



2010

IL CAPITALE CULTURALE

Studies on the Value of Cultural Heritage

JOURNAL OF THE DEPARTMENT OF CULTURAL HERITAGE

University of Macerata

eum



Il Capitale culturale

Studies on the Value of Cultural Heritage

rivista annuale

Vol. 1, 2010

ISSN 2039-2362 (online)

ISBN 978-88-6056-261-6

© 2010 eum edizioni università di macerata

Registrazione al Roc n. 735551 del 14/12/2010

Direttore

Massimo Montella

Coordinatore di redazione

Mara Cerquetti

Coordinatore tecnico

Pierluigi Feliciati

Comitato di redazione

Mara Cerquetti, Francesca Coltrinari, Pierluigi Feliciati, Mauro Saracco, Federico Valacchi

Comitato scientifico - Dipartimento beni culturali

Giuseppe Capriotti, Mara Cerquetti, Francesca Coltrinari, Andrea Fantin, Pierluigi Feliciati, Patrizia Dragoni, Claudia Giontella, Susanne Adina Meyer, Massimo Montella, Umberto Moscatelli, Francesco Pirani, Mauro Saracco, Michela Scolaro, Federico Valacchi

Comitato scientifico

Michela Addis, Alberto Mario Banti, Carla Barbati, Sergio Barile, Nadia Barrella, Marisa Borraccini, Rossella Caffo, Ileana Chirassi Colombo, Rosanna Cioffi, Claudine Cohen, Lucia Corrain, Giuseppe Cruciani, Stefano Della Torre, Maurizio De Vita, Michela Di Macco, Fabio Donato, Rolando Dondarini, Andrea Emiliani, Gaetano Maria Golinelli, Xavier Greffe, Alberto Grohmann, Susan Hazan, Joel Heuillon, Lutz Klinkhammer, Federico Marazzi, Giuliano Pinto, Marco Pizzo, Edouard Pommier, Adriano Prosperi, Mauro Renna, Orietta Rossi Pinelli, Girolamo Scullo, Simonetta Stopponi, Frank Vermeulen, Stefano Vitali

Web

<http://www.unimc.it/riviste/cap-cult>

e-mail

icc@unimc.it

Editore

eum edizioni università di macerata, Centro direzionale, via Carducci 63/a - 62100 Macerata

tel (39) 733 258 6081

fax (39) 733 258 6086

<http://eum.unimc.it>

info.ceum@unimc.it

Progetto grafico

+crocevia / studio grafico

Stampa

Tipografia San Giuseppe, Macerata

Finito di stampare nel mese di dicembre 2010

Dall'economia della cultura al management per il patrimonio culturale: presupposti di lavoro e ricerca

Mara Cerquetti*

Abstract

Dopo aver indagato le possibili ragioni e gli equivoci che ancora oggi continuano troppo spesso a tenere l'economia lontana dal “tempio” della cultura, il presente contributo cerca *in primis* di chiarire il significato di alcuni termini oggetto degli studi (cultura ed economia, ma anche marketing ed azienda), focalizzandosi sulle differenze tra le arti (*visual arts* e *performing arts*) e il patrimonio culturale, per poi prendere in esame l'approccio che gli studi economici hanno avuto con il tema. Lungi dal voler effettuare un'esaustiva ricognizione della letteratura sull'argomento, verranno analizzati i principali *topics* e i nodi del dibattito a livello internazionale e nazionale, individuando i progressi fatti, ma senza tacere gli argomenti di studio e discussione ancora scarsamente indagati, affinché le scienze manageriali possano contribuire utilmente alla tutela e alla valorizzazione del patrimonio culturale italiano e alla soluzione delle difficoltà incontrate nella gestione ordinaria.

After analysing the possible reasons and misunderstandings which still today leave the economics outside the “temple” of culture, this paper tries to clarify the meaning of some terms which are the object of study (culture and economics, marketing and business). We

* Mara Cerquetti, Ricercatore di Economia e gestione delle imprese, Università di Macerata, Dipartimento di beni culturali, via Brunforte, 13, 63900 Fermo, e-mail: mara.cerquetti@unimc.it.

will focus on differences between arts (visual arts and performing arts) and cultural heritage, in order to examine the economical approach to culture. We will not make an exhaustive reconnaissance of the literature on this matter, but an analysis of the main topics and issues of the debate at an international and national level. Actual progresses will be identified, not neglecting topics of study and discussion not sufficiently investigated. Therefore business economics could usefully contribute to the preservation and enhancement of Italian cultural heritage and to the solution of management needs.

Discourse is a social action, and this idea of discourse acknowledges that the way people talk about, discuss and understand things, such as “heritage”, have a material consequence that matters. In addition, not only is discourse “used” to do things by actors, but discourses also do things to actors and are productive independently of actors [...]. As such, discourses are “inherently positioned”, and so the collection of ideas, concepts, and categorizations regarding heritage give rise to different ways of “seeing” the social practice of managing “heritage” according to the positions of social actors.

(Smith 2006, p. 14)

Oikonomia in greco e *œconomia* in latino significarono “norme per la buona amministrazione della casa”. E già l’etimologia rivela il primo vizio della scienza economica: di preferenza non occuparsi del reale, di quel che è, ma dell’ideale, di quel che dovrebbe essere; tendere verso una scienza normativa e rischiare di non essere una scienza affatto; a quel che è vero o falso anteporre quel che è bene o male, buono o cattivo, giusto o ingiusto.

(Ricossa 1975, p. 269)

1. *Le parole e le cose*¹

L’accostamento dell’economia alla cultura non può dirsi una tendenza delle più recenti tra gli studiosi di scienze economiche, tanto che le sue radici affondano agli albori della disciplina, degli studi microeconomici come di quelli macroeconomici. Come ci ricorda David Throsby², è sufficiente dare uno

¹ Foucault 1966.

² Throsby 1994.

sguardo alla produzione e all'attività dei maggiori economisti per scoprire che Adam Smith scrisse di musica, pittura, danza e poesia, mentre John Keynes fu attivamente coinvolto nell'istituzione dell'Arts Council of Great Britain, il principale supporto pubblico alle arti in quel paese fino ad oggi.

Da allora gli studi hanno conosciuto notevoli progressi tanto che oggi la cultura, al pari delle industrie e dei servizi, della sanità e del sistema pensionistico, non è più la passione più o meno nascosta o bizzarra di grandi studiosi, ma costituisce uno degli oggetti di studio delle discipline economiche, dall'economia politica a quella aziendale.

Tuttavia, soprattutto nel settore della gestione del patrimonio culturale, e ancor più in ambito italiano, di cui ci occupiamo in questa sede, l'approccio dell'economia alla cultura sconta gli effetti di equivoci che rischiano di danneggiare le modalità di intervento, oltre che il possibile apporto delle scienze economiche, in particolare manageriali, alle politiche di tutela e valorizzazione. Se tra gli addetti ai lavori, per lo più nel settore pubblico, si continua a vedere con sospetto ogni suggerimento proveniente dagli studi economico-aziendali, con il timore, mai estinto, di una corsa al profitto ai danni del patrimonio o della privatizzazione dei beni culturali pubblici³, sul versante accademico si continua a trascurare differenze e specificità all'interno del vasto settore della cultura, a detrimento della reale applicabilità delle proposte che gli studi potrebbero fornire.

Per questo, prima di affrontare i principali nodi del dibattito, ci sembra doveroso tentare di chiarire alcuni termini della questione, al fine di pervenire ad una sintesi tra l'uso comune dei concetti e la loro accezione economica e senza trascurare le possibili sfumature riscontrabili nei diversi ambiti di studio. L'assunto è che l'idea che si ha della cultura, oltre che dell'economia, lungi dall'essere innocua, legittima valutazioni e gerarchie, condizionando da un lato il comportamento degli attori pubblici e privati coinvolti nella gestione del patrimonio e dall'altro i metodi di ricerca e l'efficacia della loro applicazione⁴. L'auspicio è che, individuate le radici dell'annoso e preteso divario fra economia e cultura, si possa operare e collaborare ad utilità del *cultural heritage*.

Almeno sul piano teorico molti equivoci sono stati chiariti da tempo dalle scienze storiche e sociali, ma la loro più o meno esplicita persistenza sul piano pratico continua ad essere di ostacolo all'innovazione delle politiche culturali. Tuttavia, sebbene il tentativo di scardinare idiosincrasie e pregiudizi culturalmente ben radicati si configuri come un'operazione affatto semplice, né tantomeno rapida, non si può ignorarne l'urgenza.

³ Cfr. Settis 2005. Il rischio, dove esistente, non è certo dovuto alla *natura* dell'economia, ma all'*uso* che si fa degli strumenti forniti dall'economia nell'ambito delle scelte e delle politiche pubbliche.

⁴ Cfr. Smith 2006.

2. *Economia vs cultura: alle radici di un equivoco*

Se economia e cultura non possono dirsi concetti coincidenti, è altrettanto vero che il conflitto che ancora troppo spesso li vede su fronti opposti può essere – almeno da un punto di vista teorico – facilmente risolto, in quanto frutto di un duplice equivoco che ha portato i due termini ad allontanarsi progressivamente, nonostante le possibili reciproche connessioni.

Per rintracciare le ragioni di una così forte idiosincrasia sarà allora opportuno capire quale accezione dei due termini si sia affermata nell’*habitus* linguistico, prima che tra gli addetti ai lavori, analizzando il processo di codificazione semantica perseguito dai dizionari, in virtù del loro potere normativo sui lessici⁵. Ci sembra così necessario dare la priorità alla vulgata dei concetti che, sebbene già da tempo superata dagli statuti disciplinari delle scienze sociali, nel settore dei beni culturali ha determinato la diffidenza e la resistenza da parte degli umanisti a possibili innovazioni, condizionando sia le azioni, o meglio le mancate azioni, dei responsabili della gestione e dei *policy maker* in genere sia i paradigmi elaborati dagli economisti della cultura.

Per quanto riguarda il termine “cultura”, il *Grande dizionario della lingua italiana* la definisce *in primis* come:

il complesso delle conoscenze intellettuali mediante le quali una persona, attraverso un’autonoma, organica e approfondita rielaborazione, si è venuta formando e affinando intellettualmente e spiritualmente, pervenendo alla formazione della propria personalità; l’ideale di formazione umana tendente alla realizzazione dell’uomo nella sua autentica forma e natura umana; dottrina, istruzione, l’essere educato e ingentilito spiritualmente⁶.

Quanto alla nozione di “economia”, invece, il *Grande dizionario* la considera prima di tutto la:

regola per ottenere in qualsiasi attività, coordinando nella proporzione più redditizia i vari fattori, il risultato voluto col minimo impiego di mezzi. – In partic.: ogni attività dell’uomo intesa all’uso razionale del denaro e al procacciamento di ricchezze, cioè di merci, valori e prestazioni di cui sente la necessità⁷.

Nel definire la cultura, nel suo significato primo, dopo aver declinato in termini individuali, relativi alla persona, il sapere, si pone dunque l’accento sull’accezione spirituale, e sulla sua funzione nel processo di ingentilimento dell’uomo. Al contrario l’economia, avendo a che fare con qualsiasi attività umana, viene declinata in chiave materiale e relazionale, oltre che razionale; il suo fine, inoltre, viene riconosciuto nella ricerca di una proporzione redditizia tra mezzi impiegati e risultato ottenuto e nel procacciamento di ricchezze in

⁵ Bourdieu 1982.

⁶ Grande dizionario della lingua italiana 1964 (vol. 3), p. 1045.

⁷ Grande dizionario della lingua italiana 1968 (vol. 5), p. 32.

senso lato. Dunque, analizzando più nel dettaglio le due definizioni, se parlando di cultura si fa riferimento ad un sapere unicamente teorico, escludendo il saper fare, entrando nel merito dell'economia si preferisce parlare di scelte redditizie, piuttosto che efficienti o produttive: in entrambi i casi si assiste ad uno slittamento (e restringimento) di significato, che allontana ancora di più due possibili accezioni del termine già distanti, come a ricalcare la contrapposizione tra *otium* e *negotium*, tra speculazione teorica e applicazione pratica. Per quanto queste definizioni oggi possano sembrarci datate⁸ e in parte obsolete, se non altro per la posizione di prim'ordine che viene loro riservata nel *Grande dizionario*⁹, sono da considerare espressione non solo del processo di formazione della lingua, ma anche della cultura, avendo dato forma al sapere, modellando concetti, e così fornendone una versione ufficiale, normalizzata, che tanto ha condizionato il linguaggio comune.

Ma se ci spingiamo oltre nella lettura del dizionario, troviamo soluzioni che ci permettono di superare questa impasse. Per quanto riguarda la parola "cultura", infatti, il *Grande dizionario*, dopo aver allargato il significato da astratto a concreto e dall'ambito individuale a quello collettivo, riferendosi a «coloro che in una determinata società costituiscono il gruppo culturalmente più attivo e significante»¹⁰, ci fornisce, in terza posizione, una definizione di ampio spettro antropologico:

complesso delle strutture di organizzazione sociale, dei modi di vita, delle attività spirituali, delle conoscenze, delle concezioni, dei valori che si ritrovano, in forma e a livelli diversissimi, in ogni società e in ogni periodo storico (nel linguaggio sociologico ed etnologico, con funzione puramente descrittiva)¹¹.

Si prosegue poi riferendo l'accezione "più comune", coincidente con la nozione di civiltà:

con riferimento a uno sviluppo civile particolarmente elevato e complesso, anche in senso tecnologico, a un'organizzazione sociale e politica perfezionata, a una vita e a un'attività spirituali e intellettuali, progredite, mature, più compiutamente umane (in contrapposizione a barbarie, cioè a tipi di cultura, giudicati inferiori, arretrati, privi o poveri di umanità): civiltà, incivilimento, progresso¹².

⁸ L'attività che porterà al completamento del *Grande Dizionario della Lingua Italiana*, nato come aggiornamento del *Dizionario della lingua italiana* di Niccolò Tommaseo, viene avviata nei primi anni Cinquanta, a partire dal lavoro di schedatura svolto da Salvatore Battaglia.

⁹ Sarà sufficiente prendere un dizionario di recente edizione (Zingarelli 2011, p. 611) per vedere come, ad esempio, la definizione di cultura qui riferita, spogliata per giunta dei riferimenti all'ingentilimento spirituale, scenda in seconda posizione, per fornire come significato primo quello che accosta la nozione di civiltà.

¹⁰ Grande dizionario della lingua italiana 1964 (vol. 3), p. 1045.

¹¹ *Ibidem*.

¹² *Ibidem*.

Publicato nel 1964, il terzo volume del dizionario, anche quando si apre ad una definizione di cultura di matrice antropologica, che supera la distinzione tra cultura alta e cultura bassa, non rinuncia ad un approccio positivista ed etnocentrico, di cui ci dà conferma l'ampio catalogo di citazioni tratte dalla letteratura italiana, dal Trecento alla prima metà del XX secolo¹³.

E così, per quanto riguarda la parola "economia", è solo alla quinta posizione che abbiamo una definizione dell'economia come disciplina, corrispondente alla:

scienza che studia i processi attraverso i quali sono prodotti, distribuiti e consumati i beni e i servizi destinati alla soddisfazione dei bisogni¹⁴.

Riferendoci a queste ultime definizioni forse non sarebbe così peregrino dire che anche i beni e i servizi culturali, essendo volti a soddisfare il bisogno di cultura, potrebbero essere l'oggetto di studio dell'economia come disciplina; e se ciò consentisse di ottenere il massimo dai propri mezzi, ovvero di conseguire il miglior risultato compatibile con la scarsità dei mezzi di cui si dispone, forse la cultura non avrebbe che da trarne vantaggio.

3. *La bellezza (dell'economia) salverà il mondo!*

Per trovare un comune terreno di lavoro per l'economia e per la cultura sarà dunque opportuno partire dall'affinamento dei significati poc'anzi richiamati e allontanare infondati e dannosi pregiudizi.

Sebbene sia entrata nell'uso corrente con notevole ritardo, la nozione di cultura a cui vogliamo riferirci viene elaborata per la prima volta in ambito tedesco già nel XVII sec. (*Kultur*), per essere poi formalizzata in ambito anglosassone dall'antropologo inglese Tylor, che nel 1871 ne fornisce la moderna definizione scientifica:

la cultura, o civiltà, intesa nel suo ampio senso etnografico, è quell'insieme complesso che include la conoscenza, le credenze, l'arte, la morale, il diritto, il costume, e qualsiasi altra capacità e abitudine acquisita dall'uomo come membro di una società¹⁵.

¹³ La cultura qui non viene vista in contrapposizione all'illuministica *civilisation*, ma ad essa molto vicina, intesa à la *Voltaire* in termini normativi come superamento non solo dello stato selvaggio, ma anche della barbarie. Per il concetto di *civilisation* prodotto dal pensiero illuminista francese si veda anche: Rossi 1975.

¹⁴ Grande dizionario della lingua italiana 1968 (vol. 5), p. 33.

¹⁵ Tylor 1871; trad. it. in Rossi 1970, p. 7.

Il pregio di questa definizione, affermatasi, con diverse sfumature, nelle scienze storiche e sociali nel corso della prima metà del Novecento¹⁶, risiede, come oggi ampiamente condiviso, non solo nel riconoscimento dell'«*irrinunciabilità della dimensione etnografica*»¹⁷, ma anche nella «visione della cultura come *insieme complesso* che ingloba *tutte* le attività umane, non solo quelle di carattere ideazionale»¹⁸.

A distanza di circa centoquaranta anni, però, sembra che questa definizione, acquisita e più volte rivista e aggiornata dagli antropologi¹⁹ tanto da essere anche messa in discussione²⁰, faccia fatica ad affermare tutte le sue potenzialità oltre gli steccati dell'accademia. Ce ne fornisce testimonianza un ulteriore fraintendimento, l'erronea sovrapposizione dei termini arte e cultura²¹, a cui non sono estranei per altro neanche gli economisti (§ 5) e dunque la riduzione herderiana della cultura alle sue espressioni più elevate, e più in particolare all'arte, intesa non come «attività *produttiva*²² dell'uomo (contrapposta alla natura)»²³, regolata da conoscenze tecniche e fondata sullo studio, sull'esperienza e sulle abilità di chi la esercita, ma come:

attività *spirituale*²⁴ dell'uomo diretta a esprimere una qualsiasi realtà, situazione, stato d'animo, sentimento in opere dotate di validità estetica, per mezzo di parole, di forme, di colori, di suoni²⁵.

È così che il giudizio estetico, nonostante la sua soggettività, dopo aver decretato cosa potesse ritenersi *opera d'arte* («che presenta un evidente valore estetico»²⁶), anche dopo il superamento delle prime leggi di tutela delle «cose rare e di pregio»²⁷, ha in qualche modo continuato a stabilire anche cosa fosse *bene culturale*, nonostante la categoria avesse dato spazio ad altro. Si pensi, ad esempio, ai molti “musei-appendice della storia dell'arte” all'interno dei quali predomina la comunicazione di significati riferibili all'ambito storico-artistico secondo (gerarchizzanti) criteri estetico-stilistici, con un'evidente restrizione semantica della gamma del valore degli oggetti esposti.

¹⁶ Cfr. Kroeber, Kuckhon 1952.

¹⁷ Fabietti, Remotti 1997, p. 216.

¹⁸ *Ibidem*.

¹⁹ Cfr. Matera 2008.

²⁰ Cfr. Van Binsbergen 2002. In particolare, contro il rischio di reificazione delle differenze culturali, si mette in discussione la declinazione al plurale del termine “cultura”, preferendo fare riferimento alla molteplicità degli *orientamenti culturali*.

²¹ Cfr. Montella 2009.

²² Corsivo nostro.

²³ Grande dizionario della lingua italiana 1961 (vol. I), p. 705.

²⁴ Corsivo nostro.

²⁵ *Ibidem*.

²⁶ *Ibidem*.

²⁷ L. 1089/1939.

Se, da un lato, la cultura è stata ristretta alle opere del “genio”, affidandosi ad una visione riduttiva ed estetizzante della sua complessità, l’operazione linguistica, ma non solo, che è stata fatta con l’economia è approdata verso lidi diametralmente opposti. Tanto bella e buona l’una (*La bellezza salverà il mondo!* per dirla con Dostoevskij), quanto brutta e cattiva l’altra. L’economia, che di quella bellezza avrebbe potuto essere il consigliere più fidato, sembra, invece, esserne diventato il più acerrimo nemico. Nel linguaggio quotidiano, parallelamente alla campagna di alcuni suoi feroci detrattori²⁸, l’economia, spesso in contrapposizione all’etica, è così diventata sinonimo di ossessione utilitaristica e quantitativa. Non vogliamo qui di certo negare l’esistenza di questi comportamenti e l’effetto negativo che essi hanno avuto e hanno, ma ribadire che la nozione di economia è neutra e che i comportamenti qui richiamati sono il frutto di una cattiva economia, ma non coincidono con l’economia. E di fronte alla possibilità che la sfera economica divori quella culturale come preconizzato da Jeremy Rifkin²⁹, sarà forse bene ricordare che l’economia dispone anche di una cassetta degli attrezzi che, se ben usata, ci permetterebbe di contribuire a sollevare le sorti della cultura, piuttosto che a decretarne la sconfitta.

Così, entrando nel merito della gestione del patrimonio culturale, come ci ricorda Alan Peacock³⁰, direttori e curatori di musei, anche quando riconoscono che le attività culturali implicano scelte economiche, relative all’uso delle risorse, insistono affinché si riconosca al settore una speciale “immunità” dall’analisi economica.

Con sospetto e circospezione, inoltre, continuano ad esser visti strumenti e nozioni propri dell’economia aziendale. Se, però, si conoscessero meglio certi termini – apparentemente stranieri alla cultura umanistica – se ne potrebbe apprezzare, non senza utilità, la diversità, e capire che è l’uso che se ne fa a dover essere criticato, e non la loro intima natura.

Il riferimento va, prima di tutto, alle nozioni di azienda e di impresa, che in questa sede noi utilizziamo come sinonimi, quando accostate alla gestione del patrimonio culturale pubblico. Sebbene il *new public management* abbia introdotto già dagli anni ’80 del XX secolo strumenti aziendali nella gestione pubblica (si pensi ad esempio alle aziende sanitarie locali), in questo caso l’equivoco nasce dal fatto che, quando si parla di azienda, nel linguaggio comune si continua a pensare all’azienda di proprietà privata (*E la mia patria non è un’azienda/ non è un franchising la mia famiglia/ e il mio quartiere non assomiglia/ né a una holding né a una spa...* canta Sabina Guzzanti, riferendosi alla gestione privatistica della cosa pubblica), e dunque al rischio di privatizzazione e di perseguimento del profitto a scapito del raggiungimento di altre finalità³¹.

Già Gino Zappa, considerato in Italia il fondatore dell’economia aziendale,

²⁸ Cfr. su tutti: Latouche 2005.

²⁹ Rifkin 2000.

³⁰ Peacock 1998.

³¹ Cfr. Settis 2006.

però, pur avendo una visione ancora ragionieristica della disciplina, identificava l'azienda con lo *strumento economico* attraverso il quale è possibile perseguire finalità non necessariamente monetarie³². Come ci ricorda Fulvia Rocchi, infatti, l'azienda non è una «macchina da soldi»³³, ma un «*sistema/soggetto operante*»³⁴, ovvero un'organizzazione di risorse finanziarie, tecniche ed umane finalizzata alla produzione di beni e servizi di maggior valore con cui soddisfare i bisogni³⁵. A connotare come *economica* l'attività svolta dall'impresa, inoltre, non sarebbe la creazione di valore monetario, ma l'impiego di risorse scarse destinabili ad usi alternativi³⁶. Il valore creato, invece, corrisponde all'utilità che dall'attività economica ne traggono sia l'impresa sia i suoi *stakeholder*; anzi, ormai da decenni la creazione di valore per l'impresa è subordinata al valore creato per gli *stakeholder*. Stando a questa definizione non sarà difficile riconoscere che anche organizzazioni come gli istituti culturali (musei, biblioteche e archivi ai sensi dell'art. 101 del D.Lgs 42/2004) potrebbero essere considerati senza troppi timori imprese/aziende.

Nel settore culturale un pregiudizio simile si ha anche nei confronti del marketing, attività spesso erroneamente vista in contrasto con il perseguimento *mission* degli istituti culturali, associata alla mercificazione del patrimonio piuttosto che alla sua valorizzazione. Va detto che certi comportamenti configurano, in effetti, una perniciosa restrizione della ricchezza del significato del marketing, indice del cattivo uso di uno strumento che potrebbe invece contribuire al conseguimento delle finalità aziendali, se solo si riconoscesse che il marketing è un processo e un sistema integrato che coinvolge tutte le fasi del processo produttivo (non solo quella di promozione!) ed è finalizzato alla creazione di valore come sopra definito³⁷.

I tempi, dunque, sono maturi per lasciarci certi equivoci alle spalle e, riconosciuta alla cultura la sua piena valenza antropologica, e una natura descrittiva, prima che valutativa, accostarle l'economia, intesa, oltre che come insieme di attività finalizzate alla soddisfazione dei bisogni dell'uomo (significato *sostanziale*), come comportamento, e conseguentemente come disciplina, tendente ad ottenere il massimo dai propri mezzi (significato *formale*)³⁸. Come già detto, è evidente, infatti, che anche i prodotti della cultura sono realizzati per soddisfare bisogni, sia materiali che immateriali, e che per soddisfare tali bisogni è sempre necessaria un'attività economica, ovvero l'impiego efficiente di risorse scarse rispetto ai possibili usi³⁹.

³² Cfr. Zappa 1956, p. 46; D'Amore 2000, p. 51.

³³ Rocchi 2009, p. 136.

³⁴ *Ibidem*.

³⁵ Cerquetti 2009a.

³⁶ Grandori 1995, p. 68.

³⁷ Cozzi 2009; Cerquetti 2009b, *in press a e in press b*.

³⁸ Polany 1977.

³⁹ Cfr. Villani 1978, p. 367: «A nostro avviso, non si tratta di attribuire una dimensione produttiva (come, per esempio, quando si volesse ristrutturare un centro storico per farne un centro

Per utilizzare le parole di Fulvia Rocchi potremmo concludere che è giunto il momento di mettere da parte tanto la *hybris da incommensurabilità* di certi umanisti quanto la *hybris da quotazione* non estranea agli economisti⁴⁰.

4. *La circoscrizione del campo di indagine: cultura, patrimonio culturale e istituti culturali*

Chiariti i macrotermini della questione, converrà capire quale rapporto intercorra tra la cultura e il patrimonio culturale, nonché quale nozione di patrimonio culturale discenda dal significato di cultura a cui qui si fa riferimento.

Per quanto riguarda il rapporto tra cultura e patrimonio culturale, il legame è sicuramente strettissimo, come ci conferma l'art. 9 della Costituzione⁴¹, che pone al primo comma la promozione dello sviluppo della cultura e al secondo la tutela del paesaggio e del patrimonio storico e artistico della Nazione. Le due disposizioni, come da tempo suggerito dalla dottrina e confermato dalla giurisprudenza, vengono oggi lette unitariamente secondo una «traiettoria circolare»⁴² di significanze in cui i due commi si illuminano vicendevolmente al fine di «assicurare il progresso culturale della persona umana e dell'intera comunità civile»⁴³.

Circa la nozione di bene culturale – che qui ci sembra doveroso richiamare al fine di circoscrivere il campo di indagine delle discipline economiche – il riferimento va *in primis* alla definizione fornita nel 1967 dalla Commissione Franceschini, la quale, includendo nel patrimonio culturale della Nazione «tutti i beni aventi riferimento alla storia della civiltà»⁴⁴, ebbe il pregio di superare la «visione meramente estetizzante ed elitaria delle cose oggetto di tutela»⁴⁵ propria della L. 1089/39. In questa definizione oggi, inoltre, non possiamo non

di servizi pubblici e privati), bensì di ritenere che costituisca bene avente rilevanza economica tutto ciò che è scarso e capace di usi alternativi per il soddisfacimento di determinati bisogni». Si veda anche: Montella 2009.

⁴⁰ Rocchi 2009, pp. 139-140: «non vi è più spazio per la *hybris da incommensurabilità* di esperti/sacerdoti in cose “superiori” al denaro, che rifiutano il vincolo di scarsità e la concorrenza con altre cose pure “superiori”, né per la *hybris da quotazione* degli “economisti/tecnocrati”, convinti di poter misurare e “oggettivare” tutto, riducendo le vite degli uomini a flussi monetari disciplinati da algoritmi».

⁴¹ Cfr. Montella 2009.

⁴² Fiorillo 2003, p. 171.

⁴³ Cecchetti 2006, p. 221.

⁴⁴ Cfr. Commissione Franceschini, *Relazione della Commissione d'indagine*, Parte prima – *Beni culturali*, Titolo I – Dichiarazioni generali, Dichiarazione I – *Patrimonio culturale della Nazione*.

⁴⁵ Aicardi 2002, p. 34.

comprendere i beni culturali immateriali o “volatili”⁴⁶ (*beni culturali-attività*⁴⁷), ovvero le testimonianze di civiltà di tipo intangibile, comprendenti sia beni che sono tali anche in senso giuridico, ancorché immateriali, come le opere dell’ingegno su cui insiste il diritto d’autore, sia beni che non sono tali in senso giuridico, ovvero fenomeni sociali della tradizione popolare o folklorica⁴⁸.

Più precisamente, come giustamente osservato da Giuseppe Galasso nel saggio di apertura del I numero della rivista «Economia della cultura», potremmo dire che «la definizione di “bene culturale” è una definizione sempre storicamente determinata, non omologabile con la tendenziale ben maggiore fissità cui è tenuta una definizione giuridico-amministrativa»⁴⁹.

Di recente molti economisti, avvicinandosi al tema, hanno cercato di far fronte alla ricca complessità del patrimonio culturale, proponendo nuove classificazioni dei prodotti della cultura⁵⁰, sempre diverse a seconda dei criteri di distinzione di volta in volta scelti. In questa sede, per evitare equivoci, vorremmo *in primis* allontanare dalle definizioni il riferimento all’artisticità che connota *visual e performing arts*. Piuttosto, facendo eco al titolo di questa rivista, potremmo parlare di *capitale culturale*, come bene capitale che incorpora, preserva e fornisce valore culturale in aggiunta al valore economico⁵¹, distinguendo tra la molteplicità dei prodotti culturali, quelli storici da quelli contemporanei, i beni dalle attività culturali, i beni tangibili da quelli intangibili, non perché ad essi si applichino diversi metodi di ricerca, ma per riconoscerne la specificità delle esigenze, nonché degli obiettivi delle organizzazioni che su di essi operano.

Se alcune differenze non vanno trascurate, occorrerebbe soprattutto avere cognizione della differente *mission* delle imprese che operano nel settore culturale. Un conto è occuparsi di una scultura del XXI secolo, altro di un dipinto del Trecento: se dell’una occorre garantire la promozione, anche ricorrendo alla vendita, dell’altro occorrerà assicurare la conservazione e la valorizzazione, nel rispetto della disciplina in materia. Diversa d’altra parte è la missione di un atelier artistico o di una galleria d’arte da quella di un museo. Ancora diverso è il caso di altre organizzazioni operanti nel settore culturale, come ad esempio i teatri, impegnati nell’attività di produzione e diffusione culturale, ma non di tutela. Se questo è il nodo della questione, allora, da un punto di vista manageriale, per quanto riguarda la specificità del patrimonio culturale, converrà spostare il focus dai beni alle organizzazioni che, a vario titolo, dei beni stessi sono chiamati ad occuparsi: non solo i musei, le biblioteche e gli archivi precedentemente richiamati, ma tutti gli attori pubblici e privati che hanno interesse alla loro gestione.

⁴⁶ Severini 2000, p. 7.

⁴⁷ Ainis 1991, p. 90.

⁴⁸ Aicardi 2002, p. 53.

⁴⁹ Galasso 1991, p. 8.

⁵⁰ Cfr. McCain 2006; Vecco 2007; Rispoli 2009.

⁵¹ Throsby 2001.

5. *L'economia della cultura: (controverse) questioni di metodo*

Nonostante la molteplicità degli approcci e la varietà dei contributi scientifici, l'apporto che l'economia ha dato alla creazione di valore nei diversi campi dei beni e delle attività culturali nell'arco degli ultimi cinquant'anni⁵² si connota per alcune costanti. Senza voler entrare nel merito dei diversi argomenti oggetto degli studi (analisi del mercato dell'arte, della domanda di cultura, del mercato del lavoro nel settore artistico-culturale, ecc.)⁵³, sembra opportuno almeno soffermarsi su due aspetti di particolare rilievo, l'uno di carattere metodologico e l'altro relativo all'ambito di ricerca.

Per quanto riguarda il primo punto, sarà sufficiente dare uno sguardo sommario all'ampia letteratura sull'argomento per rilevare come l'apporto delle discipline economiche alla cultura abbia riguardato principalmente l'economia politica, piuttosto che le discipline aziendali, se non altro per quanto riguarda l'ampiezza cronologica della trattazione scientifica. Lo testimoniano, oltre che le molte pubblicazioni sul tema, anche le principali riviste su cui si è concentrato il dibattito, tra le quali va ricordato almeno il «*Journal of Cultural Economics*», fondato nel 1977 e pubblicato in collaborazione con l'*Association for Cultural Economics*, proprio con lo scopo di applicare l'analisi economica alle arti creative e performative, al patrimonio culturale e alle industrie culturali⁵⁴. In Italia la discussione scientifica sul tema⁵⁵ prende piede, con circa quindici anni di ritardo rispetto al dibattito internazionale, intorno alla rivista «*Economia della cultura*», periodico trimestrale dell'omonima associazione che dal 1991 «affronta l'intero arco dei problemi legati alla dimensione economica dei beni culturali, dello spettacolo dal vivo e delle industrie della cultura in Italia e a livello internazionale»⁵⁶, aprendosi anche a contributi di provenienza non

⁵² Condividendo la tesi di David Throsby possiamo far risalire la nascita dell'economia della cultura alla metà degli anni '60, quando alcuni studi di carattere economico (tra i quali quelli di Lionel Robbins e Alan Peacock) hanno iniziato ad occuparsi del ruolo economico dello Stato nel finanziamento delle arti (Throsby 1994).

⁵³ Per una più ampia disamina sul tema si vedano: Throsby 1994 e Blaug 2001. Mark Blaug, in particolare, prendendo in esame la letteratura sull'economia della cultura, distingue 9 diversi *topics* che sono stati oggetto degli studi economici: 1) la formazione del gusto; 2) le funzioni della domanda e dell'offerta; 3) le industrie culturali; 4) il mercato dell'arte; 5) la storia economica delle arti; 6) il mercato del lavoro per gli artisti; 7) il morbo di Baumol; 8) le organizzazioni artistiche no profit; 9) i sussidi pubblici alle arti.

⁵⁴ Si veda in proposito la missione della rivista: «[The Journal of Cultural Economics] applies economic analysis to all of the creative and performing arts and the heritage and cultural industries, whether publicly or privately funded. Furthermore, the journal explores the economic organization of the cultural sector and the behavior of producers, consumers, and governments within the cultural sector» (<<http://www.springer.com/economics/microeconomics/journal/10824>>).

⁵⁵ Per la ricostruzione del dibattito in ambito nazionale si veda: Santagata *et al.* 2007.

⁵⁶ <http://www.economiadellacultura.it/index.php?option=com_content&view=article&id=161&Itemid=6>.

economica, nonostante la centralità riservata al rapporto tra domanda e offerta, con particolare attenzione alle politiche di intervento pubblico.

In merito all'ambito di ricerca, invece, la ricognizione dei manuali⁵⁷ pubblicati sul tema, oltre a confermare un approccio prevalentemente macroeconomico, dimostra come la nozione di cultura fatta propria dagli studi economici sia sovrapponibile a quella di arte, dalla quale spesso è sostanzialmente sostituita⁵⁸. A catturare l'interesse degli economisti, soprattutto a livello internazionale, non è stato, infatti, il patrimonio culturale così come inteso in questa sede (§ 4) – se non altro mai esclusivamente o specificamente –, ma piuttosto l'arte⁵⁹, in special modo le *performing arts*, ovvero le arti dello spettacolo dal vivo (teatro, musica e danza, per fermarsi alle attività artistiche tradizionali). Sia sufficiente qui notare che la nascita dell'economia della cultura viene fatta coincidere proprio con la pubblicazione del volume *Performing Arts – The Economic Dilemma* (1966) di William J. Baumol e William Bowen. Lo stesso approccio è confermato dalle riviste di carattere manageriale, tra le quali citiamo l'«International Journal of Arts Management», periodico fondato nel 1998 e pubblicato dalla cattedra di *Arts Management* dell'École des Hautes Études Commerciales (HEC) di Montréal.

Se da un lato, dunque, è opportuno fare il punto sull'apporto delle scienze aziendali alla gestione dei beni e delle attività culturali, dall'altro sarà bene spostare l'attenzione dalle arti al patrimonio culturale, con particolare riguardo alle principali tappe del dibattito nel contesto nazionale, alle potenzialità e ai limiti degli studi, alla reale efficacia dei metodi, alle prospettive di sviluppo e ai campi ancora da esplorare.

Per quanto riguarda il contributo delle scienze aziendali, in Italia i primi risultati scientifici degni di rilevanza si registrano a partire dalla seconda metà degli anni '90, parallelamente all'attenzione che anche all'estero viene riservata ai temi del management e del marketing della cultura e delle arti prima e dei musei poi⁶⁰. Indice di questo nuovo approccio economico alla cultura è la pubblicazione di alcuni volumi che per la prima volta mettono al centro degli studi di management gli istituti culturali. Ricordiamo su tutti i testi di Silvia Bagdadli, Ludovico Solima e Luca Zan sul management dei musei pubblicati

⁵⁷ Si vedano in particolare: Frey, Pommerehne 1989; Trimarchi 1993; Santagata 1998; Di Maio 1999; Heilbrun, Gray 2001; Besana 2002; Benhamou 2004; Candela, Scorcu 2004; Forte, Mantovani 2004; Ginsburgh, Throsby 2006; Hesmondhalgh 2008; Liakopoulou 2009; Turrini 2009; Parmentola 2010; Towse 2010. Per quanto riguarda gli studi di marketing si vedano invece: Mokwa *et al.* 1980; Diggle 1986; Colbert 1994; Kolb 2005.

⁵⁸ Cfr. Si veda in particolare Throsby 2001. Secondo la definizione fornita da Bruno Frey, la nozione di cultura fatta propria dall'Economia dell'Arte coincide con «un'istituzione o un'organizzazione che offre servizi artistici» (Frey 2009, p. 20, *trad. ns.*), mentre «l'economia della cultura applica il pensiero economico alle arti» (Frey, Meier 2006a, p. 398, *trad. ns.*).

⁵⁹ Per l'ambito aziendale si veda in particolare Troilo 2002 e il numero della rivista «Micro & Macro Marketing» dedicato al tema del marketing dell'arte (1, aprile 2002).

⁶⁰ Cfr. Colbert 1994; Kotler 1998; Greffe 1999.

tra il 1997 e il 1999⁶¹. Per l'esplicito taglio manualistico, i volumi citati danno prova di un interesse per la gestione dei beni culturali che coinvolge gli studi accademici non solo sul piano della ricerca, ma anche dei percorsi formativi. Sempre negli stessi anni, inoltre, si colloca il convegno dell'Accademia Italiana di Economia Aziendale interamente dedicato alla gestione e alla valorizzazione dei beni artistici e culturali nella prospettiva aziendale⁶², che costituisce un'importante occasione di incontro e dibattito sul tema in ambito italiano.

Un'ulteriore svolta si avrà dopo il 2000 con la pubblicazione dei volumi di Massimo Montella sulla *governance* del patrimonio culturale e di Luca Zan sull'economia dei musei e sulla retorica del management⁶³, che portano l'attenzione sulla gestione degli istituti museali come organizzazioni pubbliche. È interessante notare come i testi qui citati non costituiscano isolati episodi scientifici, ma siano contestuali all'evoluzione del dibattito giuridico e amministrativo sul tema. Se alla fine degli anni '90 a dare impulso alla gestione manageriale degli istituti museali erano stati, oltre alla progressiva e feroce riduzione della spesa pubblica avviata a partire dalla seconda metà degli anni '80, la crescente cultura della destatalizzazione, il progetto Giacimenti Culturali ad opera dell'allora ministro del Lavoro Gianni De Michelis, gli investimenti FIO in cultura a fini di occupazione e creazione di valore economico e, infine, la legge Ronchey (L. 4/93), ora sono le nozioni di sussidiarietà, introdotte dalle leggi Bassanini (1997-1999) e dai successivi interventi legislativi ad esse collegati (specialmente dal D.Lgs 112/98), a determinare un'ulteriore svolta. Si pensi in particolare al D.M. 10 maggio 2001, contenente l'*Atto di indirizzo sui criteri tecnico-scientifici e sugli standard di funzionamento e sviluppo dei musei*, le cui linee guida, sebbene rimaste disattese, contengono *in nuce* il primo tentativo di avvicinamento della gestione degli istituti culturali ai principi del *new public management* e al tema del controllo di gestione⁶⁴.

A ben vedere, dunque, la cultura non costituisce un tema estraneo alle discipline manageriali. Tuttavia non mancano vuoti che si rende sempre più urgente colmare, soprattutto a fronte della crescente domanda di cultura.

⁶¹ Cfr. Bagdadli 1997; Solima 1998; Zan 1999. Si veda anche la raccolta di contributi in: Roncaccioli 1996. Più ampiamente, per la gestione dei beni artistici e culturali nella prospettiva del mercato, invece: Mattiacci 1998.

⁶² Il convegno si occupò dei diversi aspetti relativi alla gestione e alla valorizzazione dei beni artistici e culturali nella prospettiva aziendale in 6 sessioni distinte: 1) il patrimonio artistico e culturale quale risorsa per il paese; 2) paradigmi di riferimento; 3) assetti istituzionali ed organizzativi; 4) rapporti con i clienti e il mercato; 5) le misurazioni delle performance; 6) creazione e misurazione del valore (La gestione e la valorizzazione dei beni artistici e culturali nella prospettiva aziendale 1998).

⁶³ Montella 2003; Zan 2003. A questi contributi hanno poi fatto seguito: Sibilio Parri 2004; Donato, Badia 2008; Baldassarre 2009; Hinna, Minuti 2009; Rispoli, Brunetti 2009.

⁶⁴ Un ulteriore passo in avanti sarà segnato dai lavori della *Commissione incaricata di elaborare una proposta per la definizione dei livelli minimi uniformi di qualità delle attività di valorizzazione* istituita con D.M. 1 Dicembre 2006 (Montella, Dragoni 2010).

In primo luogo ancora troppo ampio è lo scarto tra la teoria e la prassi, dovuto sia alla non sempre facile applicabilità di paradigmi elaborati in ambito accademico sia alla scarsa attenzione degli addetti ai lavori agli apporti scientifici sul tema. Il contributo delle scienze aziendali al settore è, infatti, ancora troppo limitato, sostituito da un empirismo che, nonostante il successo di alcuni casi isolati, non ha ancora raggiunto modalità operative consolidate applicabili ad una casistica varia oltre che vasta. D'altra parte, soprattutto all'estero, l'approccio aziendale, indipendentemente dagli esiti, sembra essere giunto prima dagli addetti ai lavori e dalla museologia, piuttosto che dall'economia aziendale, come testimonia il dibattito sorto all'interno dell'ICOM per quanto riguarda la gestione dei musei.

In secondo luogo la riflessione delle scienze aziendali sull'argomento, sebbene crescente, non può di certo dirsi esaustiva. Opportuna sarebbe una più attenta riflessione sui metodi e sugli obiettivi delle ricerche, nonché sulle valenze operative, onde evitare di accontentarsi di esercizi di stile scarsamente efficaci sul piano pratico, di cui la letteratura di ambito economico e manageriale non sembra mai sufficientemente provvista. Con ciò non si vuol certo proporre la nascita di una nuova branca di studi; piuttosto sembra opportuno interrogarsi sull'utilità della disciplina come strumento di indagine⁶⁵, individuando all'interno della sua unitarietà scientifica ed epistemologica i metodi più adatti alla specificità dell'oggetto degli studi. Se si vuole evitare il rischio di reificazione, facendo coincidere la disciplina con l'oggetto dei suoi studi, più o meno esteso, occorre inoltre interrogarsi sulla tipologia dei dati da ricercare, analizzare e interpretare, al fine di fornire soluzioni che siano di qualche utilità per la pratica della gestione.

Per raggiungere tali obiettivi è dunque necessario conoscere prima di tutto i problemi reali riscontrati nella gestione, promuovendo un confronto costante sia con gli addetti ai lavori sia con studiosi di altre discipline, prescindendo da quei confini «che la tradizione dottrinale e gli ordinamenti accademici fanno a taluno apparire quasi inviolabili»⁶⁶. Così risuonavano le parole di Gino Zappa in occasione dell'inaugurazione dell'a.a. 1926-1927 nel Regio Istituto Superiore di Scienze economiche e commerciali di Venezia. A distanza di oltre ottant'anni quelle parole continuano ad essere di straordinaria attualità e, purtroppo, l'auspicio in esse contenuto non ancora pienamente realizzato. Una maggiore attenzione a questo approccio sembra venire dall'area anglosassone, dove, per quanto riguarda l'ambito accademico, si stanno affermando spazi di ricerca per gli *Heritage Studies* o i *Museum Studies*, che richiamano studiosi di diverse discipline (architettura, museologia, sociologia, economia, ecc.) intorno allo stesso oggetto di studio. In merito al rapporto con le reali esigenze della gestione, invece, citando ancora una volta l'esempio dei musei, ricordiamo

⁶⁵ Cfr. Costabile *in press*.

⁶⁶ Zappa 1927, p. 9.

l'attività di una rivista come «Museum management and curatorship» che dal 1982 accoglie, come programmaticamente già dichiarato nel titolo, anche interventi di addetti ai lavori, curatori e manager museali.

I segnali positivi, comunque, non mancano neanche in Italia. Sono indice della crescente esigenza di un più serrato confronto sul tema da un lato l'attività del gruppo di studio e attenzione AIDEA istituito nel 2009 sul tema delle politiche e del management del patrimonio culturale nelle diverse prospettive del valore e dall'altro la nascita di percorsi formativi universitari aperti alle esigenze del mondo del lavoro.

La strada da compiere è però ancora molto lunga e non priva di ostacoli, resa ancor più accidentata dal rischio di scontrarsi con i molti equivoci richiamati in queste pagine. L'auspicio oggi è che proprio «Il capitale culturale», il cui spazio di militanza sta nel dibattito tra le discipline, oltre che tra la teoria e la prassi, possa diventare il fertile terreno di incontro e discussione di cui si riscontra la necessità e i cui presupposti sono sempre più ampiamente riconosciuti. È la complessità stessa dei beni culturali – per l'estensione territoriale, a dimensione di paesaggio, del patrimonio culturale, per la molteplicità dei livelli istituzionali chiamati in causa, per l'intrecciarsi tra politiche di tutela e di valorizzazione – ad invocare soluzioni operative interdisciplinarmente condivise. In questo metodo di lavoro a supporto delle politiche *per* i beni culturali si spera si possa trovare il vero terreno di incontro tra economia e cultura.

6. Conclusioni

Lo stato degli studi sembrerebbe suggerire la possibilità di un approfondimento delle ricerche di carattere manageriale e di uno spostamento dell'oggetto di indagine dall'arte al patrimonio culturale. L'obiettivo dovrebbe essere quello di far sì che gli studi accademici siano in grado di rispondere alle sfide (anche, e soprattutto, “di ordine pratico”!) che vengono dalla realtà della gestione. La natura delle discipline economiche, per ricordare le parole di Ricossa citate ad apertura del presente saggio, è di natura sia descrittiva che normativa; dunque, dopo un'attenta analisi del reale, il fine è quello di puntare all'ideale che, per il settore del patrimonio culturale, è la creazione di valore per tutti gli *stakeholder* coinvolti. Questo significa non perdere di vista la *mission* aziendale delle organizzazioni coinvolte, riassumibile nel binomio “tutela e valorizzazione”; significa garantire la sopravvivenza del patrimonio culturale (anche per le future generazioni) e, dunque, delle organizzazioni preposte alla gestione, e proprio per questo assicurare la migliore accessibilità fisica e intellettuale al patrimonio culturale a tutti i distinti pubblici e, non ultimo, aprire nuovi spazi di impresa.

Le soluzioni, come insegnano gli aziendalisti⁶⁷, sono sistemiche e richiedono il confronto con altri ambiti disciplinari, oltre che con gli operatori del settore.

Per le scienze manageriali si aprono nuove frontiere da esplorare. Non è questa la sede per entrare nel merito dei singoli temi da trattare, ma vale la pena almeno fornire qualche spunto alla ricerca. Come ci confermano gli studi sul *new public management* e sulla *public governance*, la *resource-based theory* da un lato e la *stakeholder theory* dall'altro, la sfida oggi si gioca oltre il confine delle singole organizzazioni, fino ad estendersi a dimensione territoriale e su più livelli istituzionali, ben oltre il successo episodico delle grandi mostre-evento su cui ancora oggi spesso si concentra l'interesse manageriale.

Mentre vengono avviati nuovi monumentali progetti museali⁶⁸, basta percorrere il paesaggio italiano per imbattersi in una moltitudine di siti del "museo diffuso" non ancora accessibili al pubblico o in stato di totale abbandono. Oppure basterebbe leggere le statistiche relative agli occupati nel settore per scoprire una folla di laureati appena assunta dal MiBAC come semplici custodi di musei⁶⁹. Stando così le cose difficilmente le politiche di settore possono dirsi perfettamente funzionanti. Il lavoro, dunque, sembrerebbe non mancare. Ed è tempo di mettersi all'opera. Anche per gli aziendalisti.

Riferimenti bibliografici / References

- Aicardi 2002 = Nicola Aicardi. *L'ordinamento amministrativo dei beni culturali. La sussidiarietà nella tutela e nella valorizzazione*. Torino: Giappichelli, 2002.
- Ainis 1991 = Michele Ainis. «Che cosa» promuovere: il concetto di cultura. In: Id. *Cultura e politica. Il modello costituzionale*. Padova: Cedam, 1991, pp. 33-107.
- Bagdadli 1997 = Silvia Bagdadli. *Il museo come azienda. Management e organizzazione al servizio della cultura*. Milano: Etas, 1997.
- Baldassarre 2009 = Fabrizio Baldassarre. *Il museo: organizzazione, gestione, marketing*. Milano: Franco Angeli, 2009.
- Barbati et al. 2003 = Carla Barbati, Marco Cammelli, Girolamo Sciuolo. *Il diritto dei beni culturali*. Bologna: Il Mulino, 2003.
- Benhamou 2004 = Françoise Benhamou. *L'économie de la culture*. Paris: La Découverte, 2004.

⁶⁷ Si pensi in particolare al tema dell'approccio sistemico al governo dell'impresa: Golinelli 2000.

⁶⁸ Cfr. Erbani 2010.

⁶⁹ Cfr. Bucci 2010: è laureato il 90% dei 397 neo assistenti all'accoglienza assunti nel 2010 dal MiBAC.

- Besana 2002 = Angela Besana. *Economia della cultura: degli attori economici sul palcoscenico dell'arte*. Milano: LED, 2002.
- Blaug 2001 = Mark Blaug. *Where are we now on Cultural Economics?*. «Journal of Economic Surveys», 15 (2001), n. 2, pp. 123-143.
- Bobbio, Maggi 1994 = Luigi Bobbio, Maurizio Maggi. *Economia e politica dei beni culturali*. Torino: La Rosa, 1994.
- Bourdieu 1982 = Pierre Bourdieu. *Ce que parler veut dire. L'économie des échanges linguistiques*. Paris: Librairie Arthème Fayard, 1982.
- Bucci 2010 = Carlo Alberto Bucci. *Vigilantes laureati i nuovi custodi dei musei italiani*. «La Repubblica», 21 settembre 2010, p. 23.
- Cammelli 2004 = Marco Cammelli (a cura di). *Il codice dei beni culturali e del paesaggio. Commento al decreto legislativo 22 gennaio 2004, n. 42 e successive modifiche*. Bologna: Il Mulino, 2004.
- Candela, Scorcu 2004 = Guido Candela, Antonello Scorcu. *Economia delle arti*. Bologna: Zanichelli, 2004.
- Cassese 1976 = Sabino Cassese. *I beni culturali da Bottai a Spadolini*. In: Id. *L'amministrazione dello Stato*. Milano: Giuffrè, 1976, pp. 153-183.
- Cassese 1994 = Sabino Cassese. *I beni culturali: sviluppi recenti*. In: *Beni culturali e Comunità Europea*, a cura di Mario P. Chiti. Quaderni della rivista italiana di diritto pubblico comunitario. Milano: Giuffrè, 1994, pp. 341-349.
- Cecchetti 2006 = Marcello Cecchetti. *Art. 9*. In: *Commentario alla Costituzione*. Vol. I: artt. 1-54. Torino: Utet, 2006, pp. 217-241.
- Cecchi 2006 = Roberto Cecchi. *I beni culturali. Testimonianza materiale di civiltà*. Milano: Spirali, 2006.
- Cerquetti 2009a = Mara Cerquetti. *I musei-luoghi della memoria: strategie di comunicazione con il pubblico*. In: *Antigiudaismo, Antisemitismo, Memoria. Un approccio pluridisciplinare*, a cura di Giuseppe Capriotti. Macerata: eum, 2009, pp. 271-310.
- Cerquetti 2009b = Mara Cerquetti. *Il pubblico o dei consumatori del museo. Note a margine del marketing museale*. In: *Percorsi. Studi per Eleonora Bairati*, a cura di Patrizia Dragoni. Macerata: eum, 2009, pp. 95-116.
- Cerquetti *in press a* = Mara Cerquetti. *L'orientamento al marketing nei musei locali: un impegno costituzionale*. In: *Incontri. Storie di spazi, immagini, testi*, a cura di Giuseppe Capriotti e Francesco Pirani. Macerata: eum, in corso di stampa.
- Cerquetti *in press b* = Mara Cerquetti. *L'innovazione del prodotto culturale*. In: *Economia, cultura e territorio*. Atti della giornata di studio, a cura di Mara Cerquetti e Massimo Montella. Fermo: Facoltà di Beni Culturali, 7 dicembre 2009. Macerata: eum, in corso di stampa.
- Cerulli Irelli 1994 = Vincenzo Cerulli Irelli. *I beni culturali nell'ordinamento italiano vigente*. In: *Beni culturali e Comunità Europea*, a cura di Mario P. Chiti. Quaderni della rivista italiana di diritto pubblico comunitario. Milano: Giuffrè, 1994, pp. 1-36.

- Ciappei, Surchi 2010 = Cristiano Ciappei, Micaela Surchi. *Cultura. Economia & Marketing*. Firenze: Firenze University Press, 2010.
- Colbert 1994 = François Colbert. *Marketing Culture and the Arts*. Montréal-Paris-Casablanca: Gaëtan Morin Éditeur ltée, 1994.
- Costabile *in press* = Michele Costabile. *Discussione*. In: *Economia, cultura e territorio*. Atti della giornata di studio, a cura di Mara Cerquetti e Massimo Montella. Fermo: Facoltà di Beni Culturali, 7 dicembre 2009. Macerata: eum, in corso di stampa.
- Cozzi 2009 = Gianni Cozzi. *Note in margine al saggio di Dario Velo sulla continuità e sulla discontinuità negli studi di marketing*. «Impresa Progetto – Rivista on line del DITEA», (2009), n. 1, <<http://www.impresaprogetto.it/servlets/resources?contentId=724437&resourceName=Allegato%20non%20immagine&border=false>>.
- D'Amore 2000 = Mariano D'Amore. *Il concetto di azienda nell'opera di Gino Zappa*. In: *Azienda: contributi per un rinnovato concetto generale*, a cura di Enrico Viganò. Padova: Cedam, 2000, pp. 39-56.
- De Mauro 1978 = Tullio De Mauro. *Qualche premessa teorica alla nozione di cultura e bene culturale*. «Il Comune democratico», XXXIII (1978), n. 10, pp. 15-22.
- Diggle 1986 = Keith Diggle. *Guide to Ars Marketing: The Principles and Practice of Marketing as they Apply to Arts*. London: Rhinegold Publishing Limited, 1986.
- Di Maio 1999 = Amedeo Di Maio. *Economia dei beni e delle attività culturali*. Napoli: Liguori, 1999.
- Donato, Badia 2008 = Fabio Donato, Francesco Badia. *La valorizzazione dei siti culturali e del paesaggio. Una prospettiva economico-aziendale*. Firenze: Olschki, 2008.
- Emiliani 1991 = Andrea Emiliani. *1993: la questione del patrimonio artistico italiano*. «Economia della cultura», I (1991), n. 1, pp. 50-65.
- Erbani 2010 = Francesco Erbani. *Scoprite il profumo del '900*. «La Repubblica», 18 agosto 2010, pp. 40-41.
- Fabietti, Remotti 1997 = Ugo Fabietti, Francesco Remotti (a cura di). *Dizionario di antropologia*. Bologna: Zanichelli, 1997.
- Fiocca *et al.* 2006 = Renato Fiocca, Loretta Battaglia, Maria Rita Santagostino (a cura di). *Il museo fra cultura e management. La gestione del museo nell'ottica dell'utente*. Milano: McGraw-Hill, 2006.
- Fiorillo 2003 = Mario Fiorillo. *Le attività culturali*. In: *L'ordinamento della cultura. Manuale di legislazione dei beni culturali*, a cura di Michele Ainis, Mario Fiorillo. Milano: Giuffrè, 2003, pp. 167-202.
- Forte, Mantovani 2004 = Francesco Forte, Michela Mantovani. *Manuale di economia e politica dei beni culturali*. Soveria Mannelli: Rubbettino, 2004.
- Foucault 1966 = Michel Foucault. *Les mots et les choses*. Paris: Gallimard, 1966.

- Frey 2004 = Bruno S. Frey. *Arts & Economics. Analysis & Cultural Policy*. Berlin-Heidelberg-New York: Springer, 2004.
- Frey 2009 = Bruno S. Frey. *Cultural Economics*. «CESifo DICE Report», 2009, vol. 1, pp. 20-25.
- Frey, Meier 2006a = Bruno Frey, Stephen Meier. *Cultural Economics*. In: *A Companion to Museum Studies*, edited by Sharon Macdonald. Maldon-Oxford-Victoria: Blackwell, 2006, pp. 398-414.
- Frey, Meier 2006b = Bruno Frey, Stephen Meier. *The Economics of Museums*. In: Ginsburgh, Throsby 2006, pp. 1017-1047.
- Frey, Pommerehne 1989 = Bruno S. Frey, Werner W. Pommerehne. *Muses and Markets: Explorations in the Economics of the Arts*. Oxford: Basil Blackwell Ltd, 1989.
- Galasso 1991 = Giuseppe Galasso. *Definire i beni culturali. Spunti e appunti*. «Economia della cultura», I (1991), n. 1, pp. 8-23.
- Giannini 1976 = Massimo Severo Giannini. *I beni culturali*. «Rivista trimestrale di diritto pubblico», XXVI (1976), n. 1, pp. 3-38.
- Ginsburgh, Throsby 2006 = Victor A. Ginsburgh, David Throsby (eds.). *Handbook of the Economics of Art and Culture*. Amsterdam: Elsevier B.V., 2006.
- Golinelli 2000 = Gaetano Golinelli. *L'impresa sistema vitale*. Padova: Cedam, 2000.
- Grande dizionario della lingua italiana 1961- = *Grande dizionario della lingua italiana*. Torino: Utet, vol. 1 (1961) – vol. 21 (2002).
- Grandori 1995 = Anna Grandori. *L'organizzazione delle attività economiche*. Bologna: Il Mulino, 1995.
- Grefe 1999 = Xavier Grefe. *La gestion du patrimoine culturel*. Paris: Economica, 1999.
- Heilbrun, Gray 2001 = James Heilbrun, Charles M. Gray. *The Economics of Art and Culture*. Cambridge: Cambridge University Press, 2001.
- Hesmondhalgh 2008 = David Hesmondhalgh. *Le industrie culturali*. Milano: Egea, 2008.
- Hinna, Minuti 2009 = Alessandro Hinna, Marcello Minuti. *Progettazione e sviluppo di aziende e reti culturali. Principi, strumenti, esperienze*. Milano: Hoepli, 2009.
- Hoelscher 2006 = Stephen Hoelscher. *Heritage*. In: *A Companion to Museum Studies*, edited by Sharon Macdonald. Maldon-Oxford-Victoria: Blackwell, 2006, pp. 398-414.
- Klamer 2004 = Arjo Klamer. *Cultural Goods Are Good for More than Their Economic Value*. In: *Culture and Public Action*, edited by Vijayendra Rao, Michael Walton. Stanford: Stanford University Press, 2004, pp. 138-162.
- Kolb 2005 = Bonita Kolb. *Marketing for Cultural Organisations: new strategies for attracting audiences to Classical Music, Dance, Museums, Theatre & Opera*. Rock Hill (SC): Thomson, 2005.

- Kotler & Kotler 1998 = Neil Kotler, Philip Kotler. *Museum Strategy and Marketing. Designing Missions Buildings Audiences Generating Revenue and Resources*. San Francisco: Jossey-Bass Inc., 1998.
- Kroeber, Kuckhon 1952 = Alfred L. Kroeber, Clyde Kuckhon. *Culture. A Critical Review of Concepts and Definitions*. New York: Vintage Books, 1963.
- I beni culturali: istituzioni ed economia 1998 = *I beni culturali: istituzioni ed economia. Atti del Convegno*. Roma: 20 maggio 1998. Roma: Accademia nazionale dei Lincei, 1999.
- La gestione e la valorizzazione dei beni artistici e culturali nella prospettiva aziendale 1998 = *La gestione e la valorizzazione dei beni artistici e culturali nella prospettiva aziendale*. Atti del Convegno AIDEA. Siena, ottobre 1998. Bologna: Clueb, 1998.
- Latouche 2005 = Serge Latouche. *L'invention de l'économie*. Paris: Albin Michel, 2005.
- Lazarotto 1978 = Ettore Lazarotto. *Cultura/culture*. In: *Enciclopedia*. Vol. IV. Torino: Einaudi, 1978, pp. 238-269.
- Leon 1991 = Paolo Leon. *Beni culturali: il dilemma tra Stato e mercato*. «Economia della cultura», I (1991), n. 1, pp. 24-31.
- Liakopoulou 2009 = Irini Liakopoulou. *Esternalità e beni meritori. Lezioni del corso di Economia, gestione e comunicazione dei beni culturali*. Napoli: ScriptaWeb, 2009.
- Matera 2008 = Vincenzo Matera (a cura di). *Il concetto di cultura nelle scienze sociali contemporanee*. Torino: Utet Università, 2008.
- Mattiacci 1998 = Alberto Mattiacci. *La gestione dei beni artistici e culturali nell'ottica del mercato*. Milano: Guerini e Associati, 1998.
- McCain 2006 = Roger McCain. *Defining Cultural and Artistic Goods*. In: *Handbook of the Economics of Art and Culture*, edited by Victor A. Ginsburgh, David Throsby. Amsterdam: Elsevier B.V., 2006, pp. 149-167.
- Misiura 2006 = Shashi Misiura. *Heritage marketing*. Oxford: Butterworth-Heinemann, 2006.
- Mokwa *et al.* 1980 = Michael P. Mokwa, William M. Dawson, Steven E. Permut. *Marketing in the Arts*. New York: Praeger Publishers, 1980.
- Montella 2003 = Massimo Montella. *Musei e beni culturali. Verso un modello di governance*. Milano: Mondadori Electa, 2003.
- Montella 2009 = Massimo Montella. *Valore e valorizzazione del patrimonio culturale storico*. Milano: Mondadori Electa, 2009.
- Montella *in press* = *Cultural Heritage Economics?* In: *Economia, cultura e territorio*. Atti della giornata di studio a cura di Mara Cerquetti e Massimo Montella. Fermo: Facoltà di Beni Culturali, 7 dicembre 2009. Macerata: eum, in corso di stampa.
- Montella, Dragoni 2010 = Massimo Montella, Patrizia Dragoni. *Musei e valorizzazione dei Beni culturali. Atti della Commissione per la definizione*

- dei livelli minimi di qualità delle attività di valorizzazione*. Bologna/Macerata: Clueb/eum, 2010.
- Parmentola 2010 = Nicola Parmentola. *Lezioni di economia dei beni culturali*. Roma: Texmat, 2010.
- Peacock 1998 = Alan Peacock. *The Economist and Heritage Policy: A review of the Issues*. In: *Does the Past Have a Future?: The Political Economy of Heritage*, edited by Alana Peacock. London: Institute of Economic Affairs, 1998.
- Peacock, Rizzo 2008 = Alan T. Peacock, Ilde Rizzo. *The heritage game: economics, policy, and practice*. Oxford: Oxford University Press, 2008.
- Pilotti 2003 = Luciano Pilotti (a cura di). *Conoscere l'arte per conoscere. Marketing, identità e creatività delle risorse culturali verso ecologie del valore per la sostenibilità*. Padova: Cedam, 2003.
- Polany 1977 = Karl Polany. *The Livelihood of Man*. New York: Academic Press Inc., 1977.
- Ricossa 1977 = Sergio Ricossa. *Economia*. In: *Enciclopedia del Novecento*. Vol. II. Roma: Istituto della Enciclopedia italiana, 1977, pp. 269-294.
- Rifkin 2000 = Jeremy Rifkin. *The Age of Access*. New York: Tarcher/Putnam, 2000.
- Rispoli, Brunetti 2009 = Maurizio Rispoli, Giorgio Brunetti (a cura di). *Economia e management delle aziende di produzione culturale*. Bologna: Il Mulino, 2009.
- Rispoli 2009 = Maurizio Rispoli. *Strumenti e concetti per l'analisi economico-gestionale dell'industria culturale: un'introduzione*. In: *Economia e management delle aziende di produzione culturale*, a cura di Maurizio Rispoli, Giorgio Brunetti. Bologna: Il Mulino, 2009, pp. 17-55.
- Rocchi 2009 = Fulvia Rocchi. *Cultura e azienda*. In: *Economia e management delle aziende di produzione culturale*, a cura di Maurizio Rispoli, Giorgio Brunetti. Bologna: Il Mulino, 2009, pp. 127-143.
- Roncaccioli 1996 = Angela Roncaccioli (a cura di). *L'azienda museo. Problemi economici, gestionali e organizzativi*. Padova: Cedam, 1996.
- Rossi 1970 = Pietro Rossi (a cura di). *Il concetto di cultura. I fondamenti teorici della scienza antropologica*. Torino: Einaudi, 1970.
- Rossi 1975 = Pietro Rossi. *Cultura*. In: *Enciclopedia del Novecento*. Vol. I. Roma: Istituto della Enciclopedia italiana, 1975, pp. 1143-1157.
- Santagata 1998 = Walter Santagata. *Economia dell'arte. Istituzioni e mercati dell'arte e della cultura*. Torino: Utet, 1998.
- Santagata et al. 2007 = Walter Santagata, Giovanna Segre, Michele Trimarchi. *Economia della cultura: la prospettiva italiana*. «Economia della cultura», XVII (2007), n. 4, pp. 409-419.
- Settis 2005 = Salvatore Settis. *Può il Museo diventare un'impresa?*. In: Id. *Battaglie senza eroi. I beni culturali tra istituzioni e profitto*. Milano: Mondadori Electa, 2005, pp. 70-78.

- Settis 2006 = Salvatore Settis. *Il museo non è un'azienda*. «La Repubblica», 11 ottobre 2006, p. 55.
- Severini 2000 = Giuseppe Severini. *La nozione di bene culturale e le tipologie di beni culturali*. In: *Il testo unico sui beni culturali e ambientali (D.Lgs. 29 ottobre 1999 n. 490). Analisi sistematica e lezioni*, a cura di Giuseppe Caia. Milano: Giuffrè, 2000, pp. 1-19.
- Sibilio Parri 2004 = Barbara Sibilio Parri (a cura di). *Governare il museo. Differenti soluzioni istituzionali e gestionali*. Milano: Franco Angeli, 2004.
- Smith 2006 = Laurajane Smith. *Uses of Heritage*. London-New York: Routledge, 2006.
- Solima 1998 = Ludovico Solima. *La gestione imprenditoriale dei musei: percorsi strategici e competitivi nel settore dei beni culturali*. Padova: Cedam 1998.
- Throsby 1992 = David Throsby. *The Economics of the Visual Arts*. «Ricerche economiche», XLVI (1992), n. 1-2, pp. 11-120.
- Throsby 1994 = David Throsby. *The Production and Consumption of the Arts: A View of Cultural Economics*. «Journal of Economic Literature», 32 (1994), n. 1, pp. 1-29.
- Throsby 2001 = *Economics and Culture*. Cambridge: Cambridge University Press, 2001.
- Towse 2010 = Ruth Towse. *A Textbook of Cultural Economics*. Cambridge: Cambridge University Press, 2010.
- Trimarchi 1993 = Michele Trimarchi. *Economia e cultura. Organizzazione e finanziamento delle istituzioni culturali*. Milano: Franco Angeli, 1993.
- Troilo 2002 = Gabriele Troilo. *Postmodernità, consumo e marketing dei beni artistici e culturali*. «Micro e Macro Marketing», (2002), n. 1, pp. 9-31.
- Turrini 2009 = Alex Turrini. *Politiche e management pubblico per l'arte e la cultura*. Milano: Egea, 2009.
- Tylor 1871 = Edward Burnett Tylor. *Primitive Culture*. London: Murray, 1871.
- Van Binsbergen 2002 = Wim van Binsbergen. *Le culture non esistono: Critica dell'autoevidenza negli studi interculturali*. In: *Incontri di sguardi: Saperi e pratiche dell'intercultura*, a cura di Anke F.M. Miltenburg. Padova: Unipress, 2002, pp. 5-51.
- Varni 2005 = Angelo Varni. *Il museo tra fruizione culturale ed economia della gestione*. Bologna: Bononia University Press, 2005.
- Vecco 2007 = Marilena Vecco. *L'evoluzione del concetto di patrimonio culturale*. Milano: Franco Angeli, 2007.
- Villani 1978 = Andrea Villani. *Per una politica dei beni culturali*. «Aggiornamenti sociali», XXIX (1978), n. 5, pp. 327-376.
- Zan 1999 = Luca Zan (a cura di). *Conservazione e innovazione nei musei italiani: management e processi di cambiamento*. Milano: Etas, 1999.
- Zan 2003 = Luca Zan. *Economia dei musei e retorica del management*. Milano: Mondadori Electa, 2003.

Zappa 1927 = Gino Zappa. *Tendenze nuove negli studi di ragioneria*. Discorso inaugurale dell'anno accademico 1926-1927 nel R. Istituto Superiore di Scienze economiche e commerciali di Venezia. Milano: S.A. Istituto Editoriale Scientifico, 1927.

Zappa 1956 = Gino Zappa. *Le produzioni nell'economia delle imprese*. Tomo I (§§ 1-78). Milano: Giuffrè, 1956.

Zingarelli 2011 = Nicola Zingarelli. *Lo Zingarelli 2011. Vocabolario della lingua italiana*. Bologna: Zanichelli, 2010.

JOURNAL OF THE DEPARTMENT OF CULTURAL HERITAGE

University of Macerata

Direttore / Editor

Massimo Montella

Texts by

Carla Barbati, Mara Cerquetti, Francesca Coltrinari,
Stefano Della Torre, Pierluigi Feliciati, Roberto Grassi,
Daniele Manacorda, Massimo Montella, Pietro Petrarola,
Girolamo Scullo, Bruno Toscano, Federico Valacchi

www.unimc.it/riviste/index.php/cap-cult

eum edizioni università di macerata



ISSN 2039-2362

ISBN 978 886056-261-6



9 788860 562616