

f

frontiere
 > OPPORTUNITÀ E GOVERNANCE
 Pubblico e privato, tecnologia, scienza e arte
 per ridefinire territorio e impresa



♦... I leader creativi sono mossi dall'ispirazione e non dalla paura, usano la rete e non si chiudono all'interno di una ristretta gerarchia...
 John Maeda
 Rhode Island School of Design

L'OPZIONE culturale

L'Italia è il più grande laboratorio per lo sviluppo economico basato sulla valorizzazione dei beni storici

DI ANDREA GRANELLI

La cultura è un'area importantissima quanto poco conosciuta nel suo rapporto con la creazione di valore economico. Le stime economiche più diffuse tendono a evidenziarne solo la componente più "immateriale" (creatività e intrattenimento) o il suo contributo al turismo di un luogo. Questa nuova centralità della cultura vede il nostro Paese in una posizione avvantaggiata: non per il fatto che possediamo la quota maggioritaria del patrimonio culturale mondiale, ma perché da noi la cultura è ovunque. L'Italia è un vero e proprio museo "diffuso" che occupa le piazze, le strade e il paesaggio e si distribuisce in ogni piega del territorio. Siamo dunque il più grande laboratorio a cielo aperto legato alla cultura, dove progettare, sperimentare e adattare tecnologie, materiali, metodologie, format narrativi e meccanismi produttivi che ci consentono di conservare, tutelare e valorizzare questo immenso patrimonio dell'umanità. Il nostro Paese è leader nello sviluppo tecnologico di questo settore: si pensi ai batteri "mangia-patine", al cemento bianco contenente nanomolecole di titanio che non si sporca, agli acceleratori di neutroni in grado di radiografare le statue e ricostruirle dall'interno, fino alle recenti innovazioni del settore digitale (mappe satellitari navigabili, sistemi georeferenziati portatili, tag a radiofrequenza per marcare gli oggetti...).

Per cogliere queste opportunità, la cultura deve essere intesa però nella sua accezione più estesa come vero e proprio "asset" culturale. Non solo, quindi, i "tradizionali" beni culturali antichi oggetto di tutela e le attività culturali (cinema, musica, editoria...) ma anche la cultura

materiale, che traduce in senso moderno questo patrimonio e lo "integra" negli oggetti della quotidianità (moda, design, enogastronomia...) e gli edifici antichi di "pregio" potenziale oggetto di riqualificazione nelle destinazioni. La riqualificazione di questi luoghi richiede infatti competenze tipiche della diagnostica, del restauro e del consolidamento di edifici antichi insieme ai più moderni sistemi di progettazione architettonica e impiantistica e ai nuovi materiali.

Questa intuizione della rilevanza

3,8

Gli occupati. Numero in milioni degli appartenenti alla conservazione, tutela e valorizzazione del patrimonio. Il dato proviene da uno studio dell'Istituto Guglielmo Tagliacarne

– tecnologica ed economica – dei settori che concorrono alla gestione del patrimonio culturale è stata confermata dai risultati di una ricerca recentemente pubblicata: «Il Sistema economico integrato dei beni culturali». Lo studio – concepito da Antonella Recchia, direttore generale del ministero per i Beni e le attività culturali insieme alle strutture di ricerca di Unioncamere – è stato realizzato dall'Istituto Guglielmo Tagliacarne e mette in luce la rilevanza economica della dimensione tecnologico-produttiva legata alla conservazione, tutela e valorizzazione del patrimonio culturale. Il suo valore è infatti il 12,7% del Pil con 3,8 milioni di occupati. I settori che si sono sviluppati grazie alla presenza – nel nostro Paese – di uno straordinario pa-

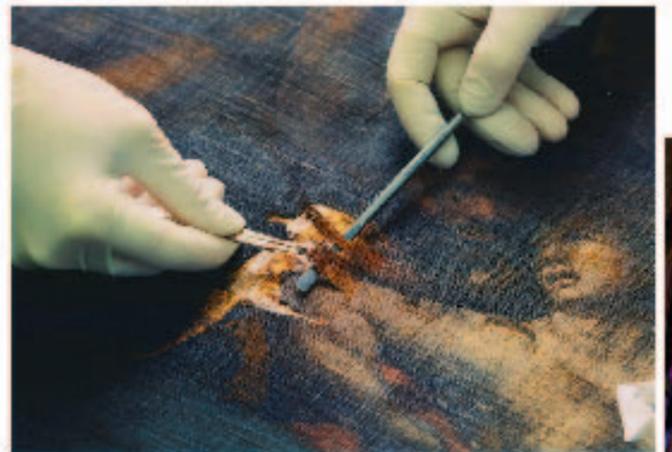
trimonio culturale e naturalistico sono la protezione e valorizzazione del patrimonio culturale, la riqualificazione per fini turistici di edifici antichi (con la dimensione edilizia, impiantistica e dei nuovi materiali), l'artigianato artistico e i prodotti di design legati alla tradizione, l'industria dei media e l'enogastronomia di "tradizione". Inoltre presenta una crescita dal 2001 al 2006 mediamente superiore al totale dell'economia italiana, sia in termini di valore aggiunto (+4,3% contro +3,5% in media annua), sia di occupazione (+2,9% contro +1,3%). Dalla ricerca emerge inoltre che queste imprese manifestano un maggiore orientamento all'innovazione tecnologica rispetto agli altri settori economici. Da qui potranno dunque nascere i futuri rappresentanti (e tutti sappiamo quanto necessari) per rinverdire l'immagine – oramai molto stereotipata – del *Made in Italy*.

La dimensione innovativa di questo settore ha avuto recentemente un primo caso di finanziamento pubblico. Si tratta del Distretto tecnologico della cultura della regione Lazio, il cui budget di 62 milioni di euro viene dalla Regione Lazio, dai ministeri della Ricerca, dei Beni e attività culturali e dello Sviluppo economico. Ai primi 5 bandi (per un valore complessivo di 13,3 milioni di euro) lanciati qualche mese fa hanno risposto in maniera preliminare circa 60 cordate per un totale di circa 200 soggetti. L'interesse manifestato è quindi rilevantissimo e ha superato ogni più rosea aspettativa della Regione Lazio e del suo braccio operativo – la Filas – che ne ha curato l'ideazione, i dettagli progettuali ed è l'attuale ente gestore. Un'altra importante iniziativa è il primo salone internazionale su tecnologie per i Beni culturali, che verrà organizzato a Torino agli inizi di ottobre 2010. Il suo nome – DnaItalia – vuole richiamare il fatto che il patrimonio culturale è il vero Dna del nostro paese, concetto più profondo e generativo – e oltretutto molto più ecologico – del troppo abusato «la cultura è il petrolio dell'Italia».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

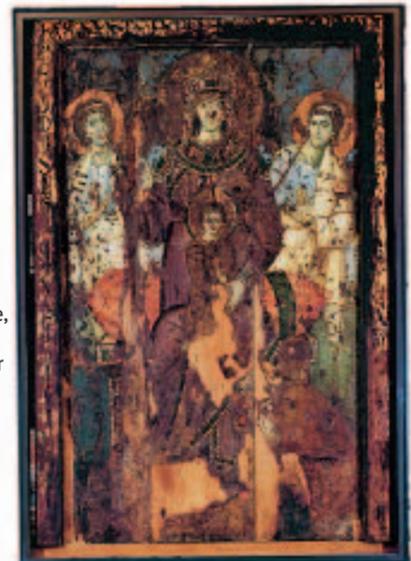
Caveau per le opere d'arte

Nata dalla riconversione del complesso industriale dei Frigoriferi Milanesi (1899) Opencare si occupa di servizi per l'arte. Primo caso internazionale di caveau – sicuri e climatizzati – per le opere d'arte con annessi laboratori di restauro e consulenza per la perizia delle opere



Restauro librario

Fotoscientifica nasce nel 1963. Si occupa di analizzare testi antichi tramite diverse tecnologie tra cui l'analisi multispettrale. In altre parole, fanno apparire contenuti "scomparsi" quando sono per esempio sovrapposti da altri caratteri. Nel Medioevo quando anche la carta costava, si usavano i vecchi libri, si "grattava" via lo scritto e si riutilizzavano riscrivendo sopra



Archeologia sottomarina

Grazie all'esperienza acquisita nelle esplorazioni dell'ambiente marino e, in particolare, nelle indagini geofisiche, la cooperativa Nautilus è oggi tra le società più competitive a livello internazionale nelle ricerche finalizzate all'individuazione e documentazione dei siti archeologici subacquei. L'archeologia subacquea,

inizialmente nata come branca dell'Unità di Geofisica, ha progressivamente acquistato importanza e prestigio. Tra i principali progetti il Progetto Archeomar; censimento dei beni archeologici sommersi delle regioni Campania, Basilicata, Calabria e Puglia (www.archeomar.it) costituisce un esempio di rilievo



43 **PATRIMONIO CULTURALE**
 Su 878 siti Unesco, il più alto numero, pari a 43, è in Italia secondo una ricerca di Bain.

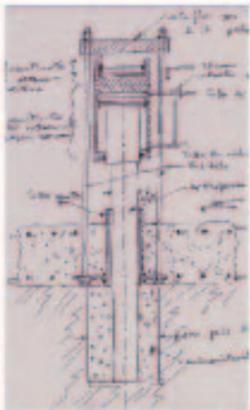
I MUSEI E PARCHI
 I musei nel territorio nazionale sono 5.500, i parchi nazionali 23, gli eventi live 81.500.



ENOGASTRONOMIA
 Quanto al patrimonio enogastronomico si contano 164 prodotti Dop e 359 vini Doc.

Sei aziende hi-tech al servizio del passato

Eccellenze. Ecco sei aziende che si occupano di restauro e protezione dei beni culturali. E che investono in cultura. Utilizzando tecnologia e creatività.



Controllo strutturale

Lachesi nasce come spin-off del Politecnico di Torino. Usa i sonar per controllare la tenuta strutturale degli edifici. Il Progetto Guarini, per esempio, è un programma multidisciplinare mirato allo sviluppo di un sistema di monitoraggio strutturale della Cappella della Sacra Sindone del Guarini ed è il primo esempio di integrazione di tecniche diagnostiche miste finalizzata al monitoraggio strumentale della sicurezza e dell'integrità di un manufatto di estremo valore

architettonico e religioso. Nella notte tra l'11 e il 12 aprile 1997 un incendio, danneggia pesantemente l'edificio e la stessa Sindone viene sottratta alle fiamme dai pompieri. Obiettivo del progetto è l'installazione di uno sistema diagnostico integrato finalizzato al monitoraggio strutturale permanente della Cappella della Sacra Sindone del Guarini. Scopo finale di Progetto Guarini è la valutazione, in continuo, della sicurezza e dello stato dell'opera, in relazione alla sua integrità proiettata nel tempo.



Cultura e luce

Targetti nasce a Firenze nel 1928 come piccolo negozio di lampade e affini. Oggi l'azienda produce e commercializza oltre 3mila apparecchi e sistemi di illuminazione. La sua scelta è stata quella di investire in cultura. Da segnalare il catalogo "commerciale" «Light of Florence» (<http://www.targetti.it>) concepito dopo numerosi interventi - anche mecenatistici - sul patrimonio culturale italiano. Come è da segnalare Lighting Academy, il portale della luce che rilancia l'idea del workshop multidisciplinare (www.lightingacademy.org)

Sollevamento edifici

Soles ha proposto a Venezia il progetto «Rialto» per sollevare una parte di Venezia. Alzare le case a Venezia è un tema che ha percorso l'immaginario dei suoi abitanti fin dalla prima volta che le acque della laguna lambirono i piani terra delle abitazioni. Da allora tanti sono stati gli studi fatti e tanti i capitali spesi per l'impossibile attuazione di

progetti tendenti a limitare l'ingresso delle acque. Soles e Mattioli, con questo progetto, vogliono riportare le case veneziane alla loro altezza reale con le fondamenta fuori del livello dell'acqua. Per fare questo hanno studiato e brevettato un sistema di innalzamento che per mezzo di speciali martinetti "solleva" gli edifici

>impresa>leadership>la provocazione

IL VALORE DEL LUSO È sperimentare

La moda come piattaforma per formare talenti e unire saperi nuovi

DI LUCA TREMOLADA

Esse la moda, quella con la emme maiuscola, si candidasse a laboratorio per l'innovazione e la cultura? La domanda ha quantomeno spiazzato i partecipanti di un seminario dedicato alla leadership creativa dell'associazione «Amici di Aspen», presieduta da Beatrice Trussardi. Tanto che in un certo senso è stata lasciata cadere nel vuoto. Eppure, è indubbio che la creatività sia oggetto e caratteristica del fashion nel senso lato del termine. Proprio per questo la provocazione di Maria Luisa Frisa è forse la miglior metafora da cui partire per provare a interpretare le liazioni tra cultura e innovazione. «Gli ingranaggi e l'ingegneria della moda - ha spiegato la fashion consultant di Pitti Immagine - il suo funzionamento la rendono una piattaforma attiva in grado di mettere in circolazione e in dialogo attori e saperi che ruotano attorno alla cultura visuale contemporanea, alla dimensione economico-produttiva, alla comunicazione intesa oggi anche come espressione del web». In altre parole, ha sottolineato Maria Luisa Frisa davanti a un tavolo composto da economisti, professori, imprenditori e intellettuali, la moda ha i numeri della cultura d'impresa e le idee dell'innovazione. Può essere misurate con gli strumenti propri delle aziende e al tempo stesso è luogo di contaminazione di saperi.

«Troppo spesso - ha aggiunto - in Italia la creatività e il talento sono trattati come qualità innate. Si deve invece mettere a punto un modello italiano di scuola di moda che non vuol dire essere stupidamente nazionalisti, ma vuol dire definire un carattere di eccellenza, che de-

ve preoccuparsi di formare i creativi, mettendo così a punto una cultura consapevole della moda».

Ma chi forma i formatori? Ma soprattutto ha senso riaprire dalla scuola? La parola creatività come l'innovazione come un elastico è stata usata e piegata a logiche più che altro di marketing. Eppure, come ha ricordato Beatrice Trussardi «Si può guardare alla creatività in un'ottica completamente diversa, come un motore di idee e di cambiamento. Come al vero strumento dello sviluppo economico».

In questo senso i numeri diventano una urgenza. Numeri per analizzare gli investimenti in cultura, numeri per misurare la produttività dei creativi, numeri per descrivere l'indotto della partecipazione attiva, quella per intenderci, che vede nei cittadini gli attori principali del cambiamento.

Laddove l'offerta culturale e il gradimento del pubblico è alto, ha sottolineato Pier Luigi Sacco, professore dell'economia della cultura all'Università Iuav di Venezia, l'innovazione trova terreno fertile. La relazione tra le due variabili, sostiene Sacco, è diretta. E la rete, i social network possono rappresentare un canale di accesso a servizi culturali ed eventi troppo spesso relegati a circoli esclusivi. Anche in questo senso la moda ha molto da insegnare e da imparare. E proprio per questo nel bene e nel male potrebbe diventare la cartina tornasole e il luogo di sperimentazione.

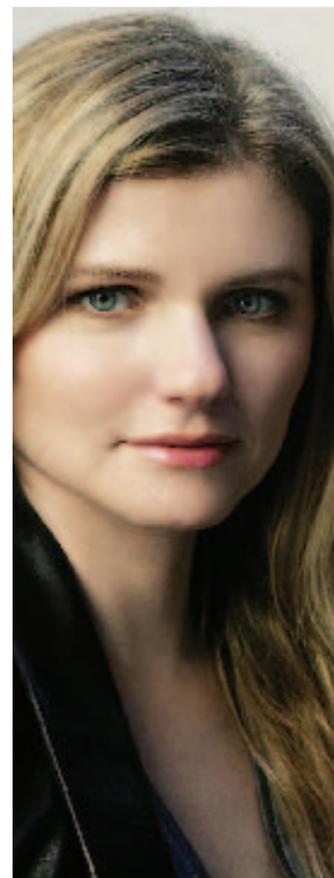
luca.tremolada@ilsole24ore.com

© RIPRODUZIONE RISERVATA

“

Cultura, innovazione, ricerca scientifica ed educazione sono gli strumenti per creare un senso di comunità

Beatrice Trussardi. Presidente Fondazione Trussardi



1,5

PALAZZO DEGLI UFFIZI A FIRENZE
È stato nel 2008 il museo nazionale più visitato a Firenze, 1,5 milioni di visitatori.

MUSEI ALL'ESTERO

Il Louvre registra 8,5 milioni di visitatori, mentre il British Museum ha 5,9 milioni di visite all'anno.

43

TURISMO CULTURALE
Il 43% dei turisti stranieri vengono richiamati dalla cultura, mentre quindici anni fa erano il 16%.