

Il dibattito Le proposte di docenti universitari, direttori di fondazioni e musei, manager e addetti ai lavori per non perdere un'occasione unica nel segno della ripartenza e del gioco di squadra. «È finito il tempo dell'autoreferenzialità»

Next Generation Eu Idee per la cultura

Destinati al settore 8 miliardi. Digitalizzazione, tutela, sinergia tra pubblico e privato: «Ecco come usarli»

di Damiano Fedeli

La buona notizia è che le risorse ci saranno. Più complesso sarà spenderle bene. Nell'ultima versione del Pnrr, il Piano nazionale di ripresa e resilienza — lo schema trasmesso dal governo Conte al parlamento il 15 gennaio su come l'Italia investirà i soldi europei del Next Generation Eu — alla voce «turismo e cultura 4.0» sono previsti 8 miliardi di euro nel contesto della missione da 46 miliardi «Digitalizzazione, innovazione, competitività e cultura». Dopo i passaggi parlamentari e le modifiche, il governo guidato ora da Mario Draghi dovrà presentare formalmente il piano alla Commissione Europea entro il 30 aprile. Nella replica in senato durante il voto di fiducia, Draghi stesso ha affermato come vada «colta l'opportunità del Next Generation per potenziare gli investimenti sul patrimonio culturale, sul capitale umano, sulle nuove tecnologie», definendo la cultura «imprendibile per la crescita e il benessere del Paese». E raccogliendo il plauso del ministro dei Beni culturali Dario Franceschini che ha parlato di «dovere di promuovere la cultura insieme alla formazione e all'educazione», viste «come chiave di una crescita economica sostenibile». Ma come investire i soldi europei nel settore culturale? Quali gli interventi prioritari per il futuro di un ambito messo a dura prova dalle restrizioni contro il Covid?

Strategia

Fondi per la cultura potrebbero arrivare non solo in modo «diretto», ma anche da altre voci del Piano, come il rafforzamento delle competenze del personale, o dall'adeguamento ecologico degli edifici che potrebbe interessare anche musei o biblioteche. «Le possibilità so-

no tantissime. Ma ci dev'essere la capacità di pensare progetti strategici», sottolinea Paola Dubini che insegna Management delle imprese e delle istituzioni culturali alla Bocconi. «Chi svilupperà i progetti deve far leva anche sulle organizzazioni culturali. Queste, dal canto loro, devono dialogare anche con chi si occupa di sviluppo economico e di istruzione». Sfida che raccolgono istituti e fondazioni culturali. «È finito il tempo dell'autoreferenzialità: è venuto il momento di mettere le nostre competenze e il nostro patrimonio, materiale e immateriale, a disposizione di scuola e università», sottolinea Valdo Spini, presidente di Aici, l'associazione che riunisce circa 125 istituti e fondazioni culturali e che la prossima settimana metterà a punto le proprie proposte sul Next Generation. «Un programma di formazione per giovani ricercatori presso istituti e fondazioni culturali, ad esempio, con il riconoscimento anche dell'università, sarebbe un'operazione azzeccata e produttiva. E potrebbe essere esteso a fondazioni e istituti un provvedimento come l'art bonus, il credito d'imposta per chi fa donazioni al patrimonio culturale. Ci sono privati motivati, interessati non solo al restauro di grande visibilità, ma anche alla maturazione di una classe intellettuale nuova nei propri territori».

Tutela

Quella del Recovery plan «è un'occasione che non possiamo perdere», sottolinea Massimo Osanna, direttore generale dei musei al ministero dei Beni culturali. «Ci vuole una visione di sistema per il patrimonio. Il primo asse è l'estensione della manutenzione programmata a tutti i 450 musei e parchi archeologici statali. Stiamo realizzando un censimento di progetti e interventi, in modo da intercettare i finanziamenti, con un risvolto occupazionale importante: occorreranno tanti specialisti. Sarà la base per qualunque altra azione sui nostri beni culturali, assicurandone la conservazione, la trasmissione e la fruizione».

Valorizzazione e professioni

A lungo ci si è appiattiti sull'equazione fra valorizzazione del patrimonio culturale e turismo. «Se la funzione della cultura è il dialogo fra i popoli, la scommessa — sostiene ancora Dubini — è capire che si devono attrarre anche

ricercatori, studenti, talenti e capitali». Per l'economista della cultura il primo punto su cui investire i fondi europei è un trattamento

più equo di chi nella cultura opera: «I mesi della pandemia hanno sollevato il tema della sostenibilità del lavoro culturale». Di sicuro occorreranno professionalità nuove. «Il pro-

gramma Next Generation Eu mette istruzione appena annunciato per ottobre, auspabile competenze ai primi posti. Senza le persone, non basta mettere tanti soldi né tante buone idee», sottolinea Alessandra Vittorini che dirige la Fondazione Scuola dei beni e delle attivita-

Il digitale è uno dei pilastri del Piano. Il rischio da evitare è che sia solo un'etichetta da attacca-

re su qualche progetto. «Occorre un piano industriale digitale. Non possiamo immaginare semplicemente di digitalizzare collezioni che poi nessuno usa», sottolinea ancora Paola Du-

bini. «Ci vuole un piano che crei mercati digi-

tali della cultura, uno spazio digitale pubblico,

relazioni con lo spettacolo dal vivo, reti fra atti-

vità imprenditoriali che connettano il patri-

monio, le arti, le industrie culturali».

«Alla digitalizzazione del patrimonio stiamo lavoran-

do al ministero con la Digital library diretta da

Laura Moro», riprende Massimo Osanna. «Di-

gitalizziamo non solo le collezioni ma tutto il

processo, comprese manutenzione e frui-

zione. Poi abbiamo il progetto del Sistema muse-

ale nazionale, piattaforma comune per gli ol-

tre 5 mila musei italiani, pubblici e privati, che

consente un approccio rapido e omogeneo».

I privati

«Ogni impresa privata profittevole dovrebbe dedicarsi alla promozione di arte e cultura. Per

il Paese si tratta non solo di una crescita civile ed etica, ma anche di un'occasione economica e occupazionale». Non ha dubbi Michele Coppoli, direttore di Arte, cultura e beni storici di Intesa Sanpaolo: i privati devono giocare un ruolo importante nella ripartenza culturale. «I fondi del Next Generation e, in generale, gli interventi pubblici da soli non bastano. Da parte del privato deve crescere l'assunzione di una forte responsabilità sociale nell'aiutare i soggetti pubblici a promuovere tutte le opportunità di crescita che la cultura rappresenta».

Intesa Sanpaolo, con il suo sistema museale

delle Gallerie d'Italia — a Milano, Napoli, Vi-

cenza e presto anche a Torino, con il polo per

la fotografia — ha creduto in un meccanismo

che dà lavoro a un centinaio di giovani. Altret-

anti i restauratori coinvolti dalla banca nel progetto «Restituzioni». «Un modello in cui il privato si affianca al pubblico con le medesime modalità e con lo stesso rispetto del patrimonio artistico e culturale, per portare conte-

nuti e opportunità a tutti».

Editoria e lettori

L'editoria è tra i settori che hanno resistito meglio alla pandemia, facendo registrare lo scorso anno, dopo un iniziale crollo, un +2,4% a fi-

più equo di chi nella cultura opera: «I mesi della pandemia hanno sollevato il tema della sostenibilità del lavoro culturale». Di sicuro occorreranno professionalità nuove. «Il pro-

gramma Next Generation Eu mette istruzione appena annunciato per ottobre, auspabile competenze ai primi posti. Senza le persone, non basta mettere tanti soldi né tante buone idee», sottolinea Alessandra Vittorini che dirige la Fondazione Scuola dei beni e delle attivita-

ta culturali, istituzione del ministero per la preparazione universitaria con in cui anche piccoli investimenti possono portare ampie ricadute. L'altra proposta di Lagio-

zia: un fondo per le traduzioni con meccanismi

più snelli degli attuali, anche in previsione del

2024 quando l'Italia sarà ospite d'onore alla

Buchmesse di Francoforte: «Supportando la traduzione, il numero di libri italiani pubblica-

dustriale all'estero esploderebbe: un risultato enorme

e a basso costo per moltiplicare la presenza di

intelligenza italiana nel mondo».

Uno sguardo fuori

Fuori dall'Italia (e in questo caso anche fuori dall'Unione Europea), come si muove il settore culturale per ripartire? Gabriele Finaldi, direttore italiano della National Gallery di Londra,

mento da 30 milioni di sterline definito «parte

della guarigione del Paese», da completare per

il 2024, duecentesimo anniversario del museo.

«L'arte ha dimostrato di essere vitale per il

benessere mentale in questo periodo. Qui nel Re-

gno Unito, come in Italia, arte e cultura hanno

un ruolo cruciale nel processo di recupero

post pandemia». Motivo per cui, aggiunge, «è

il momento giusto per fare un investimento

sul museo. Stiamo esplorando tutte le fonti,

dalle donazioni private alle raccolte pubbli-

che, fino ai fondi della Lotteria e del governo».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



In alto: l'allestimento della mostra fotografica di Carlo Mari a Milano, alle Gallerie d'Italia di Intesa Sanpaolo. Qui sopra dall'alto, da sinistra a destra: Paola Dubini; Valdo Spini; Massimo Osanna e Alessandra Vittorini; Nicola Lagioia e Gabriele Finaldi

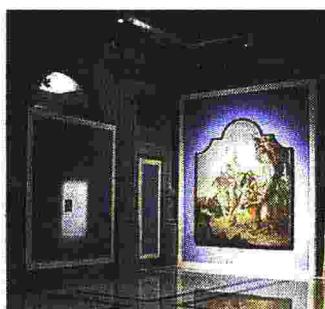
I volti

● Dall'alto,
il ministro dei
Beni culturali
Dario
Franceschini
e Michele
Coppola,
direttore di
Arte, cultura e
beni storici di
Intesa
Sanpaolo

● Il governo
Draghi dovrà
presentare il
Piano nazio-
nale di ripresa
e resilienza alla
Commissione
Europa entro
il 30 aprile

Ricostruzione

Il confronto sull'Italia post pandemia



È denso negli ultimi mesi il dibattito sulla ripresa, anche sulle colonne del «Corriere della Sera». Uno scambio di idee su più fronti, fra cui quello culturale. Come nell'iniziativa «Ripartiamo dall'arte e dalla cultura - Il nostro patrimonio per ricostruire» organizzata dal «Foglio» e da Intesa Sanpaolo a dicembre, un confronto fra esponenti del mondo culturale e del settore privato, fra cui Giovanni Bazoli, presidente emerito della banca. (Nella foto in alto la mostra Tiepolo alle Gallerie d'Italia a Milano).

“**Il ministro**

Franceschini ha definito il settore «chiave di una crescita economica sostenibile. Un dovere promuoverlo con educazione e formazione»

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.