul territorio, e tanti, tantissimi anni fa fu fatta per la prima volta la realtà virtuale di un restauro durato due anni, uno dei prodotti tecnologici più avanzati sperimentali che si siano fatti e cioè la messa in sicurezza e lo studio delle strutture delle caratteristiche architettoniche nell’edificio, tutti i nostri edifici sono in deroga, lo studiamo all’asilo, lo cominciamo a studiare dall’asilo e lo portiamo avanti fino a che non lo applichiamo.

Tutti i nostri edifici sono in deroga e sapremmo benissimo come si fa a unire il massimo della tecnologia con il massimo della conservazione, come forse sapremmo nello stesso modo come si fa a unire il massimo della tecnologia per esempio nei trasporti con il massimo della conservazione del paesaggio; questo deve essere il tema perché il risparmio energetico nei musei, nei luoghi dell'arte, la loro valorizzazione attraverso l'energia, sia come forma di energia sia come forma di illuminazione, lo sappiamo bene, il problema è che non troviamo controparti che ci dicano o che vogliano lavorare sul problema più grande e cioè come in un Paese fragile, in un Paese che potrebbe essere non il Paese che ha la più grande risorsa dei Beni culturali del mondo, perché questa è la seconda moratoria che andiamo a fare, perché non è vero, è una balla sacrosanta, noi non abbiamo assolutamente la più grande percentuale dei Beni culturali.

Questo è uno slogan da assessore alla Cultura, noi non ce l'abbiamo e nessuno ce l'ha, però potremmo attrarre un tessuto molto importante e molto forte e molto connotato, molto fragile, molto particolare. Noi avremmo dovuto studiare come fa la Francia e non parlo di cose teoriche, parlo di cose pratiche: noi, sì, va bene il consumo energetico, ma autorizzare i nostri musei all'adattamento al consumo energetico lo stiamo facendo da sempre, cioè abbiamo cominciato prima con la luce fredda e abbiamo fatto tutti gli impianti a luce fredda, appena sono arrivati i led abbiamo fatto questo, cioè questo è costante.

Se la cultura, e chiamiamola cultura, deve essere un vero volano per l'economia e l'estetica deve essere un'economia, il pensiero deve essere un pochino più grande; poi ci sono tutte cose ottime ma sono dettagli che si dissolvono nella formula più tipica della concessione che è una forma di rapporto pubblico-privato, ma, insomma, bisognerebbe aver studiato come fa la Francia, per questo dico che è un caso

concreto come si possono contemperare le strutture e le infrastrutture come nella tutela del paesaggio. Esistono delle scuole di ingegneria e architettura all'estero naturalmente, perché noi non ce l'abbiamo, per il motivo che dirò dopo e per cui ho chiesto la moratoria, che studiano da anni come si può fare, per fare per esempio, una iper velocità con un'autostrada come la famosa Lucca-Modena, adesso ci si va con una strada che ci mette quattro ore e mezzo, il progetto dell'autostrada è una strada che ci metterebbe un'ora e 20 ma per fare quella non c'è nessun motivo in quanto verrebbe distrutto tutto e quindi soltanto i cretini andrebbero a fare quell'autostrada perché il paesaggio di Lucca verrebbe distrutto e non servirebbe più, come fare l'autostrada per andare a Sant'Ercole: chi ci va più a Sant'Ercole, nessuno...

Però non ci si possono neanche mettere 4 ore e mezza: ci sono delle scuole che noi non abbiamo, perché noi la ricerca vera non la facciamo, che ti dicono come tu invece che un'ora e 20 o 4 ore e 20 ti puoi accordare su un'ora e 45, due ore e 10, assolutamente accettabili, mettendo in atto una serie di accorgimenti tecnici specifici che vanno studiati, e qui la parola studio... non si studia ma si fa ricerca, ti dicono come tu puoi salvare capra e cavoli.

Noi tuteliamo il nostro patrimonio e siamo orgogliosi del nostro patrimonio, lo diciamo sempre nei vari convegni, nelle tavole rotonde, ci crediamo assolutamente perché quando si tratta di agevolare la costruzione di un'autostrada o una lottizzazione in un Comune, perché viene fuori naturalmente la famosa storia per cui i Comuni prendono dalle urbanizzazioni, va benissimo così, non si pensa più che lì, in quel Comune non ci andrà mai più nessuno a fare il turismo diffuso che è quello che porta denaro. Quindi, chiuso questo, dobbiamo però pensare perché noi non siamo così avanzati, perché non studiamo e perché non trasformiamo i Beni culturali che non sono un valore in sé, non sono nulla, sono oggetti, il valore dei Beni culturali

è il lavoro che ci si fa sopra, come in tutte le cose, non esiste un bene in sé, esiste un valore, esiste il lavoro che si fa su questo bene ed è quello che produce denaro, economia, sviluppo.

Quindi la questione della moratoria sul petrolio non era una battuta, io ho fatto, mi è già capitato di fare, un articolo che riguardava non la storia dell'arte ma un pochino l'economia, in cui dicevo che esiste una teoria economica che esamina i Paesi, l'economia, lo sviluppo e la situazione dei Paesi ricchi di risorse naturali e questi studi sono molto complessi, molto avanzati e ormai anche segmentati.

Hanno dimostrato che i Paesi molto ricchi di beni di risorse naturali hanno tutti, tranne uno che è sempre l'eccezione che sono gli Stati Uniti, hanno un deficit di produzione, un deficit di cultura, un deficit di democrazie, un deficit di manifattura e un deficit di attività produttive e di intraprendenza d'azienda e si fanno alcuni esempi: ad un certo punto in Olanda negli anni '70 fu trovato un grosso giacimento di gas (Groningen, ndr), lo sfruttamento di questo giacimento di gas ha portato un Paese iper manifatturiero come l'Olanda a non fare più niente. E non è questo il nostro argomento. Questo è il fatto: tutti i Paesi, se voi li esaminate, fanno così, tranne, soltanto adesso, alcuni Paesi del Golfo che diversificano, ma non tutti; i Paesi più deboli, i Paesi del Sud America, non lo fanno, sfruttano e alla fine non hanno più niente.

Quindi è stata denominata questa sindrome la maledizione delle risorse naturali.

Io questo lo leggo perché sennò non me lo ricordo: l'Italia... noi siamo al 42° posto nella classifica Ocse per l'istruzione e l'alfabetizzazione, non un posto in più; possiamo chiamare il nostro il Paese della cultura e dei Beni culturali?

No, noi abbiamo avuto la maledizione dei Beni culturali, cioè noi abbiamo avuto la maledizione della ricchezza culturale che ci ha portato a non fare nulla e questo nulla non lo

facciamo da ottant'anni più o meno, quindi questo non può produrre nessuna ricchezza, può produrre solo sfruttamento. Per esempio, la ricchezza non è avere Raffaello, è il lavoro che si fa su Raffaello, a parte che noi Raffaello non è che l'abbiamo molto, ce l'ha più Londra per esempio, noi pensiamo di avere tutto questo patrimonio ma abbiamo quello che non hanno staccato dai muri, ma il resto non c'è, quindi, se voi pensate che la mostra di Raffaello a Londra che fu fatta parallelamente sei mesi dopo, mi ricordo Paolo Conti, perché l'abbiamo fatta noi, provocò un convegno in cui venne il ministro del Tesoro e il ministro della Cultura perché aveva un indotto, allora nel 2004, di 10 milioni di sterline.

È chiaro che non sono stati 10 milioni di biglietti, quindi quello che produce non è il fatto come leggo qui, tutto l'insieme dei musei italiani incassa meno di quello che incassa il Louvre, anche questa cosa non è vera, perché il Louvre incassa da altre cose, cioè se noi pensiamo che la ricchezza è far pagare il biglietto o vendere le magliette, come diceva qualcuno.

Sì, si mangia con la cultura, vendendo più biglietti, ma si mangiano le briciole, si è costretti a mangiare le briciole, mangiare con la cultura è un'altra cosa.

Hanno presentato un bellissimo film, un meraviglioso video sugli Uffizi, avanzatissimo, all'avanguardia, ecc. ecc... Tutti molto contenti a Firenze, e soprattutto il sindaco, perché noi avevamo gli Uffizi, ma noi non dovremmo essere contenti perché quel video non l'abbiamo prodotto noi, cioè quella tecnologia è stata prodotta da altri.

Il fatto che noi abbiamo gli Uffizi non è un merito nostro, come non è un merito della Grecia avere il Partenone, non siamo più quegli italiani, come non siamo quei greci, non siamo nulla; questa è la verità, c'è un *gap* di ritorno all'analfabetismo e di non identificazione, identificazione di che cosa vuol dire cosa sono le risorse culturali che derivano proprio dal fatto di pensare che le risorse culturali sono

dei beni da valorizzare e questa è un'altra parola: la valorizzazione. Vuol dire promozione nel gergo attuale perché il vero significato di valorizzazione vuol dire "do' valore a qualcosa" che non ce lo aveva o glielo restituisco, quindi si capisce che senza la conservazione non c'è valorizzazione, perché se io distruggo dopo che cosa valorizzo?

Valorizzazione vuol dire portare i Bronzi di Riace all'Expo, ho fatto un esempio solo perché è l'ultimo che mi viene in mente, per farci cosa con questi Bronzi di Riace?

Per mostrare il cadavere della nonna come diceva Joyce, cioè l'Italia è un Paese che vive mostrando il cadavere della nonna. Se noi su questi Bronzi di Riace siamo riusciti a fare soltanto il Museo di Reggio Calabria che voi sapete, è inutile che apriamo l'argomento su tutto l'insieme di Reggio Calabria, ma che cos'è che valorizziamo portandoli a Milano come dei feticci senza senso?

Quello non è naturalmente valorizzazione e non è cultura, è soltanto il manifesto evidente della nostra inattività cioè se non avessimo quello che hanno fatto gli altri non avremmo nulla.

Quindi credo che il problema sia forse partire da un vero senso profondo dell'economicità della cultura e distinguere sempre, cosa che anche spesso non viene fatta, il concetto, il rapporto pubblico-privato definendo bene il pubblico, e questo è più semplice da definire, ma definire altrettanto bene il privato, perché il privato può essere tante cose, e sono tutte legittime, può essere il privato profit, ché voglio dire un'impresa ha la *mission* di fare profitto, può essere il privato no profit o il mecenate, può essere quello che usufruisce di una concessione... Ci sono tante forme di privato, ma viene detto che questo privato, questi privati possono intervenire a gestire un bene.

Benissimo, ma come ci intervengono, come intervengono i privati mettendoci 40 milioni di dollari l'anno a fondo

perduto per tenere aperto il museo o facendosi dare un bene in gestione, perché va benissimo, perfetto anche quello, perché si fa anche quello, però bisogna dirlo chiaro, non bisogna passare una cosa per l'altra e cioè farsi dare un bene e farci il *resort*, un ristorante e tanto ormai ci vanno i cuochi che ci salveranno, ci sarà qualche tipo di alta cucina che va a fare... "Cessate il fuoco!" potrebbe essere il motto... Non si dice mai però qual è la forma di privato, da parte di un certo privato, quando il privato non si definisce nei suoi scopi... perché al Metropolitan ci sono, lo dico perché è un museo sempre citato, anche nel Metropolitan ci sono i privati che gestiscono il bar, che gestiscono gli shop, che fanno i gadget, cioè l'indotto che ci mette, e sul Metropolitan è pazzesco per tutte queste attività ed è una società, che lavora in piena trasparenza, questo è il mio e questo è il tuo, non nella fumosità in cui ci costringono le varie concessioni; sì, ti dò questo però se tu non mi dai quello non ti succede niente.

Questo è un po' il rapporto tra pubblico e privato, è come le concessioni autostradali, io faccio l'investimento tanto poi paga il pedaggio e poi quando si tratta di rifare gli investimenti, ma quando li hanno fatti, e questo è il rapporto che si intende spesso il rapporto tra pubblico e privato, cioè c'è un pubblico da sfruttare da parte di certe forme private. Al Metropolitan c'è un gestore di bar, il ristorante, c'è uno dei migliori ristoranti di New York, ci sono tre o quattro bar, ci sono vari shop ecc. ecc. questo è il privato che giustamente, come se io che ho un'azienda devo fare promozione o ci devo mettere una mensa, non è che me la faccio da sola, chiamo quello che fa la mensa e gli dò quello che deve avere e lui si prende il suo guadagno e più è bravo e più guadagna e qui è chiuso l'argomento.

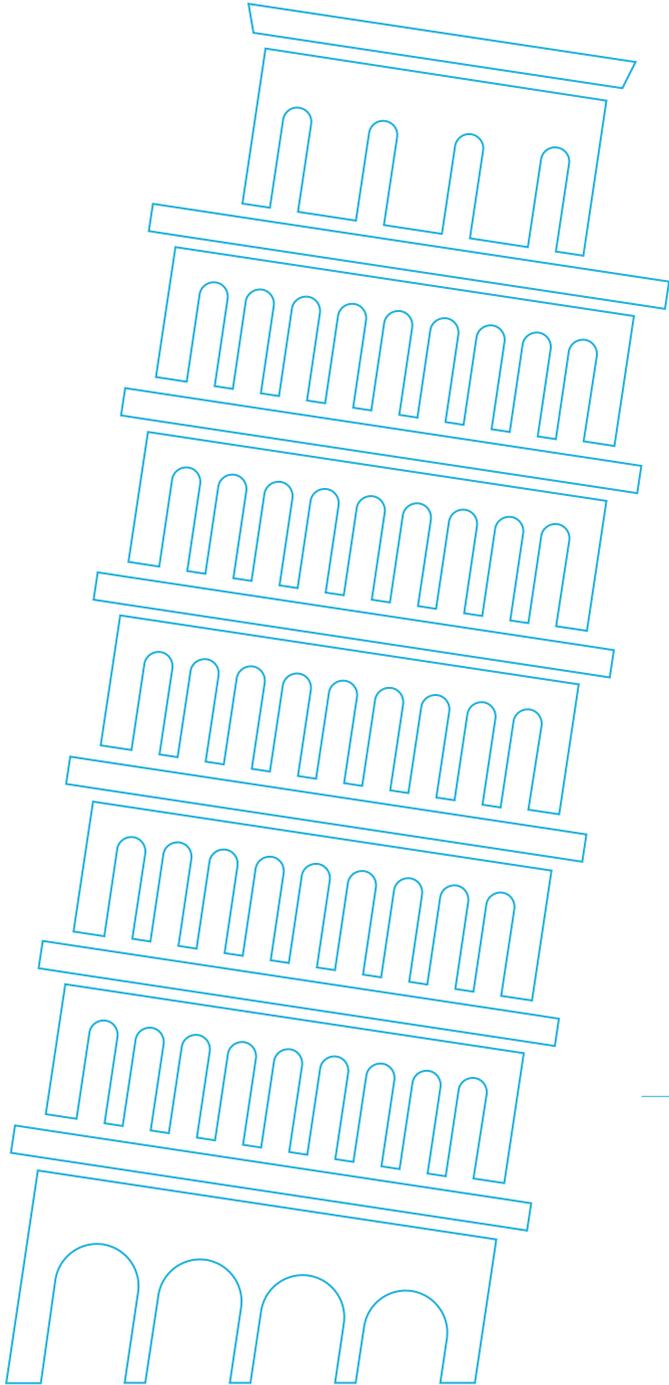
Ma questo non è il privato, che significa: i privati del Metropolitan sono quelli che danno i soldi a fondo perduto e non ci mettono neanche il nome, questo è un altro discorso

e non è soltanto un fatto di tasse, è un fatto di identità, ma questo è un altro modo, l'America ha avuto la necessità di fondare la propria aristocrazia, come tutte le società che hanno necessità di aristocrazia, sul denaro, perché è la loro priorità, negli Stati Uniti d'America ci fu l'invenzione del denaro.

Quindi su quello è fondata l'aristocrazia e l'aristocratico deve fare quello che è; ecco, credo che questi siano i nostri punti da chiarire e forse bisognerebbe veramente fare un progetto nazionale molto ambizioso, perché non ci sono mai, non si vede mai una grande ambizione nel giocare, nel lavorare su questi problemi, che però deve riguardare tutti, deve avere uno scopo che è facilissimo da individuare, se ne sentono dei vagiti, si sente il vagito di Renzo Piano, si sente il vagito di questo o quello... Questo andrebbe messo tutto insieme e creare un grande progetto veramente per lo sviluppo del Paese attraverso i nostri, chiamiamoli così, beni, i nostri tesori che però implica dei grandi sacrifici.

Implica l'abbandono del campanilismo, implica la frammentazione, e noi lo sappiamo dove vanno a finire i grandi progetti, perché tutto a lui e nessun pezzo a me, e così non se ne fa niente, però la domanda è: noi ne parliamo, ma ce la sentiamo di farlo? Alla fine alla resa dei conti chi è che lo fa, chi è che se la sente veramente di farlo? Chi è che passa sopra a questi interessi? \*







**Cristiano Habetswallner**  
Brand Strategy & Media  
Sponsorship Management  
Responsabile Telecom Italia

Il ruolo che un grande *player* come Telecom può giocare rispetto alla valorizzazione dei Beni culturali è una sfida che stiamo affrontando in tutti i campi: stiamo facendo uno sforzo importante per passare da operatori di telecomunicazione ad abilitatori digitali.

Ognuno di noi è necessariamente coinvolto nel processo di digitalizzazione, quotidianamente, ogni volta che utilizza uno *smartphone* o un altro *device*. Lo è perché produce dei dati, che sono parte del grande aggregato dei “Big data”, un tema centrale per tanti versi.

Cosa deve fare chi vuole essere “abilitatore digitale” in uno scenario come l’attuale? Tenere il passo, supportare questi processi, fornire gli strumenti per esserne protagonisti ed insieme governarlo... naturalmente Telecom è una azienda “profit”, anche il nostro *business model* dovrà rispondere a questi criteri.

Nell’ambito della valorizzazione museale questo approccio (farsi abilitatori, rendere fruibile e digitalizzare il patrimonio) è un approccio vincente.

Noi stiamo conducendo una interessante esperienza che, sebbene parta da un ambito completamente diverso, sono certo che possa essere utilmente applicata.

Stiamo lanciando un’App che si chiama **Noma**, il nome è l’abbreviazione di “No Mafia”. È una idea nata dal nostro *testimonial* Pif (nome d’arte di Pierfrancesco Diliberto), che ha voluto dare seguito al suo film *La mafia uccide solo d’estate* con una iniziativa che va nel senso dell’impegno civico.

*Noma* è una App che, attraverso la *realtà aumentata* mostra e racconta i luoghi della Sicilia che sono stati toccati da accadimenti tragici di mafia. Pierfrancesco dopo la sua esperienza cinematografica voleva che restasse vivo il ricordo dei crimini commessi, di come abbiano in qualche modo

cambiato il volto della Sicilia, e noi abbiamo lavorato sulla realtà aumentata e sulle nuove frontiere della realtà virtuale, calando l'utente al centro di questi luoghi, narrando le storie, ricostruendole attraverso fotografie e testimonianze.

Grazie al sistema di animazione basato sulla realtà aumentata, sul posto, da casa o da scuola, le persone accedono ai racconti e ascoltano le vicende biografiche, familiari e sociali di chi ha subito la violenza del crimine mafioso.

Pif è il narratore principale ma, insieme a lui, molti artisti siciliani hanno prestato la propria voce per raccontare le storie di questi eroi della lotta alla mafia. Alcuni esempi: Giuseppe Tornatore, Isabella Ragonese, Beppe Fiorello. I racconti sono arricchiti da animazioni digitali create *ad hoc* per il progetto, dai materiali fotografici e video provenienti dagli archivi di Rai e da interviste esclusive dei familiari delle vittime.

L'applicazione propone inoltre itinerari che conducono alla scoperta delle attività che aderiscono a Addiopizzo, un movimento che agisce dal basso nato su iniziativa di un gruppo di giovani che hanno scelto di combattere la mafia promuovendo un sistema di economia virtuosa attraverso lo strumento del "consumo critico Addiopizzo".

Le storie sono racconti multimediali. Testi, immagini, video, audio e animazioni in due modalità di fruizione: «Intorno a te» rivolta a chi è sul luogo e può accedere al racconto in modalità realtà aumentata. Questa funzionalità permette di visualizzare in sovrapposizione alle immagini provenienti dalla fotocamera del *device*, i contenuti che raccontano quanto accaduto.

«Visita 360°» rivolta a chi non si trova sul luogo, permette di fruire attraverso delle foto panoramiche immersive (a 360°) un'esperienza analoga a quella che si ottiene con la sezione «Intorno a te».

Partendo da una esperienza come Noma, e facendo ricorso a tecnologie che abbiamo già utilizzato (come l'*open reflex*,

uno strumento immersivo di realtà virtuale) è facile immaginare quanti possibili sviluppi ci sono per le realtà museali, espositive, per i Beni culturali nella loro accezione più estesa.

È possibile visitare una intera collezione o un intero museo stando a casa, senza muoversi. È possibile visitare siti sensibili senza “interagire” con ambienti delicati, magari bisognosi di manutenzioni straordinarie che ne limitano la fruibilità. Ma sono strumenti che possono rivelarsi utili anche quando si è sul campo: nei siti espositivi o culturali. La realtà virtuale, ad esempio, consente la ricostruzione di un sito così come era in origine; può restituire forme e colori, o farci avere accesso ad informazioni che diversamente non avremmo. Queste tecnologie hanno un altro vantaggio, avvicinano la gente al “bene culturale”, ne semplificano (in certi casi permettono) la fruizione. Rispondono quindi ad un imperativo, che può suonare un po’ retorico ma nel quale crediamo fermamente: i Beni culturali devono essere di tutti. In ognuno di noi c’è - innata - una grande dote che è la curiosità. Sono convinto che uno dei modi migliori per avvicinare le persone alla cultura (in tutte le sue forme) sia stimolare questa curiosità. Quelli che Tim elabora, utilizza, mette a disposizione del mondo dei Beni culturali sono strumenti che possono stimolare, “coltivare” la curiosità. Per dirla con un termine più vicino a chi si occupa di comunicazione, possiamo utilizzare questi strumenti per fare “engagement”.

Nel mondo dei Beni culturali però le sfide sono molteplici, e chi ambisce al ruolo di “abilitatore” può e deve misurarsi con ognuna di esse. Affrontare uno dei temi della crescita sostenibile del nostro grande Paese, ovvero quello dell’uso consapevole dell’energia, dovrebbe essere un obiettivo sociale e condiviso da parte di tutti. Tim conferma il proprio impegno in questa direzione anche attraverso il progetto di monitoraggio energetico elettrico

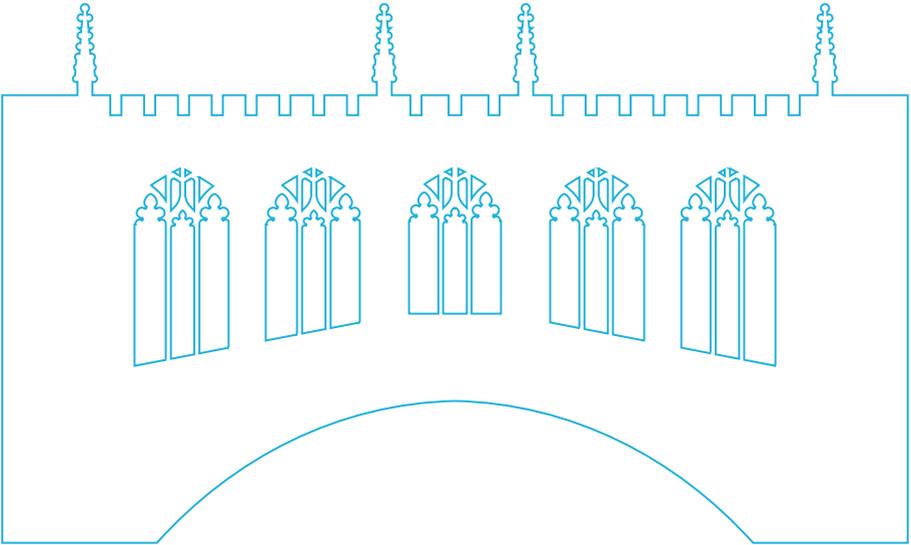
avviato in partnership con uno dei più importanti musei del mondo, il Museo Egizio di Torino e grazie alla preziosa Collaborazione con il Politecnico di Torino.

Nell'ambito delle numerose innovazioni ed implementazioni seguite all'inaugurazione del nuovo Museo che da aprile 2015 offre ai visitatori una straordinaria esperienza di visita su una superficie raddoppiata, completamente rivista esteticamente e funzionalmente, sono state modificate anche tutte le infrastrutture tecnologiche con particolare attenzione alla sostenibilità.

Tim leader ICT ha messo a disposizione le sue innovative piattaforme di monitoraggio energetico ed insieme alle competenze del Politecnico di Torino ha costituito un Competence Center dedicato al monitoraggio energetico (Indoor Environment & Energy Management).

Il monitoraggio in tempo reale dei consumi viene trasferito alle piattaforme di raccolta attraverso le nuove reti di Tim, per un'analisi attenta dei dati volta a individuare innovative soluzioni in termini di efficienza energetica e sostenibilità ambientale.







## Vitaldo Conte

docente di Storia dell'arte contemporanea  
Accademia di Belle Arti, Roma

### **“Visioni altre” per i Beni culturali in Italia**

Il campo di appartenenza e azione dei Beni culturali è molteplice, variegato. Ciò l'ho compreso fino in fondo nel mandare in giro (con modalità riservata) il documento iniziale di questo seminario “a porte chiuse” come un personale test. Intendevo “aprire” il mio pensiero a qualche parere di colleghi delle Accademie di Belle Arti, di critici d'arte e artisti. Quelli che mi hanno risposto lo hanno fatto in maniera generica, solo qualcuno ha espresso delle osservazioni specifiche.

Quali sono dunque le pertinenze dei Beni culturali? Quali possono essere oggi i suoi limiti in Italia? Quali potrebbero essere i nuovi strumenti idonei per la loro conservazione e diffusione? Attraversando la sua storia si può comprenderne la complessità, frequentemente ignorata. I Beni culturali, che si contrappongono per definizione ai “beni naturali” offerti dalla natura, sono il prodotto delle espressioni della cultura.

La cultura è, per propria natura, dinamica, anche quando si ricollega alla tradizione. Quella attuale tende a rapportarsi con i nuovi linguaggi, tra cui quello tecnologico. L'arte contemporanea, in tutte le sue espressioni, non può rifiutare oggi il rapporto con l'estetica, o meglio con la sinestesia, tecnologica, sia in chiave di congiunzione di linguaggio e sia in chiave di riflessione critica. La tecnologia tende sempre più a incamerare le spinte visionarie e immaginali dell'essere (la spinta verso gli estremi confini del conoscibile). Che la cultura non debba essere stagnante lo troviamo anche scritto nel manifesto di nascita del Futurismo del 1909: “Noi vogliamo liberare l'Italia dagli innumerevoli musei che la coprono tutta di cimiteri”. L'espressione futurista, oggi presente nei musei, è stata la prima avanguardia nostrana a imporsi in ambito internazionale nell'arte contemporanea. Per sprovvincializzare la cultura italiana teorizzava la distruzione simbolica dei musei, intendendo

liberarla dall'essere luogo di stagnazione. A differenza di chi intende oggi praticarla materialmente nel nome di un monoteismo culturale: magari da "riconvertire", attraverso i reperti, in finanziamento per l'economia del terrore dell'Isis (di cui nel 2014, secondo stime approssimative, 28 miliardi di dollari provengono dai reperti archeologici di grande valore "trafugati").

Gli studiosi che fanno riferimento alla Scuola Romana di Filosofia politica e al movimento di pensiero della Nuova Oggettività hanno apprezzato la sensibilità del ministro Franceschini quando, unico ministro dei Beni culturali in Europa, ha disposto che fosse posta la bandiera nazionale a mezz'asta sui musei italiani in segno di lutto per l'efferato assassinio del prof. Khaled Asaad, sovrintendente al sito archeologico di Palmira. Questo episodio si aggiunge ad altri analoghi, occorsi in diverse parti del mondo. Nonché la recente sparizione, in Libia, della Venere di Cirene, restituita a suo tempo dall'Italia, assieme agli infiniti altri scempi compiuti su opere d'arte del passato, appartenenti ormai, anche per comune sentire, al patrimonio dell'umanità.

Le norme internazionali sui Beni culturali sono essenzialmente accordi che vogliono la salvaguardia dei suoi patrimoni in occasione di eventi bellici, sostenendo che gli attentati a questi costituiscono una violenza al patrimonio dell'intera comunità internazionale. Alla Convenzione di Parigi (1970) l'Organizzazione delle Nazioni Unite per l'Educazione, la Scienza e la Cultura definiva in tale ambito come Beni culturali quelli "designati da ciascuno Stato come importanti per l'archeologia, la preistoria, la letteratura, l'arte o la scienza" (art. 1). Un bene culturale si definisce materiale quando è fisicamente tangibile, come un'opera architettonica, un dipinto, una scultura. Ma lo sono anche i manoscritti, le collezioni scientifiche, le collezioni importanti di libri o di archivi o di riproduzioni dei medesimi beni. La convenzione per la salvaguardia del patrimonio culturale

(2003) prevede anche il bene immateriale espresso da: tradizioni ed espressioni orali, arti rappresentative, pratiche sociali, rituali, conoscenze riguardanti la natura, le abilità artistiche tradizionali, ecc.

Molto del patrimonio dei Beni culturali in Italia oggi, che dovrebbe essere tutelato e valorizzato con il suo restauro, vive viceversa non adeguatamente protetto tra rifiuti, inadeguatezze, furti (come i recenti 17 dipinti rubati al Museo di Castelvecchio a Verona). I problemi quindi sono economici e strutturali: i Beni culturali ricercano risorse che possano garantire loro un'autonomia amministrativa; le aste per le acquisizioni di immobili storici talvolta risultano deserte.

Il persistente limite italiano è determinato dalla complessità burocratica e disorganizzazione che scoraggia investitori e turisti: come nell'ultimo agosto a Pompei il visitatore pagava il biglietto intero per vedere il 30 per cento delle opere. Un'altra problematica è individuabile nelle contrapposizioni e ridefinizioni delle competenze (ministeriali, comunali) e di gestione. Ma anche in quelle di lettura dei Beni culturali: tra il direttore (uno storico dell'arte) e il sovrintendente con le sue "visioni" archeologico-architettoniche.

Il quesito di partenza di questo seminario è nella constatazione che, nel 2011, il Museo del Louvre a Parigi ha "incassato" da solo quanto tutti i musei italiani messi insieme. Una possibile risposta è anche nella constatazione che il Louvre è un museo che ha un corpo multiplo, oltrepassante una specifica raccolta storica. Per cui le strutture museali italiane dovrebbero sempre più aprirsi nelle proprie panoramiche espositive e di proposta contemporanea, come quelli di rapportarsi per contiguità con gli altri linguaggi della creazione. Molti turisti stranieri pensano talvolta che la nostra arte si fermi al Barocco: come mi ha sottolineato un giovane critico d'arte interpellato. Non viene però adeguatamente esplicitato che i Musei

Vaticani a Roma, quindi comunque in Italia e forieri di sviluppo turistico per la nazione, risultano il museo più visitato nell'Europa comunitaria con 6.200.000 visite e sono diretti da un italiano.

Per il non profit italiano può aprirsi però oggi un mercato esteso ora che il ministro Franceschini, con un decreto firmato recentemente, ha stabilito che i Beni culturali possono essere affidati in gestione a privati senza fini di lucro se sono chiusi per mancanza di risorse o personale o "non adeguatamente valorizzati". Nel testo del decreto è specificato che possono essere affidati in concessione d'uso "i Beni culturali immobili del demanio culturale dello Stato per l'utilizzo dei quali attualmente non è corrisposto alcun canone e che richiedono interventi di restauro".

Nell'ambito delle problematiche irrisolte dei Beni culturali in Italia c'è quella del non-riconoscimento universitario (nonché dei finanziamenti per la ricerca) delle Accademie di Belle Arti. Quella di Roma, concepita alla fine del Cinquecento (denominata in un primo momento "di San Luca") per riunire in un unico contesto le tre arti (pittura, scultura, architettura), crebbe talmente tanto da divenire modello per analoghe istituzioni che sorsero in tutta Europa tra il XVII e il XVIII secolo. Le Accademie non sono solo detentrici di un patrimonio storico-artistico di assoluta rilevanza (archivio, gipsoteche, pinacoteche, corsi di restauro, ecc.), ma anche perché sedi di una attiva produzione contemporanea, costituita da ricerche e didattiche allargate (museali, espositive, ecc.) che sono esse stesse Beni culturali. È assolutamente necessario, in questo momento così importante per la "sopravvivenza culturale" delle Accademie, porre l'attenzione a questa problematica: l'Italia (a differenze degli altri Paesi europei) non riconosce il ruolo centrale svolto nell'ambito dei Beni culturali dalle Accademie di Belle Arti.

Le strutture museali in Italia dovrebbero essere amplificate nelle loro accessorialità comunicative, soprattutto attraverso

la strumentazione multimediale e la digitalizzazione delle medesime. La tecnologia deve diventare complemento della comunicazione tradizionale e strumento per coinvolgere maggiormente il pubblico. Questa può amplificare il messaggio culturale, offrendo al fruitore altre opportunità per vivere il museo rispetto all'estemporaneità della visita. Ciò può determinare una intelligenza-visione che sintetizza nel proprio corpo i contributi di varie specificità (istituzioni, musei, esperti, curatori, ricercatori, innovatori) per “costruire” le possibili amplificazioni digitali dei musei italiani. La tecnologia applicata può rendere un museo sempre più accessibile. Questo è digitale quando il contenitore di un *social* e di un sito eguaglia il contenuto di un museo. La comunicazione si allarga non solo grazie ai suoi canali ma anche attraverso il miglioramento del modo di comunicare che dovrebbe far sentire il visitatore di qualunque età al “centro” della fruizione.

Un esempio di “apertura” è rintracciabile nel progetto della Biblioteca nazionale centrale di Roma a Castro Pretorio, coordinato insieme a Google. Si propone di digitalizzare volumi rari e pezzi unici, anche del Cinquecento e Seicento, entro il 1874, dal valore inestimabile sul mercato librario antiquario. “Ma il progetto Google è solo uno dei tanti - rileva Paolo Conti (*Corriere della Sera*, novembre 2015) - che riguardano la Biblioteca nazionale centrale, autentico luogo di eccellenza del nostro Paese nell'applicazione delle nuove tecnologie”. È in programma anche una mostra di architettura realizzata con la ricostruzione virtuale attraverso progetti firmati da grandi architetti contemporanei.

C'è da segnalare in merito il progetto aperto del MuD Museo Digitale, che parte dal giugno 2015. Questo nasce con l'obiettivo di aumentare le possibilità e la promozione dei musei italiani in ambito digitale, potenziando consapevolmente l'aspetto tecnologico della comunicazione per valorizzare il patrimonio culturale a livello nazionale e internazionale.

Il MuD segue le linee-guida della riforma dei Beni culturali che rafforzano le politiche di cooperazione culturale con l'estero, aprendo il confronto con l'Europa sul tema del digitale. Al fine di rendere realtà questa evoluzione del settore museale, il MuD apre il dialogo con le nuove tecnologie, anche con colossi del web come lo sono Google, Facebook e Twitter.

La recente nomina di 20 direttori dei musei italiani, tra cui 7 stranieri, ha suscitato ricorsi e polemiche con la critica di essere uno spot mediatico. Il mondo della cultura è però internazionale, non può avere confini. E in più la scelta del direttore straniero può determinare la possibilità di attrarre sponsor internazionali. Non sempre però gli stranieri sono più attrezzati dei nostri: talvolta un funzionario interno della sovrintendenza può valere come o di più di un curatore straniero, che comunque dovrà rapportarsi con i disservizi nostrani.

Una possibile critica da fare a queste nomine può essere formulata proprio in base alle esigenze proposte dalla nuova "visione" del ministro, mirante a incrementare il rapporto arte-turismo-cultura. Individuare cioè, per gli aspiranti nuovi direttori, anche competenze "futuribili" associate (più specificatamente cyberculturali) e di managerialità pubblicitaria, in quanto questi risultano essere tendenzialmente degli accademici, talvolta con qualche possibile conflitto d'interesse.

Forse si dovrebbero ricercare degli intellettuali consapevolmente “visionari” per i Beni culturali in Italia per far decollare la Cultura e il Turismo come Imprese produttive e non semplice operazione di decorativismo o spot culturale. Senza un vero cambiamento l'Italia si potrebbe ritrovare sempre più su posizioni di “provincia” rispetto all'Europa e all'Altrove emergente.

I Beni culturali oggi in Italia, per superare la crisi, necessitano di un allargamento di visione transculturale e translinguistico, che può divenire incremento di Turismo e di Economia, per lo spettacolo della cultura che vuole una narrazione e fruizione “a tutto campo” della sua storia, per divenire presente e futuro dei Beni culturali.





**Paolo Conti**

giornalista *Corriere della Sera*

Anche io sarò breve. Sono un giornalista, non ho una veste scientifica ma posso offrire volentieri il mio contributo per mettere a fuoco la questione proposta. Volevo ringraziare il professor Conte per quella citazione, perché mi aiuta a introdurre il mio tema. Io non ho portato nulla di scritto perché prima volevo ascoltare. E ascoltando Anna Coliva, che mi onora da anni della sua amicizia, si capisce rapidamente la ragione per cui sia stata l'unico direttore uscente ad essere confermato tra i venti responsabili dei grandi musei italiani, secondo la riforma Franceschini. Non lo dico perché abbiamo una consuetudine molto antica basata da parte mia su una grandissima stima, ma perché Anna Coliva ha assicurato straordinari risultati alla Galleria Borghese. Sempre prendendo spunto anche da quello che ha detto il professor Conte, Anna Coliva ha utilizzato la Galleria Borghese, rispettandone senza errori l'identità e la preziosità, come un contenitore per proporre esperimenti davvero d'avanguardia. Un confronto spesso coraggiosissimo con il contemporaneo, penso alle mostre che Anna Coliva ha organizzato, ospitando per esempio il confronto Caravaggio-Bacon nel 2009, e che sono state studiate in tutto il mondo. Ha affrontato anche il tema del rapporto con le nuove tecnologie. Ed ha potuto contare anche sull'aiuto di mani private.

Ora mi riferirò alla Costituzione che all'articolo 9, dedicato alla tutela del patrimonio storico-artistico e paesaggistico, parla della Repubblica. Volutamente i padri costituenti non hanno usato la parola "Stato". Noi siamo vittime, dal dopoguerra, di un equivoco, come diceva Anna Coliva, veramente ideologico. Anna Coliva ha proposto l'esempio dei servizi aggiuntivi, ma si tratta di un problema ampliabile a tutta la questione di cui stiamo parlando oggi. Cioè il rapporto tra i privati e l'universo dei Beni culturali è stato, e continua ad essere, oggetto di un approccio squisitamente ideologico nel solco delle indicazioni di pochi ma famosi

critici e docenti, assai ascoltati da alcuni grandi quotidiani nazionali. E non mi riferisco al *Corriere della Sera*, dove lavoro, che da sempre è invece favorevole a uno stretto rapporto tra mondo privato e cultura, naturalmente assicurando severamente allo Stato il compito della tutela. L'Italia non può guardare al futuro dei Beni culturali se non risolve questo problema, che è come ripeto ideologico. Ovvero, quando si parla dell'articolo 9 è l'intera Repubblica, nel suo complesso, ad essere chiamata alla tutela, alla valorizzazione ed alla protezione dei Beni culturali. Nell'articolo 9 si parla di beni paesaggistici e di patrimonio storico-artistico: una scelta estremamente rilevante, è un passaggio studiato con enorme attenzione dai costituzionalisti di mezzo mondo.

Non dimentichiamo che tra i padri costituenti c'era un signore che si chiamava Aldo Moro e che intervenne esattamente su questo punto, bisognerebbe rivedere i verbali dell'Assemblea Costituente. Solo per ricordare il livello dei contributi in quel dopoguerra.

La Repubblica è certamente costituita dallo Stato con le sue diverse coniugazioni – Stato centrale, Enti locali, Regioni e Comuni – ma nella Repubblica è inclusa l'intera realtà che riguarda la vita sociale, associativa e quindi anche economica di questo Paese, inclusi i produttori di beni, ovvero gli imprenditori. Una realtà che fa parte a pieno titolo della Repubblica e non può quindi essere marginalizzata nel nome di un'ideologia statalista. C'è dunque pieno e libero spazio perché l'imprenditoria possa contribuire, nello spirito dell'articolo 9, alla conservazione del Bene culturale e del paesaggio.

Occorre dunque sgombrare il campo definitivamente da questo equivoco: davvero è difficile capire perché le energie economiche dei privati, nel momento in cui vengono offerte al servizio del patrimonio culturale, debbano essere demonizzate. Continuando di questo passo, vista la realtà

economica di questo Paese, sarà difficilissimo, se non impossibile, vincere la sfida della conservazione del nostro vastissimo retaggio artistico e soprattutto monumentale. Propongo un esempio concreto, il caso della Cappella Sistina. Questo complesso storico-artistico unico nel Pianeta si è dato un impianto di climatizzazione all'avanguardia nel mondo e in cui c'è un avanguardistico impianto di illuminazione a led che non solo ha una luce freddissima ma ha restituito tutte le meraviglie restituite dal restauro di Colabucci. Dunque, nel giro di trent'anni la Cappella Sistina è stata ripulita, restaurata da uno sponsor giapponese, la Nippon Television, che ha naturalmente realizzato una banca-dati straordinaria di immagini che saranno consegnate ai posteri. Poi può disporre di una climatizzazione che la mette al riparo dalla pressione antropica di cui parlava il professor Conte. Infine un impianto di illuminazione sorprendente, andatelo a rivedere, davvero stupefacente. Tutto questo con il supporto di privati. Immaginate voi se la Cappella Sistina fosse stata di proprietà della Repubblica italiana...

Vorrei rimandare alla lettura delle tante polemiche che io, da cronista, ho avuto il compito di seguire: quando venne siglato l'accordo tra Google e il ministero dei Beni culturali per la digitalizzazione del patrimonio librario ci fu una clamorosa sollevazione semplicemente perché il fautore del progetto era Mario Resca, direttore generale della Valorizzazione dei Beni culturali, che per quei polemisti spinti dall'ideologia aveva la colpa inaccettabile di essere stato designato sotto il governo Berlusconi.

A me, sarò sincero, per quanto riguarda la tutela del patrimonio, mi importa assai poco se al potere c'è Matteo Renzi o qualcun altro. Mi importa solo se un direttore generale, un segretario generale, un sovrintendente hanno piena consapevolezza scientifica dell'incarico con una visione legata al futuro, con una concezione abbastanza contemporanea dei Beni culturali. La mia, insomma, è una valutazione non ideologica ma fattuale.

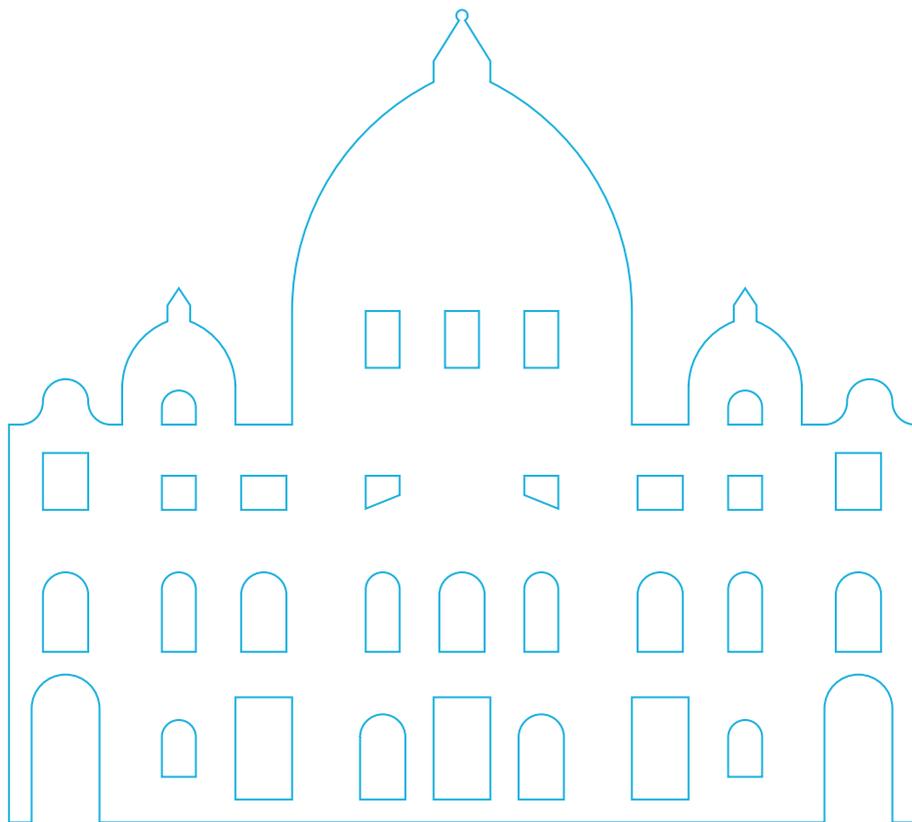
Per concludere il discorso che ho tentato di proporvi, dico ancora che non si potrà registrare alcun serio passo avanti se non si chiarisce questo equivoco e se non si mette da parte quella specie di maledizione ideologica che noi ci trasciniamo dietro.

Siamo l'unico Paese nel mondo occidentale afflitto da un simile problema. Diego Della Valle si è permesso anni fa di mettere a disposizione 24 milioni di euro per il restauro del Colosseo. È stato crocifisso, e insultato, mediaticamente per mesi. È stato accusato di voler piazzare sulla facciata dell'Anfiteatro Flavio gli scarponi di Tod's e che il Colosseo ne sarebbe diventato il marchio. Andate ora a vedere i cartelli della sovrintendenza speciale archeologica di Roma e ditemi se riuscite a vedere il marchio da qualche parte. È praticamente invisibile. E nessuno ha avuto l'onestà intellettuale di ammetterlo.

Da giornalista, io qui intendevo dunque porre una questione certo non scientifica né tecnica, perché sarebbe stato fuori luogo da parte mia. Volevo solo ricordare un equivoco ideologico che ha sottratto colpevolmente risorse, ha tolto possibilità al grande progetto indicato da Anna Coliva. Questo Paese ha bisogno di un vasto piano intorno a un immenso tesoro collettivo. Che non è "petrolio", parola già molto contestata ai tempi del piano sui "giacimenti culturali" dell'ex ministro Gianni De Michelis. Il petrolio è destinato per sua natura a bruciare ed a esaurirsi, quindi a finire.

Invece noi dobbiamo conservare, preservare, consegnare ai posteri e alle nuove generazioni. Ma abbiamo bisogno del supporto dell'intera Repubblica in tutte le sue articolazioni. Senza demonizzazioni.







**Gianluca De Marchi**  
presidente Urban Vision

Urban Vision si occupa proprio di restauri sponsorizzati e dunque conosco la gara del Colosseo perché abbiamo partecipato anche noi. Certo era un po' fuori luogo apporre la pubblicità sul Colosseo e lo abbiamo subito fatto notare. Ricordo bene la questione della concessione dell'immagine che poi, tra le altre cose, Della Valle non ha neanche usato, però vorrei fare un esempio, che riguarda il Vaticano, quindi una realtà altrettanto importante con cui abbiamo il piacere di collaborare, dove abbiamo in passato allestito impianti pubblicitari montati financo sul colonnato di piazza San Pietro. Il Vaticano ha indetto una gara a cui abbiamo partecipato, gara che non risponde alla piattaforma normativa che applica il Comune di Roma.

Esiste però anche la possibilità di costruire dei progetti di comunicazione intorno ai restauri che non prevedano necessariamente l'esposizione pubblicitaria, si potrebbero utilizzare canali differenti per promuovere i *brand* che finanziano i restauri; uno strumento fondamentale in questo senso è il web o canali televisivi dedicati come Sky Arte. Dobbiamo lasciare da parte le ipocrisie e accettare il fatto che comunque un'impresa che fa profit chiede necessariamente un ritorno. Ciò comporta il fatto di valutare anche l'ipotesi di posizionare immagini pubblicitarie all'interno di piazze delicate come San Lorenzo in Lucina, quello è lo scotto. C'è una piattaforma normativa che seguiamo alla lettera, che stabilisce il numero esatto di mesi durante i quali poter esporre la pubblicità, non è una scelta arbitraria, però esiste la possibilità, ripeto, di utilizzare altri strumenti, creando progetti di comunicazione che possano essere veicolati in altro modo per far avere un ritorno di immagine anche a chi finanzia.

Spesso si è polemizzato sostenendo che alcuni restauri non fossero necessari. È una percezione sbagliata. Ad esempio, Trinità dei Monti (che non è un nostro restauro): l'Obelisco è stato restaurato una sola volta da noi con la pubblicità e la

Fontana della Barcaccia è stata restaurata con un'operazione durata solo sette mesi dopo vent'anni che non veniva toccata. Una fontana dovrebbe essere mantenuta almeno ogni 5 anni, poiché è soggetta all'usura dell'acqua... Ci sono molti pregiudizi su queste operazioni, anche mia mamma appena l'ha vista transennata mi ha detto "Ma non l'hanno fatta qualche anno fa?" e questo è quello che succede... Eppure la verità è che erano vent'anni che non veniva restaurata.

Il cantiere della Fontana della Barcaccia permetteva la visibilità interna e l'esposizione pubblicitaria era molto discreta. Ad ogni modo esistono delle leggi che tutelano contesti delicati come quelli all'interno del centro storico e vanno rispettate. Quando abbiamo iniziato, dieci anni fa, era un po' il *far west*, non c'era il rispetto adeguato, perché i lavori proseguivano per lunghissimo tempo. E questo ha contribuito a demonizzare i restauri sponsorizzati. Mi rendo conto che la modalità di reperimento dei fondi tramite pubblicità dia fastidio a qualcuno; riceviamo sempre critiche importanti e alcune volte anche senza fondamento, perché nell'immaginario collettivo è passata l'idea che i restauri vengano fatti troppo frequentemente e che durino molto di più di quanto non serva.

Ripeto però, che è una percezione distorta perché c'è una legge del Comune di Roma che nello specifico dice che una pubblicità più di 12 mesi non si può tenere, quindi quando dicono "sono due anni che stanno su!", in realtà sono 12 mesi.

Diverso è il discorso "Vaticano" perché si muovono diversamente. Abbiamo partecipato anche a gare internazionali, alcune le abbiamo volutamente abbandonate perché ritenute troppo "invasive" rispetto al contesto in cui si sarebbe operato.

Mi spiego meglio, la maxi affissione di via della Conciliazione, che ha creato tante polemiche, immagino che con il Giubileo... E poi con questo Papa... Possa infastidire parecchio... O risultare fuori luogo.

lo ragiono in altri termini. Urban Vision attualmente finanzia 20 restauri in tutta Italia, crea un indotto di quasi 3/400 persone intorno a questi restauri; in azienda operano circa 50 dipendenti diretti. È una piccola realtà che, seppur demonizzata costantemente, sopravvive, ricevendo spesso bastonate ingiustificate dai giornali, ma che continua ad andare avanti e creare posti di lavoro, che paga imposte pubblicitarie ed occupazione di suolo pubblico ai Comuni e canoni alle proprietà.

Di recente abbiamo creato una divisione interna, che esula dalla vendita di spazi pubblicitari e stiamo sviluppando alcuni progetti di *found raising*. Le imprese purtroppo sono fiaccate dalla crisi e l'idea del mecenatismo puro è un po' utopistica. È chiaro che un ritorno quanto meno di immagine, o in termini di *marketing* è dovuto. Il mecenatismo puro può funzionare con monumenti della portata di Fontana di Trevi, del Colosseo, di Trinità dei Monti, ma se vogliamo invece trovare delle risorse per monumenti che non hanno altrettanta visibilità, il mecenatismo puro non si trova; bisogna costruire progetti di comunicazione più ampi.

Il mecenatismo puro è un mecenatismo puro al netto del fatto che Della Valle non ha utilizzato la concessione del Colosseo...

Ma vorrei proprio vedere chi per 500 milioni decide di restaurare il Colosseo senza un ritorno... Facciamo una gara e vediamo chi arriva a darci 500 milioni di euro.

Parliamo anche della burocrazia che accompagna ormai queste operazioni, noi stiamo adesso finanziando un progetto, lo abbiamo appena definito e a breve lo metteremo sul mercato e sono certo che appena lo proporremo il *marketing* culturale salterà sulla sedia: si tratta dell'illuminazione delle Cupole di Roma.

Abbiamo scelto 48 cupole, che per problemi di risorse economiche non hanno un impianto adeguato (non c'è chi paga le utenze), e abbiamo creato un progetto proponendo ad alcune imprese di illuminarle sostenendo i costi di 10 anni di utenza elettrica.

Quando ho cominciato a presentare il progetto ad alcune persone, vi racconto questo aneddoto, ho fatto l'errore di portare ad esempio la cupola che si vede dalla mia terrazza, per sottolineare quanto fosse un peccato che fosse spenta e che sarebbe stato fantastico vederla illuminata e valorizzata. Per tutta risposta un funzionario mi ha redarguito: "Ah, quindi bisogna illuminare le cupole per farle vedere e apprezzare a lei dal suo terrazzo!".

Questo per dire che, e poi concludo, la difficoltà di far avvicinare le imprese a una forma di finanziamento culturale è oggettiva, per diversi motivi: le trafile burocratiche e l'ostilità nei confronti dell'economia d'impresa legata a questo settore da parte di amministratori pubblici - per fortuna non tutti - della cosiddetta *intelligentia* intellettuale e anche di alcuni media. Se non si supera questo approccio, se non si affronta in modo costruttivo la questione non si reperiranno mai fondi sufficienti per salvare il nostro patrimonio e si perderà l'occasione di creare un grande indotto per il Paese.

Sono d'accordo che la pubblicità sia invasiva in alcuni casi, perché è vero, non è bella la pubblicità attaccata su di una chiesa, però è vero che in questo momento è l'unica risorsa che hanno molti edifici di culto per non cadere a pezzi. È vero che San Lorenzo in Lucina è stata restaurata due volte, ma è vero pure che stava venendo giù il tetto, e non c'erano i soldi per sistemarlo. In pochi sanno infatti che molte chiese fanno capo al Fondo Edifici di Culto, e che le manutenzioni ordinarie e straordinarie sono a carico dello Stato. In realtà si tratta semplicemente di stimolare la capacità di creare progetti di comunicazione intorno ad un'opera d'arte che potrebbero avere un'importante funzione didattica, soprattutto attraverso le nuove tecnologie...

Esiste è vero una forte competizione tra musei, ma i progetti di comunicazione potrebbero essere trasversali, coinvolgere più opere d'arte che risiedano in diverse città o in diverse strutture, e che comunque in qualche modo si leghino alla *mission* di un'azienda, che può utilizzare il progetto come volano di comunicazione.





**Roberto Pisoni**  
direttore di Sky Arte

Grazie dell'invito. Sky Arte nasce nel 2011 per un atto volontaristico perché le ricerche di *marketing* ci dicevano che era totalmente fallimentare. È partito con il *focus group*, siamo usciti e abbiamo detto: "Dobbiamo fare questo canale!". La cosa bizzarra è che il canale nasceva ovviamente con l'idea di raccontare l'arte in maniera diversa, raccontarla in maniera diversa sia dal punto di vista puramente narrativo ma anche dal punto di vista tecnologico.

Il canale è uno di quelli soltanto in HD e il paradosso fu che nel momento in cui cercammo del materiale di documentari con soggetto artistico, in Italia ne trovammo, rispetto a quello che c'era nel resto del mondo, il 3% quindi, fatte le 500 ore che avevamo, c'erano poche decine, perché non c'era domanda, nessuno si preoccupava di produrre, perché nessuna dirigenza si preoccupava di mandare in onda delle cose.

Dopo tre anni, due settimane fa, tre settimane fa, abbiamo fatto questa uscita, gli Uffizi, che appunto è il documentario 3D-4K prodotto da noi in 3D, che in soli tre giorni ha guadagnato 600mila euro, che è il nuovo record assoluto per un documentario in Italia in così breve tempo. Questo significa che probabilmente il mercato non c'era ma andava creato, il documentario è stato venduto così come lo scorso anno era stato venduto quello sui Musei Vaticani in oltre 50 Paesi, è stato questa volta prevenduto perché i Musei Vaticani dall'altra parte invece con 1.600.000 euro guadagnati in tutto il mondo è il documentario d'arte più visto al mondo; probabilmente gli Uffizi sarà il nuovo documentario d'arte più visto al mondo.

Ma non soltanto questo: nel frattempo, per creare una forte identità rispetto al canale, abbiamo puntato molto sulle produzioni originali, più o meno il 20% delle nostre programmazioni è dedicata alle produzioni originali, che sembra poco ma che per un canale satellitare è un'immensità,

in genere il canale satellitare ha lo 0,5% di produzioni originali, con queste produzioni originali abbiamo costruito un'identità, abbiamo reso felice il nostro pubblico perché c'è una produzione come Sette Meraviglie, come Il Paese Meraviglioso, c'è una produzione sulle mostre che il nostro pubblico apprezza in maniera particolare, diciamo che l'arte e la musica, perché Sky Arte non si occupa solo di arte ma si occupa di cultura in senso generale, però la produzione dell'arte italiana e la produzione di musica sono quelle più apprezzate e che hanno maggiore successo.

Oltre ai casi dei Musei Vaticani e degli Uffizi, abbiamo altre produzioni: il documentario sul canale di Michelangelo che è stato venduto in molti Paesi d'Europa e del mondo, creando un'inversione di rotta rispetto a quello che c'era capitato di verificare al lancio del canale, e cioè che dovevamo comprare dagli inglesi se volevamo comprare un canale su Pompei, dagli americani se volevamo comprare un canale sugli Uffizi e su Venezia, e dai tedeschi quelli su Verdi e su Rossini. Siamo noi adesso che riusciamo a vendere internazionalmente i nostri prodotti.

Concludo velocemente dicendo che questi tre anni si sono chiusi felicemente, voi saprete anche che c'è stata recentemente una fusione di Sky Italia con Sky Inghilterra e Sky Germania, o meglio, la proprietà della Twenty Century Fox Murdoch, la società è stata internamente invece ceduta al gruppo di Sky che adesso insieme a noi e ai tedeschi costituisce la nuova Sky, in questo polo in cui ovviamente l'Inghilterra, che ha 11 milioni di abbonati, è la proprietaria, comunque è la cugina più forte, è la regina madre, in questa circostanza, in queste operazioni di internazionalizzazione delle nostre produzioni è stato deciso che l'Italia, e noi, fondamentalmente, costruiremo una *hub* produttiva che ha in questo momento un *budget* di 28/30 milioni per 5 anni e che fornirà i contenuti culturali e artistici per tutta Europa e per tutti gli altri canali e quindi stiamo partendo adesso con le prime produzioni, probabilmente in gennaio ci sarà la prima, e tra le prime produzioni c'è un'Italian Season chiamata così perché racconterà le grandi storie del patrimonio storico-artistico italiano.





**Stefano Petrocchi**  
direttore della Fondazione Bellonci

Il Premio Strega è forse uno dei primi casi di *product placement*, nasce nel '47 da un salotto culturale a cui si unisce come immagine un'azienda produttrice di un liquore, allora molto più venduto di adesso, che poi hanno diversificato, perché ora producono in maggioranza, cioè fanno la maggior parte del fatturato, parlo della ditta Strega Alberti di Benevento, anche con prodotti dolciari, ma il liquore è rimasto a dare immagine alla loro azienda e al nostro premio.

Lì c'è un'azienda che dall'inizio si è legata ad un evento culturale; abbiamo poi associato negli anni altre aziende e oggi il Premio Strega si avvale anche del contributo della Confindustria del Lazio e di Unindustria.

Ora, il mio ambito di pertinenza sono i Beni culturali materiali, cioè i libri e soprattutto quello che c'è dentro i libri.

Il Premio Strega viene identificato come uno dei pochi *market mover* in ambito librario, insieme per esempio alle trasmissioni televisive che fa Fabio Fazio, anzi volevo rendere merito al direttore Pisoni che è appena andato via perché lui con la sua rete televisiva sta facendo e produce anche programmi sui libri specifici senza immediati riferimenti pubblicitari perché non pubblicizza libri specifici, ma rappresenta un mondo che è sempre meno rappresentato in televisione, cioè il mondo di quelli che leggono.

Questa era una cosa su cui richiamava l'attenzione il ministro Franceschini aprendo il Salone del libro due anni fa: è sempre più raro vedere persone che leggono in televisione. Allora, io volevo fare un piccolo intervento per portarvi una notizia che sta circolando nel mondo dell'editoria: l'e-book non c'è più, l'e-book è defunto, l'e-book è morto, l'e-book non ha creato nuovi lettori.

È in recesso in tutti i Paesi del mondo, però poi andando ad analizzare un po' meglio, scopriamo che il mercato dell'e-book negli Stati Uniti si è fermato al 25%, in Italia è

fermo al 5%, non ha creato nuovi lettori, ma del resto non li hanno creati neanche le altre forme di circolazione diciamo della letteratura o del pensiero scritto, l'Italia perde costantemente i suoi lettori; abbiamo, come forse sapete, sono dati ormai abbastanza diffusi, una piramide di lettori per cui la base di lettura più piccola è quella costituita da chi legge più di 12 libri l'anno e regge insieme più della metà del mercato editoriale.

Però questi cosiddetti lettori forti sono banalmente soggetti ad una erosione anagrafica, cioè sono persone che muoiono via via perché appartengono a generazioni precedenti.

C'è un blocco del *turn-over* del lettore e quelli che non se ne vanno via per questa strada naturale diciamo che nel frattempo hanno trovato altri modi per intrattenersi e per leggere ma su altre basi, leggono su internet, leggono sullo *smartphone*, leggono e producono scrittura sui *social network*.

Ora, di solito, chi parla di produzione e di promozione della lettura in Italia, cose di cui c'è assoluto bisogno, fa parte dell'attuale filiera del libro, cioè in qualche modo è responsabile anche dello stato delle cose, e secondo me è anche responsabile del tentativo se non di omicidio realizzato ma appunto di un tentativo di omicidio dell'e-book nella culla.

L'Italia è un Paese dove in larghe parti del territorio non ci sarà mai una libreria, non è nata e probabilmente non nascerà perché le attuali condizioni del mercato non lo consentono. Dio mio, librerie nascono coraggiosamente e muoiono di continuo perché poi l'essere umano è visionario e ambizioso, anche quando non ha i mezzi per esserlo, ma di fatto dove non c'è una libreria nel giro di molti chilometri è chiaro che un *tablet* potrebbe consentire di accedere a quel mercato del libro che altrimenti sarebbe invisibile.

Non si è investito o non si è ancora investito sulla didattica digitale ed è stranamente quello il momento in cui si potrebbe lavorare a scuola anche con degli strumenti elettronici, quello è il momento, l'età diciamo, in cui si perdono lettori perché, un'altra cosa che ci dicono le indagini sulla lettura, in Italia i bambini leggono moltissimo, leggono più degli adulti fino alla scuola media, dopo c'è una caduta verticale degli indici di lettura.

Ecco, se si discute se sia utile insistere, introdurre la didattica digitale nella scuola sui bambini molto piccoli, probabilmente non è una buona idea, si potrebbe farlo in realtà dalla scuola media in poi e insomma spiegare ai ragazzi che questo strumento che hanno in mano non serve solo per il divertimento serve anche per l'apprendimento, ma anche poi per l'apprendimento e per il divertimento attraverso la lettura, tramite la lettura digitale e quindi l'e-book.

Insomma, anche qua lo diceva la professoressa Coliva, e proporrei alle sue un'altra moratoria che è quella della mistica dell'autore della carta che penso non produca niente di buono, la scuola è il luogo dove naturalmente insegnare la passione, l'amore per i libri e non per come sono fatti, di carta o di digitale, ma per quello che c'è dentro i libri e lavorare lì anche sulla didattica digitale sarebbe una buona cosa.







| MAIN SPONSOR



| SPONSOR TECNICO

URBAN VISION