Audizione CUN 03 luglio 2017 per classe di Studi Magistrale in Valorizzazione e Gestione del Patrimonio Culturale

Contributo alla discussione dell'AIDEA-Accademia Italiana di Economia Aziendale

Premessa

Negli ultimi anni, il settore culturale italiano necessita di un rinnovamento per poter affrontare le nuove sfide della contemporaneità: *cultural planning, social innovation, networking strategies, audience development* e *accountability* divengono tutti strumenti fondamentali per la gestione, la valorizzazione e la tutela dei beni culturali. A questo rinnovamento, l'Accademia Italiana di Economia Aziendale, che aggrega sette diverse società scientifiche di settore e specialistiche[1], intende dare il proprio contributo.

Dinanzi alle sfide sopra richiamate, il management della cultura ha progressivamente conseguito riconoscimento e legittimazione accademica e scientifica.

Numerosi sono i segni tangibili di tale riconoscimento:

- a livello internazionale, l'introduzione della *cultural economics* nel sistema di classificazione del *Journal of Economic Literature* e la presenza di riviste accademiche dedicate al management della cultura, come ad esempio *l'International Journal of Cultural Management,* pubblicato dall'editore Inderscience e il *Journal of Cultural Heritage Management and Sustainable Development*, pubblicato dall'editore Emerald;

- a livello nazionale, l'esistenza, da più di dieci anni, di una rivista di economia della cultura, ovvero la rivista "*Il capitale culturale. Studies on the Value of Cultural Heritage*", rivista accreditata AIDEA-Accademia Italiana di Economia Aziendale e classificata in fascia A nell'area 10, e la decisione di dedicare alla cultura e all'arte sessioni all'interno delle riunioni annuali della SIDREA-Società Italiana dei Docenti di Ragioneria e di Economia Aziendale, che ha dedicato sessioni specifiche sulle tematiche della valutazione e gestione del capitale culturale, nei convegni di Palermo 2014 e di Pisa 2016, della SIM-Società Italiana di Marketing, che ha dedicato il Convegno annuale del 2015 al tema del "Marketing al servizio delle città. Beni culturali e rivitalizzazione urbana", e che da anni ha una sezione tematica dedicata a "Tourism, Culture & Arts Marketing", così come la SIMA-Società Italiana di Management ha costituito nel 2018 i gruppi tematici, fra i quali si colloca quello dedicato a "Tourism and culture management", e dell'Accademia Italiana di Economia Aziendale (sin già nel 1998). Ancora, il prossimo convegno della SISR-Società Italiana di Storia della Ragioneria, che si terrà a Torino nel Novembre 2018, sarà incentrato sul tema "Accounting History and Arts".
  L'Aisme-Accademia Italiana di Scienze Merceologiche ha sempre avuto, fra le proprie peculiarità scientifiche, le tematiche connesse ai beni culturali, sia con un ambito tradizionale di studi e ricerche, quelle di natura prevalentemente chimica connesse alla

[1] Sono rappresentati da AIDEA studiosi soci dell'Associazione dei Docenti di Economia degli Intermediari e dei Mercati Finanziari e Finanza d'Impresa (ADEIMF), dell'Accademia Italiana di Scienze Merceologiche (AISME), dell'Associazione Italiana di Organizzazione Aziendale (ASSIOA), della Società Italiana dei Docenti di Ragioneria e di Economia Aziendale (SIDREA), della Società Italiana Marketing (SIM), della Società Italiana di Management (SIMA) e della Società Italiana di Storia della Ragioneria (SISR).

conservazione e al recupero dei beni, sia con quelle più evolute legate all'applicazione delle nuove tecnologie per la valorizzazione dei beni culturali e al rapporto tra territorio, sostenibilità e patrimonio culturale.

Il primo elemento importante di riflessione da prendere in considerazione che potrebbe essere alla base della implementazione di questa nuova classe è l'opportunità di rendere più efficaci le ricadute dell'ambito dei Beni Culturali nel contesto socio-economico, sia sotto il profilo del *placement*, sia da quello delle esigenze professionali. Esiste un campo assai più vasto di quello tradizionalmente concepito che riguarda nuove opportunità professionali legate alla valorizzazione del bene culturale come componente principale di percorsi turistici e di valorizzazione del contesto culturale delle città e dei territori, anche attraverso metodologie innovative (per esempio, ma non solo, l'uso di tecnologie digitali). Al centro di questo nuovo approccio c'è una diversa '*vision'* del bene culturale che richiede una presenza significativa di competenze manageriali, in senso ampio.

Il secondo elemento, che si aggancia al primo, riguarda lo sforzo che molti territori stanno producendo per la valorizzazione, conservazione, recupero, fruizione e sostenibilità del patrimonio culturale e che coinvolge anche l'industria. Basti pensare che le industrie culturali e creative nella sola Regione Lazio sono oltre duecentomila.

Obiettivi culturali della nuova classe

L'obiettivo della classe di laurea è di formare figure professionali, quali il manager della cultura, in grado di operare nel settore culturale attraverso una visione unitaria superando la dicotomia tra teoria e prassi alla base di molti esempi di cattiva gestione e causa di mancata valorizzazione del patrimonio culturale italiano rispetto a quello di altri paesi. I manager della cultura sono figure multidisciplinari caratterizzate da competenze economiche, gestionali e organizzative e con solide basi in ambito umanistico.

L'obiettivo culturale della nuova classe dovrebbe pertanto essere di garantire una formazione trasversale e multidisciplinare finalizzata a rafforzare a espandere le competenze acquisite nella laurea triennale e a costruire e/o potenziare competenze economiche, gestionali, organizzative, finanziarie, di marketing e giuridiche applicate alla valorizzazione dei beni culturali.

Un primo percorso di sperimentazione universitaria di secondo livello per formare i manager della cultura è stato avviato in Italia in corsi di studio magistrali, afferenti alla classe di Laurea Magistrale LM 76 "Scienze Economiche per l'Ambiente e la Cultura", in vari atenei:

- l'Università di Bologna, corso in *Innovation and Organization of Culture and the Arts*;
- l'Università Cattolica di Milano, corso in *Economia e gestione dei beni culturali e dello spettacolo*;
- l'Università di Napoli Federico II, corso in *Management del Patrimonio Culturale* e
- l'Università di Venezia Ca' Foscari, corso in *Economia e gestione delle arti e delle attività culturali*.

A livello internazionale, a quanto riferito si affiancano i corsi (in lingua inglese) di "*MA in Arts & Cultural Management*" del King's College di Londra e il "*Master's Degree in Cultural Heritage Studies* " della Sorbona di Parigi.
L'esperienza di tali corsi di laurea può essere considerata utilmente nella progettazione della nuova classe di studio.

Contenuti disciplinari economico-aziendali
Come prima accennato, negli ultimi anni anche il settore culturale è stato caratterizzato da importanti cambiamenti. Nuove questioni e nuovi capitoli si affiancano a quelli tradizionali, modificando in modo significativo le competenze richieste a chi opera in queste organizzazioni. Si rende indispensabile una visione interdisciplinare e capacità di integrare competenze umanistiche ed economico-aziendali. Alle competenze tradizionali debbono quindi affiancarsi e integrarsi nuove sensibilità e capacità in grado di rispondere al maggior orientamento al visitatore/audience e alla maggior attenzione alle risorse umane e finanziarie.

Il corso di studi magistrali dovrebbe prevedere la presenza di discipline in grado di potenziare il tradizionale afflato umanistico in modo tale da poter rafforzare significativamente le competenze economico-aziendali, gestionali, organizzative e giuridiche.

Sbocchi professionali
I laureati di questi corsi di laurea magistrale andranno a svolgere mansioni direttive e manageriali presso enti pubblici, nonché privati quali istituzioni, fondazioni, associazioni, consorzi e società di capitali o altri soggetti operanti nel settore dei beni culturali e ambientali (forme di gestione ai sensi dell'art. 115 D. Lgs n. 42/2004).
Essi saranno utilizzati nell'organizzazione, gestione e promozione di eventi culturali, nel settore dei prodotti culturali a carattere industriale, in ambito gestionale nei musei come anche nel settore archeologico, librario, archivistico, nonché nelle arti performative, nella comunicazione, nella progettazione culturale e nel fundraising.

Elementi per il raggiungimento degli obiettivi del corso
Per quanto attiene alla progettazione del corso, occorre ben comprendere qualora sia il caso di porre dei limiti in termini di crediti già acquisiti nel triennio nelle varie aree, inclusa quella umanistica, oppure optare per un percorso inclusivo lasciando aperto l'accesso a tutti coloro che abbiano una laurea triennale in discipline economiche, economico-aziendali, ingegneria e scienze politiche e così via.

Un altro aspetto di rilievo concerne la possibilità di svolgere il tirocinio durante il percorso di laurea, che può tornare utile anche per formare e mantenere collaborazioni con le istituzioni culturali.

Area di riferimento
Per quanto concerne l'area di riferimento, area 13 (economia e statistica) o area 10-11 (umanistica), occorre anzitutto riflettere – come si è fatto sin qui – sugli obiettivi formativi e sui contenuti e settori caratterizzanti e affini, e relativi ambiti che si desiderano inserire nella proposta. Una volta definiti tali rilevanti aspetti, l'area di riferimento della classe si procederà di conseguenza.

Poste le superiori premesse, l'AIDEA mostra propensione a prendere in considerazione l'attivazione della classe di Studi Magistrale in Valorizzazione e Gestione del Patrimonio Culturale.

AIDEA, Bologna, Giugno-Luglio 2018.

Questo documento integra e riassume i contributi di Valerio Antonelli, Stefano Consiglio, Stefano Garzella, Luciano Marchi, Alberto Pastore, Riccardo Resciniti, Alessandro Ruggieri e Giovanni Battista Dagnino.

Il documento è stato approvato all'unanimità dal Consiglio Direttivo AIDEA-Accademia Italiana di Economia Aziendale del 4 Luglio 2018.
Redattore: Giovanni Battista Dagnino.