




ICT E BENI CULTURALI. Una nuova industria in costruzione

Capolavori di tecnologia



Il patrimonio culturale in Italia deve e può diventare un grande laboratorio hi-tech, con ampie ricadute su altri settori e con un'alta esportabilità di tecnologie e competenze, racconta **Andrea Granelli** ad **Antonio Dini**



Arte, cultura, turismo e tecnologia. Un avvicinamento che apparentemente stride ma che in realtà rappresenta uno dei giacimenti principali per il futuro del nostro Paese. L'opportunità infatti di mettere in circuito le imprese innovative legandole a quello che costruisce uno degli "asset" principali dell'Italia è un'idea al tempo stesso non nuova e straordinariamente attuale. Anzi, l'elemento mancante che costituisce la novità di questo polinomio è quello del modo in cui riuscire a effettuare l'operazione. Come mettere arte, cultura, turismo e tecnologia a sistema? Come costruire un meccanismo virtuoso che leghi creatività, innovazione alle risorse naturali del territorio e del genio italiano, creando economie di scala ed effetti benefici trasferibili da settore a settore? Il piano "Industria 2015" avviato da Pierluigi Bersani nell'ex governo Prodi ha stabilito la via attraverso la quale costruire un percorso che tocchi temi più ampi di quelli legati alla sola arte e cultura: ha individuato nelle reti di impresa, nella finanza innovativa e nei progetti di innovazione industriale gli strumenti per garantire il riposizionamento strategico del sistema

GIOVE, restituzione del Tempio di Giove ad Agrigento (immagine 3D realizzata da ALTAIR4 MULTIMEDIA Roma)

**Andrea Granelli**

è presidente di Kanso e direttore scientifico di Domus Academy.

industriale italiano nell'ambito dell'economia mondiale, globalizzata e fortemente competitiva. È una strategia che mira a individuare i driver fondamentali del cambiamento in un'ottica di innovazione e a orientare conseguentemente le scelte di politica economica. Non ha mirato a sostituirsi alle attività innovative delle imprese, ma a integrarle laddove esse non possono arrivare. In sostanza, il senso di Industria 2015 è che lo Stato decide quali sono le aree prioritarie in cui aggregare le risorse e lasciando poi al mercato l'azione concreta di crescita e sviluppo. L'attuazione della strategia fa infatti leva sulla capacità di orientare il sistema produttivo verso assetti compatibili con l'evoluzione degli scenari competitivi e con le "specificità" produttive del sistema Italia. A quattro obiettivi "comunitari" infatti se ne aggiungono anche due specificamente italiani (Beni culturali e Made in Italy). Le aree di Industria 2015 nel complesso sono quelle dell'efficienza energetica; della mobilità sostenibile; delle nuove tecnologie per la vita; delle nuove tecnologie per il Made in Italy; e delle tecnologie innovative per i beni e le attività culturali e turistiche. Per ciascun settore nel corso del 2007 e sino ai primi mesi del 2008 sono stati individuati alcuni "project manager" con la responsabilità di mettere a punto attraverso tavoli di discussione con le varie parti sociali gli elementi di un bando che adesso mira a finanziare i progetti legati ai singoli settori. Quasi un miliardo di euro per le varie aree, con 150 milioni dedicati al pilastro del patrimonio culturale rispetto alle nuove tecnologie.

Andrea Granelli, manager e studioso, presidente di Kanso e del Distretto dell'Audiovisivo e dell'Ict di Roma, membro della Fondazione Cotec e direttore dell'Istituto di economia dei media della Fondazione Rosselli e di Domus Academy, lo scorso dicembre ha accettato l'incarico di project manager per l'area delle tecnologie innovative per i beni e le attività culturali e turistiche. Una nomina arrivata quasi alla fine del percorso di organizzazione da parte dei vari project manager, che ha lasciato pochi mesi (rispetto alle altre aree) per lavorare alla formulazione del piano di settore.

Professor Granelli, è stato complesso arrivare in fondo a questo progetto?

Sì, è stato ovviamente una responsabilità molto importante ma anche una grande fatica da portare avanti oltretutto con tempi molto ristretti. Senza dimenticare la dimensione più complessa che segue quella della progettazione, ovvero il consenso. Perché la dimensione della concertazione per arrivare al termine è stata davvero complessa: mettere insieme quattro ministeri, la conferenza Stato-Regioni e varie altre componenti tecniche o di settore non è ovviamente facile. Ma la visione di fondo per quest'area si è rivelata la chiave più corretta per aprire le porte del consenso.

Qual è la visione?

L'idea metodologica è stata quella di legare l'area che possiamo chiamare per brevità del patrimonio culturale e il suo rapporto con le tecnologie innovative alle altre aree. Cioè tenere sempre presente che uno dei requisiti fosse la possibilità di dare valore e creare un legame anche con le altre aree. Gli edifici storici e l'energia, ad esempio, oppure la cultura artistica e l'infomobilità. È un elemento chiave anche dal punto di vista culturale, perché nel mondo del patrimonio culturale vi è una pluralità di soggetti centrali che non hanno una consuetudine con i concetti economici del valore analoga a quella del mondo delle imprese. C'è stato un lavoro costante e impegnativo di vera e propria traduzione linguistica e di metodo fra due ambiti che è critico che entrino in più stretto e intimo rapporto nel futuro.

In quale modo ha cartografato l'area dei beni culturali che è, come accennava prima, oggettivamente complessa?

Ho diviso il settore in quattro aree, estendendone il significato sino a dargli una dimensione al tempo stesso unitaria e articolata. Il patrimonio culturale è quanto attiene alla conservazione, tutela e valorizzazione dei beni artistici, ma anche all'industria culturale, ai nuovi edifici culturali a causa delle enormi possibilità innovative anche da un punto di vista dei materiali e della tecnologia per valorizzare ad esempio una nuova struttura artistica o museale e infine agli aspetti legati



al patrimonio vincolato, che è la nostra geniale intuizione come italiani di creare all'inizio del secolo scorso questo livello intermedio fra proprietà privata e pubblica che è la proprietà privata notificata e vincolata.

Qual è il rapporto allora tra tecnologia e beni culturali?

Bisogna costruire delle piattaforme tecnologiche, non dei singoli prodotti, che abbiano una ricaduta ampia nell'impresa e che soprattutto siano esportabili in altri settori. Si devono aprire strade inedite nel settore dei beni culturali, come ad esempio il rapporto B2B oltre a quello caratteristico B2C che si rivolge al turismo. La cultura deve e può diventare un grande laboratorio di tecnologia non solo per il suo beneficio ma anche, e soprattutto, per altre aree industriali. Favorendo l'export tecnologico e la costruzione locale di talenti e competenze.

Quali sono le aree prioritarie che sono state identificate?

Sono tre. La prima è di focalizzare lo sforzo progettuale su poche aree prioritarie (per ambito di applicazione, potenziale di export e ricaduta su altri settori), intersecando la logica top down con quella bottom up. Poi bisogna privilegiare la costituzione di aggregati di imprese "stabili" per creare operatori con massa critica e capaci di costruire offerte complete/integrate, pro-attive (e non solo di rispondere alla domanda) ed esportabili. Ancora, creare dei luoghi di test con forte coinvolgimento pubblico (necessario visto il ruolo del pubblico nel creare una parte rilevante del mercato) e ad alta "replicabilità" (complessi museali, centri storici, aree archeologiche).

Quali sono esempi di possibili forme di innovazione nelle diverse componenti dell'area dei beni culturali?

Pensiamo all'interior design, si potrebbe partire con l'idea dell'interno e dell'esterno in un contesto come quello italiano fortemente antropizzato e culturalmente denso. Innovazione tecnologica e di engineering che riqualifica il patrimonio artistico. Oppure il restauro e la conservazione, che non è una cosa di pennelli e colori, ma ha dietro tecnologie e metodologie che sono super-raffinate e complesse: un settore in cui la

ricerca può produrre applicazioni concrete e generare ricadute su vari altri settori. Inoltre, il design, più in generale, è uno dei temi di fondo che si possono e si devono confrontare con quanto attiene al patrimonio culturale italiano. Ci sono possibilità amplissime per le progettualità che vadano al di là degli aspetti più semplici, portando ad esempio i progettisti dell'esperienza culturale a un ruolo centrale che il nostro Paese si può tranquillamente permettere. Il museo è cambiato, così come è cambiata l'esperienza che i fruitori di arte e cultura fanno ad esempio delle collezioni inglesi, francesi e britanniche. Possiamo creare nuovi campioni, fare marketing internazionale,



La sfida è quella di costruire delle piattaforme tecnologiche intorno alle quali aggregare nuove filiere multisettoriali, fonti di innovazione da applicare anche ad altri comparti

muovere in maniera efficace l'attenzione internazionale con ricadute molto ampie sul nostro Paese. C'è una cosa che non dobbiamo dimenticare.

Qual è?

Sta tornando il Grand Tour. Sta tornando la voglia e il desiderio da parte di milioni di persone di formarsi abbracciando il portato culturale e artistico delle civiltà che hanno segnato le tappe fondamentali dello sviluppo dell'umanità. Stanno nascendo desideri di conoscenza nell'Est dell'Europa, in Oriente. Sono opportunità di nuovi flussi che devono non solo essere attratti ma anche soddisfatti. Dobbiamo modernizzarci, in questo senso, ma senza soluzione di continuità rispetto al passato e alla nostra tradizione. ■