



BOCCI AND PARTNERS SRL

SERVIZI INTEGRATI DI INGEGNERIA E ARCHITETTURA

UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI MACERATA

DIPARTIMENTO Giurisprudenza

CORSO DI DOTTORATO DI RICERCA IN
Scienze Giuridiche

CICLO XXX

TITOLO DELLA TESI

**Beni culturali e valore d'uso:
conoscenza tacita, creatività e innovazione**

RELATORE

Chiar.mo Prof. Francesca Spigarelli

DOTTORANDO

Dott. Nabil Boussous

COORDINATORE

Chiar.mo Prof. Paolo Palchetti

A.A 2016/2017

**Beni Culturali e valore d'uso:
conoscenza tacita, creatività e innovazione**

Nabil Boussous

Università degli studi di Macerata

Capitolo I – La nozione di <i>beni culturali</i>.....	1
1.1 Introduzione.....	1
1.2 Beni culturali come « <i>testimonianze aventi valore di civiltà</i> ».....	3
1.2.1 Beni culturali di appartenenza pubblica.....	5
1.2.2 Persone fisiche e persone giuridiche private con fine dilucro.....	6
1.3 Beni culturali immateriali come testimonianze aventi valore di civiltà: il concetto di "cultura" in chiave di lettura antropologica.....	8
1.3.1 La nozione giuridica dei beni culturali immateriali: il nuovo art. 7-bis.....	9
1.4 Il patrimonio culturale nelle convenzioni UNESCO.....	12
1.4.1 La Convenzione riguardante la protezione sul piano mondiale del patrimonio culturale e naturale.....	13
1.4.2 La Convenzione per la salvaguardia del patrimonio culturale immateriale: da una concezione materialistica monumentale ad un approccio olistico.....	16
1.4.3 La definizione del patrimonio culturale immateriale.....	18
1.4.4 Il ruolo di attiva partecipazione delle «comunità patrimoniali».....	19
1.5 Conclusioni.....	20
Capitolo II - Tacit Knowledge: "<i>il dilemma dei due paradossi</i>".....	22
2.1 Introduzione.....	23
2.2 Quadro teorico di riferimento.....	23

2.2.1 La conoscenza tacita.....	24
2.2.2 Economia della conoscenza.....	25
2.3 Metodologia di ricerca adottata.....	26
2.4 Analisi della letteratura.....	27
2.5 Discussione dei risultati ottenuti: "Il dilemma dei 2 paradossi".....	30
2.6 Considerazioni conclusive.....	37

Capitolo III - *Economia della Cultura: patrimonio culturale, creatività e innovazione*.....39

3.1 Introduzione.....	39
3.2 Il patrimonio culturale in rapporto di strumentalità alla formazione di cultura.....	42
3.3 Cultura o conoscenza?.....	46
3.3.1 Nozione di conoscenza: la <i>conoscenza tacita</i>	47
3.4 La diffusione della cultura mediante un'efficace attività di valorizzazione: la <i>fruizione collettiva</i>	49
3.4.1 Una concezione utilitaristica del valore d'uso.....	52
3.4.2 Valore d'uso: punto d'intersezione.....	52
3.4.3 La fruizione museale.....	54
3.5 Beni culturali e creatività.....	56
3.5.1 Esclusione o coesione sociale?.....	58
3.5.2 Perché la fruizione dei beni culturali è un atto creativo.....	60
3.6 Beni culturali e innovazione.....	63
3.7 La rilevanza economica della cultura in Italia.....	64

3.8 Conclusioni.....	66
Capitolo IV - Le Industrie Culturali e Creative in Europa.....	68
4.1 Introduzione.....	68
4.2 L'importanza delle ICC in Europa.....	68
4.2.1 Il peso delle ICC nell'economia europea: alcuni numeri sulle ICC.....	73
4.2.2 Effetto moltiplicatore o di spillover.....	75
4.3 Le politiche dell'Unione in materia di cultura.....	75
4.3.1 Europa Creativa.....	76
a) Il sottoprogramma Cultura.....	78
b) Il sottoprogramma MEDIA.....	79
4.4 Conclusioni.....	79
Riferimenti bibliografici.....	81
Riferimenti sitografici.....	101

Capitolo I - La nozione di *beni culturali*

1.1 Introduzione

Questo capitolo verte sul concetto di beni culturali a livello giuridico intesi quali «*testimonianze aventi valore di civiltà*»¹. Un concetto dapprima coniato dalla Dichiarazione I degli Atti della Commissione di indagine Franceschini² e, da ultimo, ripreso dall'art. 2, comma 2, del Codice Urbani che costituisce l'attuale normativa legislativa vigente in materia di beni culturali e del paesaggio³. Il concetto di civiltà si configura come sinonimo di *cultura* acclamato dall'art. 9 Cost., sicché rende la categoria dei beni culturali atta a perseguire la promozione e lo sviluppo della cultura di difficile definizione e perimetrazione normativa, tanto che lo stesso legislatore costituzionale ha preferito configurarla, tacitamente, come categoria aperta, anche in quelle che ne sono le possibili espressioni⁴. Il riferimento ad altre discipline di là di quelle prettamente giuridiche, si deve in conseguenza del fatto che la nozione stessa di bene culturale «*come testimonianza avente valore di civiltà*» è una nozione *liminale* avverso cui la normativa giuridica opera un rinvio a discipline non giuridiche⁵.

¹ Anche se tuttavia sarebbe molto interessante condurre uno studio di correlazione tra fruizione dei beni culturali e sviluppo di un determinato territorio, ovvero l'analisi mediante regressione delle esternalità prodotte dalle attività culturali come variabile indipendente e lo sviluppo socio-economico di un dato territorio come variabile dipendente. La determinazione del coefficiente angolare di questa relazione (diretta o indiretta) positiva, denota il grado di incidenza/dipendenza (o parimenti il grado di efficacia) delle attività di valorizzazione che secondo molti grava inutilmente sui bilanci dello Stato. La nostra variabile dipendente x potrebbe essere, a titolo esemplificativo, il quantitativo dei prodotti *place-specific* realizzati *ex-novo* a seguito di una campagna di sensibilizzazione culturale che di per sé si presenta come variabile qualitativa e di non di immediata quantificazione, giacché sconta la stessa difficoltà di codifica e misurazione proprie della conoscenza tacita... (considerazioni personali).

² La Commissione di indagine per la tutela e la valorizzazione del patrimonio storico, archeologico, artistico e del paesaggio (Commissione Franceschini) è stata istituita con la Legge 26 aprile 1964 n. 310. Gli Atti, i documenti e gli altri materiali prodotti dalla Commissione sono stati raccolti in tre volumi e pubblicati nel 1967 con il titolo Per la salvezza dei beni culturali in Italia. Fonte: <http://www.beap.beniculturali.it/opencms/export/BASAE/index.html>.

³ Il Codice dei beni culturali e del paesaggio (D. Lgs. 42/2004) di cui si parlerà ampiamente nel successivo paragrafo (a cui si tra l'altro si rimanda).

⁴ Barbati C., il diritto e le necessità dei beni culturali, in «Il capitale culturale», Vol. 1, Eum, Macerata 2010, p. 126.

⁵ Marzocca R., La nozione di bene culturale dalla commissione Franceschini al nuovo Codice, in «Altalex. Quotidiano di informazione giuridica», articolo pubblicato il 04/01/2007.

Nel corso di questo lavoro avanza l'idea, largamente diffusa ed accettata dalla dottrina in materia, che l'immateriale sia inseparabile dal materiale: il *corpus mechanicum* include necessariamente il *corpus mysticum* in un rapporto di simbiosi o di compenetrazione⁶. L'immateriale si identifica nel valore culturale custodito dal supporto materiale, e funge da denominatore comune a tutta la categoria dei beni culturali⁷. Ne è prova la privazione del sostantivo "*testimonianza*" dell'aggettivo "*materiale*"⁸ che ha provocato un mutamento di paradigma dapprima incentrato sulla concezione fondata sul pregio estetico ed artistico delle cose d'arte e dei beni storici⁹.

Tuttavia, nella nostra trattazione del patrimonio culturale immateriale¹⁰, terremo distinte le due categorie accettando la tesi che i beni culturali immateriali esistono nella realtà, (e) non sono la proiezione immateriale di un bene culturale materiale¹¹. Si tratta, invero, delle cosiddette espressioni di identità culturale collettiva il cui valore culturale trascende l'elemento materiale dovendo configurare una categoria a sé priva di un substrato materiale¹². I beni culturali immateriali, parimenti alla categoria dei beni culturali materiali, sono considerati dei fattori produttivi inimitabili, soprattutto per le imprese del *Made In*¹³.

Il presente capitolo si occupa, dunque, di definire cosa debba intendersi per patrimonio culturale nella sua componente materiale e immateriale sia a livello nazionale che quello internazionale. A livello nazionale tratteremo della definizione data dal Codice dei beni culturali e del paesaggio (D.Lgs. 22 gennaio 2004, n. 42), mentre in prospettiva internazionale opereremo una introduzione alle due Convenzioni stipulate sotto l'egida dell'UNESCO, vale a dire la Convenzione riguardante la protezione sul piano mondiale del patrimonio culturale e naturale (Parigi, 1972) e la Convenzione per la salvaguardia del patrimonio culturale immateriale (2003).

⁶ Morbidelli G., Il valore immateriale dei beni culturali, in «Aedon. Rivista di arti e diritto *on line*», 01/2014.

⁷ Cfr. Severini G., L'immateriale economico nei beni culturali, in (a cura di) Morbidelli G., Bartolini A., L'immateriale economico nei beni culturali, Giappichelli, Torino 2016, per cui "*L'identità del bene culturale [...] è connessa ad un valore ideale che risulta profondamente compenetrato nell'elemento materiale, ma non è la cosa nella sua meccanicità*", pp. 9-10.

⁸ Fantini S., Beni culturali e valorizzazione della componente immateriale, in «Aedon. Rivista di arti e diritto *on line*», 01/2014.

⁹ Bartolini A., L'immaterialità dei beni culturali, in «Aedon. Rivista di arti e diritto *on line*», 01/2014.

¹⁰ Par. 4.2 del presente capitolo (al quale si rimanda).

¹¹ Dugato M., Strumenti giuridici per la valorizzazione dei beni culturali immateriali, in «Aedon. Rivista di arti e diritto *on line*», 01/2014.

¹² Fantini S., *cit.*.

¹³ Cerquetti M., Dal materiale all'immateriale. Verso un approccio sostenibile alla gestione nel contesto locale, in (a cura di) Cerquetti M., *et al.*, Patrimonio culturale e cittadinanza. *Patrimonio cultural y ciudadanía*. Italia/Argentina, in «Il capitale culturale», Eum, Macerata 02/2015.

1.2 Beni culturali come «testimonianze aventi valore di civiltà»

L'insieme composto dai «beni culturali» è per definizione un insieme aperto e suscettibile di continuo ampliamento¹⁴. Fautore, in prima istanza, è il concetto tendenzialmente aperto di «testimonianze aventi valore di civiltà» che funge da *quid proprium* posto a denominatore comune delle cose ascrivibili alla categoria dei beni culturali¹⁵.

In chiave di lettura antropologica¹⁶, civiltà e cultura si presentano come sinonimi¹⁷, sicché, in mancanza del principio della *tipicità e della tassatività*¹⁸, il concetto di «testimonianze aventi valore di civiltà» sfocerebbe in *interpretazioni eccessivamente estensive* con attribuzioni di ampi margini di *discrezionalità amministrativa* in sede di *verifica e accertamento* della sussistenza dell'interesse culturale¹⁹. Ciò premesso, l'art. 2, comma 2 del D.Lgs. 22 gennaio 2004, n. 42, a scanso di equivoci, dispone che per *beni culturali* ci si debba riferire con riguardo alle «cose immobili e mobili che, *ai sensi degli articoli 10 e 11*, presentano interesse artistico, storico, archeologico, etnoantropologico, archivistico e bibliografico e le altre cose individuate dalla legge o in base alla legge quali *testimonianze aventi*

¹⁴ Coppola A., Spina M. C., *La Legislazione sui beni culturali e del paesaggio*, Eddelibri, Napoli 2004, p. 61.

¹⁵ Crosetti A., Vaiano D., *Beni culturali e paesaggistici*, Giappichelli, Torino 2011, p. 27.

¹⁶ Tylor E. B., *Primitive Culture: Researches Into the Development of Mythology, Philosophy, Religion, Art, and Custom*, Volume 1, J. Murray, London 1871, con riferimento alla sovrapposizione dei due concetti di cultura e civiltà data dall'allargamento del primo a dimensioni che non sono propriamente intellettuali, in pagina 1 del Volume in commento, fornisce la seguente definizione cultura o civiltà: "*Culture or Civilization, taken in its wide ethnographic sense, is that complex whole which includes knowledge, belief, art, morals, law custom, and any other capabilities and habits acquired by man as a member of society.*" Cfr. anche Crespi I., *Cultura/e nella società multiculturale: riflessioni Sociologiche*, EUM, Macerata 2015, pp. 31-35.

¹⁷ Cerquetti M., *Dall'economia della cultura al management per il patrimonio culturale: presupposti di lavoro e ricerca*, in «Il capitale culturale», eum, Macerata 2010, p. 28.

¹⁸ Barbati C., Cammelli M., Sciulli G., *Diritto e gestione dei beni culturali*, il Mulino, Bologna 2011, p. 23. Si Cfr. sul punto Crosetti A., Vaiano D., *op. cit.*, p. 28: "*il principio della tipicità e tassatività (omissis)*" è "*(omissis) un principio, come ben si comprende, di rilevanza fondamentale in ragione del carattere altrimenti aperto della nozione di bene culturale, la quale per sua natura rinvia ad un concetto, quello di cultura, che potrebbe essere suscettibile di essere inteso nel modo più vario dagli organi dell'amministrazione pubblica.*"

¹⁹ Crosetti A., Vaiano D., *op. cit.*, l'intensa graduazione dell'interesse culturale ha l'effetto di limitare la *discrezionalità amministrativa* che l'ordinamento attribuisce alle autorità amministrative competenti nel procedere alla dichiarazione dell'interesse culturale [...] e si sostanzia in breve nel *margine di scelta e di valutazione* che l'ordinamento rimette alla competenza degli organi pubblici [...] sicché ben si comprende come quanto maggiore sia il livello dell'interesse che l'ordinamento ha richiesto [...] tanto maggiori saranno i limiti alla *discrezionalità a disposizione dell'amministrazione nell'adottare un legale provvedimento di dichiarazione* [...], pp. 31-32. Cfr. sul punto Sandulli M.A., *Codice dei beni culturali e del paesaggio*, Giuffrè, Milano 2012, p. 27: "*[...] la nozione aperta, portata alle sue estreme conseguenze, «renderebbe della amministrazione arbitra assoluta dell'applicabilità del regime conformativo di tutela nei confronti, in astratto, di qualsiasi specie di cosa».*"

valore di civiltà»²⁰. Con la locuzione «testimonianze aventi valore di civiltà» l'enfasi si sposta sul concetto storicistico del bene culturale²¹, ragion per cui deve ritenersi *abbandonata* una concezione estetizzante (o estetico idealistica) che era alla base della legge fondamentale del 1939²², in favore dell'evoluzione della nozione che ne valorizza il significato di documento del tempo e dell'ambiente in cui è sorta²³. Non si tratta, invero, di un abbandono totale della concezione estetizzante di bene culturale²⁴, bensì di un mutamento di prospettiva, allorché il giudizio di valore - attribuito in sede di accertamento amministrativo - riconosce maggior peso ad una concezione basata sulla funzione storico sociale della cosa²⁵. Conseguentemente, il bene culturale, in quanto tale, e per caratteristiche intrinseche, si appresta a dar luogo ad un *genus* in grado di sottolineare piuttosto la rilevanza che il bene abbia avuto per la storia dell'evoluzione della civiltà - al quale - compete una funzione prioritaria: quella di contribuire ad accrescere le conoscenze della storia dell'uomo²⁶. Ciò nondimeno, non può dirsi contrariamente per quelle *cose* che, pur in mancanza di meri valori intrinseci²⁷, «rivestono un interesse particolarmente importante a causa del loro riferimento con la storia politica, militare, della letteratura, dell'arte e della cultura in generale»²⁸.

²⁰ Decreto legislativo 22 gennaio 2004, n. 42 - Codice dei beni culturali e del paesaggio, art. 2, comma 2.

²¹ Cfr. De Santis V., L'evoluzione del concetto di bene culturale, in «Aedon. Rivista di arti e diritto online», 1/1998.

²² Giuffrida A., Contributo allo studio della circolazione dei beni culturali in ambito nazionale, Giuffrè, Milano 2008, onde in effetti tale concezione si ispirava *«all'idea che si potesse riconoscere il carattere di bene culturale unicamente ai beni di pregio o di rarità eminenti [...] pertanto, questa nuova nozione di bene culturale segna il passaggio, come metro di riconoscimento della categoria, da un criterio estetico ad uno storico»*, p. 55.

²³ Dec. Cons. Stato, sez VI, 6 settembre 2002, n. 4566. Concezione confermata dalla XXII Dichiarazione della Commissione Franceschini allorché i beni archeologici venivano individuati nelle *"cose mobili o immobili costituenti testimonianza storica di epoche, di civiltà indipendentemente dal loro pregio artistico"*, De Santis V., L'evoluzione del concetto di bene culturale, in «Aedon. Rivista di arti e diritto online».

²⁴ Cfr. Cerquetti M., *op. cit.*, p. 29: *"E' così che il giudizio estetico, nonostante la sua soggettività, dopo aver decretato cosa potesse ritenersi opera d'arte (omissis), anche dopo il superamento delle prime leggi di tutela delle «cose rare e di pregio», ha in qualche modo continuato a stabilire anche cosa fosse bene culturale, nonostante la categoria avesse dato spazio ad altro"*.

²⁵ Coppola A., Spina M. C., *op. cit.*, p. 61.

²⁶ Tamiozzo R., La legislazione dei beni culturali e paesaggistici: guida ragionata, Giuffrè, Milano 2009, p. 30.

²⁷ Fantin A., I beni immobili culturali di proprietà pubblica: aspetti pubblicistici, Kluwer, 2008, pp. 11-12: *"(omissis) l'interesse culturale risulta - rispetto a quello richiesto per i beni individuati dal comma 1, dell'art. 10 (omissis) - esterno rispetto al bene tutelato, o più correttamente ancora per utilizzare le parole dei giudici «di carattere estrinseco ed indiretto»"*

²⁸ D. Lgs. 2004, n. 42, *cit.*, art. 10, comma 3, lett. d). Si Cfr. sul punto Sandulli M. A., *op. cit.*, p. 24: *"(omissis) sul vincolo del giardino Moreno, di Bordighera (omissis), nell'ipotesi del vincolo storico, oggetto della tutela non è un valore intrinseco della cosa, ma il valore storico costituito dal collegamento con determinati fatti e vicende della storia o dell'arte."* Lo stesso dicasi per le *«logore vesti del francese San Giuseppe Labre, il Santo Mendicante (omissis) si tratta di povere e sdrucite vesti, che non posseggono alcun interesse artistico, ma che hanno una chiara e profonda valenza storica, perché rappresentano un preciso riferimento sociale e rivestono un profondo significato, spirituale e religioso:*

Gli articoli 10 e 11 operano una classificazione per *categorie generali e speciali*, rispettivamente: tracciando - il primo - tali categorie di *cose* secondo il criterio dell' *appartenenza soggettiva* , pubblica o privata²⁹; il secondo - art. 11 - opera una mera classificazione per *tipologie di cose oggetto di specifiche disposizioni di tutela* ivi espressamente richiamate. A titolo di esempio, la lett. a), comma 1, dell'articolo in commento, previa elencazione in guisa tipologica, a mo' di cose «gli affreschi, gli stemmi, i graffiti, le lapidi, le iscrizioni, i tabernacoli ed altri elementi decorativi di edifici, (esposti o non alla pubblica vista)», opera un espresso richiamo all'art. 50, comma 1, che ne vieta il distacco sprovvisto della preventiva autorizzazione del soprintendente³⁰.

1.2.1 Beni culturali di appartenenza pubblica

Le cose immobili e mobili appartenenti alle persone giuridiche private senza fine di lucro, ivi compresi gli *enti ecclesiastici civilmente riconosciuti* , sono assoggettate allo stesso regime giuridico dei beni di appartenenza pubblica: per esse, fatto salvo un (*seppur*) minimo *fumus* - o parvenza - di culturalità, opera una *presunzione generale di culturalità* ³¹ con *interesse culturale* di grado *semplice* ³², allorché si tratti di «cose immobili e mobili che siano opera di autore non più vivente e la cui esecuzione risalga ad oltre cinquanta anni, se mobili, o ad oltre settanta anni, se immobili»³³. L'art. 2, comma 4, del Codice ne dispone una specifica

le indossava, infatti, il beato Labre, un frate romano, che nel '700 ha dedicato il suo impegno e la sua breve vita interamente alla predicazione della religione e della morale cristiana (omissis) », Tamiozzo R., op. cit., p. 19.

²⁹ Ferretti A., La riforma dei beni culturali. Le nuove forme di tutela ai sensi del D.Lgs. 22 gennaio 2004, n. 42 (Decreto Urbani), Esselibri-Simone, Napoli 2004, p. 61.

³⁰ Lettura incrociata artt. 11, comma 1, lett. a) e 50, comma 1, D. Lgs. 42/2004, cit.

³¹ Barbati C., Cammelli M., Sciulli G., *op. cit.* , p. 33. Si tratta pur tuttavia di una " *presunzione* " non di rado carente sotto l'aspetto della veridicità, talché « *può essere superata solo all'esito negativo dell'apposito procedimento di verifica (omissis) », Aicardi N., L'individuazione dei beni culturali di appartenenza pubblica e di enti privati non lucrativi, in Police A. (a cura di), I beni pubblici: tutela, valorizzazione e gestione atti del convegno di studi, Ville Tuscolane, 16-18 novembre 2006, Giuffrè, Milano 2008, p. 326.*

³² Rende A., Gli edifici privati di interesse culturale: la normativa di tutela, Rubbettino, 2002, p. 46. È tuttavia doveroso precisare che non tutti i beni di appartenenza pubblica scontano la semplice graduazione dell'interesse culturale; invero, tale previsione opera solo per le cose di cui all'art. 10, comma 1 del Cod., sicché per taluni altri beni « *a chiunque appartenenti* », l'accertamento della sussistenza dell'interesse culturale particolarmente importante è « *sempre richiesto (omissis) quando si intenda valorizzare il collegamento di tali immobili con "la storia politica, militare, della letteratura, dell'arte e della cultura in genere (omissis)" », Rende A., op. cit., pp. 46-47.*

³³ D.Lgs. 42/2004, cit., art. 12, comma 1. È da precisare, inoltre, che il riferimento temporale « *non sottintende una presunzione legale di "non culturalità" delle cose prive dell'attributo temporale in discorso, ma la volontà del legislatore di evitare l'assoggettamento al regime speciale di tutela di beni che, pur potendo avere interesse culturale (talora anche importante), non siano "storicizzati" », Aicardi N., op. cit., p. 319.*

destinazione alla fruizione della collettività³⁴, principio che, tuttavia, trova la sua massima espressione per quei beni culturali presenti negli «*Istituti e luoghi della cultura*» di cui all'art. 101 Cod.³⁵; contrariamente, la pubblica fruizione, appare, invero, secondaria e condizionata dalla compatibilità dello svolgimento degli scopi istituzionali cui detti beni sono destinati³⁶. I beni culturali di appartenenza pubblica (Stato, regioni e altri enti pubblici territoriali), qualora rientranti nelle tipologie di cui all'art. 822 c.c., comma 2 - «*immobili riconosciuti di interesse storico, archeologico e artistico a norma delle leggi in materia; le raccolte dei musei, delle pinacoteche, degli archivi, delle biblioteche*»³⁷ - costituiscono il *demanio culturale*³⁸ (c.d. *demanio accidentale*) dello Stato che, per espressa previsione dello stesso Cod., non possono essere alienati se non nei limiti e nei modi previsti dalle leggi speciali che li riguardano³⁹. Appartengono al patrimonio indisponibile⁴⁰ dello Stato le cose di cui all'art. 10 Cod., ancorché si tratti di *res mobili*, da chiunque ritrovate, ai sensi dell'art. 91 Cod.⁴¹.

1.2.2 Persone fisiche e persone giuridiche private con fine di lucro

Oltre alla verifica dell'interesse culturale, prevista per le cose immobili e mobili di cui all'art. 10, comma 1 - cose di appartenenza pubblica e delle persone giuridiche senza fine di lucro - per le cose di cui al medesimo art., comma 3, ricadono nella fattispecie dei beni culturali, quando per esse sia intervenuta la *dichiarazione dell'interesse culturale* di cui all'art. 13 del Cod. «a) le cose immobili e mobili che presentano *interesse artistico, storico, archeologico o etnoantropologico particolarmente importante*, appartenenti a soggetti diversi da quelli indicati al comma 1; b) gli archivi e i singoli documenti, appartenenti a privati, che rivestono *interesse storico particolarmente importante*; c) le raccolte librerie, appartenenti a privati, di *eccezionale interesse culturale*; d) le cose immobili

³⁴ Gambaro A., *I beni*, Giuffrè, Milano 2012, p. 361.

³⁵ Tali sono i «*musei, le biblioteche e gli archivi, le aree e i parchi archeologici, i complessi monumentali*», per la cui apposita nozione si rinvia all'art. 101, D. Lgs. 42/2004, *cit.*.

³⁶ Degrossi L., *Cultura e istituzioni. La valorizzazione dei beni culturali negli ordinamenti giuridici*, Giuffrè, Milano 2008, p. 169: "la «*fruizione*» dei beni culturali esterni agli «*Istituti e luoghi della cultura*» risulta essere *finalità pubblica secondaria rispetto ad altre finalità pubbliche primarie collegate alle strutture che li accolgono (omissis)*". Si Cfr. sul punto Giuffrida A., *op. cit.*, p. 134 e ss.

³⁷ Cod. Civ. (R.D. 16 marzo 1942, n. 262), art. 822, comma 2.

³⁸ D.Lgs. 42/2004, art. 53, comma 1, *cit.*

³⁹ D'Alberti M., *Lezioni di diritto amministrativo: seconda edizione*, Giappichelli, Torino 2013, p. 143.

⁴⁰ Cfr. Laricci G. P., *Istituzioni di diritto pubblico*, Maggioli, Rimini 2014, p. 888 e ss.

⁴¹ Cfr. Sandulli M. A., *op. cit.*, p. 769: "Appare evidente come siffatti beni (omissis) non potrebbero conservare a lungo il loro carattere di beni facenti parte del patrimonio indisponibile statale, in quanto la loro naturale destinazione non potrebbe che essere, se beni culturali, quella dell'inserimento in un contesto museale o d'altra natura e, per ciò solo, rientrare subito nell'ambito della demanialità."

e mobili, a chiunque appartenenti che rivestono un *interesse particolarmente importante* a causa del loro riferimento con la storia politica, militare, della letteratura, dell'arte, della scienza, della tecnica, dell'industria e della cultura in genere, ovvero quali testimonianze dell'identità e della storia delle istituzioni pubbliche, collettive o religiose; e) le collezioni o serie di oggetti, a chiunque appartenenti, che non siano ricomprese fra quelle indicate al comma 2 e che, per tradizione, fama e particolari caratteristiche ambientali, ovvero per rilevanza artistica, storica, archeologica, numismatica o etnoantropologica, rivestano un *eccezionale interesse*⁴². Per dette cose è richiesto un *grado di presunzione maggiormente elevato* che si coglie nell'espresso riferimento a locuzioni avverbiali ulteriormente qualificanti l'interesse (culturale) che ne esprimono la *differente intensità e graduazione*⁴³: talvolta «*particolarmente importante*» e talaltra «*eccezionale*»⁴⁴.

Tuttavia, tale dichiarazione, volta ad accertare la sussistenza dell'interesse culturale (artistico, storico, archeologico o etnoantropologico), non è richiesta per i beni di cui all'articolo 10, comma 2: *a) le raccolte di musei, pinacoteche, gallerie e altri luoghi espositivi dello Stato, delle regioni, degli altri enti pubblici territoriali, nonché di ogni altro ente ed istituto pubblico; b) gli archivi e i singoli documenti dello Stato, delle regioni, degli altri enti pubblici territoriali, nonché di ogni altro ente ed istituto pubblico; c) le raccolte librerie delle biblioteche dello Stato, delle regioni, degli altri enti pubblici territoriali, nonché di ogni altro ente e istituto pubblico, ad eccezione delle raccolte delle biblioteche che assolvono alle funzioni delle biblioteche indicate all'articolo 47, comma 2, del decreto del Presidente della Repubblica 24 luglio 1977, n. 616*. Si tratta dei c.d. *beni culturali ex lege (ex se)*, giacché l'accertamento in essi della sussistenza del valore culturale si presuppone precedentemente compiuto in ragione della loro inclusione nelle raccolte di cui alle lett. a), b) e c) *cit.*: museale, archivistica o libraria⁴⁵. Inoltre «tali beni rimangono sottoposti a tutela anche qualora i soggetti cui essi appartengono mutino in qualunque modo la loro natura giuridica^{46,47}».

⁴² D.Lgs. 42/2004, *cit.*, art. 10, comma 3.

⁴³ Fantin A., *op. cit.*, p. 12.

⁴⁴ Sandulli M. A., *op. cit.*, per cui la qualificazione di bene culturale e conseguente assoggettamento alla disciplina della tutela, avviene per «*effetto di un giudizio valutativo dell'interesse (culturale) che la cosa stessa presenta o riveste, diversamente graduato o qualificato in intensità («particolarmente importante», «eccezionale», «notevole», «semplice»)*», p. 17.

⁴⁵ Aicardi N., *op. cit.*, p. 314.

⁴⁶ D. Lgs. 42/2004, *cit.*, art. 13, comma 2, ultima frase.

⁴⁷ Barbati C., Cammelli M., Sciulli G., *op. cit.*, p. 14: «*La disposizione fa riferimento in particolare ai casi di privatizzazione di enti pubblici, ma può riguardare anche la trasformazione di enti privati non profit in soggetti con finalità di lucro*».

1.3 Beni culturali immateriali come testimonianze aventi valore di civiltà: il concetto di "cultura" in chiave di lettura antropologica

La premessa che la cultura permette agli uomini di adattarsi al proprio ambiente ed al contempo di trasformarlo⁴⁸ unita alla definizione di bene culturale come *testimonianza materiale avente valore di civiltà*⁴⁹ pone in evidenza l'intersezione non vuota tra cultura e civiltà onde alla prima viene attribuita un'accezione che la vede riferita al sistema di valori e alla dotazione di risorse materiali e intangibili mediante cui una comunità risponde ai [propri] bisogni materiali e immateriali inclusi i desideri che avverte in un determinato ambiente fisico⁵⁰.

Ciò premesso, la nozione di "*bene culturale*" non esaurisce, nell'accezione antropologica di cultura, la propria articolazione in quelli che la normativa legislativa vigente ricomprende - e circoscrive - nelle *categorie generali e speciali* intese come *entità quae tangi possunt*⁵¹. Meglio ancora, il substrato immateriale – *corpus mysticum* - è indubitabilmente racchiuso nell'elemento tangibile - *corpus mechanicum* – addotto a *reificazione* dell'immagine concettuale di pre-adattamento mentale della cosa conformemente ad un [suo] eventuale uso futuro⁵². Successivamente, in questo senso, e per lo più al fine di *preservare la memoria della comunità nazionale*, la cosa acquisisce rilievo, giacché da cosa diventa *bene* per via del suo carattere utilitario e utile, precisamente, a fornire informazioni circa la cultura (o civiltà) di un determinato ambiente⁵³. Nello specifico, informazioni circa il saper fare delle generazioni pregresse tradotto in elementi tangibili frutto del *processo dinamico* di adattamento alla base del rapporto insito tra l'uomo e la natura, giacché questo patrimonio culturale immateriale è costantemente ricreato dalle comunità e dai gruppi in risposta al loro ambiente⁵⁴. L'assunto è che [noi] mettiamo ciò che troviamo attorno a noi al servizio di obiettivi correnti, poi procediamo a modificare queste cose secondo il nostro progetto in modo che servano meglio questi obiettivi, ma allo stesso tempo i nostri obiettivi – o criteri adattativi – cambiano a loro volta di modo che gli oggetti modificati vengano

⁴⁸ Corradetti C., Spreafico A., Oltre lo «scontro di civiltà»: compatibilità culturale e caso islamico, Fondazione Adriano Olivetti, 2005.

⁴⁹ Dichiarazione I, in Atti della Commissione Franceschini, 1967.

⁵⁰ Montella M., Cerquetti M., Economia, cultura, territorio, EUM, Macerata 2011.

⁵¹ Barbati C., Cammelli M. Sciullo G., *op. cit.*, p. 23.

⁵² Ingold T., Abitare e costruire: come uomini e animali fanno del mondo la propria casa, in (a cura di) Grasseni C., Ronzon F., Ecologia della cultura, Meltemi, Roma 2004, p. 117: "*Difatti, sembrava che la storia delle cose – artefatti, architettura e paesaggi, potesse essere compresa nei termini di passaggi successivi di co-optazione e costruzione.*"

⁵³ Montella, *op. cit.*, p. 17.

⁵⁴ Convenzione per la salvaguardia del patrimonio culturale immateriale, Parigi 17 ottobre 2003, art. 2, par. 1, frase seconda.

successivamente cooptati per altri progetti, diversi da quelli per cui erano risultati inizialmente adatti⁵⁵. Intesi in questo senso, i beni culturali, *concorrono a promuovere lo sviluppo della cultura*⁵⁶ e rispondono al principio fondamentale sancito dalla Costituzione di *pieno sviluppo della persona umana*. Lo sviluppo della cultura deve essere recepito come arricchimento culturale o, in altri termini, riprendendo le parole di Gorz, la cultura è tanto più ricca quanto più i saperi comuni di cui è intessuta le permettono di integrare, di trasformare in saperi delle nuove conoscenze⁵⁷. Questo arricchimento culturale assume, nell'ambito della *knowledge economy*, un'importanza determinante, giacché l'impatto che ne deriva in termini di incremento di conoscenza tacita assurge esplicitamente a fattore di produzione di rilevanza strategica per la competizione sul mercato globale e per lo sviluppo dei territori⁵⁸ e più specificamente si tramuta in *asset economico* quale bene feriale capace di molteplici effetti quanto al rafforzamento del capitale umano, che assume fondamentale importanza nella stagione dell'economia della conoscenza⁵⁹.

1.3.1 La nozione giuridica dei beni culturali immateriali: il nuovo art. 7-bis

Uno degli aspetti di maggiore novità in materia di patrimonio culturale immateriale è dato dalla recente - seppur relativamente tardiva - introduzione dell'articolo 7-bis, il quale prevede che «Le espressioni di identità culturale collettiva contemplate dalle Convenzioni UNESCO per la salvaguardia del patrimonio culturale immateriale e per la protezione e la promozione delle diversità culturali, adottate a Parigi, rispettivamente, il 3 novembre 2003 ed il 20 ottobre 2005⁶⁰, sono assoggettabili alle disposizioni del presente codice qualora siano rappresentate da *testimonianze materiali* e sussistano i presupposti e le

⁵⁵ Ingold, *op. cit.*, p. 117.

⁵⁶ D.Lgs. 42/2004, art. 1, c. 2.

⁵⁷ Gorz A., *L'immateriale. Conoscenza, valore e capitale*, Bollati Boringhieri, Torino 2003.

⁵⁸ Montella M., *Conoscenza e informazione del cultural heritage come spazio di impresa*, in *Sinergie*, n. 76, novembre 2008.

⁵⁹ Montella, *op. cit.*, p. 20-21. Cfr. sul punto Usai A., *Il distretto culturale evoluto: Beni culturali e pianificazione del territorio nella sfida futura*, Altralinea, Firenze 2016, p. 69: "*Il distretto Puglia Creativa (omissis) punta alla creazione di una filiera di mestieri nuovi, con l'obiettivo di dimostrare che la cultura e l'arte possono declinarsi in produzione. L'investimento sulle fonti immateriali è considerato una scelta strategica per la crescita e lo sviluppo economico (omissis).*"

⁶⁰ Si tratta, in particolare, della Convenzione UNESCO per la Salvaguardia del patrimonio culturale immateriale, approvata il 17 ottobre 2003 dalla Conferenza Generale dell'UNESCO, entrata in vigore alla 40ma ratifica, il 30 aprile 2006, e ratificata dall'Italia il 27 settembre 2007 con Legge n. 167 e della Convenzione UNESCO per la protezione e la promozione della diversità delle espressioni culturali, approvata il 20 ottobre 2005 dalla XXIII Conferenza Generale dell'UNESCO, entrata in vigore alla 40ma ratifica, il 18 marzo 2007 e anch'essa ratificata dall'Italia il 19 febbraio 2007 con Legge n. 19. Fonte: <http://www.unesco.it/cni/> - Commissione Nazionale Italiana per l'UNESCO, sezione "Convenzioni ratificate".

condizioni per l'applicabilità dell'articolo 10». Trattasi, tuttavia, di una tutela subordinata, invero, alla presenza di un *substrato materiale fisicamente percepibile*⁶¹. E sebbene si possa, anzi, cogliere nel mancato esplicito riferimento alla *materialità* delle *testimonianze aventi valore di civiltà*, presente invece nella Dichiarazione I della Commissione Franceschini⁶², un'impostazione di apertura verso tali espressioni dell'immateriale⁶³ disciplinata con l'espressa previsione nella disposizione di cui all'art. 2, comma 2, delle *cose* che presentano interesse *etnoantropologico*⁶⁴, resta chiara la volontà del legislatore del 2004 di escludere dal proprio ambito di regolamentazione i valori *lato sensu* culturali e quindi privi di supporto materiale⁶⁵. Dovendo questi assurgere ad *elemento unificante* della categoria dei beni culturali con la considerazione che anche in quelli materiali è sicuramente la componente immateriale a determinare l'"interesse etnoantropologico"⁶⁶, sicché l'immaterialità è del (solo) valore culturale inerente alla *res corporales*, e non del bene culturale⁶⁷: in "breve", l'immateriale (il valore

⁶¹ Crosetti A., Vaiano D., *op. cit.*, p. 36.

⁶² Cfr. Commissione Franceschini 1967 «Appartengono al patrimonio culturale della Nazione tutti i beni aventi riferimento alla storia della civiltà. Sono assoggettati alla legge i beni di interesse archeologico, storico, artistico, ambientale e paesistico, archivistico e librario, ed ogni altro bene che costituisca testimonianza materiale avente valore di civiltà», Parte prima - beni culturali, Titolo I – Dichiarazioni generali, Dichiarazione I, Patrimonio culturale della Nazione.

⁶³ Pellicciari G., *La digitalizzazione della cultura tra interessi pubblici e privati. Il valore immateriale dei beni culturali*, in Morbidelli G., Bartolini A. (a cura di), *L'immateriale economico nei beni culturali*, Giappichelli, Torino 2016, onde in riferimento a tale mutamento «si ricorda che la Commissione Franceschini (1967) definiva i beni culturali quali "testimonianze aventi valore di civiltà": aggettivo "materiale" che venne successivamente espunto dall'art. 148 del d.lgs. n. 112/1998, articolo a sua volta abrogato dal Codice dei beni culturali. L'impostazione (omissis) è infatti basata su una contrapposizione tra beni culturali materiali e beni culturali immateriali, su una disciplina dei beni culturali secondo cui il valore immateriale non può essere scisso dal suo substrato fisico: disciplina per la quale il profilo ideale è immedesimato nella materia» confermando in tal senso lo sbilanciamento della «legislazione italiana di settore a favore della "coseità"», p. 220. Cfr. anche Bardeschi M. D., *Effetto Foucault, Benjamin e la città stratificata. Restauro: Abbecedario minimo (I)*. Londra: Crystal Palace oggi e Battersea Power station, in «Ananke. Rivista quadrimestrale di cultura, storia e tecniche della conservazione per il progetto», n. 72, Altralinea, Firenze 2014, onde la soppressione del riferimento alla "materialità" viene operata in considerazione della sua "ingombranza" che si pone tra l'altro in rapporto conflittuale col più generale "concetto d'astrazione giuridica", p. 43.

⁶⁴ Giuffrida A., *op. cit.*, p. 87: "Questa espressione riecheggia quella dei beni demo-etno-antropologici, introdotta nell'ordinamento per la prima volta dal t.u., con la quale, in sostanza, si intendeva individuare l'insieme dei beni contraddistinti dall'essere «legati alle culture locali e alla vita della gente comune, e che costituiscono espressione delle tradizioni oggetto di studio degli antropologi». Si Cfr. sul punto Crosetti A., Vaiano D., *op. cit.*, p. 35 e ss.

⁶⁵ Maccari A. L., Piergigli V., *Il Codice dei beni culturali e del paesaggio tra teoria e prassi*, Giuffrè, Milano 2006, p. 43.

⁶⁶ Ministero dei beni e delle attività culturali e del turismo, Iccd - Istituto centrale per il catalogo e la documentazione, *Linee guida per la catalogazione dei beni culturali immateriali e per gli inventari del patrimonio culturale immateriale*, Premessa p. 1, Fonte: <http://www.iccd.beniculturali.it/> sezione "Catalogazione" - "Standard Catalografici".

⁶⁷ Sandulli M. A., *op. cit.*, p. 26. Cfr. De Santis V., *op. cit.*, «In verità l'eliminazione del carattere materiale del bene non appare molto significativa soprattutto perché ad essa non corrisponde l'auspicata possibilità di intendere il concetto di bene culturale come comprensivo delle attività culturali e, quindi, di rapportare le attività culturali al *genus dei beni culturali*».

culturale) si compenetra nelle res che ne costituiscono il supporto materiale, configurando, in tal modo, ai sensi della legislazione italiana di settore, un genus non suscettibile di protezione separata⁶⁸. Si tratta, invero, di quegli "oggetti" il cui carattere di non esclusività e non rivalità propria di taluni beni materiali, li rende fuori campo di applicazione di quegli istituti (della tutela) che presuppongono oggetti unici, materiali e in proprietà⁶⁹. Allorché si decida di estendere l'ambito di disciplina del Codice anche ai beni culturali *meramente immateriali*, il legislatore non potrà ignorare la integrazione e/o modifica di quegli istituti della tutela che proprio sulle *entità quae tangi possunt* fondano uno dei propri imprescindibili presupposti⁷⁰ rendendo, pertanto, inapplicabile la disciplina codicistica ai beni culturali immateriali⁷¹. Basti osservare che dalla giustapposizione dei due istituti della «conservazione» e della «salvaguardia», previsti dall'art. 29 Cod. e dall'art. 2, par. 3, della *Conv. 2003 (cit.)*, rispettivamente, emerge una differente finalità perseguita: *integrità materiale e recupero del bene* da un lato; complesso di *misure*

⁶⁸ Santoro P., *Manuale di contabilità e finanza pubblica*, Maggioli, Rimini 2015, p. 634. Cfr. sul punto Corte Cost. Sent. n. 118/1990, in *Quaderni della rivista giuridica dell'ambiente – Speciale 20 anni*, n. 18, Giuffrè, Milano 2006, onde il vincolo che "grava" sulla res "può spingersi sino a vincolare l'attività (omissis) e nella sola misura in cui "la tutela dell'attività non sia separata dalla tutela del bene", p. 159. Cfr. sul punto Galdani A., *I beni culturali immateriali: ancora senza ali?*, in «Aedon. Rivista di arti e diritto online», 1/2014. Nell'ancoraggio dell'immateriale alla realtà del bene culturale, si precisa che "[...] il profilo ideale che è oggetto di protezione si è talmente immedesimato nella materia in cui si esprime da restarne definitivamente prigioniero, così che esso si pone come oggetto di protezione giuridica inscindibile dalla cosa che lo racchiude [...]" Sul punto anche Bartolini A., *cit.*, «Paradigmatica è la posizione assunta da Giuseppe Alibrandi e Piergiorgio Ferri (e che ancora oggi rappresenta la tesi maggioritaria) secondo cui non si può scindere, nella disciplina dei beni culturali il valore immateriale dal suo substrato fisico: "nell'opera d'arte come in ogni altra cosa in cui si riconosce un valore culturale che giustifica la soggezione della cosa alla speciale ragione di tutela, il profilo ideale che è oggetto di protezione si è talmente immedesimato della materia in cui si esprime da restarne definitivamente prigioniero, così che esso si pone come oggetto di protezione giuridica inscindibile dalla cosa che lo racchiude"».

⁶⁹ Sul punto Severini G., *op. cit.*, "Gli istituti della tutela [...] non paiono applicabili a quei temi, – beni culturali immateriali intesi quali espressioni immateriali di identità culturale collettiva – specie se si considerano l'incidenza dei principi costituzionali sulle libertà – anzitutto quella di espressione – e il naturale potenziale di trasformazione culturale e sociale ", p. 11.

⁷⁰ Barbati C., Cammelli M., Sciullo G., *op. cit.*, p. 24. Si Cfr. Maccari A. L., Piergigli V., *op. cit.*, in riferimento alla materialità di tale testimonianza, essa «permane tuttora, non tanto surrettiziamente, nella regolamentazione degli istituti concernenti soprattutto il regime della tutela e della conservazione oltre che nel riferimento esplicito alle "cose"», p. 32. si Cfr. sul punto Severini G., *L'immateriale economico nei beni culturali*, in Morbidelli G., Bartolini A. (a cura di), *op. cit.*, "Il regime per questa condizione giuridica è incentrato sugli istituti della tutela, modellati sulla materialità della cosa (omissis)" i quali "dall'attitudine essenzialmente ablatoria e restrittiva del diritto di proprietà o del commercio, non paiono applicabili a quei temi (omissis)" con riferimento ai "beni culturali immateriali (omissis) intesi come "espressioni immateriali di identità culturale collettiva", p. 11. Inoltre, sul punto Ferretti A., *Esiste un bene culturale immateriale?*, per cui il Codice dei beni culturali e del paesaggio "presuppone che il bene culturale sia una cosa [tangibile], non potendosi configurare nessuno strumento ivi previsto come applicabile a qualcosa di materiale. E' così per gli interventi autorizzatori [...]; alle disposizioni relative alla conservazione [...]; alle alienazioni, nonché ipoteche e permuta ", in «Postilla. Il Blog dei professionisti per i professionisti».

⁷¹ Galdani A., *op. cit.*.

volte a garantire la vitalità dall'altro⁷². Inoltre, la sua peculiarità di patrimonio *costantemente ricreato*, ne evoca un aspetto essenziale e ne denota allo stesso tempo, in contrapposizione alla logica *codicistica* sottesa alla *res corporales*, il carattere della *mutabilità*, frutto, tra l'altro, delle libertà d'espressione delle comunità, dei gruppi e – (in taluni casi) - *degli individui*⁷³. Corollario, può suscitare non poche questioni l'eventuale generalizzazione degli istituti della tutela propri delle entità *quae tangi possunt* a quelle che *tangi non possunt*⁷⁴, dacché si avrebbe un'incostituzionale ingerenza nella *libertà di manifestare il proprio pensiero* fatta propria dalla *Carta Costituzionale*⁷⁵.

1.4 Il patrimonio culturale nelle convenzioni UNESCO

Tra le fonti del diritto internazionale di derivazione pattizia si collocano le convenzioni stipulate sotto l'egida dell'Organizzazione delle Nazioni Unite per l'Educazione, la Scienza e la Cultura (UNESCO)⁷⁶. Dal carattere generale e aperto, vanno citate, ai fini del presente lavoro, la Convenzione riguardante la protezione sul piano mondiale del patrimonio culturale e naturale e la Convenzione per la salvaguardia del patrimonio culturale immateriale, adottate a Parigi dalla Conferenza generale dell'UNESCO rispettivamente il 16 novembre 1972 e il 17 ottobre 2003.

⁷² Cfr. Cerquetti M., Dal materiale e all'immateriale. Verso un approccio sostenibile alla gestione nel contesto globale, in *Il capitale culturale*, EUM, Macerata 2015, p. 253: «Un patrimonio "costantemente ricreato", che non necessariamente ricorre a supporti materiali, pone in primo piano l'inefficacia della normativa in materia di beni culturali, rivolta principalmente alla tutela delle tracce materiali al fine di assicurare l'integrità dei beni culturali mobili e immobili. Alle istanze della conservazione dell'oggetto fisico si affiancano, così, quelle della salvaguardia, con cui intendere «misure volte a garantire la vitalità del patrimonio culturale immateriale», ovvero la sua produzione vivente, che diviene oggetto patrimoniale».

⁷³ Pellicciari G., *op. cit.*, p. 221. Cfr. Conv., Parigi 2003, *cit.*, art. 2, par. 1, frase seconda, onde il carattere della mutabilità del PCI emerge per via del suo essere "costantemente ricreato dalle comunità e dai gruppi in risposta al loro ambiente (omissis)".

⁷⁴ C.d. "*Res Incorporales*": tali sono le cose che non possono essere percepite con i sensi intendo per essi il tatto, l'udito, la vista o appositi strumenti. Per la differenza in atto tra *res corporales* e *res incorporales*, Cfr. Albanese U., *Massime, enunciazioni e formule giuridiche latine: traduzione, commento e riferimenti sistematici alla legislazione italiana*, Hoepli, Milano 1993, p. 329.

⁷⁵ Cost. Rep. Italiana, art. 21, comma 1.

⁷⁶ L'UNESCO, la cui creazione è avvenuta il 4 novembre del 1945 a Parigi, costituisce una delle istituzioni intergovernative in seno all'ONU per la promozione della pace attraverso atti di solidarietà morale ed intellettuale facendo leva sui settori quali quello dell'istruzione, della scienza e della cultura. Per maggiori info, si consulti il sito ufficiale: www.unesco.org.

1.4.1 La Convenzione riguardante la protezione sul piano mondiale del patrimonio culturale e naturale

Adottata a Parigi il 16 novembre 1972 in occasione della XVII Sessione della Conferenza generale dell'Unesco, la *Convenzione riguardante la protezione sul piano mondiale del patrimonio culturale e naturale* entra in vigore il 17 dicembre 1975 a seguito del deposito del ventesimo strumento di ratificazione avvenuto il 28 ottobre 1975 ad opera del Regno del Marocco (conformemente alle disposizioni dell'art. 33 del medesimo strumento convenzionale). La convenzione è l'effetto indiretto di un impulso dato da una precedente cooperazione internazionale volta a salvaguardare i monumenti della Valle di Nubia e i templi di Abu Simbel minacciati dalla costruzione della diga di Assuan in Egitto. Tale cooperazione vide la sorprendente partecipazione di ben 50 paesi onde i complessi anzi citati furono smontati e ricostruiti altrove per far fronte all'emergenza dello sviluppo economico e all'inarrestabile processo di industrializzazione ritenuti tra i fattori antropici di maggior minaccia alla salvaguardia del patrimonio culturale. Inoltre, il contesto post-bellico sottolineava che al fine del ristabilimento della pace, tale non potesse che fondarsi sul reciproco apprezzamento e riconoscimento dei valori culturali tra i popoli⁷⁷.

Attualmente, a seguito della recente adesione della Repubblica del Sudan del Sud, la Convenzione consta di 192 Stati parte⁷⁸ ed ha come principale obiettivo quello di definire e favorire la preservazione del patrimonio mondiale formulando una lista dei siti di eccezionale valore per l'intera umanità⁷⁹. La Convenzione, previa constatazione della incompletezza degli strumenti nazionali di protezione, poggia il proprio assunto sulla convinzione che la mancata protezione dei beni del patrimonio culturale dai fenomeni naturali e antropici, comporti un impoverimento nefasto del patrimonio di tutto il mondo⁸⁰. Un patrimonio considerato inestimabile e insostituibile non solo per ogni nazione, ma per l'intera umanità⁸¹. In sostanza viene confermato quanto già reso esplicito nel preambolo della Convenzione dell'Aja del 1954⁸² allorché venne posto che il danno arrecato al bene culturale appartenente a qualsiasi popolo configura un danno al patrimonio comune dell'intera umanità,

⁷⁷ Anselmo A., Il Patrimonio culturale e naturale, in «Gazzetta Ambiente», 5/07, pp. 143-144. Frediani F., Un "Patrimonio" per lo sviluppo turistico, in «Rivista del Turismo», n° 5/6, 2001.

⁷⁸ <http://en.unesco.org/>, data ultimo accesso 03/08/2016.

⁷⁹ Bertacchini E., Patrimonio Mondiale UNESCO: la tensione tra valore universale e interessi nazionali, in «Tafer Journal. Esperienze e strumenti per cultura e territorio», 1 luglio 2011.

⁸⁰ Convenzione 1972, *cit.*, Preambolo.

⁸¹ Operational Guidelines (Linee guida operative), art. 4

⁸² Convenzione per la protezione dei Beni Culturali in caso di conflitto armato, l'Aja 1954.

giacché ogni popolo apporta il proprio contributo alla formazione della cultura mondiale⁸³.

L'articolo 1 della Convenzione si occupa di definire gli elementi suscettibili di essere ascritti nel novero del patrimonio culturale, sicché ne fanno parte: 1) i monumenti quali opere architettoniche, plastiche o pittoriche monumentali, elementi o strutture di carattere archeologico, iscrizioni, grotte e gruppi di elementi di *valore universale eccezionale* dall'aspetto storico, artistico o scientifico; 2) gli agglomerati intesi come gruppi di costruzioni isolate o riunite che, per la loro architettura, unità o integrazione nel paesaggio hanno *valore universale eccezionale* dall'aspetto storico, artistico o scientifico; 3) i siti quali opere dell'uomo o opere coniugate dell'uomo e della natura, come anche le zone, compresi i siti archeologici, di *valore universale eccezionale* dall'aspetto storico ed estetico, etnologico o antropologico⁸⁴.

L'accertamento del *valore universale eccezionale* relativamente ai siti individuati e proposti dagli Stati parte da parte del *Comitato del Patrimonio Mondiale*⁸⁵ ne determina l'iscrizione nella Lista del Patrimonio Mondiale di cui all'articolo 11, par. 2, della Convenzione previa applicazione dei criteri da esso stabiliti e contenuti negli artt. 77 e 78 delle "*Operational Guidelines*"⁸⁶. A tal fine, il Comitato si avvale del supporto tecnico degli esperti dell'ICOMOS⁸⁷ per i siti culturali e dell'UICN⁸⁸ per i siti naturali, conformemente agli artt. 144 e 145 delle *Operational Guidelines*, rispettivamente. L'ICOMOS e lo IUCN agiscono come organi consultivi (*Advisory Bodies*) del Comitato. La loro attività di consulenza si esplica nel ricevimento e valutazione da parte del Centro del Patrimonio Mondiale

⁸³ Degrassi L., *Cultura e istituzioni. La valorizzazione dei beni culturali negli ordinamenti giuridici*, Giuffrè, Milano 2008, p. 33. Concetto ripreso dalla seconda frase dell'art. 4 delle Linee guida operative.

⁸⁴ Convenzione, *cit.*, art. 1.

⁸⁵ Comitato intergovernativo per la protezione del patrimonio mondiale, culturale e naturale, altrimenti denominato Comitato del patrimonio mondiale, è stato istituito ai sensi dell'art. 8 della Convenzione del 1972 (*cit.*). Composto di 21 Stati membri il Comitato si riunisce con cadenza annuale nel periodo giugno/luglio ed è responsabile dell'applicazione della Convenzione avendo potere decisionale in merito alla iscrizione o meno di un sito nella Lista del Patrimonio Mondiale, nonché sull'utilizzo delle risorse finanziarie del Fondo per la protezione del patrimonio mondiale, culturale e naturale istituito ai sensi dell'articolo 15 del medesimo strumento convenzionale. Fonte: <http://www.unesco.it/cni/index.php/comitato>, ultimo accesso 09/08/2016. V. anche art. 19 delle *Operational Guidelines*.

⁸⁶ Ai fini dell'applicazione della Convenzione, il Comitato del patrimonio mondiale adotta le *Operational Guidelines*. Le *Operational Guidelines*, soggette a revisione periodica per l'integrazione di nuovi concetti, conoscenze ed esperienze, altro non sono che delle linee-guida operative per l'attuazione della Convenzione riguardante la protezione sul piano mondiale del patrimonio culturale e naturale e contengono precisi criteri per l'iscrizione dei beni nella Lista del Patrimonio Mondiale e per la gestione del Fondo per la protezione del patrimonio mondiale. Per maggiori informazioni relative agli ultimi aggiornamenti, si consulti <http://whc.unesco.org/en/guidelines/>, più nello specifico, Artt. 1, lett., a), b), c) e d) e 2 delle *Operational Guidelines*.

⁸⁷ Consiglio internazionale dei monumenti e dei siti.

⁸⁸ Unione Internazionale per la protezione della natura e delle risorse naturali.

(che agisce in qualità di Segretariato del Comitato) delle proposte di iscrizione sulla Lista del patrimonio mondiale (a loro volta presentate al Segretariato dagli Stati parte). A seguito della valutazione dei beni proposti per l'iscrizione, Gli Organi consultivi redigono e presentano un rapporto conclusivo e le *draft decision* per la valutazione finale in occasione delle sessioni ufficiali di lavoro del Comitato. Le *draft decision* possono contenere, in alternativa, il suggerimento per l'iscrizione, il rinvio (allo Stato proponente per maggiori informazioni), il differimento o la bocciatura dei siti proposti⁸⁹.

A livello sommario, la procedura di selezione dei siti candidati per l'iscrizione nella *WHL (World Heritage List)*, si esplica secondo le modalità che seguono:

- i. Predisposizione di una scheda propositiva nazionale (*tentative list*) da parte degli Stati parte alla Convenzione;
- ii. Preparazione del dossier di candidatura;
- iii. Invio ufficiale al Centro del Patrimonio Mondiale;
- iv. Avvio della procedura di valutazione da parte degli *Advisory Bodies* (ICOMOS e IUCN);
- v. Redazione da parte degli *Advisory Bodies* dei *technical evaluation report* e delle *draft decision*;
- vi. "Ratifica" o modifica delle *draft decision* da parte del Comitato del Patrimonio Mondiale che si traduce nell'adozione di 4 tipologie di decisioni (Decision of the World Heritage Committee) a valere sulle raccomandazioni degli *Advisory Bodies* racchiuse in 3 differenti categorie di cui all'art. 151, lett. a), b) e c) delle *Operational Guidelines*):
 - **inscription (iscrizione)** senza riserva alcuna del sito nella *WHL*;
 - **Decision not to inscribe (bocciatura)** con esclusione di una possibile riproposizione del sito "[...] *except in exceptional circumstances*"⁹⁰
 - **Referral of nominations (rinvio)** del sito in attesa di una parziale riformulazione della candidatura
 - **Deferral of nominations (differimento)** con richiesta di maggiori elementi di valutazione⁹¹.

Gli artt. 62-76 e 120-133 (e ss.) delle *Operational Guidelines* forniscono una disciplina esauriente delle modalità necessarie per l'iscrizione di un sito nella *WHL*.

⁸⁹ Petrillo P. L. *et al.*, La convenzione Unesco per il patrimonio mondiale e la valorizzazione dei paesaggi rurali vitivinicoli, in Golinelli G. M. (a cura di), *Patrimonio culturale e creazione di valore. Verso nuovi percorsi*, Cedam, Ancona 2012, pp. 196-197.

⁹⁰ Che hanno luogo a seguito di "*new discoveries, new scientific information about the property, or different criteria not presented in the original nomination*" con conseguente presentazione di una "*new nomination*", art. 158 *Operational Guidelines*.

⁹¹ Petrillo P. L. *et al.*, *op. cit.*, pp. 198-202. V. inoltre artt. 153-160 delle *Operational Guidelines*.

I beni inseriti nella Lista del patrimonio mondiale costituiscono un *genus* composto di siti culturali e naturali ritenuti eccellenti esempi dal punto di vista della loro rappresentatività e rilevanza⁹², sicché ne viene attestata un'importanza talmente straordinaria da trascendere le frontiere nazionali⁹³. In sostanza, il concetto di valore universale mette in risalto la diversità e la grande varietà dei patrimoni culturali e naturali del mondo⁹⁴. Assume, tra l'altro, importanza centrale il rapporto di complementarità tra cultura e natura, giacché l'identità culturale dei popoli s'intende forgiata nell'ambiente naturale dei popoli stessi⁹⁵.

1.4.2 La Convenzione per la salvaguardia del patrimonio culturale immateriale⁹⁶: da una concezione materialistica monumentale ad un approccio olistico

Adottata a Parigi il 17 ottobre 2003 in occasione della XXXII sessione della Conferenza generale dell'UNESCO, la Convenzione per la salvaguardia del patrimonio culturale immateriale entra in vigore il 20 aprile 2006 conformemente alle disposizioni di cui all'art. 34 che ne disciplina l'entrata in vigore a seguito del deposito del trentesimo strumento di ratifica, accettazione, approvazione o adesione⁹⁷. Allo stato attuale, la Convenzione consta di 170 Stati parte grazie al recente deposito dello strumento di ratifica avvenuto il 10 giugno 2016 ad opera della Thailandia⁹⁸. Con l'adozione della Convenzione vede finalmente compiersi l'estensione dello statuto patrimoniale anche alle pratiche cosiddette culturali

⁹² Aa. Vv., Unesco Italia: I siti patrimonio mondiale nell'opera di 14 fotografi - Italian site of the world heritage list in the work of 14 photographers, in «Catalogo della mostra UN.IT», Gangemi, Roma 2008, p. 37.

⁹³ Degrassi I., *cit.*, p. 35. Sul Punto Cannone A., La protezione internazionale ed europea dei beni culturali, Cacucci, Bari 2014, "[...] non è pensabile che possano essere inserite tutte le città e siti che sono importanti sul piano nazionale [...]. La Lista è in teoria una lista rappresentativa di luoghi che hanno una importanza universale e non solo locale e che hanno delle cose molto particolari sia dal punto di vista culturale e sia per quello che riguarda la tipologia del patrimonio", p. 19.

⁹⁴ Benvenuti P., La tutela internazionale dei beni culturali nei conflitti armati, Giuffrè, Milano 2007, p. 25. Sul punto Anselmo A., *cit.*, pp. 149-150.

⁹⁵ Poli G., Geositi: testimoni del tempo : fondamenti per la conservazione del patrimonio geologico, Pendragon, Bologna 1999, p. 144.

⁹⁶ In questo paragrafo tratteremo in specie della Convenzione UNESCO per la Salvaguardia del patrimonio culturale immateriale, adottata a Parigi il 17 ottobre 2003 dalla XXXII sessione della Conferenza generale dell'Organizzazione delle Nazioni Unite per l'educazione, la scienza e la cultura (UNESCO) ed entrata in vigore alla XXXIV ratifica il 30 aprile 2006. La convenzione è stata ratificata dall'Italia con Legge 27 settembre 2007, n. 167: «*Ratifica ed esecuzione della convenzione per la salvaguardia del patrimonio culturale immateriale*».

⁹⁷ Art. 34 della Convenzione del PCI (Parigi, 2003).

⁹⁸ Unesco.org, data ultimo accesso 31/08/2016, ore 15:00.

tradizionali⁹⁹ previa constatazione che, lungi dall'esaurirsi in siti o complessi monumentali, il patrimonio culturale comprende anche elementi intangibili espressione dell'identità culturale collettiva¹⁰⁰. Si ha per così dire il superamento della concezione di cultura dapprima improntata su una visione eurocentrica, più materialistica e monumentale, connessa a criteri gerarchici fatti propri dalla Convenzione riguardante la protezione sul piano mondiale del patrimonio culturale e naturale del 1972¹⁰¹. La ragione sottostante la concezione materialistica e monumentale (*ancient monuments and archaeological sites*) alla base della Convenzione del 1972 è in linea con la *European conception of cultural heritage* onde viene in parte suffragata dall'assunto che tale concezione *is [also] highly appropriate for an environment dealing largely with the conservation of buildings made of stone, brick and other durable materials*¹⁰².

Questo ampliamento del concetto di cultura anche a dimensioni non propriamente intellettuali¹⁰³ postula il relativismo culturale onde l'accento viene posto sulle peculiarità culturali di tutti i popoli: corollario, tutte le culture sono considerate parimenti meritevoli¹⁰⁴. Difatti la definizione del patrimonio culturale immateriale fornita dall'art. 2 della Convenzione riprende in via sostanziale il concetto di culturale di *E. B. Tylor* precedentemente introdotto¹⁰⁵. Ciò che ne consegue è quello che viene denominato *holistic approach* introdotto nel 1979 dall'allora Ministro francese della Cultura e Comunicazione, Jean-Philippe Lecat, in occasione dell'*Heritage Year* tenutosi in Francia. Questo approccio ingloba anche i dialetti locali, le tecniche e abilità, i linguaggi, la tradizione scritta e orale, nonché l'architettura modesta (*humble architecture*) quali elementi in un vasto insieme atto a

⁹⁹ Zingari L. V., Dalle tradizioni popolari al patrimonio culturale immateriale. Un processo globale, una sfida alle frontiere, in «Palaver» vol. 4, 02/2015, pp. 127-128.

¹⁰⁰ Scovazzi T., Il patrimonio culturale intangibile e le Scuole Grandi veneziane, in (a cura di) Picchio Forlati M. L., Il patrimonio culturale immateriale. Venezia e il Veneto come patrimonio europeo, Cà Foscari, Venezia 2014, p. 132.

¹⁰¹ Ballacchino K., Etnografia di una passione: I Gigli di Nola tra patrimonializzazione ai tempi dell'UNESCO, Armando, Roma 2015, p. 31. Sul punto Cerquetti M., *op. cit.*, secondo cui con l'adozione della Convenzione del 2003 si ha un superamento della "nozione di cultura, ristretta ed incentrata sull'eccellenza, che aveva plasmato i primi programmi UNESCO, verso una concezione più ampia e di matrice antropologica, inclusiva delle pratiche e delle manifestazioni che contraddistinguono la vita dell'uomo in società", p. 8.

¹⁰² Craith M. N., Intangible Cultural Heritage: The Challenges for Europe, in «*Anthropological Journal of European Cultures*», Berhahn Books, Vol. 17, 01/2008, p. 55.

¹⁰³ Già l'antropologo americano E. B. Tylor aveva definito la cultura come quell'insieme complesso che include la conoscenza, la credenza, l'arte, la morale, il diritto, il costume e qualsiasi altra capacità e abitudine acquisita dall'uomo come membro di una società. Sul punto Crespi I., *Cultura/e nella società multiculturale: riflessioni sociologiche*, Eum, Macerata 2015, p. 31.

¹⁰⁴ Crespi I., *op. cit.*, pp. 17-20.

¹⁰⁵ Mariotti L., Patrimonio culturale immateriale: un prodotto internazionale, in «*La Ricerca Folklorica*», 64/2011, p. 21.

configurare il genus di cui in questione. In breve, tutto ciò che rappresenta testimonianza umana lungo il sentiero del tempo¹⁰⁶.

Nel 1989 ci fu un importante riconoscimento a livello internazionale degli aspetti intangibili del patrimonio culturale con l'adozione, in occasione della venticinquesima sessione della Conferenza Generale dell'UNESCO, della *Recommendation on the Safeguarding of Traditional Culture and Folklore*¹⁰⁷. Tale atto, nell'ambito di quelli sprovvisti di forza giuridica vincolante, mette in evidenza il rapporto tra la elevata fragilità del PCI¹⁰⁸ e la sua estrema deperibilità; dacché, con la successiva adozione della Convenzione 2003, ne viene infine decretata la salvaguardia in considerazione del fatto che la sua trasmissione inter-generazionale avviene perlopiù in via confidenziale ed emulativa¹⁰⁹. Inoltre, in un mondo globalizzato e in continua trasformazione sociale, ancorché connotato dalla mancanza di un apposito strumento legislativo atto a stabilirne la *salvaguardia*, la Convenzione risponde a un'attenzione e interesse avvertito sull'idea di bene comune, di cultura veicolata dal patrimonio immateriale, basato sullo scambio tra diversità e sul dialogo tra culture diverse e paritarie¹¹⁰. La Convenzione, constatando la forte interdipendenza tra il patrimonio culturale tangibile e intangibile (*approccio olistico*), si basa sul riconoscimento dell'importanza del PCI come fonte principale della diversità culturale e garanzia dello sviluppo sostenibile¹¹¹.

1.4.3 La definizione del patrimonio culturale immateriale

La definizione del PCI viene data dall'articolo 2, par. 1, della Convenzione, onde per esso si debba intendere con riferimento alle:

¹⁰⁶ Craith M. N., op. cit., "[...] in short, everything that bears fitness to humanity down the path of time", pp. 55-56.

¹⁰⁷ *Recommendation on the Safeguarding of Traditional Culture and Folklore*, adottata dalla Conferenza Generale UNESCO in occasione della sua 25-esima sessione che si è tenuta a Parigi dal 17 ottobre al 16 novembre 1989, conformemente all'articolo 4, paragrafo 4, della Costituzione UNESCO.

¹⁰⁸ Patrimonio culturale immateriale o ICH (*Intangible Cultural Heritage*)

¹⁰⁹ Intervista a Cécile Duvelle, ex capo della Sezione del Patrimonio Immateriale dell'UNESCO, in [UNESCO TV \(Français\)](#). Cfr. anche il preambolo, nonché la lett. A. della *Recommendation on the Safeguarding of Traditional Culture and Folklore*, cit., laddove viene espressamente riconosciuta la estrema fragilità delle forme tradizionali del folklore (inteso come cultura popolare e tradizionale), i cui valori e norme sono trasmessi oralmente o per via emulativa. Lettura incrociata del preambolo e della lett. A. traduzione mia. È utile inoltre notare come la dizione patrimonio culturale immateriale abbia sostituito quella di folklore da alcuni giudicata negativamente in quanto associata al colonialismo, nonché da altri considerato inadatto ad esprimere quel concetto di cultura ritenuto sacro ed espressivo dello stile di vita dei popoli, Craith M. N., cit., p. 56.

¹¹⁰ Ballacchino K., op. cit., pp. 32-33.

¹¹¹ Cannone A., op. cit., p. 26.

"pratiche, rappresentazioni, espressioni, conoscenze e i saperi – così come gli strumenti, gli oggetti, i manufatti e gli spazi culturali associati ad essi – che le comunità, i gruppi e, in alcuni casi, gli individui riconoscono come facenti parte del loro patrimonio culturale. Tale patrimonio culturale intangibile, trasmesso di generazione in generazione, è costantemente ricreato dalle comunità e dai gruppi interessati in conformità al loro ambiente, alla loro interazione con la natura e alla loro storia, e fornisce loro un senso di identità e continuità, promuovendo così il rispetto per la diversità culturale e la creatività umana".

Tale PCI si manifesta *tra l'altro* nei seguenti cinque ambiti settoriali¹¹²:

- a) tradizioni ed espressioni orali, ivi compreso il linguaggio, in quanto veicolo del patrimonio culturale immateriale;*
- b) le arti dello spettacolo;*
- c) le consuetudini sociali, gli eventi rituali e festivi;*
- d) le cognizioni e le prassi relative alla natura e all'universo;*
- e) l'artigianato tradizionale.*

1.4.4 Il ruolo di attiva partecipazione delle «comunità patrimoniali»

Uno degli aspetti cardine della presente Convenzione è dato dalla importanza attribuita al ruolo di *attiva partecipazione* delle comunità, gruppi e organizzazioni non governative rilevanti in tutte le fasi del processo di salvaguardia¹¹³. A tal proposito, l'art. 15 della Convenzione, rubricato "*Partecipazione delle comunità, dei gruppi e degli individui*", rimette in capo a ciascuno Stato parte la profusione, *nell'ambito delle sue attività di salvaguardia*, dello sforzo necessario atto a garantire "*la più ampia partecipazione di comunità, gruppi e, ove appropriato, individui [...] al fine di coinvolgerli attivamente [...]*". Questo meccanismo si esplica in un coinvolgimento di tipo *bottom-up*¹¹⁴ (dal basso) nel processo di inventariazione dei beni suscettibili di essere oggetto di salvaguardia così come definiti all'art. 2, par. 1. Un ruolo di attiva partecipazione che si rende necessario soprattutto con la considerazione che fino ad ora gli attori che esprimono e riproducono le pratiche

¹¹² Art. 2, par. 2, della Convenzione del PCI (Parigi, 2003).

¹¹³ Onde per salvaguardia "*s'intendono le misure volte a garantire la vitalità del patrimonio culturale immateriale, ivi compresa l'identificazione, la documentazione, la ricerca, la preservazione, la protezione, la promozione, la valorizzazione, la trasmissione, in particolare attraverso un'educazione formale e informale, come pure il ravvivamento dei vari aspetti di tale patrimonio culturale.*", Art. 2, par. 3, della Convenzione, *cit.*.

¹¹⁴ Ballacchino K., *op. cit.*, p. 32.

culturali hanno partecipato nella loro individuazione e definizione soltanto in veste, relativamente passiva, di informatori dei ricercatori¹¹⁵. Si assiste così ad una traslazione del focus dall'oggetto al soggetto onde la "comunità patrimoniale" assume un ruolo ineludibile, giacché *costituita da un insieme di persone che attribuisce valore ad aspetti specifici dell'eredità culturale, e che desidera, nel quadro di un'azione pubblica, sostenerli e trasmetterli alle generazioni future*¹¹⁶

1.5 Conclusioni

Quantunque il termine *civiltà*¹¹⁷ godesse di un'interpretazione più estensiva che, in chiave di lettura antropologica, lo rendeva sinonimo a quello di *cultura* alta, secondo una concezione *relativistica* maggiormente aperta alle *diversità*, ad inglobare anche quelle pratiche ed usanze di popoli considerati *primitivi o meno evoluti*, l'uso contingente che se n'è finora perpetrato è in linea con una visione più ristretta e tradizionale che ad esso associava il significato di *progresso, in opposizione a barbarie*¹¹⁸. Anzi, da notare che vieppiù chi sostiene che il *relativismo culturale* di *Herskovits*¹¹⁹, frutto di una estensiva interpretazione antropologica del concetto di cultura, in contrapposizione alla concezione *etnocentrica* coloniale, sia valso piuttosto per la costruzione dell'idea della *differenza culturale*.

In quanto precede preminente enfasi è stata posta sulla natura *aperta* del concetto di *beni culturali*. Sicché, l'insieme composto dai «beni culturali» è per definizione un insieme aperto e suscettibile di continuo ampliamento. Fautore, in prima istanza, è il concetto tendenzialmente aperto di «*testimonianze aventi valore di civiltà*» che funge da *quid proprium* posto a comune denominatore delle cose

¹¹⁵ Bortolotto C., Severo M., Inventari del patrimonio immateriale : top-down o bottom-up ?, in «Hal, archives-ouvertes.fr», 10/2012, pp. 24-33. Cfr. Severo M., La partecipazione delle comunità: aspetti tecnologici, in (a cura di) Aspaci – Associazione per la salvaguardia del patrimonio culturale immateriale, La partecipazione nella salvaguardia del patrimonio culturale immateriale: aspetti etnografici, economici e tecnologici, Regione Lombardia, Milano 2013, onde grazie alla creazione di diversi siti web, tali attori possono segnalare le proprie pratiche culturali relative a un elemento del PCI e, di conseguenza, la propria appartenenza ad una determinata comunità patrimoniale, p. 66.

¹¹⁶ Art. 2, lett. b. Convenzione quadro del Consiglio d'Europa sul valore dell'eredità culturale per la società, più comunemente nota come la Convenzione di Faro per via della località portoghese dove il 27 ottobre 2005 si è tenuto l'incontro di apertura alla firma degli Stati membri del Consiglio d'Europa e all'adesione dell'Unione europea e degli Stati non membri, è entrata in vigore il 1° Giugno 2011, <http://www.beniculturali.it/mibac/export/UfficioStudi/>

¹¹⁷ Tylor E. B., Primitive Culture : Researches Into the Development of Mythology, Philosophy, Religion, Art, and Custom, Volume 1, J. Murray, London 1871, con riferimento alla sovrapposizione dei due concetti di cultura e civiltà, fornisce la seguente definizione cultura o civiltà : " Culture or Civilization, taken in its wide ethnographic sense, is that complex whole which includes knowledge, belief, art, morals, law custom, and any other capabilities and habits acquired by man as a member of society.", p. 1.

¹¹⁸ Civiltà, in «Treccani – La cultura italiana».

¹¹⁹ Cfr definizione di *relativismo culturale* in «Sapere.it».

ascrivibili alla categoria stessa dei beni culturali. Dunque, da un'impostazione eurocentrica monumentale, si è passati ad una concezione antropologica immateriale di bene culturale. sicché, postulando il relativismo culturale di Herskovits (1972), anche le forme più tradizionali della manifestazione culturale risultano parimenti meritevoli. In tal contesto in apparenza conflittuale, si colloca l'adozione della Convenzione per la salvaguardia del patrimonio culturale immateriale(2003) che rappresenta, in tal senso, un importante un importante passo in avanti inteso quale riconoscimento dei patrimoni a lungo considerati "diversi" e che, in specie, caratterizzano soprattutto il sud del mondo.

Capitolo II

Tacit Knowledge: "il dilemma dei due paradossi"

Abstract

Questo capitolo ha per oggetto la revisione della letteratura effettuata per le parole chiave tacit knowledge, economia della conoscenza. L'obiettivo di questo capitolo è quello di investigare le problematiche connesse con il trasferimento/acquisizione della conoscenza tacita affrontate mediante quello che abbiamo voluto chiamare "il dilemma dei due paradossi". Ovverosia, si è tentato di rispondere a due quesiti principali che la letteratura in commento sembra aver trattato solo marginalmente nel dispiegare i meccanismi alla base del trasferimento della conoscenza tacita con le risultanti connesse difficoltà. Tali quesiti vertono, in prima analisi, sulla natura tacita della conoscenza tacita meglio espressa dall'aggettivo tacito e dall'avverbio tacitamente, nonché, in seconda, ed ultima, istanza, sulla considerazione se l'acquisizione della conoscenza tacita possa - o debba - avvenire solo tacitamente (per c.d. inconscia acquisizione).

Parole chiave: Tacit knowledge, Economia della conoscenza, Geographical proximity

2.1. Introduzione

Esiste una considerevole letteratura in materia di *conoscenza tacita* (d'ora in avanti CT). Tuttavia, data la prevalenza di un approccio selettivo che pone come oggetto di analisi il concetto di *conoscenza*, inteso nella sua accezione più lata (codificata e tacita), con questo paper ci si è voluti soffermare sul quesito inerente la trasferibilità della sua variante *tacita*. La CT, costituisce, invero, l'unico vantaggio competitivo per le imprese (Buat, 2007). Sicché, la decisione di assumere ad analisi la variante tacita della conoscenza, emerge dalla constatazione che essa si configuri come bene a *bassa rivalità ed elevata escludibilità* (Pedrini, 2012)¹²⁰. Di converso, il trasferimento della conoscenza di tipo codificata-esplicita "*dall'individuo A all'individuo B, non impedisce ad A di farne uso [...] [così] come sarebbe ad esempio impossibile vietare a qualcuno di leggere libri [...]*" (Gallina, 2005)¹²¹.

Sostanzialmente, questo paper costituisce una revisione sistematica della letteratura e, ancor più, si pone come strumento di analisi teorica delle problematiche connesse alla trasferibilità della CT. Difficoltà connesse, in prima battuta, alla inadeguatezza - o intrinseca deficienza - del linguaggio quale veicolo di trasmissione della CT e, in seconda istanza, alla eventualità che l'acquisizione della CT debba verificarsi tacitamente, ossia interiorizzata solo inconsciamente attraverso quello che la letteratura in commento definisce come *implicit learning*. In tal senso, con "*il dilemma dei due paradossi*", si è avvertita la necessità di svolgere un'analisi teorica delle problematiche connesse alla trasferibilità della CT. Ovverosia, si è cercato di rispondere a due quesiti principali che la letteratura in commento sembra aver trattato solo marginalmente nel dispiegare i meccanismi di trasferimento della CT e le risultanti connesse difficoltà. Tali quesiti vertono, in prima analisi, sulla natura tacita della CT meglio espressa dall'aggettivo *tacito* e dall'avverbio *tacitamente*, nonché, in ultima istanza, sulla considerazione se l'acquisizione della CT possa (o debba) avvenire solo tacitamente (per c.d. inconscia acquisizione).

2.2 Quadro teorico di riferimento

I primi sviluppi del concetto di *conoscenza tacita* sono stati resi dal filosofo ungherese Michael Polanyi (1966). Egli, nel suo *Tacit Dimension* ne sintetizzò i tratti essenziali nell'affermazione secondo la quale gli individui sappiano più di

¹²⁰ Pedrini G., Interazione tra imprese, università e governi locali nello sviluppo del territorio. Il potenziale ruolo delle *corporate universities* e il settore delle *utilities*, in (a cura di) AA. VV., La città nell'economia della conoscenza, FrancoAngeli, Milano 2012, p. 195.

¹²¹ Gallina M. A., Ricerca empirica e risorse della Rete, in (a cura di) Grimaldi R., Metodi formali e risorse della Rete: Manuale di ricerca empirica, FrancoAngeli, Milano 2005, p. 30.

quanto possano esprimere a parole: «*we know more than we can tell*» (Polanyi, 2009). Tuttavia, lo stesso concetto acquisisce una certa popolarità a partire dal 1995, anno di coincidenza con la pubblicazione di *The knowledge Creating Company* ad opera dei due studiosi giapponesi Ikujiro Nonaka e Hirotaka Takeushi (1995). Oggi, nell'*economia della post-industrializzazione*, detta anche *economia della conoscenza* (Dunning, 2002), la *conoscenza tacita* costituisce "*one of the important sources of the enterprises' core competitiveness, on account of its imperfectly replicable and imitable attribute*" (Wang et al, 2017). Ancor più, in vero, allorché questa valenza, forte degli attributi della non replicabilità e inimitabilità, in specie in uno scenario globalizzato, viene addotta ad unico vantaggio competitivo in considerazione del nesso causale diretto tra "*the emphasis on tacit knowledge as a strategic competitive factor [...] and the increasing globalization*" (Johannessen et al, 2001)¹²².

I più rilevanti contributi in materia sogliono distinguere tra *conoscenza tacita* e *conoscenza codificata* (OCSE, 1996), sicché, argomentando Braunerhjelm (1997: 10), la conoscenza in senso lato "*will always contain some element of tacitness*". Tuttavia, data la peculiarità della variante codificata ad essere "*easily accessible to other economic agents*" (*Ibid.*: 10), Maskell e Malmberg (1999) considerano "[the] *ability to produce, access and control tacit knowledge*" come unico vantaggio competitivo in seno alle imprese (Gertler, 2004)¹²³.

2.2.1 La *conoscenza tacita*

Innanzitutto, una prima introduzione al concetto di CT si rende doverosa. Il primo studio sulla *Tacit Knowledge* si deve a Michael Polanyi (1966). Nel suo "*The Tacit Dimension*", la definizione della CT viene pienamente sintetizzata nella nota frase "*we know more than we can tell*"¹²⁴. Tale definizione, in vero, conferma una delle peculiarità proprie della conoscenza. Per Braunerhjelm (1997: 10) "*knowledge will always contain elements of tacitness*"¹²⁵. Sicché, la conoscenza, in senso lato, si presenta nella sua duplice dimensione *codificata/tacita*. Un concetto di residualità che ascrive alla conoscenza una duplice partizione: *codificata* vs *tacita*. Argomenta,

¹²² Johannessen J. A. et al, Mismanagement of tacit knowledge: the importance of tacit knowledge, the danger of information technology, and what to do about it, in «International Journal of Information Management», 21, 2001, pp. 3-20.

¹²³ Gertler M. S., *Manufacturing Culture: The Institutional Geography of Industrial Practice*, Oxford University Press, New York, 2004, p. 141.

¹²⁴ Polanyi, M., *The Tacit Dimension*, University of Chicago Press, 2009, p. 10.

¹²⁵ Braunerhjelm, P., On the role of the knowledge capital in firm performance – Empirical evidence from Swedish firms in the engineering industry, in «Revue d'économie industrielle», vol. 81, 3e trimestre 1997, pp. 9-22.

giustappunto, Braunerhjelm (1997: 12) come la conoscenza si manifesti in parte come "*codified and easily accessible to other economic agents*" e in altre parti come avente "*a more tacit nature and are appropriated by the firms themselves*"¹²⁶.

Nella *knowledge-based economy*, anche detta *information society* per via di una sempre più progressiva codificazione della conoscenza e sua conversione in informazione (OCSE, 1996), l'accesso alla conoscenza codificata avviene in via agevole e a costi esigui. Dacché, osservano Maskell e Malmberg (Gertler, 2004), "*in a world in which access to codified knowledge is becoming ever easier*", l'unico vantaggio competitivo per le imprese risiede nella loro "*ability to produce, access and control tacit knowledge*". Una capacità questa ritenuta necessaria, ancor più quando si assume la CT "*in the form of skills needed to handle codified knowledge*" (Ibid.: 10). Ne deriva che la CT è un'abilità che può essere acquisita esclusivamente con l'apprendimento e la formazione sul campo. La conoscenza, ivi compresa quella tacita, si differenzia dagli altri asset tangibili (c.d. *immobilizzazioni materiali*), giacché non è soggetta a degrado od usura (essa è fuori campo d'applicazione del fattore deprezzamento), bensì cresce e si autoalimenta in risposta all'utilizzo. Osservano per l'appunto Naicker *et al* (2014: 25) "[...] *knowledge is different to that of tangible resources, in that it grows when used*" laddove, Egli continua, "*most tangible resources tend to depreciate with use* [...]"¹²⁷.

Volendo insistere sulla definizione data da Polanyi (2009: 10), il fatto che le nostre capacità superino di gran lunga ciò che possiamo esprimere a parole, mette in risalto l'inadeguatezza del linguaggio inteso quale "*symbolic forms of communication, such as spoken or written words [che da soli] cannot convey all of the knowledge necessary for successful execution*" (2004: 134). In vero, questo è il dilemma embrionale della CT: "*bridging the gap between conception and execution*" (Gertler, 2003: 82).

2.2.2 Economia della conoscenza

Nella attuale epoca della *post-industrializzazione*, detta anche *knowledge-based economy* (Dunning, 2002)¹²⁸, le moderne economie manifestano una crescente dipendenza in relazione alla "*production, distribution and use of knowledge than ever before*" (OCSE, 1996). La nuova funzione di produzione trascende la mera

¹²⁶ Braunerhjelm P., Cit..

¹²⁷ Naicker K. *et al*, Conceptualizing knowledge creation, conversion and transfer, in «Trends and Development in Management Studies», Vol. 3, Issue 1, 2014, pp. 23-58.

¹²⁸ Dunning J. H., Regions, globalization and knowledge-based economy, Oxford University Press, 2002.

prestazione del capitale fisso e del lavoro. Invero, in essa viene accluso il contributo dell'asset produttivo immateriale "conoscenza", soprattutto quella *tacita* (ivi compreso il *know-how*), che risulta essere "*il fattore più rilevante nell'assicurare la sopravvivenza e il successo delle imprese in una società [detta appunto] della conoscenza*" (Cappellin, 2010)¹²⁹. Se nella funzione di produzione neoclassica si assiste ad una marginalizzazione del fattore "conoscenza" al quale veniva, invero, attribuito un contributo esplicativo della crescita di mera residualità rispetto agli altri classici fattori della produzione (Vasapollo, 2006)¹³⁰, nella *knowledge-based economy* i trend mostrano un vistoso ribaltamento, sicché spesso si suol parlare di tecniche produttive *knowledge-intensive* (Cappellin *et al.*, 2012)¹³¹. Dacché, argomenta Armano (2010: 24) in commento a Pichierri, la *nuova* funzione di produzione si caratterizza per "*un'alta intensità di lavoro qualificato, una scarsa intensità di lavoro non qualificato e soprattutto una bassa intensità di capitale fisso*"¹³².

2.3 Metodologia di ricerca adottata

La ricerca degli articoli in «riviste accademiche» per le parole chiave *tacit knowledge e knowledge economy* nell'abstract e nell'intero testo ha prodotto 47 risultati così suddivisi: Business Source Premier (40), EconLit (7) che, ulteriormente filtrati per la lingua inglese e previa automatica rimozione dei duplicati, si restringono a 37 risultati mediante aggregatore EBSCOhost. Stessa procedura di ricerca è stata adottata in JSTOR. Tale ricerca, debitamente filtrata per il titolo dell'articolo, data la non sempre disponibilità degli abstracts, ha prodotto 23 risultati. La ricerca è stata fatta in ambito economico e per lo stesso periodo di osservazione (1999-2017). Nel complesso, la ricerca in JSTOR ha prodotto la selezione di 6/23 articoli data la loro maggiore attinenza allo specifico tema in discussione.

In merito ai criteri di inclusione ed esclusione adottati, 26/37 articoli emersi mediante aggregatore EBSCOhost sono stati selezionati in quanto denotano una maggiore attinenza al tema oggetto di analisi: *il ruolo della conoscenza tacita*

¹²⁹ Cappellin R., Reti di conoscenza e innovazione e il *knowledge management* territoriale, in (a cura di) AA. VV., Sviluppo, innovazione e conoscenza: Strumenti per un'economia della conoscenza, FrancoAngeli, Milano 2010, p. 207.

¹³⁰ Vasapollo L., Trattato di economia applicata, Analisi critica della mondializzazione capitalistica, Jaca Book, Milano 2006, p. 102.

¹³¹ Cappellin R. et al., La città nell'economia della conoscenza, in (a cura di) Cappellin R. et al., La città nell'economia della conoscenza, FrancoAngeli, Milano 2012, p. 18.

¹³² Armano E., Precarietà e innovazione nel postfordismo. Una ricerca qualitativa sui lavoratori della conoscenza a Torino, Odoja, Bologna 2010, p. 24.

nell'economia della conoscenza. Tra i criteri di esclusione figurano quello della limitazione settoriale e circoscrizione geografica. Sicché, tra gli articoli oggetto di esclusione, alcuni, sebbene discutano il tema della conoscenza tacita in relazione all'economia della conoscenza, limitano il loro campo di indagine e di applicazione a specifici ambiti settoriali e geografici. In base al criterio della limitazione settoriale, tra gli articoli esclusi risultano quelli nei quali i relativi Autori restringono le proprie analisi ai *communication centers* (Radoushinsky e Zdolkova, 2015), al *settore immobiliare* (Chynoweth, 2013) e ai *digital media* (Preston *et al.*, 2009). Secondo il criterio della circoscrizione geografica, le esclusioni per irrilevanza vertono sul ruolo passivo dell'Africa Subsahariana nella corsa mondiale nell'economia della conoscenza (Kolo, 2009), gli effetti dell'ITC e di spillover nella competitività e generazione di ricchezza in Messico (Carral e Capote, 2010). Particolarmente irrilevante risulta l'analisi critica del contributo della conoscenza come determinante dell'occupazione in prospettiva futura (Thompson *et al.*, 2001), del ruolo dei migranti lavoratori in qualità di mediatori interculturali (Harney, 2006), la gestione della conoscenza che nella globalizzazione assume i tratti di una gestione piuttosto interculturale (Holden, 2001), del contributo della modellazione matematica nella generazione della conoscenza e della creatività (Wierzbicki, 2007), della folk-psychology (Day, 2005). Nella sezione successiva, dedicata all'«Analisi della letteratura», 10 articoli accademici (frutto di una selezione congiunta EBSCOhost e JSTOR), verranno analizzati vista la loro maggior attinenza al quesito oggetto della presente trattazione.

2.3 Analisi della letteratura

La letteratura in commento mostra come vi sia un esteso riconoscimento dell'importanza della conoscenza che, nella sua duplice forma *codificata-tacita*, costituisce input fondamentale del processo innovativo (Asheim e Hansen, 2009). Per alcuni (Cfr. Tab. 1) la conoscenza tacita (CT) presenta una stretta specificità territoriale, talchè il suo trasferimento necessita della mobilità del personale (Eriksson, 2011); per altri esistono dei knowledge spillovers allorché l'acquisizione della conoscenza avvenga mediante imitazione (Fung, 2005), che sconta gli effetti talvolta discordanti del sistema delle IPRs onde di fatto ne viene limitato l'effettivo sfruttamento e, ancorpiù se considerata la ricorrenza di casi tali per cui "*the person who has the knowledge is not necessarily in the best position to use it efficiently*" (Foray, 2000). Se da un lato si costata un rapporto di positiva reciprocità tra il c.d. passaggio "*from hand to hand*" e le connesse (crescenti) probabilità di sfruttamento effettivo della conoscenza, dall'altro emerge il peso della "*propensity to patent*" i cui effetti in termini di *privatizzazione* della stessa sono tradotti in titoli di esclusivo

sfruttamento (*Ibid.*). Altri ancora sostengono come i knowledge spillovers siano maggiormente favoriti dalla prossimità tra i progetti (Antonelli *et al.*, 2011) il cui successo è misurato dalla *closeness centrality* allorché si tratti degli *indirect knowledge spillovers*, non aventi cioè un *common developer* (Fershtman e Gandal, 2011)¹³³.

Tab. 2.1 Studi sulla conoscenza tacita

Autore/i	Anno di pubblicazione	Riviste Accademiche
Asheim, B.; Hansen, H-K.	2009	<i>Economic Geography</i>
Eriksson, R-H.	2011	<i>Economic Geography</i>
Fung, M-K	2005	<i>Economica</i>
Foray, D	2000	<i>Les Cahiers de l'Innovation</i>
Antonelli, C.; Patrucco, P-P.; Quatraro, F.	2011	<i>Economic Geography</i>
Fershtman, C.; Gandal N.	2011	<i>The RAND Journal of Economics</i>
Gertler, M-S	2003	<i>Journal of Economic Geography</i>
Holste J-S, Fields D	2010	<i>Journal of Knowledge Management</i>
Descrochers P	2001	<i>The Review of Austrian Economics</i>
Kosempel, S.	2007	<i>The Canadian Journal of Economics/ Revue canadienne d'Economique</i>

¹³³ Fershtman C., Gandal N., Direct and indirect knowledge spillovers: the "social network" of open-source projects, in «RAND Journal of Economics», Vol. 42, No. 1, Spring 2011, pp. 70-91.

Come illustrato in tabella 1 (si veda Tab. 1), la letteratura in commento muove dall'assunto che la CT è *context-specific* onde sorge, in vero, uno *spatial issue* che fa sì che la CT sia *difficult to exchange over long distances*, giacché necessita delle cosiddette *commonalities* (Gertler, 2003)¹³⁴ maggiormente fortificate da una nutrita componente fiduciaria nella sua duplice forma *affect/cognition-based* (Holste e Fields, 2010)¹³⁵. La sua natura *context-specific* spiega, secondo taluni, la *geographical concentration* delle attività produttive, ancor più quelle innovative (Descrochers, 2001; Torre, 2008; Gertler, Levitte, 2005).

Il fatto che la CT costituisca per molti uno *spatial issue* (Tanner, 2014)¹³⁶, si deve all'osservazione che la *geographical proximity* spicchi il suo contributo principalmente *in the process of learning-through-interacting* (Gertler, 2003). Nel processo di apprendimento risulta maggiormente incisiva la *face-to-face interaction* che viene addotta essere "*the primary method for transferring of tacit knowledge*". In un contesto più ampio, la diffusione della conoscenza è impedita dalla incapacità di apprendimento (Kosempel, 2007), giacché "*people often learn through close observation and interaction with someone who already possesses that knowledge*".

Tuttavia, commentando Asheim *et al.*, Tanner (2014) argomenta come la *face-to-face interaction* non debba essere (con)fusa con la necessità della fisica (co)presenza degli attori coinvolti. Egli sostiene come il "*face-to-face contact between actors is not dependent on parties being localized in the same territory*" (*Ibid.*: 8). Questa corrente scuote l'importanza delle *commonalities* nei knowledge spillovers onde viene minimizzata la rilevanza del *common social context* fondato su valori, lingua e cultura condivisi. Ciò nondimeno, resta il fatto che il comune denominatore a entrambe le correnti giace nella loro persistenza su quello che viene definito *the original problem of tacit knowledge*: ossia la questione inerente la sua trasferibilità.

¹³⁴ Gertler M.S., Tacit knowledge and the economic geography of context, or The undefinable tacitness of being (there), in «Journal of Economic Geography», 3/2003, pp. 75-99, p. 79.

¹³⁵ Holste J. S., Fields D., Trust and tacit knowledge sharing and use, in «Journal of Knowledge Management», Vol. 14, 1/2010, pp. 128-140.

¹³⁶ Tanner A. N., Spatial knowledge dynamics of innovation processes: local and non-local aspects of buzz and collective learning, Paper to be presented at the DRUID Society Conference 2014, CBS, Copenhagen, June 16-18.

2.4 Discussione dei risultati ottenuti: "Il dilemma dei 2 paradossi"

Nella definizione avanzata da Polanyi (2009: 10) "*we know more than we can tell*" viene posto in risalto il limite del linguaggio convenzionale quale veicolo di trasmissione della CT.

Nell'enunciare la nostra teoria sull'*intrinseca deficienza* del linguaggio quale mezzo di trasferimento della CT, avizzeremo l'idea che vi siano "*due paradossi*": Il primo (A) attiene alla natura intrinseca della dimensione tacita della conoscenza meglio formulata dall'aggettivo "*tacito*" e dall'avverbio "*tacitamente*"; Il secondo (B) postula il paradosso riveniente dalla risposta al quesito se il trasferimento della CT avvenga, o debba avvenire, tacitamente.

A. Nel trattare sul piano teorico il primo paradosso, ci sia permesso procedere dalla definizione dell'agg. *tacito* e avv. *tacitamente* fornita dall'Enciclopedia Italiana di scienze, lettere ed arti *Treccani*¹³⁷:

Tàcito (aggettivo). "*Non espresso, non manifesto con parole ma [...] desumibile da altri indizi o manifestazioni [...]*."

Tacitaménte (Avverbio). "*Silenziosamente, di nascosto, in segreto, senza espressa manifestazione di volontà [...]*".

Per meglio esprimere la limitatezza dei convenzionali simboli di comunicazione, ci sia inoltre permesso citare la parafrasi associata ai primi 5 versi de "*La pioggia nel pineto*" di G. D'annunzio (1902):

"(1)*Taci. Su le soglie*(2)*del bosco non odo*(3)*parole che dici*(4)*umane;*
ma odo(5)*parole più nuove[...]*".

La parafrasi mette in contrapposizione la duplice natura del linguaggio: *ordinario vs straordinario: parole che dici umane vs parole più nuove*. Ne possiamo dedurre, pur con le dovute cautele del caso, che *straordinario* attenga al minuzioso e dettagliato non esprimibile con *parole [dette] umane*. Così, come proprio lo stesso Polanyi (1998: 55) argomenta, "*An art which cannot be specified in detail cannot be transmitted by prescription, since no prescription for it exists*"¹³⁸. Ciò che non può essere specificato in dettaglio, non può essere pienamente trasferito. Vi è ancor più chi sostiene, in specie Hedlund e Zander (1993: 10), come in realtà i limiti del linguaggio talvolta si manifestino allorché si debba effettuare una dettagliata

¹³⁷ <http://www.treccani.it/vocabolario/tacito/>

¹³⁸ Polanyi M., *Personal Knowledge: Towards a Post-critical Philosophy*, Psychology Press, 1998, p. 55.

descrizione della simultanea relazione tra i nessi sottostanti un'abilità complessa. Essi argomentano come "*the relationship between the details of a complex skill, even if articulate one by one, is sometimes lost in language, which due to its serial nature cannot simultaneously serve to describe the relationships and characterize the things related*" (Håkanson, 2002)¹³⁹.

Andando oltre, ossia intersecando entrambe le due definizioni di *tacito e tacitamente*, due elementi sembrano centrare meglio i limiti del linguaggio convenzionale nel trasferire la CT. Da una parte il trasferimento di conoscenza *tacita* necessita di *indizi e manifestazioni*, in seconda istanza si rende necessaria la simultanea *manifestazione di volontà*.

Holste e Fields (2010: 129) hanno esaminato gli effetti (con risultati positivi) della fiducia nella sua duplice partizione *affect/cognition based* sulla "*willingness¹⁴⁰ of employees to share and use tacit knowledge*". Le loro conclusioni confermano come il trasferimento della CT in un rapporto di *face-to-face interaction* implichi necessariamente la "*close observation and interaction with someone who already possesses that knowledge*" (*Ibid.*: 131) e soprattutto "*the willingness and capacity of individual[s] to share what t[he]y know[s]*" (*Ibid.*: 130).

Ciò premesso, anche la definizione di "*indizio*" sembra venirci incontro. Tale è inteso "*l'elemento, [il]dato che costituisce un'indicazione, un suggerimento in merito a qualcosa di non evidente [grassetto e corsivo mio]*"¹⁴¹. Ovviamente, sinonimo di "*non evidente*" è senza alcun dubbio *tacito* onde, di converso, *l'evidente* attiene a ciò "*Che non ha bisogno di dimostrazione [...]*"¹⁴².

Se da un punto di vista Galileiano *le (necessarie) dimostrazioni dovrebbero garantire le (sensate) esperienze* (Petrucci, 2003)¹⁴³, ne deriva che l'acquisizione/trasferimento della CT possa (e *debba*) avvenire esclusivamente in una logica *experience-based* (Kulkki, 2002)¹⁴⁴. Ancorpiù, in vero, se si assume che l'esperienza serva a riprodurre il fenomeno oggetto di analisi (i dettagli della CT) al fine di fornir(n)e le *autentiche condizioni* data l'osservazione che caratteristica

¹³⁹ Hakanson L., Creating Knowledge: The Power and Logic of Articulation, in «Organization Science» dicembre 2002, p. 17.

¹⁴⁰ Si informano i gentili lettori che le riproduzioni in grassetto sono addotte a complemento e suffragio dei nostri assunti teorici, e viceversa.

¹⁴¹ In «Corriere della Sera - Dizionari».

¹⁴² In «Repubblica - Dizionari».

¹⁴³ Petrucci A., La svolta galileiana, in (a cura di) Spreafico S., Scienza, coscienza e storia nel caso di Galilei, FrancoAngeli, Milano, 2003, p. 15.

¹⁴⁴ Kulkki S., Knowledge Creation of Global Companies, in (a cura di) Choo C. W., Bontis N., The Strategic Management of Intellectual Capital and Organizational Knowledge, Oxford University Press, 2002, p. 506; Cfr. anche Langer A. M., Information technology and Organizational Learning: Managing Behavioral Change in the Digital Age, CRC Press, ottobre 2017.

peculiare della CT attenga al suo indissolubile legame con la pratica: "*Its generation cannot be separated from its application*" (Lam, 2000)¹⁴⁵. Anche la nozione di *know-how* data dal modello OCSE (2010) di Convenzione contro le doppie imposizioni, invero, ne ascrive una doppia configurabilità: [tale è "*l'informativa*] (1) *derivante da una precedente esperienza e; (2) dotata di applicazioni pratiche*" (Visconti, 2012)¹⁴⁶.

Questo assunto ci conduce inevitabilmente ad un altro posto in rapporto di diretta correlazione, ossia quello della doppia specificità della CT: la CT, oltre che *context-specific*, è anche *person-specific* (Dogaru *et al.*, 2002)¹⁴⁷. Autentico è per l'appunto inerente allo specifico in contrapposizione a ciò che è acquisito per *imitazione e in via rasentata e superficiale*. Volendo esprimere le peculiarità della CT nei termini della *Teoria dei costi di transazione*, in un senso più generale di applicazione, costateremmo uno sbilanciato potere contrattuale a favore del personale c.d. *highly-skilled*. In questo nuovo scenario, ci troviamo innanzi ad un'elevato grado di incertezza che funge da forza di pressione in seno alle imprese affinché siano escogitati meccanismi di *retention* del personale. Onde scongiurare un'avversa *fuga di cervelli*, le imprese adottano quelli che Sutherland e Jordaan (2004: 57) denotano come i "*Retention devices for individuals*" che comprendono, tra gli altri, ivi incluso il *riconoscimento [the acknowledgement]*, meccanismi retributivi proporzionati alle performance. I dati del rapporto tecnico OCSE (1996) "*The Knowledge-Based Economy*", confermano questo trend. In tal senso, l'aumento della retribuzione media nei settori *knowledge-intensive* delle economie OCSE, si pone, tra gli altri, come meccanismo di ritenzione, giacché fondato su fattori quali l'adeguato riconoscimento e compenso commisurato alla prestazione. Il che, specie in un lavoro di squadra (o *cooperativo*), lascia non pochi dubbi in merito alla misurabilità del contributo individuale alla performance complessiva (Morieux e Tollman, 2015)¹⁴⁸. Osservano Frey e Osterloh (2000: 539) come il contributo del singolo individuo in termine di conoscenza tacita alla performance di gruppo "*cannot be measured and paid accordingly*"¹⁴⁹.

¹⁴⁵ Lam A., Tacit Knowledge, Organizational Learning and Societal Institutions: An Integrated Framework, in «Organization Studies», 21/3, 2000, pp. 487-513.

¹⁴⁶ Visconti R. M., La valutazione economica del know-how, in «Il diritto industriale», n. 3, 2012, pp. 269-279.

¹⁴⁷ Dogaru T. et al, Economic development, place-based development strategies and the conceptualization of proximity in European urban regions, in (a cura di) Torre F., Wallet F., Regional Development and Proximity Relations, Edward Elgar Publishing, Inc, Cheltenham, Northampton 2014, p. 333.

¹⁴⁸ Morieux Y., Tollman P., Smart Simplicity: Sei regole per gestire la complessità senza diventare complicati, Egea, Milano 2015.

¹⁴⁹ Frey B. S., Osterloh M., Motivation, knowledge transfer, and organizational form, in «Organization Science», Vol. 11, No. 5, September-October 2000, pp. 538-550.

Ancora, studi in alcune economie mostrano come ad una "*more rapid [...] introduction of knowledge-intensive means of production [...]*" corrisponda una "*greater [...] demand for highly skilled workers*" (1996: 16) i quali, per compenso commisurato alla performance, percepiscono delle "*higher wages*" (*Ibid.*: 10). Dacché, ne risulta un'altra osservazione, ossia che la CT si presenta sotto forma di know-how necessario per la manipolazione di conoscenza codificata. Essa si manifesta "*in the form of skills needed to handle codified knowledge*", allorché quest'ultima debba essere considerata *as the material to be transformed* [assumendo che la CT], *particularly know-how, [costituisce il necessario] tool for handling this material* (*Ibid.*: 13).

Inoltre, tali peculiarità rendono, in linea di massima, la CT fattore inimitabile e difficilmente trasferibile, giacché, giustappunto, sorgono limiti in merito alla sua codificabilità. Le sue peculiarità *experience-based* e *person-specific*, nonché l'inadeguatezza del linguaggio quale veicolo di sua trasmissione, fanno sì che la CT sia *person-embodied* onde il soggetto debba necessariamente *usare il proprio corpo* giacché trova difficoltà a spiegarne i tratti a parole. In breve, ciò che non può essere espresso con l'ausilio di parole e/o numeri, non può essere codificato (Maggioni, Nosvelli, 2003)¹⁵⁰. Come argomenta Howells (1996: 95) "*since tacitness is something very much to do with direct experience and is person-embodied, is not directly codifiable via artefacts*".

Corollario, gli indizi (intesi quali esperienze) e la manifestazione di volontà sono gli ingredienti necessari, ma – conformemente a quanto si dirà in trattazione del secondo paradosso - non sufficienti, ai fini del trasferimento della CT data la deficienza del linguaggio quale veicolo di sua trasmissione. Stesso concetto è presente in Wittgenstein (1953) il quale osserva come "*Il punto centrale è la teoria di che cosa può essere detto mediante una proposizione – cioè mediante il linguaggio - [...] e che cosa non può essere detto mediante una proposizione, ma solo mostrato [...]*" (Bastianelli, 2008; Cambula, 2003)¹⁵¹.

Altro elemento fondamentale riveniente dalla definizione di *tacito* attiene alla sua "*desunzione*". In chiave di lettura filosofica, desumere implica ricavare per deduzione, ossia "*ricavare con procedimento mentale*"¹⁵². Dunque, l'acquisizione della CT avviene per sua desunzione (*cognitiva*) da *fatti e prove* (indizi e

¹⁵⁰ Maggioni M. A., Nosvelli M., La cultura dei sistemi produttivi territoriali tra formazione e innovazione, in (a cura di) Osservatorio impresa e cultura, Cultura e competitività. Per un nuovo agire imprenditoriale, Rubbettino, Soveria Mannelli 2003, p. 312.

¹⁵¹ Bastianelli, M., Oltre i limiti del linguaggio: il kantismo nel Tractatus di Wittgenstein, Memesio, Milano 2008, p. 111; Cfr anche Cambula, M., Ludwig Wittgenstein: stili e biografia di un pensiero, Rubbettino, Soveria Mannelli 2003.

¹⁵² Garzanti Linguistica, dedurre.

manifestazioni) che ne costituiscono i soli e gli unici veicoli di trasmissione. Il fatto che la *desunzione* attenga al *processo cognitivo* e, più precisamente, in ambito psicologico, ai *modelli mentali*¹⁵³ di interpretazione, ci conduce inevitabilmente alla necessità di quello che *Ba* (Nonaka *et al.*, 2000) chiama lo *shared (social) context* (o *commonalities*) grazie al quale *information becomes knowledge through interpretation* (Nonaka e Toyama, 2003), giacché il ruolo del *social context* si assume essere quello di *attributore di significato all'informazione mediante interpretazione* [trad. mia]. Più fra tutti, in quello dei modelli mentali è senza dubbio il concetto chiave su cui poggia la logica esplicativa del differenziale dato dalla massima "*we know - [more] - than we can tell*" (Polanyi, 1966). Se in ambito psicologico il concetto dei modelli mentali (o *mental models*) ha a che fare con le "*convinzioni profondamente radicate nelle azioni e nelle esperienze*" (Trentin, 2004)¹⁵⁴, certo è che l'elemento tacito della conoscenza attiene a tutto ciò che si dà per scontato e si assume per dato. Come osserva Nonaka (1998: 28), "*tacit knowledge has an important cognitive dimension. It consists of mental models, beliefs, and perspectives so ingrained that we take them for granted and therefore cannot easily articulate them*"¹⁵⁵. Ne risulta che il deficit connesso ad una sua dettagliata articolazione funge da ostacolo al processo di apprendimento. Ciò che spinge Sveiby (1996: 381) a precisare "*Tacit knowing [...] function(s) as a taken-for-granted knowledge, which in its turn delimits the process-of-knowing and sets boundaries for learning*"¹⁵⁶. Questo sapere *tacito* è altamente pratico e *deeply familiar* sicché, osserva Tsoukas (2005: 142), "*when people are asked to describe how they do what they do, they often find it hard to express it in words*". Un sapere, per l'appunto, altamente pratico, allorché affondando le proprie radici nell'esperienza individuale, sfugge, sovente, ai canoni di quello che, in ambito psicologico, viene chiamato *comportamento cosciente*. Osservano, giustappunto, Koskinen *et al* (2003: 282) "*Tacit knowledge is deeply rooted in an individual's experience, and it consists of schemata, belief, and perceptions stored so deep in the worldview that we take them for granted*" (Koskinen *et al.*, 2003)¹⁵⁷.

Corollario, i limiti al trasferimento della CT sono dovuti, in prima istanza, ad un *communication issue* espresso dalle *difficulties and inadequacies of language* (ordinario-convenzionale), nonché all'afflizione del *vincolo spaziale (spatial issue)*

¹⁵³ Gatti E. *et al*, Capire il Mondo: Processi Cognitivi nell'Interpretazione della Realtà, in «LED-Edizioni Universitarie di Lettere Economia Diritto», 2013.

¹⁵⁴ Trentin G., Apprendimento in rete e condivisione delle conoscenze: ruolo, dinamiche e tecnologie delle comunità professionali online, FrancoAngeli, Milano 2004, p. 29.

¹⁵⁵ Nonaka I., The Knowledge-Creating Company, in «Harvard Business Review», novembre-dicembre 1991.

¹⁵⁶ Sveiby K-E, Transfer of Knowledge and Information Processing Professions, in «European Management Journal», Vol. 14. No. 4, 1996, pp. 379-388.

¹⁵⁷ Koskinen K. U. *et al*, Tacit knowledge acquisition and sharing in project work context, in «International Journal of Project Management», n. 21, 2003, pp. 281-290.

che cela in sé il fattore *commonalities context-specific*. Quella che Kosempel (2007) chiama *incapacità di apprendimento*, altro non è che una risoluta affermazione del gravame esercitato da entrambi i due vincoli: comunicativo e spaziale. Quest'ultimo può essere maggiormente inteso dalle teorie sulla [*geographical*] *proximity* (Antonelli et al., 2011) e, con le dovute accortezze, misurato dalla *closeness centrality* (CC) di Fershtman e Gandal (2011). Con riguardo alla prossimità tra i progetti, la *closeness centrality* misura the "inverse of all the sum of all distances between the project and all other projects" ed esprime semplicemente "how far each project is from all other projects [...]" (Fershtman e Gandal, 2011). In sintesi, la CC asserisce che ad un aumento della distanza tra i progetti ad alto contenuto di CT, corrisponde un calo nella loro capacità di *spillover* (*esternalità*).

Per meglio comprendere il meccanismo di funzionamento della CT assumiamo il modello della *cognitive representation of tacit knowledge* elaborato da Sternberg e Sternberg (2016)¹⁵⁸. Questo modello, *memory-based*, mette in relazione tutte le peculiarità precedentemente avanzate sulla CT: *experience-based*, il presupposto dei *mental models*, la difficile articolabilità (codificabilità o esplicabilità), nonché il tratto principale della conoscenza nella sua duplice partizione a contenere [always] *some elements of tacitness*. Il punto centrale che si coglie da questo modello è dato dalla constatazione che la CT è *experience-based*, giacché affonda le proprie radici in quella che gli autori denotano come la *episodic memory*, ossia la memoria *for specific, personally experienced events*. In questo modello vengono distinte due fonti della conoscenza di influenza sul comportamento o la performance individuale: quella acquisita per esperienza personale (*personal experience*) e quella ricevuta (*received-knowledge*) *through communication of generalized knowledge based on someone else's experience*. La distinzione operata per tre tipologie di memoria – *episodic, procedural, semantic* - serve a chiarire questo meccanismo. la CT è acquisita per esperienza personale attraverso la *episodic memory*, mentre la *received knowledge* esplica i suoi effetti attraverso la *semantic memory* che attiene, giustappunto, alla *memory for information that transcends particular episodes*, ovvero alla conoscenza codificata esplicita (Sternberg, 2000: 113-118).

B. Il secondo "*paradosso*" è in parte correlato al primo. In vero, il trasferimento della CT necessita, in aggiunta alla "*willingness to share*", della "*capacità nel saperlo fare*". Trattasi, invero, di un ulteriore *know-how* che la letteratura in materia classifica come CT. È quel processo di socializzazione (*socialization*) che implica una conversione della conoscenza in direzione "*from tacit knowledge to tacit knowledge*". In altre parole, la *willingness to share* è condizione necessaria ma non sufficiente, allorché i suoi effetti risultino vanificati

¹⁵⁸ Sternberg R. J., Sternberg K., *Cognitive Psychology*, Cengage Learning, 2016.

dalla carenza di know-how o abilità, altrettanto tacite, nel *rivelare [e assorbire] conoscenza (tacita)*. In breve, il trasferimento della conoscenza richiede abilità altrettanto tacite. Riprendendo D'Annunzio, possiamo notare il differenziale che esiste tra ciò che può essere espresso con linguaggio ordinario e ciò che, invero, non può essere appreso/trasmesso mediante linguaggio, giacché attiene allo straordinario, ovvero al tacito: "*parole che dici umane vs parole più nuove*".

In commento a Larsson, Panero comprime entrambi i due concetti di *willingness* e *capacità* in quello più ampio – e onnicomprensivo - di "*trasparenza*". Argomenta Panero (2012: 116) come "*l'aver un intento deciso e cooperativo può non essere sufficiente, in quanto possono mancare le abilità nel rivelare ed assorbire conoscenza*"¹⁵⁹. Lo stesso dicasi per la sua conversione in conoscenza esplicita (*externalization*). Come argomenta Conway (2014: 2), "*the ability to transfer tacit knowledge into explicit knowledge is still something that is under constant development and it is not fully understood*"¹⁶⁰.

Tuttavia, è bene ravvisare che esiste una marcata distinzione tra intento volontario che si manifesta nella *willingness to share* e inconscia acquisizione della conoscenza che avviene mediante il processo di *learning-by-doing*. Dopo aver elogiato l'efficacia delle postazioni di lavoro *open-space* come i più efficienti espedienti di trasferimento della conoscenza, Sveiby (1996: 382) puntualizza come in gran parte lo scambio della conoscenza "*takes place tacitly, out of the corner of the eye, and unconsciously*"¹⁶¹. Costatazione che ci conduce direttamente al discrimine in vista tra conoscenza esplicita e quella tacita: *awareness vs unconsciousness*, rispettivamente. Come puntualizzato da Seidler-de Alwis e Hartmann (2008: 134), la CT "*is the knowledge of which we are not conscious*"¹⁶².

Perché il trasferimento di CT è necessariamente tacito? La CT si acquisisce mediante pratica (*experience-based*) e osservazione giacché, per definizione, *Tacit knowledge is rooted in individual's experience[s]*" (Nonaka e Konno, 1998). Se è noto che la CT attiene al *know-how*, meno noti sono i meccanismi atti a garantirne la trasmissione mediante quello che Roberts (2000) denota come lo *show-how*¹⁶³. In un

¹⁵⁹ Panero C., *Le interazioni tra imprese nelle reti di fornitura: prospettive teoriche e analisi empirica*, FrancoAngeli, Milano 2012, p. 116.

¹⁶⁰ Conway B., *Leveraging tacit knowledge for projects*, in «Project Manager», 2014.

¹⁶¹ Sveiby K. E., *Transfer of Knowledge and the Information Processing Professions*, in «European Management Journal», Vol. 14, n. 4, 1996, pp. 379-388.

¹⁶² Seidler-de Alwis, Hartmann E., *The use of tacit knowledge within innovative companies: knowledge management in innovative enterprises*, in «Journal of Knowledge Management», Vol. 12, n. 1, 2008, pp. 133-147.

¹⁶³ Roberts J., *From Know-how to Show-how? Questioning the Role of Information and Communication Technologies in Knowledge Transfer*, in «Technology Analysis & Strategic Management», Vol. 12, No. 4, 2000.

processo di *learning-by-doing* si verifica una tacita, ovvero inconscia, acquisizione di CT, giacché sorgono limiti inerenti la sua esplicabilità. Come lo stesso Polanyi (1998: 55) osserva, "*By watching the master and emulating his efforts in the presence of his example, the apprentice **unconsciously** picks up the rules of the art, including those which are not explicitly known to the master himself*" [grassetto mio]¹⁶⁴. La *unconscious acquisition* della CT interviene nell'ambito di quello che viene da taluni chiamato "*implicit learning*" che, argomentano Dienes e Seth (2010: 674), rappresenta "*a mechanism that produces knowledge one is not aware of*"¹⁶⁵. Dunque, caratteristica fondamentale dell' *implicit learning* risiede nella considerazione che esso è un *unconscious process* mediante il quale l'individuo sviluppa una *intuitive intelligence*, ovvero la CT (Reber, 1989). Si consideri, a titolo esemplificativo, la pratica della guida di un'autovettura. Essa è svolta "*without apparent mental effort and often without ability to remember what one has done* [tale per cui essa è descritta da taluni] *as being done unconsciously* (Greenwald, 1992)¹⁶⁶.

2.5 Considerazioni conclusive

In conclusione, il trasferimento della CT è ostacolato dalla sua natura intrinseca dell'essere *tacita* che si traduce in un duplice effetto: limiti, difficoltà, o inadeguatezza, del linguaggio quale veicolo di sua trasmissione; la sua acquisizione interviene tacitamente, ovvero essa è interiorizzata solo inconsciamente. Questo perchè, "*per ragioni di economia cognitiva, [ovverosia] per evitare un inutile sovraccarico delle risorse mentali*", la CT comprende tutto ciò che "*non è oggetto di attenzione cosciente*" (Poggi, 2008), ovvero *outside of attention* (Greenwald, 1992). Di converso, la sua ripetizione, o pratica riproduzione, consta di dettagli assunti per dati o dati per sottintesi: *taken-for-granted* (Sveiby, 1996). Ciò che, in linea approssimativa, soggiace al rapporto uomo-tecnologia basato su una relazione di complementarità. Nell'economia della conoscenza, onde preservare i propri vantaggi competitivi, il mercato del lavoro manifesta una tendenza progressiva verso l'*internalizzazione* degli *highly-skilled workers*, giacché essi costituiscono il *tool* e il progresso tecnologico la *materia* da azionare (OCSE, 1996). Nel lontano 1930, J. M. Keynes teorizzava la *disoccupazione tecnologica* adducendo la seguente: "*Siamo affetti da una nuova malattia di cui alcuni lettori non hanno forse ancora letto il*

¹⁶⁴ Polanyi M., *Personal Knowledge: Towards a Post-critical Philosophy*, Psychology Press, 1998, p. 55.

¹⁶⁵ Dienes Z. Seth A., *Gambling on the unconscious: A comparison of wagering and confidence ratings as measures of awareness in an artificial grammar task*, in «Elsevier», Gennaio 27, 2009, pp. 1-8.

¹⁶⁶ Greenwald A. G., *Unconscious Cognition Reclaimed*, in «American Psychologist», Giugno 1992, pp. 766-779.

nome, ma di cui sentiranno molto parlare negli ultimi anni a venire e cioè la disoccupazione tecnologica" (Astolfi, 2015)¹⁶⁷. Tuttavia, i dati empirici OCSE mostrano un trend tutt'altro differente. Ciò che J. M. Keynes non ha potuto lungimirare è che il progresso tecnologico avrebbe spostato la domanda di lavoro dai *low-skilled* agli *highly-skilled workers* (OCSE, 1996).

Dall'enunciato "*dilemma dei due paradossi*" è emerso come l'aggettivo *tacito* escluda a priori l'adozione del linguaggio convenzionale quale veicolo di trasmissione della CT. Inoltre, è stata avanzata l'idea che il trasferimento della stessa possa avvenire solo tacitamente per via della c.d. inconscia acquisizione. Ciò che in linea approssimativa ci conduce a quelli che potremmo definire *suggerimenti per future ricerche*. Riteniamo, in tal senso, che la CT necessiti di ulteriori approfondimenti avvalendosi degli strumenti della *psicologia comportamentale*, in specie il *behaviorism* e il *cognitivism*. Questo perché la CT si nutre di assunti *taken-for-granted* e quindi i modelli mentali. In breve, è soltanto indagando i meccanismi che regolano il pensiero individuale in presenza di stimoli esterni che si potrà traddurre quest'ultimi nei comportamenti desiderati: acquisizione della CT.

¹⁶⁷ Astolfi D., L'utopia di Rifkin tra tecnologia e Umanesimo, in «Lo Scenario – L'Approfondimento collettivo in formato digitale», 8 Aprile, 2015.

Capitolo III

Economia della cultura: patrimonio culturale, creatività e innovazione

Obiettivi del capitolo

Il presente capitolo analizza il valore d'uso associato alla fruizione del patrimonio culturale. Dopo una prima scomposizione dello stesso nelle due componenti educativa ed edonica, si procederà all'analisi della loro stretta interdipendenza funzionale. Sicché, il fine ultimo verte sul loro contributo in termine di creatività e innovazione intese quale forma tangibile dell'espressione culturale nella sua dimensione immateriale-simbolica. Si cercherà di dimostrare come la fruizione dei beni culturali, resa possibile mediante tecniche aggiornate di marketing capaci di intercettare il mutamento dei benefici attesi dai consumatori, consenta il raggiungimento di uno stadio relativamente superiore di acculturazione tale da configurare un ricco bagaglio di tacit-knowledge quale fattore produttivo immateriale per la creazione di prodotti place-specific con forti attributi distintivi: inimitabili e difficilmente riproducibili in altri contesti. Ciò si rende più che mai necessario in uno scenario globale pervaso da un'incessante processo di globalizzazione che tende ad imprimere una cultura di massa omogeneizzante.

3.1 Introduzione

*"La Repubblica promuove lo sviluppo della cultura e la
ricerca scientifica e tecnica.
Tutela il paesaggio e il patrimonio storico e artistico della
Nazione."*

[Art. 9 della Costituzione]

Posto tra i principi fondamentali della Costituzione repubblicana, l'articolo 9 necessita di una lettura sistematica nel contesto delle disposizioni degli artt. 2 e 3 che fanno del primato della persona umana il significato di fondo della Costituzione stessa. Al fine del pieno sviluppo della persona umana, i beni culturali si collocano in rapporto di strumentalità innanzi alla formazione di cultura, giacché la cultura

costituisce uno dei primi fattori che contribuiscono allo sviluppo della personalità dell'essere umano¹⁶⁸.

Secondo questa impostazione interpretativa, i beni culturali vanno considerati come strumenti in grado di fornire un contributo di rilievo alla rimozione degli ostacoli di ordine economico e sociale che la Repubblica è tenuta ad azionare per meglio garantire forme di eguaglianza sostanziale (*ex art. 3 Cost.*)¹⁶⁹. L'impegno dello Stato in tal senso si traduce nella garanzia della fruizione generalizzata dei beni culturali finalizzata all'eguale acquisizione delle conoscenze ivi custodite¹⁷⁰.

In questa logica, la tutela del patrimonio culturale, funzione indefettibile della Repubblica, si pone in rapporto funzionale alla fruizione pubblica addotta a fattore di sviluppo della conoscenza, ancorché a forma concreta di esercizio di diritti di cittadinanza¹⁷¹. L'acquisizione delle conoscenze che ne deriva permette il raggiungimento di uno stadio relativamente superiore di acculturazione, da cui conseguono maggiori opportunità per i cittadini. Tali opportunità si riflettono in un ampliamento delle occasioni di conseguimento dei benefici della vita. Sia comunque ben inteso che la formazione culturale non va recepita come uno spostamento delle preferenze degli individui, piuttosto in un loro ampliamento¹⁷².

Va da sé che la promozione della cultura è intesa nell'accezione che le conferisce il mandato d'accrescimento della capacità intellettuale della persona che si profila in un miglioramento dei processi cognitivi e dei criteri di giudizio a sostegno del suo agire. In altre parole, i beni culturali, nella interpretazione sistematica dei commi 1 e 2 dell'art. 9 Cost., sono candidati a mezzi di diffusione e promozione della cultura, nonché alla produzione di nuova cultura¹⁷³.

È bene ravvisare che al sostantivo *promozione* è stata dedicata apposita definizione, allorché nell'art. 148, Capo V del D.Lgs. 31 marzo 1998, n. 112, rubricato giustappunto "*Definizioni*", ne fu attribuita l'accezione che lo vede sostanziarsi in quel complesso di attività dirette a *suscitare e a sostenere le attività culturali* - tali intese come quelle - *rivolte a formare e diffondere espressioni della*

¹⁶⁸ Mattioni A., *Cultura e persona nella costituzione*, in Degrossi L. (a cura di), *Cultura e istituzioni. La valorizzazione dei beni culturali negli ordinamenti giuridici*, Giuffrè, Milano 2008, pp. 3-6.

¹⁶⁹ Manfredi G., *La valorizzazione dei beni culturali come compito costituzionalmente necessario*, in «Il capitale culturale», eum, Macerata 2011, pp. 27-28.

¹⁷⁰ Chiarelli R., *Profili costituzionali del patrimonio culturale*, Giappichelli, Torino 2010, p. 104.

¹⁷¹ Ungari P., *Il mecenatismo nella legge sull'Art Bonus*, in (a cura di) Morbidelli G., Bartolini A., *L'immateriale economico nei beni culturali*, Giappichelli, Torino 2016, pp. 41-43.

¹⁷² Di Maio A., De Simone E., *Alcune riflessioni economiche sulla fruizione dei beni culturali*, in «Web journal on cultural patrimony», 01/2006, pp. 165-166.

¹⁷³ Mattioni A., *cit.*; Manfredi G., *Cit.*

*cultura e dell'arte*¹⁷⁴. La promozione e diffusione della cultura sono riassunte nell'istituto della *valorizzazione* che, secondo i dettami del Codice dei beni culturali e del paesaggio, in diretta attuazione dell'art. 9 succitato, comprende tutte quelle attività *dirette a promuovere la conoscenza del patrimonio culturale e ad assicurar(n)e le migliori condizioni di utilizzazione e fruizione pubblica*¹⁷⁵. In questo senso, i beni culturali, vengono definiti *beni di fruizione*, giacché si apprestano ad un importante impulso per primarie finalità sociali¹⁷⁶, in primis lo sviluppo del fattore conoscenza nell'ambito della cosiddetta *economia della conoscenza*.

Muovendo dalla considerazione che esiste una relazione positiva, sebbene con impatto economico indiretto, tra sviluppo della cultura e sviluppo economico, la cultura contribuisce a formare individui migliori e maggiormente produttivi. Sicché, in tal senso, la diffusione e la produzione della stessa costituiscono le precondizioni, oltre che dello sviluppo della persona umana, anche dello stesso sviluppo economico¹⁷⁷. In base alla logica economica, la creazione di nuove conoscenze è essa stessa innovazione, allorquando viene impiegata nei processi di produzione¹⁷⁸.

Nel nostro caso specifico, ossia quello dell'Italia, si tratta di evidenziare il ruolo centrale dell'incidenza del fattore produttivo immateriale cultura nella performance economica, allorquando determini vantaggi competitivi mantenibili e difficilmente imitabili sia per gli individui, sia – e soprattutto – per le imprese. Considerata la nazione che vanta il maggior numero di siti UNESCO a livello mondiale¹⁷⁹, l'Italia non può sottrarsi dal far leva sul proprio *vantaggio comparato*¹⁸⁰ per accrescere e migliorare la qualità del proprio capitale umano. Soprattutto alla

¹⁷⁴ Art. 148, Capo V, Decreto legislativo 31 marzo 1998, n. 112, Conferimento di funzioni e compiti amministrativi dello Stato alle regioni e agli enti locali, in attuazione del Capo I della legge 15 marzo 1997, 59, in «Aedon. Rivista di arti e diritto on line», 1/1998.

¹⁷⁵ Decreto legislativo 22 gennaio 2004, n. 42, Codice dei beni culturali e del paesaggio, art. 6, comma 1.

¹⁷⁶ Cecchini S., *Trasmettere al futuro: Tutela, manutenzione, conservazione programmata*, Gangemi, Roma 2012, p. 17.

¹⁷⁷ Teti E., Sacco P. L., *La sostenibilità finanziaria della cultura. Il caso delle istituzioni teatrali italiane*, in «Il capitale culturale», eum, Macerata 2011, pp. 181-182. Cfr. Manfredi G., *cit.*, p. 30. Sul punto Tamma M., *Prodotti culturali e territori: l'immateriale "vive" nella materialità*, in «Sinergie» 2010, "La cultura, nella sua accezione più ampia, è oramai generalmente riconosciuta come una risorsa fondamentale per lo sviluppo economico e la competitività: l'evoluzione della produzione e del consumo, in direzione di un ruolo sempre più rilevante della componenti immateriali nei prodotti e nei processi, ha fortemente contribuito a porre al centro i temi dello sviluppo e del sostegno della creatività così come dell'innovazione delle forme con cui la cultura può esprimersi ed essere fruita", p. 2.

¹⁷⁸ Livraghi R., *Economia della conoscenza*, in «Aggiornamenti Sociali», 7 agosto/2007, pp. 549-552.

¹⁷⁹ Rapporto Federculture – FormezPA, *Patrimonio: una partita tutta da giocare. Analisi quantitativa e qualitativa dei beni culturali e paesaggistici*, in «Cultura e turismo. Locomotiva del Paese», febbraio 2014, p. 6.

¹⁸⁰ Beretta E., Migliardi A., *Cit.*, p. 5.

luce di una politica di marginalizzazione della cultura nelle scelte per lo sviluppo economico determinata da una allocazione delle risorse finanziarie verso settori ritenuti maggiormente produttivi¹⁸¹. Invero, quello della cultura è stato da sempre ritenuto un settore a limitato potenziale di incremento della produttività e da elevata incertezza in merito ai risultati che ne hanno fatto un settore facilmente sacrificabile, specie qualora tenda a prevalere un'ottica di breve periodo¹⁸².

3.2 Il patrimonio culturale in rapporto di strumentalità alla formazione di cultura

Più che essere tutelato per il valore in sé, il patrimonio culturale necessita di essere valorizzato (*anche*) per il suo *valore d'uso*¹⁸³ con l'ottica di soddisfare il fondamentale interesse pubblico alla fruizione¹⁸⁴. Dunque, all'attività di valorizzazione del patrimonio culturale, funzione sinergica ed inseparabile da quella di tutela¹⁸⁵, compete una funzione di utilità sociale¹⁸⁶ che discende dal suo contributo, effettivo o potenziale¹⁸⁷, al miglioramento delle condizioni di benessere dei cittadini¹⁸⁸. Risponde cioè ad una domanda di conoscenza storica dettata dai bisogni di cultura avvertiti presso un dato corpo sociale¹⁸⁹, tanto da assurgere a strumento per eccellenza di attuazione del pieno sviluppo della persona umana sancito *ex art. 3* della Costituzione¹⁹⁰.

I risultati emersi da un'indagine condotta nel 1990 sulle priorità di valore *materialista/postmaterialista* mostrano l'esigenza avvertita, nonché il rango universale prioritario, accordato dagli intervistati appartenenti ai paesi sviluppati ai

¹⁸¹ Rossini V., La valorizzazione dei beni culturali: quale futuro?, in «Attualità», n. 109, 2014, p. 20.

¹⁸² Beretta E., Migliardi A., *Cit.*, p. 18.

¹⁸³ Forte F., Mantovani M., Manuale di economia e politica dei beni culturali, Rubbettino, Soveria Mannelli 2004, p. 330. Cfr. Golinelli M. C., La valorizzazione del patrimonio culturale. Verso la definizione di un modello di governance, Giuffrè 2008, «[...] è infatti avvenuto che i beni di cultura siano ormai considerati come beni di fruizione, e dunque investiti di un primario valore d'uso [...] la loro maggiore importanza essendo infine stata ravvisata nel beneficio che deve poterne discendere per la persona e per la comunità», pp. 8-9.

¹⁸⁴ Golinelli M. C., Cultura, impresa e territorio. La valorizzazione del patrimonio culturale: verso la definizione di un modello di governance, Giuffrè, Milano 2008, p. 9.

¹⁸⁵ Della Torre S., Una strategia di valorizzazione dei beni e delle attività culturali, in (a cura di) Barbetta *et al.*, Distretti culturali: dalla teoria alla pratica, Il Mulino, Bologna 2013, p. 76.

¹⁸⁶ Di Cecco G., Il "terzo settore" per i beni culturali alla (tenue) luce della disciplina dell'impresa sociale, in «Aedon. Rivista di arti e diritto on line», 02/2006.

¹⁸⁷ Mazzanti M., Metodi e strumenti di analisi per la valutazione economica del patrimonio culturale, FrancoAngeli, Milano 2003, pp. 82-83.

¹⁸⁸ Turrini A., Politiche e management pubblico per l'arte e la cultura, Egea, Milano 2009, p. 140.

¹⁸⁹ Carta M., L'armatura culturale del territorio: il patrimonio culturale come matrice di identità e strumento di sviluppo, FrancoAngeli 1999, p. 81.

¹⁹⁰ Mattioni A., *Cit.*

bisogni definiti *postmaterialisti* che comprendono quelli di natura intellettuale¹⁹¹. Talchè, osservano Montella e Di Maio (2010; 2006), vi sono due componenti del beneficio sotteso alla fruizione del patrimonio culturale: la prima attiene all'*effetto-consumo* connesso al godimento estetico (*valore formale*); la seconda postula l'*effetto-investimento* (*valore essenziale*), con riguardo alla carica informativa fonte di acculturazione¹⁹². Nondimeno, i beni culturali¹⁹³ sono anche definiti "*beni di merito*", beni cioè dell'informazione intrinsecamente meritori¹⁹⁴. Un concetto, quello della meritorietà, direttamente legato a quelle che Di Maio (2006) classifica come *esternalità di consumo*, allorquando il soggetto che ne fruisce, fino a conseguire quello che Mazzanti (2003) definisce un *valore d'uso* espresso nei termini della soddisfazione personale di carattere educativo o edonico¹⁹⁵, avvantaggia la collettività grazie alla messa a disposizione di un lavoro maggiormente qualificato intriso di conoscenza e cultura¹⁹⁶.

Corollario, i beni culturali, considerati alla stregua dei beni pubblici, sebbene sia più corretto definirli "*beni pubblici impuri*"¹⁹⁷, producono *esternalità positive* in seno al corpo sociale tali da essere ascritti nel novero di quelli meritevoli di sussidi erariali¹⁹⁸ con la finalità, appunto, di garantirne l'accesso ad un pubblico sempre più ampio di fruitori¹⁹⁹. La loro natura di beni pubblici impuri (o *misti*) è dovuta all'osservazione che i beni culturali si collocano in via intermedia tra quelli pubblici e quelli privati relativamente alle caratteristiche di *non escludibilità e non rivalità*. È il caso dei musei, per i quali talvolta si avverte la necessità di imporre dei limiti di congestione per finalità conservative e dove spesso sorge una mera *escludibilità tecnica* dettata per ragioni legate all'impossibilità di garantirne l'accesso congiunto²⁰⁰.

¹⁹¹ Cfr. Alberici A., *Imparare sempre nella società della conoscenza*, Mondadori, Milano 2002, in specie, nei paesi sviluppati, i bisogni postmaterialisti (di natura intellettuale) costituiscono la priorità assoluta, p. 54.

¹⁹² Cfr. Montella M., *Cultural heritage economics?*, in (a cura di) Montella M., Cerquetti M., *Economia, cultura, territorio*, eum, Macerata 2010, p. 18; Di Maio A., *Economia dei beni e delle attività culturali*, Liguori, Napoli 1999, p. 78.

¹⁹³ Informiamo il lettore che l'adozione del termine bene o patrimonio (culturale) è operata con coscienza della relazione esistente tra "*il singolo elemento (bene) e il suo più ampio campo di appartenenza (patrimonio)*", sul punto cfr. Villa D., *Che cosa sono i beni culturali?*, EDUCatt, Milano 2011, p. 11.

¹⁹⁴ Forte F., Mantovani M., *Cit.*, p. 123.

¹⁹⁵ Mazzanti M., *Metodi e strumenti di analisi per la valutazione economica del patrimonio culturale*, FrancoAngeli, Milano 2003, p. 80.

¹⁹⁶ Di Maio A., *Cit.*, p. 124.

¹⁹⁷ Cerquetti M., *Marketing museale e creazione di valore: strategie per l'innovazione dei musei italiani*, FrancoAngeli, Milano 2014, p. 30.

¹⁹⁸ Montella M., *Valore e valorizzazione del patrimonio culturale storico*, Electa, Milano 2009, p. 43.

¹⁹⁹ Turrini A., *Cit.*, Egea, Milano 2009, pp. 35-36.

²⁰⁰ Di Maio, *Cit.*, pp. 115-121.

Alla base della meritorietà dei beni culturali si assume per certa la teoria di Herbert Simon (1955) sulla *bounded rationality*²⁰¹ che ha origini in quelle che Di Maio (2006) riconduce alle imperfezioni informative²⁰², allorquando i beni culturali, in quanto beni di merito, giustificano l'intervento pubblico giacché soddisfano bisogni superiori²⁰³ che si riconducono a quelle che Forte e Mantovani (2004) sogliono chiamare scelte *post-costituzionali*²⁰⁴. La *bounded rationality*, le ipotesi di fallimento di mercato connesse alla scelta privata individuale²⁰⁵, nonché le esternalità di consumo²⁰⁶ suffragate dalla natura meritoria dei beni culturali sono alla base dell'atteggiamento paternalistico del soggetto pubblico nei confronti dei consumatori²⁰⁷.

Quanto precede introduce a quelle che Christopher Ali (2016) denota come ragioni del discrimine tra i *merit* e i *public goods*, allorquando s'assume che "The [...] *public goods demand intervention only to the point that they continue to be consumed*"²⁰⁸. Sicché, trova fondamento l'affermazione che secondo taluni i beni culturali sono investiti di un "*valore di non uso*" dovuto alla semplice esistenza degli stessi, suscettibili, in vero, di generare utilità senza che ne venga perpetrato un consumo diretto²⁰⁹.

Il patrimonio culturale si pone, per dirla con le parole di Arcomano (2010), come spazio educativo ricco di potenzialità culturali e di occasione di crescita e di formazione²¹⁰. Esso esercita un'importante effetto sulla crescita del *capitale umano* considerato come rilevante fattore di forza per un settore produttivo²¹¹. Come osserva Gorz (2003), stiamo assistendo ad una fase di transizione dal capitalismo moderno, basato sullo sfruttamento di grandi masse di capitale fisso materiale, a

²⁰¹ Per pura informazione, si invita il Lettore a non confondere la *bounded rationality* (o razionalità limitata) con la *irrationality*. Come osserva Prescott "[...] *bounded rationality should not be mistaken for irrationality [...]*", piuttosto ha origine nella "[...] *limited human information-processing capabilities*", sul punto Prescott E. C., Papers in Honor of Herbert A. Simon: An Introduction, in «The Bell Journal of Economics», Vol. 9, No. 2 (Autumn, 1978), pp. 491-493.

²⁰² Di Maio A., *Cit.*, p. 125.

²⁰³ Di Maio A., *Cit.*, p. 125.

²⁰⁴ Forte F., Mantovani M., *Cit.*, p. 281.

²⁰⁵ Miglietta A., *et al.*, La Gestione dei Beni Culturali: l'Approccio Voucher Based e la Partecipazione del Privato, in «XXVII Convegno annuale di Sinergie. Heritage, management e impresa: quali sinergie?», 9-10 luglio 2015, pp. 923-933.

²⁰⁶ Di Maio, *Cit.*, p. 112.

²⁰⁷ Di Betta P., La regolazione nella strategia d'impresa. Convergenza e competenze, coalizioni e sistemi di beni, FrancoAngeli, 2005 2005, p. 55.

²⁰⁸ Ali C., The Merits of Merit Goods: Local Journalism and Public Policy in a Time of Austerity, in «Journal of Information Policy», Vol. 6 (2016), pp. 105-128.

²⁰⁹ Villa D., *Cit.*, p. 61.

²¹⁰ Arcomano V., Il valore educativo del patrimonio culturale nell'educazione della persona umana, in «Cqia. L'idea di cultura nella tradizione pedagogica», novembre 2010.

²¹¹ Beretta E., Migliardi A., Le attività culturali e lo sviluppo economico: un esame a livello territoriale, in «Banca D'Italia. Questioni di economia e finanza», 2012 n. 126, p. 8.

quello postmoderno, centrato sulla valorizzazione del capitale detto immateriale²¹². Un fenomeno questo noto in Tamma (2010) come *dematerializzazione della produzione* che consiste nella "*progressive reduction of energy content per unit of value created and the progressive increase in its information content*"²¹³.

L'analisi del contributo dei fattori produttivi per unità di PIL avvalorata questa tendenza. Il trend mostra l'affermarsi di tecniche produttive in rapido mutamento verso quelle a più alta intensità di conoscenza. Ne discende che il fattore produttivo immateriale *conoscenza* costituisce la principale risorsa di creazione di valore aggiunto: (a sua volta) immateriale – simbolico²¹⁴. La cultura, nell'accezione che qui le si attribuisce, in vero, imprime ai prodotti un preciso significato simbolico, direttamente connesso alle tradizioni e peculiarità territoriali²¹⁵. Schudson (1989) assume come data la relazione da lui ritenuta inseparabile tra cultura e attività umana. L'autore osserva "*the meanings people incorporate in their lives are not separate from their activities*", sicché la cultura va interpretata "*as the symbolic dimension of human activity*"²¹⁶. Talchè, talvolta, si suole parlare di un'*economia dell'esperienza*²¹⁷ che trascende le prestazioni funzionali dei prodotti, onde questi divengono sempre più degli *oggetti culturali*²¹⁸ investiti, cioè, del ruolo di far vivere delle esperienze. Un fenomeno assai controverso se si considera che le tendenze dell'economia industriale verso un aumento del *tasso di consumatività*, si pongono in diretto contrasto con il fattore esperienza che, contrariamente, presuppone lentezza nel consumo, ancorché un consumo prolungato come fattore di un'adeguata preparazione culturale²¹⁹. Fra tutti, l'adeguata preparazione culturale assume nel nostro sistema paese un ruolo prioritario data la relativa impopolarità dei *luoghi ed istituti della cultura* dovuta alla carenza di percezione pubblica che ne assegni una funzione sociale di rango prioritario²²⁰.

²¹² Gorz A., *Cit.*, p. 9.

²¹³ Tamma M., *Cit.*, p. 28.

²¹⁴ Zorloni A, Tiezzi I., I fattori di successo nelle strategie di sviluppo culture-driven, in «Il capitale culturale», Eum, n. 5, Macerata 2013, p. 155.

²¹⁵ Rapporto Unioncamere, Il sistema economico integrato dei beni culturali, Rotorform s.r.l., Roma 2009, p. 14.

²¹⁶ Schudson M., How Culture Works: Perspectives from Media Studies on the Efficacy of Symbols, in «JSTOR», Vol. 18, No. 2, marzo/1989, pp. 153-180.

²¹⁷ Cfr. Economia dell'esperienza, in «Il Sole 24 Ore», articolo del 29/03/2015, onde "*La nostra società sta evolvendo infatti da un'economia basata sul prodotto a un'economia basata sull'esperienza – dal materiale all'immateriale [...]*".

²¹⁸ Tamma M., *Cit.*, p. 33.

²¹⁹ Di Maio A., De Simone E., Alcune riflessioni economiche sulla fruizione dei beni culturali, in «www.webjournal.unior.it», p. 168.

²²⁰ Carrara E., verso un museo inclusivo: presupposti e prospettive in risposta al cambiamento sociale, in «Il capitale culturale», Eum, Macerata 2014 n. 9, p. 170.

3.3 Cultura o conoscenza?

Economia della cultura o *economia della conoscenza* evocano lo stesso ambito disciplinare: cultura e conoscenza si presentano come sinonimi. Con riguardo al valore d'uso dei beni culturali, questo attiene alla loro carica informativa, sicché l'informazione non coincide con la conoscenza²²¹, piuttosto si pone in rapporto di strumentalità ad essa. Per Aspers (2009) "*knowledge, in contrast to information, is based on interpretation*"²²², mentre Tamma (2010) intende la conoscenza come risorsa sociale che sprigiona il suo valore allorquando diviene oggetto di un processo di socializzazione²²³. Entrambi gli autori concordano sulla necessità di contestualizzare la conoscenza e sul fatto che la conoscenza "*does not have general applicability*". Belussi e Pilotti (2002) confermano l'esigenza di quello che Tamma (2010) chiama *contesto di relazione*, sicché "*knowledge differs from data and information because it implies a framework of specific interpretation and understanding*"²²⁴.

Alfred Marshall (1842-1924), uno dei fondatori della teoria microeconomica ortodossa, classifica l'organizzazione come il quarto fattore produttivo ivi incorporando la conoscenza intesa quale motore produttivo capace di rendere maggiormente produttivi gli altri fattori della produzione quali terra, lavoro e capitale²²⁵. Si tratta, invero, di quella che Montella (2010) qualifica come *conoscenza tacita*, in contrapposizione a quella codificata²²⁶, ascrivibile nel novero dei fattori produttivi nella classica funzione di produzione. Joseph Schumpeter (1942), economista austriaco particolarmente noto per le sue teorie sullo sviluppo economico, sottolinea piuttosto la natura effimera della conoscenza suscettibile di continua rigenerazione per via delle differenti combinazioni innovative nell'ambito di quella che l'Economista chiama «*distruzione creativa*»²²⁷.

²²¹ Livraghi R., *Economia della conoscenza*, in «Schedario/Lessico oggi», 2007, pp. 549-552.

²²² Aspers P., *Knowledge and valuation in markets*, in «Theory and Society», No. 2 (March 2009), pp. 111-131.

²²³ Tamma M., *Cit.*, pp. 28-29.

²²⁴ Belussi F., Pilotti L., *Knowledge creation, learning and innovation in Italian industrial districts*, in «Geografiska Annaler. Series B, Human Geography», Vol. 84, No. 2, 2002, pp. 125-139.

²²⁵ De Toni A., Fornasier A., *La guida del Sole 24 Ore al knowledge management*, Gruppo24Ore, Milano 2012, p. 72.

²²⁶ Maggioni M. A., Nosvelli M., *Cit.*, p. 312.

²²⁷ De Toni A., Fornasier A., *cit.*, pp. 69-71.

3.3.1 Nozione di conoscenza: la *tacit knowledge*

La casa editrice dei Dizionari Garzanti Linguistica²²⁸ ci dà la seguente definizione di cultura; essa è intesa come: «*Patrimonio specifico di conoscenze e nozioni organicamente legate fra loro che un individuo possiede, e che contribuiscono in modo sostanziale alla formazione della sua personalità [...]»*. L'aspetto centrale che emerge da tale definizione è certamente quello legato al possesso (della conoscenza), che ha inizio con un processo di elaborazione dei dati formali-oggettivi²²⁹ e culmina con quello che Gorz (2003) chiama *produzione di sé* o *produzione di soggettività*²³⁰. Si tratta, invero, di quella che Belussi e Pilotti (2002) confermano essere la *subjective perspective* che scaturisce dalla "*interpretation of facts and events*"²³¹. Dato il suo carattere di soggettività, la conoscenza è perlopiù risorsa tacita e perciò difficilmente codificabile. Essa implica anche una certa abilità (o know-how)²³² e difetta del carattere della trasferibilità²³³, sicché "*cannot be learned and passed on through a set of explicit instructions*"²³⁴. Difettando dei caratteri della trasferibilità e della *general applicability*, la conoscenza tacita costituisce un vantaggio competitivo in capo al soggetto *possessore*, giacché risulta difficilmente imitabile. Osservano Belussi e Pilotti (2002) "[...] *tacit knowledge [...] brings about a competitive advantage [...] because it is difficult to copy or to imitate*"²³⁵. Taluni preferiscono parlare di *lavoratori della conoscenza*²³⁶ che malgrado sia ancora un fenomeno di stampo elitario, presenta effetti estendibili all'intera comunità. Argomenta Radhakrishnan (2007) che "*the success of a small group of urban knowledge workers comes to be viewed as progress for the (whole) nation*"²³⁷. Proprio come osserva Micelli (2011), in riferimento all'economia dei *knowledge workers*, il saper fare di derivazione artigiana rende la manifattura italiana "*flessibile, dinamica e, soprattutto, interessante agli occhi*"²³⁸ di quello che Gambetti e Graffigna (2010) chiamano "*postmodern consumer*"²³⁹ le cui decisioni di

²²⁸ <http://www.garzantilinguistica.it>.

²²⁹ Livraghi R., *Cit.*

²³⁰ Gorz A., *Cit.*, p. 33.

²³¹ Belussi F., Pilotti L., *Cit.*

²³² Livraghi R., *Cit.*

²³³ Pittèri D., *et al.*, Cause related marketing. Agire competitivo dell'impresa e nuovo mercato, FrancoAngeli, Milano 2002, p. 55.

²³⁴ Mazzotti M., Reviewed Work(s): Tacit and Explicit Knowledge by Collins, in «*Isis*», Vol. 102, No. 4 (December 2011), pp. 815-816.

²³⁵ Belussi F., Pilotti L., *Cit.*

²³⁶ Alberici A., *Cit.*, p. 47.

²³⁷ Radhakrishnan S., Rethinking Knowledge for Development: Transnational Knowledge Professionals and the "New" India, in «*Theory and Society*», Vol. 36, No. 2 (Apr., 2007), pp. 141-159.

²³⁸ Micelli S., Futuro artigiano. L'innovazione nelle mani degli italiani, Marsilio, Venezia 2011, p. 10.

²³⁹ Gambetti R. C. e Graffigna G., The concept of engagement. A systematic analysis of the ongoing marketing debate, in «*International Journal of Market Research*», Vol. 52 Issue 6, 2010, pp. 801-826.

consumo vengono definite da Schmitt (2010) come "*frequently driven by emotions*"²⁴⁰.

Il patrimonio culturale, stante una efficace attività di comunicazione²⁴¹, ha il potenziale di estendere il ventaglio delle conoscenze esistenti, ovvero a crearne di nuove²⁴². In questo contesto, la cultura (conoscenza) diviene elemento fondante del capitale umano²⁴³ considerato come un input produttivo capace di generare un rendimento relativamente superiore in termini di incremento del reddito nazionale e della crescita economica²⁴⁴. Trattasi, invero, del *capitale umano dell'incivilimento*²⁴⁵ costituzionalmente assunto a compito indefettibile della Repubblica quale rimedio alle asimmetrie informative che inficiano il presupposto dell'uguaglianza e della effettiva libertà di tutti i cittadini²⁴⁶. Di Maio e De Simone (2015) intendono la formazione culturale come ampliamento delle preferenze individuali, mentre Sen (1980) introduce il *capability approach*. Ciò che accomuna i loro assunti è il concetto di *libertà*, o *substantive freedom* per Sen. Talché, Gartman (2012), in commento alle teorie culturali di Bourdieu e Adorno sulla sussistenza di una relazione tra cultura e disuguaglianza, ivi, semmai, vi riconosce il fine, che è quello "*to transform culture into the force for freedom and equality*"²⁴⁷.

In questo senso, le origini della disuguaglianza sarebbero dettate, secondo Sen (1980), da una "*deprivation of basic capabilities rather than merely as lowness of income*". Orbene, la garanzia della fruizione generalizzata del patrimonio culturale è strumentale alla fattiva partecipazione alla vita culturale, postulato a sua volta contemplato dall'articolo 27 della *Dichiarazione Universale dei Diritti umani (1948)* ove viene espressamente sancito il diritto di attiva partecipazione alla vita culturale.

Nel "*Human Development Report*" (1991), le "*positive freedoms*" consistenti in "*to take part in the community's life*", sono assurte a mezzo fondamentale per la realizzazione dello "*human development*", nonchè per il calcolo dello "*Human Development Index*" (*HDI*, noto anche come *Indice di Sviluppo Umano, ISU*)²⁴⁸.

²⁴⁰Schmitt B., Experience Marketing: Concepts, Frameworks and Consumer Insights, in «Foundations and Trends in Marketing», Vol. 5, No. 2 (2010) 55–112.

²⁴¹ A tal proposito si veda il concetto del *marketing esperienziale* a cui è dedicata apposita sezione.

²⁴² Trapanese G., Lavoro, capitale e tecnica nella terza rivoluzione industriale (parte II). *Il capitalismo cognitivo*, in «Cittàfuture, quadrimestrale di politica on line», 03/2011.

²⁴³ Lazerretti L., Cluster creativi per i beni culturali. L'esperienza toscana delle tecnologie per la conservazione e la valorizzazione, Firenze University Press, Firenze 2012, p. 3.

²⁴⁴ Refrigeri L., Oltre il capitale umano, Rubbettino 2004, pp. 36-37.

²⁴⁵ Forte F., Mantovani M., *Cit.*, p. 283.

²⁴⁶ Golinelli M. C., *Cit.*, p. 14.

²⁴⁷ Gartman D., Bourdieu and Adorno: Converging theories of culture and inequality, in «Theory and Society», Vol. 41, No. 1 (January 2012), pp. 41-72.

²⁴⁸ Human Development Report, UNDP 1991, pp. 18-19.

Tant'è che la *substantive freedom* di Sen (1980) implica "*the possibility to have an active role in the society*". L'attiva partecipazione alla vita culturale viene assunta da Di Maio e De Simone (2015) come *forza ampliatrice delle preferenze individuali* che lo stesso Sen (1980) traduce nella "*substantive freedom to achieve alternative functioning combinations*". In breve, la fruizione del patrimonio culturale permette agli individui di sviluppare le proprie *capabilities* che andranno ad incidere sulla capacità innovativa e competitiva di un territorio, giacché si rileva l'esistenza di una correlazione diretta tra partecipazione attiva artistica dei paesi europei e tasso di sviluppo innovativo e tecnologico²⁴⁹. In quanto precede trova altresì fondamento il legame esistente a livello costituzionale tra la promozione dello sviluppo della cultura e la ricerca scientifica allorquando s'è constatato che "*non c'è ricerca e innovazione, non c'è crescita, senza la previa tutela e valorizzazione del patrimonio storico-artistico*"²⁵⁰.

3.4 La diffusione della cultura mediante un'efficace attività di valorizzazione: la fruizione collettiva

Come si è detto, la valorizzazione del patrimonio culturale si pone in rapporto di strumentalità allo sviluppo della cultura. Talchè, tale nesso causale è presente nella stessa disciplina legislativa di settore, allorquando l'art. 6, c. 1, del Codice, rubricato giustappunto "*Valorizzazione del patrimonio culturale*", dispone che la valorizzazione "*[...] consiste nell'esercizio delle funzioni e nella disciplina delle attività dirette a promuovere la conoscenza del patrimonio culturale e ad assicurare le migliori condizioni di utilizzazione e fruizione pubblica del patrimonio stesso, [...] , al fine di promuovere lo sviluppo della cultura[...]*"²⁵¹. Il disposto dell'art. 6 pone la fruizione al livello intermedio qualificandola come tratto imprescindibile della valorizzazione²⁵². Sicché, sorge, invero, una relazione di propedeuticità tra quelle che Di Maio e De Simone (2015) denotano come necessità di acculturazione²⁵³ e la fruizione, giacché quest'ultima volge a quello che Degrassi (2008) assume esserne il fine ultimo: la promozione dello sviluppo della personalità dell'individuo²⁵⁴.

²⁴⁹ Teti E., Sacco P. L., La sostenibilità finanziaria della cultura. Il caso delle istituzioni teatrali italiane, in «Il capitale culturale», Eum, Macerata 2011 n. 2, p. 4.

²⁵⁰ Illustrazione delle linee programmatiche dell'azione del Ministro per i beni e le attività culturali, www.beniculturali.it.

²⁵¹ Art. 6, c. 1, d. lgs. 42/2004.

²⁵² Degrassi L., La «fruizione» dei beni culturali nell'ordinamento italiano e comunitario, in (a cura di) Degrassi L., Cultura e istituzioni: la valorizzazione dei beni culturali negli istituti giuridici, Giuffrè, Milano 2008, p. 151.

²⁵³ Di Maio A., De Simone E., *Cit.*.

²⁵⁴ Degrassi L., *Cit.*, p. 154.

Posto che la valorizzazione del patrimonio culturale attiene alle modalità mediante le quali se ne "*incrementa la conoscenza e si accresce il livello qualitativo e quantitativo della sua fruizione*"²⁵⁵, quest'ultima, manifestandosi *ex-post* e differenziandosi dalla valorizzazione, configura il diritto del fruitore al libero godimento dell'opera, allorché l'intervento pubblico in sua sussunzione l'adduce a *strumento di realizzazione degli obiettivi di eguaglianza sostanziale*²⁵⁶. Detto altrimenti con le parole di Belli, la valorizzazione si pone come "*volano per la diffusione della cultura sia a livello locale che extra territoriale*"²⁵⁷. Ragion per cui, dobbiamo ora porci la questione sulle modalità di gestione del patrimonio culturale atte ad assicurarne le "*migliori condizioni di fruizione*"²⁵⁸. Dal lato del *consumatore* si tratta di intercettare quelli che sono i *valori o benefici attesi* dalla fruizione che abbiamo già mosso avere carattere educativo-edonico: *valore d'uso*²⁵⁹. Talvolta, in sua vece, si preferisce parlare di uno *spostamento verso l'alto* dei valori attesi dal consumo, sicché è plausibile interrogarsi sui *processi di condizionamento*²⁶⁰ atti a soddisfare quei bisogni postmaterialisti che taluni confermano avere natura *astratta, simbolica o emozionale*²⁶¹. Tale premessa ci introduce inevitabilmente al concetto del *marketing esperienziale* o, per dirla con le parole di Rialti *et al.* (2015), al *cultural heritage marketing*²⁶². Se, con palesata ragione, Di Maio e De Simone (2015) concordano nel ritenere che vi è un incremento del *tasso di consumatività* a diretto pregiudizio del *tempo di fare esperienza*²⁶³, certo è che Di Menna (2013) riconosce nel *marketing sensoriale*²⁶⁴ l'antidoto a questa tendenza. Per Schmitt (2010) "*sense marketing appeals to consumers' senses*" espressamente elencati in "*sight, sound, touch, taste, and smell*". Ergo, che sia *esperienziale* o *sensoriale*, il *nuovo tipo di marketing* si differenzia da quello tradizionale *product-oriented*²⁶⁵, giacché riconsiderato in un'ottica di quello che Addis (2005) denota come *totale assorbimento del consumatore*. Basandosi sulle ricerche condotte da Schmitt (2010),

²⁵⁵ Severini G., Funzioni e compiti in materia di valorizzazione del patrimonio culturale, in (a cura di) Sandulli A. M., Il codice dei beni culturali e del paesaggio, Giuffrè, Milano 2012.

²⁵⁶ Carcione M., Dal riconoscimento dei diritti culturali nell'ordinamento italiano alla fruizione del patrimonio culturale come diritto fondamentale, in «Aedon», 02/2013.

²⁵⁷ Belli L., Patrimonio naturale e beni culturali come esperienza.

²⁵⁸ *Cit.*

²⁵⁹ Forte F., Mantovani M., *Cit.*

²⁶⁰ Dalli D., La ricerca sul comportamento del consumatore : lo stato dell'arte in Italia e all'estero, in «Rivista della Società Italiana di Marketing», 0/novembre, 2004, pp. 45-65, p. 5.

²⁶¹ Addis M., Ad uso e consumo. Il marketing esperienziale per il manager, Mondadori, Milano, 2007, p. 6.

²⁶² Rialti R. *et al.*, Heritage e marketing esperienziale. L'impatto delle tecnologie di comunicazione sulla personalizzazione dell'esperienza del fruitore, in «XXVII Convegno annuale di Sinergie. Heritage, management e impresa: quali sinergie?», 9-10 luglio 2015, pp. 781-796.

²⁶³ Di Maio A., De Simone E., *Cit.*

²⁶⁴ Di Menna M., Marketing esperienziale e polisensoriale: come arrivare dritto al cuore del consumatore, Tesi di laurea A.A. 2013-2014.

²⁶⁵ Tedlow R. S., The Rise and Fall of Mass Marketing (RLE Marketing), Routledge, 2014, p. 37.

Rialti (2015) ci dà la seguente definizione di marketing esperienziale²⁶⁶: "*il marketing esperienziale [...] ha l'obiettivo di suscitare nel consumatore emozioni sensoriali [...] al fine di far vivere al consumatore un'esperienza olistica, ossia coinvolgente la totalità delle sensazioni personali*". Si tratta, invero, di uno strumento atto a fornire quella che Iaia *et al.* (2014) chiamano *esperienza unica ed irripetibile*²⁶⁷ avente la finalità di agire nella mente del pubblico fruitore ivi formando una percezione che Montella (2010) giudica essere positiva con effetti fidelizzanti di lungo periodo²⁶⁸. Giacchè, come d'altronde osserva Savelli (2010), le nuove tendenze di consumo non sono più orientate "*per spirito emulativo, ma per sperimentare nuove esperienze d'uso e costruirsi una precisa identità sociale*"²⁶⁹.

In guisa di responso all'evoluzione dei valori attesi dal consumo, le modalità di valorizzazione del patrimonio culturale devono ora far fronte ai valori attesi dalla fruizione dopoché, osserva Schmitt (2010), "*customers do not only engage in rational choice, but are just as frequently driven by emotions*"²⁷⁰.

I nuovi benefici attesi dal consumo, discendenti da quello che Gambetti e Graffigna definiscono "*as a sort of ongoing emotional, cognitive and behavioural activation state in individuals*"²⁷¹, possono essere soddisfatti mediante la resa di quella che taluni chiamano *esperienza di evasione*, nota in Addis come *totale assorbimento del consumatore*. L'*esperienza di evasione* auspica quella che Romiti (2011) conferma essere *la partecipazione attiva nel consumo* che, oltre il semplice coinvolgimento fisico, implica attivo coinvolgimento mentale ed emotivo²⁷². In una prospettiva più ampia, l'indagine sui benefici attesi può fungere da input per la predisposizione di un *community cultural plan*²⁷³.

²⁶⁶ Rialti *et al.*, *Cit.*.

²⁶⁷ Iaia L. *et al.*, *Experiential marketing per il brand-land dei prodotti tipici: diventare marchio comunicando il territorio*, in «XXVI Convegno annuale di Sinergie. Manifattura: quale futuro?», 13-14 novembre 2014, pp. 577-590.

²⁶⁸ Montella M. M., *Musei d'impresa come strumento di comunicazione. Possibili innovazioni di prodotto, processo, organizzazione*, in «Esperienze D'Impresa», 2/2010, pp. 147-163.

²⁶⁹ Savelli E., *Le dimensioni esperienziali del valore: il marketing sensoriale in Perugia*, in «e&m», 5/2010.

²⁷⁰ Schmitt B., *Cit.*.

²⁷¹ Gambetti R. C. e Graffigna G., *Cit.*.

²⁷² Romiti A., *Coreografie di stakeholders nel management del turismo sportivo*, Firenze University Press, Firenze 2011, p. 49.

²⁷³ Cfr. Turrini A., *Cit.*, pp. 102-103.

3.4.1 Una concezione utilitaristica del valore d'uso

In termini utilitaristici, il valore d'uso dei beni culturali attiene alla massimizzazione della componente edonistica connessa alla fruizione. Sicchè, detta componente va ricercata nella proprietà che hanno certi oggetti (culturali) di produrre piacere relativamente all'atto di godimento. Tuttavia, in contrapposizione alla teoria tradizionale che considera l'utilità marginale come elemento endogeno con andamento decrescente, Causi (2005) sostiene la tesi secondo la quale al consumo dei beni culturali non sempre corrisponde un'utilità marginale decrescente²⁷⁴. Quello che Gambetti e Graffigna (2010) chiamano *postmodern consumer*²⁷⁵ presenta le peculiarità di quello che Di Maio e De Simone (2015) riconoscono essere un consumatore *sensibile e intelligente* grazie alle quali "(Egli) ha, al margine, una più alta utilità marginale, perché ha una maggiore capacità di godimenti e quindi consegue una maggiore utilità totale"²⁷⁶.

3.4.2 Valore d'uso: punto d'intersezione

Cosa hanno in comune il *postmodern consumer*, il *marketing esperienziale* e la fruizione dei beni culturali? La risposta ovvia, nonché immediata a questa domanda non può che essere colta nell'elemento immateriale che, nel caso dei beni culturali, si configura nel *valore culturale*. Abbiamo appreso nel primo capitolo di questo lavoro che il valore culturale funge da *quid proprium* dell'intera categoria dei beni culturali. Sicchè, il *corpus mechanicum, res corporales* per altri, diviene bene culturale allorché veicola il *corpus mysticum*: valore culturale. Tuttavia, è il fattore *autenticità* che detta il discrimine ulteriore d'incentivo alla fruizione dei beni culturali rispetto a qualsivoglia altro prodotto di mercato. Dacché, osservano Pencarelli e Splendiani (2011), "*L'evoluzione postmoderna dei consumi [...] può facilitare la comprensione del fenomeno del consumo culturale, caratterizzato dall'emergere di nuovi consumatori alla ricerca di esperienze autentiche [...]*"²⁷⁷. Rifkin, in proiezione futura, afferma che "*una quota sempre crescente di scambi economici nella forma più innovativa sarà riferibile alla commercializzazione di una vasta gamma di esperienze culturali più che di beni e servizi prodotti industrialmente*"²⁷⁸. l'Autore, quantunque implicitamente, attribuisce alle esperienze

²⁷⁴ Causi M., La domanda di consumo culturale e il modello da "assuefazione", Università degli Studi Roma Tre, 2005.

²⁷⁵ Gambetti R. C., Graffigna G., *Cit.*.

²⁷⁶ Di Maio A., De Simone E., *Cit.*.

²⁷⁷ Pencarelli T., Splendiani S., Le reti museali come sistemi capaci di generare valore: verso un approccio manageriale e di marketing, in «Il capitale culturale», eum 2011, pp. 227-252.

²⁷⁸ Ricciardi M., Il museo dei miracoli, Apogeo, 2008, p. 214.

culturali il tratto della *merceificazione del divertimento*" in contrapposizione alla *merceificazione del lavoro propria dell'era industriale*. Ciò che rileva è la funzione socializzante del *prodotto culturale*, talchè, Tamma (2010), lo definisce come *"supporto e veicolo di trasmissione e socializzazione verso un pubblico ricettore e co-produttore di significati"*²⁷⁹.

Questa valenza sociale è confermata in Gosden e Marshall (1999) secondo i quali *"objects become invested with meaning through the social interaction"*²⁸⁰, e tanto più dallo stesso Schudson (1989) che coglie in detta relazione la natura di causa-effetto, puntualmente osservando come *"the culture is constitutive of the person"*, essendo ordinariamente inglobata *"both in some kind of material form and some kind of social practice"*²⁸¹. Sicchè, in aggiunta al fattore *autenticità*, la fruizione dei beni culturali si avvale della componente edonistica associata al loro *valore d'uso*. Se, come sostiene Boero, nella *società postmoderna* i prodotti sono *"dei mezzi liberamente scelti e combinati da chi li utilizza per comunicare la propria identità"*²⁸², certo è che la fruizione dei beni culturali vi imprime *autenticità*. Usher (1987), in commento al *capability approach* di Sen (1980), mette a confronto i due concetti di *commodities* e *functioning* ivi argomentando la sussistenza di una relazione funzionale con le peculiarità proprie *"of ordinary commodities as outputs are to inputs"*. Il concetto del *functioning* riflette *"the various things a person may value doing or being"* ivi comprendendo i *"cultural and intellectual pursuits"*²⁸³. Analogamente, possiamo pensare alla fruizione dei beni culturali come *commodity* da cui consegue un elevato standard di acculturazione inteso come *functioning*, conformemente a quanto già sostenuto da Di Maio e De Simone (2015) allorché avevano colto nella fruizione culturale il mezzo di ampliamento delle preferenze individuali²⁸⁴. Tale assunto, malgrado indirettamente, è sostenuto da Pagliari *et al.* (2011) che, argomentando Sen, ivi confermano *"The capability of a person is a derived notion. It reflects various combinations of functionings (doings and beings) he or she can achieve"*²⁸⁵. Queste osservazioni avvalorano il nostro assunto sulla relazione esistente tra beni culturali, conoscenza e sviluppo della persona umana. Talchè, la fruizione dei beni culturali risponde a quella che Capriotti e Cerquetti

²⁷⁹ Tamma M., *Cit.*

²⁸⁰ Gosden C., Marshall Y., The Cultural Biography of Objects, in «World Archaeology», Vol. 31, No. 2 (Oct., 1999), pp. 169-178.

²⁸¹ Schudson M., *Cit.*

²⁸² Boero M., Sociosemiotica del consumo: esperienze, luoghi, pratiche, in (a cura di) Boero M., « Corso di Semiotica della comunicazione d'impresa», a.a. 2009/2010.

²⁸³ Usher D., Reviewed Work(s): Commodities and Capabilities by Amartya Sen, in «The Canadian Journal of Economics/Revue canadienne d'Economie», Vol. 20, No. 1 (Feb., 1987), pp. 198-201.

²⁸⁴ Di Maio A., De Simone E., *Cit.*

²⁸⁵ Pagliari C. *et al.*, From Adam Smith to Amartya Sen: global market as a possible instrument to promote socio-economic development, «Investigación Económica», Vol. 70, No. 278 (octubre-diciembre de 2011), pp. 129-156

(2016) riconoscono essere *"la necessità di estrapolare dal patrimonio culturale locale, materiale e immateriale, la vasta gamma di valore ancora non riconosciuto e dunque inespresso"*²⁸⁶ fonte di quella che Montella (2015) definisce come *conoscenza tacita di eredità storica*²⁸⁷.

3.4.3 La fruizione museale

Premesso quanto appena esposto, particolare attenzione merita lo specifico ambito di applicazione. Quantunque l'Italia venga sovente definita come un *open air museum*, o per Garlandini (2016) *"the museum of the museums"*²⁸⁸, una corposa letteratura ruota intorno al concetto di *museo* all'interno di quelli che la normativa di settore qualifica e classifica come *"Istituti e luoghi della cultura"*. È la lettera a), comma 2, dell'articolo 101 del *Codice Urbani* a darci la seguente definizione di museo: per museo si intende *"una struttura permanente che acquisisce, cataloga, conserva, ordina ed espone beni culturali per finalità di educazione e di studio"*. Se il valore d'uso, o beneficio atteso, comprende sia la componente educativa che quella edonistica, la definizione codicistica sembra attribuire esclusivo merito alla prima: esposizione per *"finalità di educazione e di studio"*.

V'è, d'altro canto, chi costata l'esistenza di un'imprescindibile rapporto tra educazione e diletto in guisa di un sostegno al riferimento alla componente edonistica, seppur implicitamente, della normativa nostrana. Tuttavia, a colmare la lacuna, e dunque a fornire una puntuale espressa disciplina della componente edonistica associata al valore d'uso in sede di fruizione, è la definizione di museo data dall'ICOM. L'ICOM definisce il *museo* come *"a non-profit, permanent institution in the service of society and its development, open to the public, which acquires, conserves, researches, communicates and exhibits the tangible and intangible heritage of humanity and its environment for the purposes of education, study and enjoyment"*²⁸⁹.

La nostra tesi sulla relazione tra fruizione e accrescimento culturale è suffragata dalla natura non lucrativa di tale istituzione il cui scopo *"non è quello di*

²⁸⁶ Capriotti G., Cerquetti M., La valorizzazione del patrimonio culturale nei territori periferici. Un possibile approccio interdisciplinare applicato al caso di Mevale di Visso (MC), in «Il capitale culturale», eum 2016, pp. 421-465.

²⁸⁷ Montella M., Distretti culturali: esperienze a Confronto. Atti del workshop (Fermo, 16 maggio 2014), in «Il capitale culturale», Supplementi O3(2015), pp. 11-42.

²⁸⁸ Cfr. Garlandini A., Welcome Message from the President of the Italian Organising Committee of ICOM 2016 Milano, in occasione della 24-esima Conferenza generale dell'ICOM che si è tenuta dal 3 al 9 luglio a Milano, Italia.

²⁸⁹ International Council of Museums, <http://icom.museum/>.

arricchire economicamente se stesso, ma quello di far crescere la cultura della popolazione". Da precisare, inoltre, che la funzione museale non si limita alla tutela dei beni culturali per il loro valore in sè, piuttosto questo viene ivi valorizzato per il suo valore d'uso: educativo e edonico. Partendo dalla definizione di museo data dall'ICOM, nonché dalla relazione funzionale esistente tra la componente educativa ed edonica associate al valore d'uso, il marketing esperienziale si pone come lo strumento per eccellenza maggiormente atto a suscitare interesse allorché la curiosità e, soprattutto, *"le emozioni sono ritenute fondamentali per attivare processi di conoscenza"*. Tesi, questa, confermata da Mazzanti allorché, in commento all'analisi di Antinucci sulla relazione esistente tra la *componente emotiva* e quella *cognitiva* in sede di fruizione museale, stabilisce come l'azione sulle emozioni susciti interesse all'apprendimento, giacché spicca effetti positivi a livello motivazionale²⁹⁰.

Se Gambetti e Graffigna postulano il *"consumer (active) engagement"*, confermato in Addis come *"totale assorbimento del consumatore"*, Hein (2007), in un capitolo intitolato *Museum Education*, dopo aver tracciato la linea di confine tra coinvolgimento passivo e quello attivo, classifica quest'ultimo come *the "opposite extreme"* per via del quale il processo di apprendimento *"consists of active engagement of the mind with the external world, wherein the learner gains knowledge by thinking about and acting on the external world in response to stimuli"*²⁹¹. In questo nuovo scenario, il marketing sensoriale di Schmitt (2010) si contrappone a quello tradizionale al quale D'Andrea (2004) attribuisce la pecca di considerare l'individuo come *"privo di interiorità"*²⁹² noto in Hein (2007) come un *"passive recipient"* innanzi alle *"new sensations that are absorbed, classified, and learned"*.

Per altro verso, Salonia(2011) osserva come *"nella postmodernità il modello relazionale di base è quello che enfatizza l'io, la realizzazione di tutte le potenzialità del soggetto"*²⁹³, onde questo si spoglia di quello che Savelli (2010) definisce come *"ruolo di passivo ricettore in cui si era calato per tradizione"*²⁹⁴. In questo senso, il

²⁹⁰ Mazzanti P., Emozione e apprendimento nella fruizione dei beni culturali, Tesi in Master in progettazione e comunicazione dei beni culturali, Facoltà di Scienze Giuridiche, Università degli Studi di Firenze, A.A. 2006/2007.

²⁹¹ Hein G. E., Museum Education, in (a cura di) Macdonald S., A companion to Museum Studies, in «Wiley Online Library», 30 Nov./2007, p. 345.

²⁹² D'Andrea F., Individualismo, soggettività e reti primarie, in (a cura di) Montanari A., Ungaro D., Globalizzazione, politica e identità, Rubbettino, Soveria Mannelli 2004, p. 190.

²⁹³ Salonia G., Intervento introduttivo a cura dell'Istituto Gestalt Therapy H.C.C. Kairòs, in (a cura di) Francesetti G., La creatività come identità terapeutica. Atti del II Convegno della Società Italiana Psicoterapia Gestalt: Atti del II Convegno della Società Italiana Psicoterapia Gestalt, FrancoAngeli, Milano 2011, p. 51.

²⁹⁴ Savelli E., *Cit.*

postmodern consumer di Gambetti e Graffigna (2010) è un soggetto provvisto di quella capacità che, per Micelli (2011), consiste nel "*rimpossessarsi della propria cultura materiale per non soccombere alla deriva di un mercato che ci vede semplicemente come consumatori, razionali magari, ma di certo passivi e incapaci di esprimere progettualità*"²⁹⁵.

3.5 Beni culturali e creatività

Che cosa si intende per *creatività*? Che ruolo ha nell'*economia del terzo millennio*? Di che natura è il rapporto esistente tra la *creative class* di Richard Florida (2002) e la fruizione dei beni culturali?

Esiste, specie in ambito psicologico, un ampio dibattito sulle origini della creatività. Per alcuni (Caepaggiati da Richard Florida) la creatività è vista come un attributo o caratteristica intrinseca di taluni soggetti puntualmente raggruppati nella *creative class*, mentre per altri (Santagata e Lazzeretti) la creatività viene definita come la risultante di un *processo* "*that enables the generation of novel ideas*"²⁹⁶. Che si tratti di una qualità intrinseca o del risultato di un processo, seppur artificiosamente indotto²⁹⁷ alla Gaut o alla Meyer (2016), la *creatività*, in base alla definizione data dal *Creative Economy Report* (UNCTAD, 2008), può essere definita come "*the process by which ideas are generated, connected and transformed into things that are valued*"²⁹⁸.

Ne il suo *The Rise of the Creative Class*²⁹⁹, Richard Florida (2002) sostiene una relazione di matrice inversa tra la fruizione dei beni culturali e la *creative class* sì da bollare di deprezzamento il nostro assunto sulla teoria di segno opposto. La fruizione dei beni culturali, scelta da Egli annoverata nell'alveo delle condotte a stravaganza estrema, è tipica di pochi "*eletti*" con virtù innate. La *creative class* si identifica, a sua ragione di rigore, nelle "*highly creative people*" distinte, "*regardless of ethnic background or sexual orientation*", dal fatto che (they) "*grew up feeling like outsiders, different in some ways from most of their schoolmates*". Sicchè, aggiunge

²⁹⁵ Micelli S., *Cit.*, p. 28.

²⁹⁶ Andy C. *et al*, *Creativity, innovation and the cultural economy. Snake oil for the twenty-first century?*, in (a cura di) Andy C. *et al*, *Creativity, innovation and the cultural economy*, Routledge, London – New York 2009, p. 19.

²⁹⁷ Sulla relazione esistente tra la componente emotiva e la creatività si *Cfr* sul punto Meyer C., *Manipulating emotions. Feelings for sale*, in (a cura di) Moran S., *Ethical ripples of creativity and emotions*, Palgrave Macmillan, Hampshire 2016, pp. 121-128.

²⁹⁸ *Creative Economy Report*, UNCTAD 2008, in www.unctad.org

²⁹⁹ Florida R., *The Rise of the Creative Class. Why cities without gays and rock bands are losing the economic development race*, in «The Washington Monthly», May 2002, pp. 15-25.

Clifton, "*Such talented people are not spread equally across nations or places, but tend to concentrate within particular city-regions*" onde il successo di queste ultime risiede proprio in quelle "*that have a social environment which is open to creativity and diversity of all sorts*"³⁰⁰. Assunto, quest'ultimo, noto in Lazzeretti (2012) come *habitat creativo* data la sua capacità di attrarre la *creative class* che ne fa luogo di scelta di vita e di lavoro³⁰¹.

Il tratto creativo, proprio della *creative class* di Florida, può essere riformulato con le parole di Cinque (2010) come "*caratteristica individuale del genio*"³⁰², che presenta quella che lo stesso Florida denota come l'essere eccessivi rispetto alla popolazione generale. Argomenta Cinque come il tratto creativo presenti una certa *somiglianza con la malattia mentale*; d'altra parte, Gaut (2012), non stenta a confermare questa relazione allorquando costata l'esistenza di un legame "*between artistic creativity in particular and various kind of mental illness*"³⁰³.

Ciò nondimeno, continueremo a sostenere la nostra tesi sulla relazione funzionale di matrice opposta, allorchè, citando Lazzeretti (2012), la cultura, nell'accezione e con gli attributi sin qui attribuitele, è *motore dell'economia creativa*, capace, cioè, di "*generare processi creativi in grado di combinare conoscenze nuove con conoscenze esistenti, o proporre di nuove*"³⁰⁴. Cosa hanno in comune i beni culturali e la creatività? I beni culturali, in vero, sono l'*outcome* del processo creativo a sua volta *mediato* dalla cultura intesa nel suo aspetto intangibile e nella sua dimensione simbolica.

Nel suo par. intitolato *Culture mediates the Development of Creativity*, Glăveanu (2015) attribuisce alla cultura un ruolo significativo nella produzione creativa, giungendo a postulare come essa influenzi "*the resources one uses [and] the paths taken to generate a creative outcome*"³⁰⁵. Talchè, analogamente, caratteristica dei prodotti *place-specific* è che essi sono dei *cultural objects* intesi quale forma tangibile dell'espressione creativa intrisa di cultura *context-specific*.

³⁰⁰ Clifton N., The "Creative Class" in the UK: An Initial Analysis, in «Geografiska Annaler. Series B, Human Geography», Vol. 90, No. 1 (2008), pp. 63-82.

³⁰¹ Lazzeretti L., Cluster creativi per i beni culturali. L'esperienza toscana delle tecnologie per la conservazione e la valorizzazione, Firenze University Press 2012, p. 15.

³⁰² Cinque M., La creatività come innovazione personale: teorie e prospettive educative, in «Giornale Italiano della Ricerca Educativa», n. 3, 2 Dic./2010, pp. 95-113.

³⁰³ Gaut B., Creativity and Rationality, in «The Journal of Aesthetics and Art Criticism», Vol. 70, No. 3 (SUMMER 2012), pp. 259-270.

³⁰⁴ Cfr. Migliaccio M., Rivetti F., Knowledge spillover, eventi culturali e vitalità del territorio, in «XXIV Convegno annuale di Sinergie. Il territorio come giacimento di vitalità per l'impresa», 18-19 ottobre 2012, pp. 711-724.

³⁰⁵ Glăveanu V. P., Conceptions of Creativity, Culture, and Development, in (a cura di) Tan A-G., Perleth C., Creativity, Culture and Development, Springer, Singapore 2015, p. 18.

Sostanzialmente, il concetto della specificità di contesto o di luogo pone in evidenza la non trasferibilità e non imitabilità *dell'outcome creativo*. In vero, ciò che rileva in questa sede è che in una società globalizzata, la componente educativa associata al valore d'uso, opportunamente filtrata attraverso la logica della *subjective perspective*, si tramuta in conoscenza tacita forte degli attributi previamente elencati, fino a costituire, allo stesso tempo, fattore distintivo, inimitabile e difficilmente riproducibile in altri contesti.

La globalizzazione, per dirla con le parole di Colombo (2005), spinge "*gli individui a concepirsi come particelle di un tutto senza confini*", dacchè, osserva l'Autore, "*aumenta di conseguenza il loro bisogno di distinzione, di identificazione, di appartenenza*"³⁰⁶. Ben venga chi, come Silvestrelli, riconosce nel patrimonio culturale il pregio di "*risorsa di valore, rara, inimitabile e difficilmente trasferibile e riproducibile in altri ambienti*". Tesi, questa, a sua volta suffragata da Montella che, prestando fede allo stesso filone di analisi, si accinge a riconoscere come "*l'eredità storica trasmessa tacitamente fra le generazioni (...) rimane (...) localizzata e solo in parte, lentamente e con molte difficoltà può essere trasferita altrove*". Va da sé che, fatta salva la citata relazione esistente tra la cultura, intesa in senso propriamente antropologico, e la creatività, quest'ultima trova la propria massima espressione in quelle culture che taluni sogliono definire "*creativogenic cultures*"³⁰⁷.

3.5.1 Esclusione o coesione sociale?

Ora, per esprimere il rapporto esistente tra beni culturali e creatività, nonchè per avanzare una teoria complementare, in ultima istanza, a quella di Richard Florida (2002), assumiamo la funzione sociale che la fruizione dei beni culturali esercita sulla collettività. Se la valorizzazione-fruizione dei beni culturali opera nel "*duplice senso della difesa e del rafforzamento*"³⁰⁸ del "*sentimento identitario delle popolazioni locali*"³⁰⁹, allora emerge chiaro il meccanismo che alcune componenti del sentimento identitario esercitano sulla creatività. Un sentimento identitario

³⁰⁶ Colombo M., Dalla riflessività alle pratiche riflessive. La svolta creativa in educazione, in (a cura di) Colombo M., *Riflessività e creatività nelle professioni educative. Una prospettiva internazionale*, Vita e pensiero, 2005, p. 7.

³⁰⁷ Dubina I-N *et al*, *Culture as a Driving Force of Individual and Organizational Behavior*, in (a cura di) Dubina I-N., Carayannis E-G., *Creativity, Innovation, and Entrepreneurship Across Cultures. Theory and Practices*, Springer, New York 2016, p. 3.

³⁰⁸ Ragusa A., *Alle origini dello Stato contemporaneo. Politiche di gestione dei beni culturali e ambientali tra Ottocento e Novecento: Politiche di gestione dei beni culturali e ambientali tra Ottocento e Novecento*, FrancoAngeli, Milano 2011, pp. 98-99.

³⁰⁹ Tiziana P., *Beni culturali: non basta ricostruire e restaurare, i monumenti devono saper parlare*, in «*IlSole24Ore*», 4 novembre 2016.

rafforzato si traduce in quella che Durkheim chiama maggiore *coesione o solidarietà sociale*³¹⁰, assunti entrambi raggruppati da Bertacchini e Santagata (e Livraghi, 2007) nel più ampio concetto di *capitale sociale*. Ne discende che le componenti del capitale sociale di Bertacchini e Santagata (2012), "*quali la fiducia, la reciprocità, la cooperazione*" fungono da "*base sostanziale per la costruzione di una sovrastruttura di atmosfera creativa*"³¹¹, quest'ultima ritenuta presupposto necessario per l'attivazione del *processo creativo* più volte citato.

Tuttavia, se la maggiore *solidarietà sociale* fondata su valori e credenze condivise agisce come fattore propizio per la costruzione di un'*atmosfera creativa*, la *creative class* di Richard Florida (2002), puntualmente bollata dell'attributo di *outsiders*, potrebbe accusare una qualche forma di *ostracismo sociale* che, come parimenti sostenuto da Zamperini (2012) in trattazione del concetto di *stigma*, si manifesta, seppur limitatamente al singolo individuo, nel "*discredito*", onde questo si sente "*diverso e indesiderato*"³¹². In altre parole, la maggiore coesione o integrazione sociale potrebbe inibire la conglobazione di quelli che Savonardo definisce come soggetti portatori di un diverso *senso comune*. Espresso nei due termini della *psicologia sociale dei gruppi* maggiormente in attinenza al tema in questione, il senso comune maggioritario si manifesta nel fenomeno dell'*ingroup*, mentre quello minoritario assume la qualifica di *outgroup*. Orbene, i membri appartenenti al primo gruppo possono vedere rafforzata la propria coesione sociale grazie alla presenza di quelli che Brown (2005) denota come "*sistemi normativi che creano un aumento dell'uniformità delle opinioni espresse dai membri del gruppo*"³¹³. Questo, sovente, agisce come barriera di esclusione dei gruppi minoritari portatori di quello che Savonardo definisce un differente *senso comune* basato su valori che potrebbero essere dichiarati inaccettabili dal gruppo dominante. Di fatti, il *senso comune*, secondo Savonardo, "*funziona come un sistema condiviso di credenze e consiste in quello che ciascuno crede che tutti gli altri credano*"³¹⁴.

Dunque, contrariamente a quanto sostenuto da Richard Florida nel suo discorso sulla *creative class* e sulla relativa necessità di costruire quello che Lazzeretti chiama *habitat creativo* a tutela e sfruttamento del fattore diversità, l'innovazione potrebbe scaturire da quello che Savonardo esprime essere un *incontro/scontro* tra i diversi *senso comuni*. Osserva, per l'appunto, Savonardo come

³¹⁰ Rapetti E., Coesione sociale: cooperazione strumentale e solidarietà sociale, in «Esplorare la coesione sociale: teorie, ipotesi, modelli, tecniche di analisi dei dati», Facoltà di Sociologia, 28-30 giugno 2007, Trento, pp. 1-31.

³¹¹ Bertacchini E., Santagata W., Atmosfera creativa. Un modello di sviluppo sostenibile per il Piemonte fondato su cultura e creatività, Il Mulino, Bologna 2012, p. 13.

³¹² Zamperini A., Stigma e Ostracismo nelle Relazioni Interpersonali, in «In-Mind Italia», n. 1, 2012, pp. 26-31.

³¹³ Brown R., Psicologia sociale dei gruppi, Il Mulino, Bologna 2005.

³¹⁴ Savonardo L., Innovazione e creatività, in «Incerto quotidiano – Routine/Innovazione».

"il confronto, l'incontro/scontro tra i diversi sensi comuni, e quindi, le diverse culture e visioni del mondo determinano crisi e (quindi) possibili innovazioni sociali".

Ciò posto, non possiamo escludere in toto la logica sottostante gli *habitat creativi* che, espressi nei termini della *Teoria del confronto sociale*, configurano un ambiente che funge da strumento garante del reciproco riconoscimento e apprezzamento delle reali capacità dei membri della *creative class* giacchè composta di soggetti ritenuti *diversi* ma tra loro simili per propensione creativa. Detto altrimenti, è possibile, semmai, cogliere una qualche relazione di complementarità tra il rafforzamento del sentimento identitario da una parte e l'*habitat creativo* dall'altra; sicchè, il conflitto sorto dalla crisi sociale generata dallo scontro tra i diversi *sensi comuni*, getta le basi per la creazione di un *habitat* atto allo sfruttamento del potenziale creativo della *creative class* di Richard Florida.

Da qui l'osservazione di Micelli che, confermando il ruolo del fattore tolleranza di Richard Florida, postula la necessità di "*uno stile di vita più aperto alla diversità, che la società deve accettare e riconoscere*"³¹⁵. Ciò posto, la Repubblica, mediante garanzia della fruizione generalizzata, agisce in "*contrasto all'esclusione sociale mediante la cultura*", giacchè favorisce "*lo sviluppo di una cittadinanza attiva*"³¹⁶ quale premessa per il pieno sviluppo della persona umana *ex art. 3 Cost.*

3.5.2 Perché la fruizione dei beni culturali è un *atto creativo*

Schmitt (2010) postula uno spostamento verso coinvolgimenti attivi *frequently driven by emotions*. Lepri osserva come la fruizione sia "*un atto creativo, perché quando gode l'opera creativa il fruitore ricrea o cerca di ricreare in se stesso l'opera goduta*"³¹⁷. Bazzanini (2013) distingue l'area cerebrale sinistra *del razocinio* da quella *destra* qualificandola come *epicentro emozionale e creativo*³¹⁸, sicchè, come d'altra parte argomenta Newton (2015), "*the non-dominant hemisphere (typically the right hemisphere) was considered to be specialized for creative*

³¹⁵ Micelli S., *Cit.*, p. 16.

³¹⁶ Guido M. R., Tre dimensioni della valorizzazione: l'esperienza, la partecipazione e la gestione, in «Primo colloquio sulla valorizzazione. Esperienza, partecipazione, gestione», MIBAC, 12 ottobre, Roma 2011.

³¹⁷ Lepri S., in «www.sergiolepri.it», ultimo accesso 22-02-2017, ore 20.00.

³¹⁸ Bazzanini E., Arte e infanzia. L'importanza dell'arte nello sviluppo del bambino, in «Tafters Journal. Esperienze e strumenti per cultura e territorio», 56/2013.

activity in all disciplines"³¹⁹. Mazzanti (2003) attribuisce alla componente emotiva la capacità di suscitare interesse all'apprendimento.

Per altro, Cesare Brandi (1963) nella sua *Teoria del restauro*, assume la componente emotiva dell'*atto del riconoscimento dell'opera d'arte* come premessa base del restauro. Egli osserva come "*il legame fra restauro e opera d'arte s'istituisce perciò all'atto del riconoscimento, e continuerà a svilupparsi in seguito, ma nell'atto del riconoscimento ha le sue premesse e le sue condizioni*"³²⁰.

Tutte le precedenti affermazioni collegano la creatività all'arte, giacchè costituiscono tutte la risultante dello stimolo emotivo. Sicchè, per Santagata (2007), *creatività e cultura sono un binomio indissolubile*, frutto una stretta dipendenza tra la creatività e le emozioni. Orbene, che si tratti di una dote innata alla Richard Florida (2002) o di abilità da acquisire, la creatività, tanto per citare Cinque (2010), è "*elemento quotidiano nella vita di tutti gli individui, risorsa fondamentale a cui attingere nelle diverse occasioni della vita e del lavoro*". È quella che Glăveanu (2015), in commento all'analisi di Winnicott, considera essere la *third area of experience*. Trattasi, invero, di quello che abbiamo puntualmente definito come la *subjective perspective* che a livello pratico può essere intesa come la *cultural production* (o *interpretive reproduction*) che si colloca in una posizione intermedia tra l'individuo e l'ambiente esterno. Quest'area, riprendendo l'assunto di Glăveanu (2015), *is also space of creativity* ed ivi si manifesta l'essenza stessa dell'esistenza umana.

La libera fruizione museale, seppur scontando i limiti della *escludibilità tecnica*³²¹, è collocata da Santagata (2007) nell'alveo dei mezzi atti a dare impulso a quello che ivi viene denominato come *processo creativo*. Egli, dopo aver confermato quello che in precedenza abbiamo citato come la *subjective perspective*, o *produzione di soggettività* (secondo Gorz, 2003), ascrive la *riduzione dei costi di accesso alla cultura* (ivi compresa la fruizione museale), tra i fattori di accrescimento *del tasso di creatività sociale*.

Posta un'eccessiva enfasi sulla componente emotiva, ci sembra doveroso sfatare quello che per alcuni potrebbe a primo acchitto sembrare un paradosso. Se la cultura attiene alla ragione, la creatività, manifestandosi in idee originali, scaturisce dall'intuizione e gode del carattere della *spontaneità*. Come osserva Bartezzaghi (2013), "*l'irrazionalità (è) l'ingrediente costitutivo della creatività*", allorché

³¹⁹ Newton H. B., *The Neurology of Creativity: Focus on Music*, in (a cura di) Charyton C., *Creativity and Innovation Among Science and Art. A Discussion of the Two Cultures*, Springer-Verlag, London 2015, p. 4.

³²⁰ Brandi C., *Teoria del restauro*, Storia e letteratura, Roma 1963, p. 3.

³²¹ Si veda la definizione data di bene di merito in apposita sezione alla quale si rimanda.

l'irrazionalità si veda circoscritta nella "sfera del coinvolgimento, delle emozioni, della commozione"³²². Nel suo articolo intitolato "Creativity and Rationality", Gaut (2012) argomenta come "(the) irrational person thinks or feels in nonstandard ways, and these may provide the germs for original ideas"³²³. Detto altrimenti, sembrerebbe attribuire prevalente, se non esclusivo, risalto alla componente edonistica associata al beneficio d'uso in sede di fruizione. Questa tesi parrebbe suffragata da Cesa-Bianchi *et al.* (2009) talchè, esprimendosi sulle origini di quella che chiamano *conoscenza vera*, osservano come questa possa essere ottenuta "non con l'intelletto (...) ma con il rapimento estetico provocato dall'arte"³²⁴.

Tuttavia, in ciò che precede, abbiamo appreso una relazione funzionale tra la componente emotiva e quella cognitiva, sicchè la *response to external stimuli* di Hein (2007) presenta effetti diretti positivi a livello cognitivo. Questa concezione è confermata da Santagata (2007) che riconosce nelle emozioni l'elemento determinante capace di apportare "un reale contributo al processo razionale" costituendo allo stesso tempo "un prerequisito per lo sviluppo della creatività". Egli, attribuendo un ruolo decisivo alle emozioni, sottolinea come senza di esse non può aversi sintonia con "l'ambiente naturale e sociale che è il presupposto fisico-meccanico della creatività"³²⁵. Secondo Leboulet (1970), la creatività consta sia del pensiero irrazionale "*pensée non logiques*" sia della componente emotivo-affettiva, allorquando parrebbe che "*des éléments affectifs, non cognitifs, [ivi] jouent, [...], un rôle prépondérant*".³²⁶

Corollario, la fruizione culturale si presenta sia come fonte di accrescimento culturale, inteso in senso stretto educativo, sia come fattore di stimolo della creatività, giacchè agisce sull'area cerebrale destra puntualmente denominata da Bazzanini (2013) come *epicentro emozionale e creativo*³²⁷. Ciò nondimeno, Cesa-Bianchi *et al.* (2009), in commento all'analisi di Nietzsche che riconosce nell'arte "un importante valore di liberazione dell'uomo dall'oppressione della razionalità", giungono a postulare come l'arte permetta "all'individuo di esprimere la propria creatività e la propria irrazionalità in un mondo che tenda a distruggerle"³²⁸. Nei termini della *subjective perspective* di Belussi e Pilotti (2002), la creatività di Salonia (2011) è *espressione della propria soggettività*³²⁹.

³²² Bartezzaghi S., Il falò delle novità : il mito della creatività fa scintille, Utet, 2013.

³²³ Gaut B., *Cit.*

³²⁴ Cesa-Bianchi M. *et al.*, La creatività scientifica. Il processo che cambia il mondo, Sovera, 2009, p. 20.

³²⁵ Santagata W., La fabbrica della cultura, Il Mulino, Bologna 2007.

³²⁶ Leboulet L., La créativité, in «L'année psychologique», vol. 70, 2/1970, pp. 579-625.

³²⁷ Bazzanini E., *Cit.*

³²⁸ Cesa-Bianchi M. *et al.*, *Cit.*

³²⁹ Salonia G., *Cit.*, p. 52.

3.6 Beni culturali e innovazione

In ciò che precede eccessiva, se non esclusiva, enfasi vede aggiudicarsi la dimensione teorica riveniente dalla fruizione dei beni culturali. Parimenti, è stato attribuito alla componente edonistica associata al valore d'uso lo status di forza generatrice della *creatività*, data la stretta dipendenza ivi confermata tra creatività ed emozioni.

Tuttavia, quanto ampiamente trattato ha esclusiva valenza teorica, tant'è che riteniamo doveroso porci la questione sulla sua portata pratica. Creatività e innovazione sono giunte in un rapporto di crescente interdipendenza. Talchè, talvolta, i due termini vengono adottati indistintamente. Per Mann e Chan (2011) "*creativity is increasingly twinned with innovation*"³³⁰.

La ragione dello stretto rapporto creatività-innovazione è individuabile nelle *idee* che ne costituiscono il comune denominatore. Osservano Scott e Bruce (1994), "*the foundation of innovation is ideas*"³³¹, sicchè, assunta la consistenza della creatività nella generazione di nuove idee, ne risulta che la creatività si pone come "*the ideas part of innovation*"³³².

L'innovazione, invero, consiste in quello che Bilton (2009) descrive come il processo "*through which raw creative idea is converted into an innovative product and service*"³³³. Dicasi analogamente per Hartley che pure postula l'insistenza di un rapporto inscindibile tra innovazione e creatività; dacché, quantomeno, l'elemento discriminante, discende dalla constatazione che l'innovazione si esplica in quella che Bilton chiama la "*extension of the creative process*"³³⁴ o, come precisamente viene argomentato da Pratt e Jeffcutt (2009), "*as the practice of implementing an idea*"³³⁵ sorta in seno al processo creativo. Nondimeno, detto rapporto è sostenuto da Hartley, allorquando osserva che l'innovazione "*includes creativity*" adducendo quale fattore differenziante la "*implementation*" che consiste in "*turning an idea into an actual*

³³⁰ Mann L., Chan J., Creativity and Innovation, in (a cura di), Mann L., Chan J., Creativity and Innovation in Business and Beyond. Social Science Perspectives and Policy Implications, Routledge, New York e London 2011, p. 20.

³³¹ Scott S. G., Determinants of innovative behavior: a path model of individual innovation in the workplace, in «Academy of Management Journal», Vol. 37, n. 3, 1 June/1994, pp. 580-607.

³³² Andy C. *et al*, *Cit.*, p. 19.

³³³ Bilton C., Relocating creativity in advertising. From aesthetic specialization to strategic intergration, in (a cura di) in (a cura di), Pratt A. C., Jeffcutt P., Creativity, innovation and the cultural economy, Routledge, 9 Mar./2009. p. 38.

³³⁴ Bilton C., *Cit.*, p. 38-39.

³³⁵ Pratt A. C., Jeffcutt P., Creativity, innovation and the cultural economy: Snake oil for the twenty-first century?, in (a cura di), Pratt A. C., Jeffcutt P., Creativity, innovation and the cultural economy, Routledge, 9 Mar./2009.

*product or service*³³⁶. Un rapporto alla cui base sorge, in vero, una relazione di complementarietà che, insistendo su Bilton (2009), pone la creatività "*in terms of idea origination*", e l'innovazione "*as a process of idea implementation*"³³⁷.

3.7 La rilevanza economica della cultura in Italia

Il sesto rapporto³³⁸ "Io sono cultura – L'Italia della qualità e della bellezza sfida la crisi" della Fondazione Symbola e Unioncamere (2016) mette in risalto il contributo al PIL e all'occupazione del Sistema Produttivo Culturale e Creativo (SPCC). Con i suoi 89,725 miliardi di valore aggiunto, il Sistema Produttivo Culturale e Creativo ha raggiunto il 6,1% del PIL avendo attivato, allo stesso tempo, il 6,1% dell'occupazione totale con quota pari a 1,492 milioni di lavoratori impegnati. Considerando un effetto moltiplicatore dell'1,8%, il contributo al PIL sale al 17%, sicchè, in valore assoluto, il totale valore aggiunto dell'intera filiera si attesta a quota 249,8 miliardi³³⁹.

Tab. 3.1

	Valore aggiunto (%)	Valori Assoluti (milioni di €)	Occupazione (%)	Valori assoluti (migliaia)
Creative driven	2,3%	33,831	2,4%	0,587
Industrie culturali	2,2%	32,360	2,0%	0,489
Industrie creative	0,9%	13,238	1,0%	0,245
Performing arts e arti visive	0,5%	7,355	0,5%	0,122
Patrimonio storico - artistico	0,2%	2,942	0,2%	0,049
Tot.	6,1%	89,725	6,1%	1,492

Elaborazione su dati *Fondazione Symbola e Unioncamere - 2016*

³³⁶Hartley, J., "EIGHT-AND-A-HALF PROPOSITIONS TO STIMULATE FRUGAL INNOVATION IN PUBLIC SERVICES." *Managing Under Austerity, Delivering Under Pressure: Performance and Productivity in Public Service*, edited by John Wanna et al., ANU Press, 2015, pp. 139–156.

³³⁷ Bilton C., Cit., p. 39.

³³⁸ Perrone M., *Cultura motore dell'economia: muove 250 miliardi, il 17% del Pil*, in «IlSole24ORE», 23 giugno 2006.

³³⁹ "Fondazione Symbola – Unioncamere, Io sono Cultura – Rapporto 2016"

Le ragioni sottostanti la crescita di detto settore sono da intendersi in linea con quanto largamente espresso nei paragrafi precedenti. La traslazione verso l'alto dei benefici attesi dal consumo, ossia la Schmittiana domanda "*frequently driven by emotions*" tradotta da Hein (2007) in *active engagement* del consumatore, ed infine sintetizzata da Micelli e Rullani (2011) in *pro-sumer* a sostegno "*del ruolo sempre più attivo del consumatore*"³⁴⁰, sono alla base della crescita del SPCC italiano. È quanto sostenuto da Pistoletto (2009), onde osserva come tale crescita sia dovuta ad "*un aumento della domanda per prodotti di qualità, che si esprime nell'estetica, decorazione, design, e conoscenza tradizionale*"³⁴¹. Sicché, la crescita del SPCC si vede trainare dalle due componenti del beneficio sotteso alla fruizione culturale che, come sostiene Montella (2010), si identificano nella compresenza di un *effetto-consumo* connesso al godimento estetico da una parte, nonché, in seconda istanza, di un *effetto-investimento* con riguardo alla carica informativa fonte di acculturazione³⁴².

Composto in prevalenza dai settori del *Made In Italy*, il SPCC ha come input per eccellenza il fattore produttivo immateriale cultura. Sicché, il più volte richiamato legame esistente tra cultura e creatività, trova affermazione nella classificazione adottata dalla Commissione Europea, allorquando, previa distinzione tra i settori culturali e quelli creativi, qualifica l'output generato dai settori culturali come input impiegato dai settori creativi "*per la realizzazione talvolta di beni e servizi che hanno un riferimento artistico e culturale*"³⁴³.

L'inestimabile patrimonio culturale italiano necessita di essere valorizzato per il suo *valore d'uso* onde superare quel paradigma statico che, come argomenta Pinelli (2013), ha fatto sì che "*da noi ha a lungo prevalso il culto del simulacro imposto da un radicalismo conservazionista*"³⁴⁴, in specie con riferimento al patrimonio storico e artistico dopoché, osservano Beretta e Migliardi (2012), "*tende a prevalere una gestione pubblica più orientata alla conservazione che alla valorizzazione economica*"³⁴⁵. Non a caso, il contributo al PIL (0,2%) e all'occupazione (0,2%) del patrimonio storico e artistico, si vede classificare per

³⁴⁰ Micelli S., Rullani E., Idee motrici, intelligenza personale, spazio metropolitano: tre proposte per il nuovo Made in Italy nell'economia globale di oggi, in «Sinergie» n. 84/2011.

³⁴¹ Pistoletto M., Creatività, Cultura e Industria: un Modello Italiano, in (a cura di) Santagata W., Libro bianco sulla creatività. Per un modello italiano di sviluppo, Università Bocconi, Milano 2009.

³⁴² Si v. Il par. 2.2 del presente articolo (a cui si rimanda).

³⁴³ Intesa Sanpaolo, La gestione del patrimonio artistico e culturale in Italia: la relazione fra tutela e valorizzazione, ottobre 2011.

³⁴⁴ Pinelli C., Lo sviluppo dell'economia territoriale attraverso la cultura e il turismo e il coordinamento dei pubblici poteri, in «Istituzioni del federalismo», n. 3/4, 2013.

³⁴⁵ Beretta E., Migliardi A., Le attività culturali e lo sviluppo economico: un esame a livello territoriale, in «Banca D'Italia – Questioni di economia e finanza (occasional papers)», n. 126, 2012.

ultimo dando adito ad un'esigua incidenza pari a soli 3,27% del totale contribuito sul Pil espresso dal complesso SPCC (v. *Tab. 2.1*).

Infine, allorché l'Italia venga considerata la nazione che vanta il maggior numero di siti UNESCO a livello mondiale³⁴⁶, incombe su di Essa l'obbligo, nonché il dovere, di sfruttare il proprio *vantaggio comparato*³⁴⁷ per accrescere e migliorare la qualità del proprio capitale umano che, come più volte sostenuto, si rende più che mai necessario in questo nuovo scenario globale basato sull'*economia della conoscenza*.

3.8 Conclusioni

Nell'economia della conoscenza *"l'innovazione diventa l'attività dominante"*³⁴⁸. Un contesto, cioè, dove la *conoscenza* si pone come *base del processo innovativo* qualificandosi, allo stesso tempo, come risorsa produttiva immateriale. Marshall (1842-1924) classifica l'organizzazione come il *quarto fattore produttivo* ivi incorporando la conoscenza³⁴⁹. Sicchè, in tal senso, equiparando la conoscenza al capitale fisico e alle risorse naturali, Pedrini (2012) osserva come essa costituisce *"fattore trainante dello sviluppo economico"* data la sua carica amplificatrice del *"sapere e della capacità di innovare"*³⁵⁰. Schumpeter argomenta che vi è innovazione allorquando il cambiamento insiste sulla forma della funzione di produzione anziché sulle quantità impiegate dei fattori produttivi. Egli sostiene che *"(i)f, instead of quantities of factors we vary the form of the function, we have an innovation"*, talché, l'innovazione, viene definita *"as the setting up of a new production function"*³⁵¹.

I precedenti richiami ai *knowledge workers* sono stati perpetrati col chiaro intento allusivo alla costatazione dell'emergere di tecniche produttive *knowledge-intensive* in progressiva sostituzione di quelle basate sul capitale fisso materiale. Se per Schumpeter *"innovation combines factors in a new way"*, le tecniche produttive knowledge-based possono essere espresse come una *new production function*.

³⁴⁶ Rapporto Federculture – FormezPA, *Cit.*.

³⁴⁷ Beretta E., Migliardi A., *Cit.*, p. 5.

³⁴⁸ Schilirò D., Knowledge-based economy, institutions and economic development, in «Munich Personal RePEc Archive», novembre 2005, pp. 1-19.

³⁴⁹ De Toni A., Fornasier A., *Cit.*.

³⁵⁰ Pedrini G., Interazione tra imprese, università e governi locali nello sviluppo territorio. Il potenziale ruolo delle *corporate universities* e il settore delle *utilities*, in (a cura di) Cappellin R. *et al*, La città nell'economia della conoscenza, FrancoAngeli, Milano 2012, p. 191.

³⁵¹ Schumpeter J., *Business Cycles. A Theoretical, Historical, Statistical Analysis of the Capitalist Process*, McGraw-Hill Book Company, New York Toronto London, 1939, p. 84.

Quartaro, in commento a Schumpeter, sostiene come il comportamento innovativo "*emerges within a stage of the business cycle, when economic growth has reached its maximum*"³⁵².

Trattasi, cioè, della produttività marginale decrescente dei fattori il cui andamento, secondo Schumpeter (1939), può essere interrotto dall'innovazione: la sola candidata a porre in atto quello che Egli denota come "*a jump from the old to the new curve*". Cerisier e Schubert (2000) osservano come l'introduzione dell'innovazione nella funzione di produzione abbia meri effetti di crescita quantitativa, da tener ben distinta dall'innovazione in seno alla funzione di utilità la quale presenta effetti qualitativi di benessere dei consumatori³⁵³.

³⁵²Quatraro F., Innovation, structural change and productivity growth: evidence from Italian regions, 1980–2003 In «Cambridge Journal of Economics», 33/2009, pp. 1001-1022.

³⁵³ Cerisier F., Schubert K., La représentation macro-économique de l'innovation, in «Revue française d'économie», Vol. 15, 1/2000, pp. 123-171.

Capitolo IV

Le Industrie Culturali e Creative in Europa

4.1 Introduzione

Con questo capitolo ci si è voluti soffermare sul peso economico delle Industrie Culturali e Creative in Europa (ICC). Dopo aver constatato una crescita relativamente più rapida del settore e il potenziale contributivo alla crescita in rapporto al PIL e all'occupazione, ci si è posti il quesito sulle politiche finanziarie introdotte dall'UE a suo sostegno. In particolare, tra queste, figura in prima istanza il Programma Europa Creativa. Istituito con Reg. n. 1295 dell'11 dicembre 2013 del Parlamento europeo e del Consiglio, Europa Creativa è il programma settennale (con decorrenza dal 1° gennaio 2014 al 31 dicembre 2020) "a sostegno dei settori culturali e creativi europei". In linea con le disposizioni delle Convenzioni UNESCO per la Protezione e la Promozione della Diversità delle Espressioni Culturali (2005), la Salvaguardia del Patrimonio Culturale Immateriale (2003), gli obiettivi del succitato Reg. comprendono, tra gli altri, *"la protezione, lo sviluppo e la promozione della diversità culturale e linguistica europea, la promozione del patrimonio culturale dell'Europa e il rafforzamento della competitività dei settori culturali e creativi europei"*.

4.2 L'importanza delle ICC in Europa

Cosa sono le ICC? Qual'è il loro peso nell'economia Europea? Perché sono così importanti?

Nell'*Economia della cultura in Europa* (DG Educazione e Cultura per la Commissione Europea, 2006), le *Industrie Culturali e Creative* (brevemente ICC) sono classificate nel modo che segue³⁵⁴:

1. il *settore culturale* consta sia di una componente industriale, cioè avente per oggetto la produzione di beni e servizi destinati ad una loro successiva riproduzione e diffusione di massa (quali *"i film e video, videogiochi, radiodiffusione, musica, editoria"*); sia di una componente non industriale dove la produzione interessa beni e servizi destinati al consumo diretto. Tali sono i settori delle arti visive (*pittura, scultura, artigianato, fotografia*), delle arti dello spettacolo (*l'opera, le orchestre, il*

³⁵⁴ *Economia della cultura*, Direzione Generale per l'Educazione e la Cultura, Studio preparato per la Commissione Europea, ottobre 2006, pp. 2-6.

teatro, la danza, il circo) e, non per ultimo, quello relativo al patrimonio culturale (musei, siti patrimoniali ed archeologici, biblioteche ed archivi), ovvero gli Istituti e luoghi della cultura tali come definiti dall'art. 101 del Codice Urbani³⁵⁵.

Quella della componente non industriale tocca la sfera del patrimonio culturale nella sua duplice dimensione tangibile-immateriale di cui si è ampiamente discusso nel Cap. I. Il discrimine, che appare con maggior evidenza, quantomeno per il patrimonio culturale storico-artistico, giace nel fatto che le componenti della variabile industriale sono fuori campo di applicazione della normativa sulla tutela e conservazione, nonché valorizzazione, contemplata dal Cod. Urbani. Questo perché nella componente industriale, oltre evidentemente al fattore temporale, viene a mancare il fattore *rarietà* o, meglio, *autenticità* che, nel complesso, configurano il *valore culturale*. Osserva, per l'appunto Benhamou, come questa attenga al settore *des oeuvres reproductible*, onde di fatto avviene una distruzione del *valore culturale* operata mediante la riproduzione e diffusione di massa che, stante Walter Benjamin (1892-1940), provoca una *dévaluation de son authenticité*. Anche se, invero, come si vedrà successivamente, resta pur valida la constatazione secondo la quale il fattore *autenticità* vige incontaminato nell'opera originale, onde la sua riproduzione serva a [ripro]porre in risalto il ruolo della *creative class* di Richard Florida (2002, v. Cap. III). Come argomenta Benhamou (2004), ciò che conferisce originalità – cioè autenticità - all'opera "*ne disparaît pas avec les œuvres multiples*", bensì, Egli aggiunge, "*La rareté conférant sa valeur à l'œuvre, la production des multiples s'applique à la créer, en mettant le talent en vedette*" [corsivo e grassetto mio]³⁵⁶. Come è facilmente intuibile, tale constatazione sostiene in parte la nostra precedente osservazione (Cap. III) sulla relazione (positiva) esistente tra *fruizione del patrimonio culturale* e *creatività*, in contrapposizione alla logica secondo la quale la creatività è virtù innata di "pochi eletti" (Cap. III, al quale si rimanda). Tale constatazione, invero, appare con maggiore evidenza nel contesto della *knowledge-based economy* la cui legittimità economica si basa sulla "*creativity and talent*" (UNESCO, 2012)³⁵⁷. Trattasi, giustappunto, di un "*new development paradigm*" che trascende le mere prestazioni dei più tradizionali fattori della produzione onde, in loro vece, maggiore spazio vedono attribuirsi i nuovi motori della crescita quali "*the knowledge, creativity, originality and skills*" (*Ibid.*).

2. il settore creativo, d'altro canto, "*comprende attività quali il design (moda, design d'interni, progettazione di prodotti), l'architettura e la pubblicità*".

³⁵⁵ Al quale si rimanda in apposita sez. Cap.I della presente trattazione.

³⁵⁶ Benhamou F., *L'économie de la culture*, La Découverte, Paris 2004, p. 64.

³⁵⁷ UNESCO-INSTITUTE for STATISTICS, *Measuring the Economic contribution of cultural industries, A review and assessment of current methodological approaches*, Canada, 2012, p. 12.

Una definizione maggiormente estensiva del c.d. termine "*industria creativa*" è presente in Howkins. Cinto nel perimetro dei precursori del modello della *knowledge economy*, Howkins definisce industria creativa qualsiasi industria "*where brain power is preponderant and where the outcome is intellectual property*" (Galloway e Dunlop, 2007)³⁵⁸. Il concetto del *brain power* viene addotto come metro di discernimento da quella corrente che assume il *lavoro intellettuale* come mero criterio distintivo di quelle professioni considerate di carattere artistico, allorché, di fatto, il lavoro intellettuale – o il fattore produttivo immateriale - prevalga sul capitale detto fisso materiale, ancorché su quello manuale purché consista, p. e., in "*attività meramente decorativa o ornamentale*" (Amoroso D. G. et al, 2009)³⁵⁹. L'*Expert report on sources* (2008) qualifica, tra gli altri, quello dei *diritti d'autore* (*copyrights o author's rights*) come criterio distintivo delle peculiarità del settore culturale. Tuttavia, a scanso di equivoci, viene successivamente precisato che "*not everything that is protected is cultural, and every cultural good or service is not necessarily protected*"³⁶⁰.

Nel complesso, i due settori costituiscono *il sistema produttivo culturale e creativo* (Casca, 2016)³⁶¹. La tesi che ne tiene salda l'unione si basa sul riconoscimento del ruolo del settore culturale come input del settore creativo. Ovvero, posta la preponderanza del fattore del *brain power* nelle industrie creative, con quello culturale si intende il complesso delle attività "*that contributed to the intellectual and artistic development of individuals*" (*Ibid.*). Sicché, l'output generato dai settori culturali funge da input impiegato dai settori creativi "*per la realizzazione talvolta di beni e servizi che hanno un riferimento artistico e culturale*"³⁶². Vige, invero, fra entrambi una relazione di reciproca reciprocità, sicché "*without creativity there would not be music, poetry, paintings, literature and all creative activities associated with art and cultural industries, [dal momento che] Creativity contributes to the making of culture*"³⁶³. Si sostiene, in tal senso, un rapporto di matrice unitaria dato dalla sovrapposizione dei due concetti della *knowledge-based economy* e della *culture-based creativity* che costituisce "*an essential feature of a post-industrial economy*"³⁶⁴. Trattasi, invero, di quella che

³⁵⁸ Galloway S. Dunlop S., A critique of definitions of the cultural and creative industries in public policy, in «International Journal of Cultural Policy», 2007, pp. 17-31.

³⁵⁹ Amoroso D. G. et al, Diritto del lavoro: La Costituzione, il Codice civile e le leggi speciali, Giuffrè, Milano 2009, p. 1600.

³⁶⁰ ESSnet-culture, European Statistical System Network on Culture, Final Report, 2012, p. 41.

³⁶¹ Casca E., La cultura muove l'economia. Quali prospettive?, in «Il Giornale delle Fondazioni», 15 luglio, 2016.

³⁶² Cit.

³⁶³ The Impact of Culture on Creativity, A Study prepared for the European Commission (DG for Education and Culture), Giugno 2009, p. 25.

³⁶⁴ D-G for Education and Culture, A Study prepared for the European Commission, The Impact of Culture on Creativity, giugno 2009, p. 5.

Simonsen (2001) postula essere "*culturalisation thesis*", ossia una configurazione secondo la quale "*the economy has been culturalised, increasingly involving the production, circulation and consumption of items that are cultural in character*" (Simonsen, 2001)³⁶⁵. Il carattere culturale di questi items non è altro che il valore immateriale (culturale) giacché, giustappunto, "*i consumatori cercano esperienze nuove e arricchenti*" (Libro Verde, 2010)³⁶⁶. Questo assunto rinvia, invero, al concetto ampiamente trattato di *valore d'uso* associato alla fruizione – e in via estesa, al consumo - dei beni (o oggetti) culturali. Talché, ci si trova innanzi ad un altro concetto altrettanto in voga: quello dell'economia dell'esperienza che, citando Sacco (2012), comprende "*tutti quei settori non-culturali nei quali tuttavia i contenuti creativi stanno sviluppando una penetrazione sempre più pervasiva, e che ormai comprende tutti i consumer goods e persino una componente crescente di beni strumentali*" (Sacco, 2012)³⁶⁷.

Inoltre, l'accento posto sul "*riferimento artistico e culturale*" dei beni e servizi quali output dell'industria creativa, richiama un altro concetto non di poco conto, anch'esso oggetto di un'ampia trattazione nel Cap. III del presente lavoro: quello relativo al "*valore d'uso*" dei beni - o oggetti - culturali. Allorché tra i due settori vigga una relazione di reciproca soggezione tale per cui "*la cultura instilla la creatività e quest'ultima, a sua volta, genera cultura*" (Pomini, 2014-2015), possiamo argomentare che nella *culture economy*, "*oggetto culturale*" divenga qualsiasi bene (o servizio) il cui *valore d'uso* generi un'utilità di carattere edonistico-intellettuale che trascenda le sue mere prestazioni funzionali. Osservano, giustappunto, Galloway e Dunlop (2007), in riferimento ai *symbolic goods and services*, come la prima utilità – o *first use* - che si trae da essi inerisca "*the communication of ideas, rather than a functional value*"³⁶⁸. Il *valore d'uso* o *use value* costituisce il criterio distintivo maggiormente favorito in materia di perimetrazione delle attività culturali. Talché, in virtù dell'accento posto sulla capacità di taluni beni e servizi di possedere – o veicolare – un valore intrinseco-simbolico che, per definizione abbiamo assunto coincidere con il *valore culturale*, le attività culturali sono, in tal senso, considerate tutte quelle che "*that focus in producing [...] cultural values*"³⁶⁹. Sicché, il Regolamento 1295/2013 istitutivo del programma Europa Creativa, nel fornire una prima perimetrazione dei *settori culturali e creativi*, al par. 1 dell'art. 2, rubricato giustappunto *Definizioni*, tali

³⁶⁵ Simonsen K., Space, Culture and Economy – A Question of Practice, in «Geografiska Annaler. Series B, Human Geography», Vol. 83, No. 1 (2001), pp. 41-52, p. 2.

³⁶⁶ Libro Verde: Le industrie culturali e creative, un potenziale da sfruttare, , COM 183 definitivo, Bruxelles 2010.

³⁶⁷ Sacco PL, Le industrie culturali e creative e l'Italia : una potenzialità inespressa su cui scommettere, in «IlSole24Ore», 2012, p. 3.

³⁶⁸ Cit., p. 21.

³⁶⁹ ESSnet-culture, Cit., p. 42.

vengono definiti come "tutti (que)i settori le cui attività si basano su valori culturali [...]"³⁷⁰.

Va da sé che il riferimento si applica alle culture cosiddette *creativogenic* (Glăveanu, 2015)³⁷¹, permeate dalla c.d. *atmosfera creativa* – basata a sua volta sul fattore *tolleranza* postulato da Richard Florida (2002) e il cui contributo si rifletta nella garanzia del pieno sfruttamento del potenziale creativo della «*creative class*». In sintesi, le politiche finanziarie dell'Unione in materia (Programma Europa Creativa di cui si dirà in apposita sezione dedicata), riconoscono la necessità di costruire quella che taluni chiamano «*atmosfera creativa*», onde scongiurare "l'esodo dei suoi creatori e dei suoi creativi nel campo dei videogiochi o del cinema per esempio, a causa delle migliori condizioni, essenzialmente finanziarie, offerte al di fuori del continente europeo"³⁷².

lo stretto rapporto vigente tra il settore culturale e quello creativo appare con maggiore evidenza nella definizione dei due settori fornita a p.6 del Libro Verde della Commissione UE (2010). Secondo tale definizione:

"Le "industrie culturali" sono le industrie che producono e distribuiscono beni o servizi che, quando vengono concepiti, sono considerati possedere un carattere, un uso o uno scopo specifici che incorporano o trasmettono espressioni culturali, quale che sia il loro valore commerciale. Oltre ai settori tradizionali delle arti (arti dello spettacolo, arti visive, patrimonio culturale - compreso il settore pubblico), questi beni e servizi comprendono anche i film, i Dvd e i video, la televisione e la radio, i giochi video, i nuovi media, la musica, i libri e la stampa. Questo concetto è definito in relazione alle espressioni culturali nel contesto della convenzione UNESCO sulla protezione e la promozione della diversità delle espressioni culturali [...]."

*Le "industrie creative" sono le industrie che utilizzano la cultura come input e hanno una dimensione culturale, anche se i loro output hanno un carattere principalmente funzionale. Comprendono l'architettura e il design, che integrano elementi creativi in processi più ampi, e sottosectori come il design grafico, il design di moda o la pubblicità."*³⁷³

Questa relazione fondata su uno schema input-output configura il *moltiplicatore culturale* che misura "il rapporto tra la quota del PIL prodotta

³⁷⁰ Reg. n. 1295/2013, art. 2, in <http://eur-lex.europa.eu/legal-content>.

³⁷¹ Cit.

³⁷² Cit.

³⁷³ Cit., p. 6.

dall'industria culturale e quella prodotta dall'industria creativa" (Sacco, 2012).³⁷⁴ E data la citata reciproca interdipendenza tra i due settori, è parimenti possibile parlare di un *moltiplicatore creativo* che esprime "quanto ogni euro di valore aggiunto prodotto nella sfera culturale e creativa vera e propria contribuisce a generare a sua volta sotto forma di valore aggiunto indotto nelle sfere produttive ad alta intensità di input culturale" (Ibid.).

4.2.1 Il peso delle ICC nell'economia europea: alcuni numeri sulle ICC

Per quanto concerne il peso economico delle ICC si distinguono impatti economici di tipo diretto e quelli di tipo indiretto. Per quelli di tipo diretto si intendono il livello di occupazione e di reddito "generated in local communities, regions or at the national level by the cultural industries themselves" (UNESCO, 2009); Per impatti indiretti si intendono quelli inglobanti "all the upstream good and services that need to be produced to support direct inputs" (Ibid.: 24).

Nel 2003, il fatturato prodotto dal settore delle ICC è stato pari a 654 mld di euro attestando, in corrispondenza percentuale, un 2.6% in rapporto al PIL. Il contributo alla crescita del PIL esercitato dal settore per il quadriennio 1999-2003 è stato pari al 19.7%, ovvero il 12.3% in più rispetto alla crescita economica presa nel suo complesso. Dal lato dell'occupazione, nel 2004 si calcolano 5,885 milioni di persone impiegate, con quota percentuale pari al 3.1% del totale popolazione attiva impiegata nell'UE(25)³⁷⁵.

Lo studio di *TERA Consultants* per il Forum D'Avignon³⁷⁶ (2014), mostra come nel 2008 le ICC abbiano contribuito per 558 mld€ in valore aggiunto al PIL dell'UE(27), ossia all'incirca il 4.5% del PIL totale dell'Unione. Sempre per lo stesso periodo di osservazione, il contributo delle ICC all'occupazione è stato del 3.8% del totale forza lavoro attiva europea, ossia una corrispondenza in valore assoluto di 8.5 milioni di unità impiegate³⁷⁷.

Nel 2011, il contributo delle ICC al PIL dell'UE(27) è stato, in valore assoluto, pari a 558 mld€, ossia una percentuale in rapporto al PIL del 4.4%. Il tasso di evoluzione registrato per il periodo 2008-2011 è stato pari a - 0.07%. Stessa

³⁷⁴ Cit., p. 5.

³⁷⁵ Cfr. ESSnet-culture, Cit., p. 130; Studio preparato per la Commissione Europea (D-G per l'Educazione e la Cultura), L'Economia della Cultura in Europa, ottobre 2006, p. 6.

³⁷⁶ TERA/Forum d'Avignon, 2014, p. 4.

³⁷⁷ Cfr. European Creative Business Network, The Cultural and Creative Industries in Europe, Rotterdam, 2015.

situazione di regresso è stata registrata nell'ambito dell'occupazione che ha registrato per il periodo 2008-2011 un decremento pari ad un - 2.33% (*Ibidem*).

Sempre dal lato dell'impiego, lo studio di ERNST & YOUNG (2014), mostra come la crescita dei posti di lavoro per il periodo 2000-2007 sia stata del 3.5%, mantenendo un tasso di crescita annuo per il periodo 2008-2012 dello 0.7% (Monti, 2016)³⁷⁸. Altro dato interessante sulla forza lavoro inerisce la percentuale degli occupati under 30 (15-29) che attesta un cospicuo 19.1% del complesso impiegati dell'industria culturale e creativa contro il 18.6% del resto dell'economia (ERNST & YOUNG, 2014)³⁷⁹. In valore assoluto, nel 2012, il totale forza lavoro europea impiegata nelle ICC supera i 7 milioni (precisamente oltre i 7.524.000 di unità) di impiegati così suddivisi per sottosettori (v. Tab. 1).

Nell'anno 2012, le industrie culturali e creative hanno contribuito del 4.2% del PIL europeo, con quota in valore assoluto superiore ai 535 mld di euro (v. Tab. 4.1)³⁸⁰.

Tab. 4.1

SETTORE	OCCUPAZIONE (IN MIGLIAIA)	FATTURATO (IN MLD€)
<i>Performig arts</i>	1,234,5	31.9
<i>Visual arts</i>	1,231,5	127.6
<i>Music</i>	1168	25.3
<i>Avertising</i>	808	93
<i>Books</i>	646	36.3
<i>Film</i>	641	17.3
<i>TV</i>	603,5	90
<i>Architecture</i>	493	36.2
<i>Newspapers and magazines</i>	483,5	70.8
<i>Gaming</i>	108	16
<i>Radio</i>	97	10.4
TOTALE	7,524	554.8

FONTE: ELABORAZIONE SU DATI ERNST & YOUNG 2014
DATI 2012

³⁷⁸ «Il patrimonio artistico e culturale in Europa tra economia e difesa dei valori», in «Amministrazione in Cammino», 28 luglio, 2016.

³⁷⁹ ERNST & YOUNG, *Creating growth. Measuring cultural and creative markets in the EU*, dicembre 2014, studio commissionato da GESAC, the European Grouping of Societies of Authors and Composers, p. 17; Cfr. Mazza E., *Il valore dell'industria creativa in Europa*, in «fimi», 16 gennaio, 2015.

³⁸⁰ Cit. p. 10.

4.2.3 Effetto moltiplicatore o di spillover

In un rapporto del 2015 realizzato dalla Tom Fleming Creative Consultancy (2015), l'effetto moltiplicatore o di spillover, che in linea di massima delinea la forza di traino del settore culturale, ovvero la sua capacità a contaminare il resto dell'economia, viene definito come quel processo attraverso il quale *"an activity in one area has a subsequent broader impact on places, society or the economy through the overflow of concepts, ideas, skills, knowledge and different types of capital. Spillovers can take place over varying time frames and can be intentional or unintentional, planned or unplanned, direct or indirect, negative as well as positive"* (Tom Fleming, 2015)³⁸¹. Nel caso dell'Italia, il rapporto *io sono cultura* della Fondazione Symbola, si stima un effetto moltiplicatore pari all'1.7 e sta ad indicare che *per ogni euro prodotto nella cultura [...] se ne attivano 1.7 negli altri settori* (Fratarcangeli, 2016)³⁸².

4.3 Le politiche dell'Unione in materia di cultura: Europa Creativa

Nell'ambito di questo scenario di crescita del settore delle ICC si inseriscono le politiche dell'Unione Europea. Conformemente alla strategia Europa 2020 per la crescita e l'occupazione, il ruolo della Commissione Europea *is to ensure that the culture sector is able to increasingly contribute to employment and growth across Europe* mediante la messa in atto di finanziamenti diretti e supporto tecnico *whether in the form of grants or the establishment of networks and platforms to support the sector*³⁸³.

L'attuale scenario economico dell'UE è connotato da uno scarso contributo al PIL di settori come quello immobiliare (2.1%), alimentare e tabacchi che hanno registrato una quota congiunta pari all'1.9%, dell'industria tessile (0.5%) e di quello dell'industria dei prodotti della chimica, gomma e plastica (2.3%). Di converso, quello delle ICC è il settore che ha realizzato un contributo relativamente maggiore (pari al 2.6% del PIL europeo). Inoltre, il settore delle ICC ha registrato per il periodo 1999-2003 una crescita superiore rispetto all'economia europea presa nel complesso di ben il 12.3%, ossia il 19.7% a fronte del 17.5%, rispettivamente. Sarebbe a dire che il settore delle ICC cresce molto più rapidamente degli altri settori registrando un significativo contributo al benessere generale dell'Europa

³⁸¹ Tom Fleming Creative Consultancy, *Culturale and Creative spillovers in Europe: Report on a preliminary evidence review*, ottobre 2015, p. 6.

³⁸² Fratarcangeli A., *ICC – Industrie Culturali e Creative per la coesione e la crescita dell'Italia del futuro*, in «SentieriDigitali», 12 luglio 2016.

³⁸³ Supporting cultural and creative industries, fonte: www.ec.europa.eu.

tanto da aggiudicarsi le attenzioni della stessa in materia di politiche di finanziamento³⁸⁴.

4.3.1 Europa Creativa

Istituito con Reg. n. 1295 dell'11 dicembre 2013 del Parlamento europeo e del Consiglio, Europa Creativa è il programma settennale (con decorrenza dal 1° gennaio 2014 al 31 dicembre 2020) "*a sostegno dei settori culturali e creativi europei*"³⁸⁵. In linea con le disposizioni delle Convenzioni UNESCO per la *Protezione e la Promozione della Diversità delle Espressioni Culturali* (2005), la *Salvaguardia del Patrimonio Culturale Immateriale* (2003) gli obiettivi del succitato Reg. comprendono, tra gli altri, "*la protezione, lo sviluppo e la promozione della diversità culturale e linguistica europea, la promozione del patrimonio culturale dell'Europa e il rafforzamento della competitività dei settori culturali e creativi europei*"³⁸⁶. Inoltre, di là delle succitate Convenzioni UNESCO, Europa Creativa fonda la propria legittimità giuridica sugli assunti resi espliciti dall'art. 167 del Trattato di Lisbona (2007) allorquando maggiori dettagli vengono forniti sull'azione del'UE in ambito culturale. Con esso viene contemplato il contributo dell'Unione "*al pieno sviluppo delle culture degli Stati membri nel rispetto delle loro diversità nazionali e regionali, evidenziando nel contempo il retaggio culturale comune. [Ove in tal senso]L'azione dell'Unione è intesa ad incoraggiare la cooperazione tra Stati membri e, se necessario, ad appoggiare e ad integrare l'azione di questi ultimi nei seguenti settori: miglioramento della conoscenza e della diffusione della cultura e della storia dei popoli europei, conservazione e salvaguardia del patrimonio culturale di importanza europea, scambi culturali non commerciali, creazione artistica e letteraria, compreso il settore audiovisivo [...]*"³⁸⁷.

Entrato in vigore il 1° gennaio 2014, Europa Creativa è stato dotato di un budget pluriennale di 1.462 mld di euro, con allocazione in quote percentuali pari ad almeno il 31% (€454,8 mln) ed il 56% (€824 mln) a vincolo specifico per i sottoprogrammi Cultura e MEDIA, rispettivamente.³⁸⁸ La residua quota percentuale (13%) è rivolta ad una sezione intersettoriale, di cui €750 mln per l'avvio, conformemente al Capo IV, art. 14 del Reg. Istitutivo di Europa Creativa, di uno strumento di garanzia finanziaria gestito dal Fondo Europeo per gli Investimenti

³⁸⁴ European Agenda for Culture, Work Plan for Culture 2011-2014, aprile 2012, p. 6.

³⁸⁵ Reg. n. 1295/2013, Cit., art. 1.

³⁸⁶ Reg. n. 1295/2013, considerazione n. (36).

³⁸⁷ Art. 167, Trattato di Lisbona, 13 dicembre 2007, eur-lex.europa.eu.

³⁸⁸ Creative Europe: il Consiglio UE approva il programma da 1,46 miliardi di euro, in «Il Giornale delle Fondazioni», 06/Dicembre, 2013.

(FEI) al fine di "consentire alle piccole imprese attive in campo culturale e creativo di accedere a prestiti bancari"(Ibid.): "a financial guarantee facility of up to €750 million for small businesses active in the sector will also be established in 2016"³⁸⁹. Inoltre, nell'ambito del sottoprogramma intersettoriale, è prevista l'erogazione di finanziamenti volti a sostegno di attività di studio, analisi e raccolta dati finalizzate al miglioramento della base di dati per la definizione delle politiche³⁹⁰. In breve, la sezione intersettoriale, o *cross-sectoral strand*, "includes funding for the Creative Europe Desks and the financial guarantee facility [...]"³⁹¹. I compiti inerenti la raccolta dati sulle ICC, nonché l'assistenza informativa sul Programma sono stati devoluti, in conformità al disposto dell'art. 16 del Reg. (2013), ai Punti di Contatto Europa Creativa da istituirsi nei paesi partecipanti "conformemente al diritto e alle prassi nazionali"³⁹².

Il Programma si è posto l'ambizioso obiettivo della variazione in aumento della quota di contributo delle ICC al PIL e all'occupazione. Sicché, osserva Blaney (2015), "*Creative Europe framework was launched [...] with the aim of raising the sectors' share of EU gross domestic product (GDP) to 4.8% by 2020 from the current 3.3%-4.5%, and bringing the share of employment to 4.8% from the present 3.8% of Europe's workforce*"³⁹³.

Gli artt. 3 e 4 del Reg. Istitutivo del Programma (2013) ne contemplano gli obiettivi generali e specifici fissati in numero di due e quattro, rispettivamente. Gli obiettivi generali del Programma sono elencati come segue³⁹⁴:

- a) *proteggere, proteggere, sviluppare e promuovere la diversità culturale e linguistica europea nonché promuovere il patrimonio culturale dell'Europa;*
- b) *rafforzare la competitività dei settori culturali e creativi europei, in particolare del settore audiovisivo, al fine di promuovere una crescita intelligente, sostenibile e inclusiva.*

D'altro canto, gli obiettivi specifici sono intesi a:

- a) *sostenere la capacità dei settori culturali e creativi europei di operare a livello transnazionale e internazionale;*

³⁸⁹ Creative Europe: Supporting Europe's cultural and creative sectors, in <https://ec.europa.eu/>; Cfr. Capo IV, art. 14, par.1, 2 e 3 del Reg. 1295/2013 istitutivo di Europa Creativa, *Cit.*

³⁹⁰ Note sintetiche sull'Unione europea, 2017, in www.europarl.europa.eu.

³⁹¹ How Creative Europe Works, in «Creative Europe Desk - UK», ultimo accesso 8 Novembre, 2017, ore 22.18.

³⁹² Art. 16, par. 1 e 3, let. a) e d), Reg. 1295/2013, *Cit.*

³⁹³ Blaney M., Creative Europe set for 8% budget boost in 2016, in «SCREENDAILY», 17 Giugno, 2015.

³⁹⁴ Artt. 3, 4, Reg. 1295/2013, *Cit.*

- b) *promuovere la circolazione transnazionale delle opere culturali e creative e la mobilità transnazionale degli operatori culturali e creativi, in particolare degli artisti, nonché raggiungere nuovi e più ampi destinatari e migliorare l'accesso alle opere culturali e creative nell'Unione e nel mondo, con un accento particolare sui bambini, sui giovani, sulle persone con disabilità e sui gruppi sottorappresentati;*
- c) *rafforzare in modo sostenibile la capacità finanziaria delle PMI, delle micro-organizzazioni e delle organizzazioni di piccole e medie dimensioni nei settori culturali e creativi, adoperandosi nel contempo per assicurare una copertura geografica e una rappresentazione settoriale equilibrate;*
- d) *favorire lo sviluppo di politiche, l'innovazione, la creatività, lo sviluppo del pubblico e nuovi modelli di business e di gestione attraverso il sostegno della cooperazione politica transnazionale.*

a) Il sottoprogramma Cultura

L'UE si pone come uno spazio culturale frammentato. Data la sua molteplicità culturale e linguistica, L'UE affronta la sfida della mancanza di un "*single cultural space*"³⁹⁵. In tal senso, le priorità del sottoprogramma Cultura si pongono come una "*risposta alla frammentazione dei mercati culturali, che creano delle barriere linguistiche e nazionali [nello specifico] per la circolazione di prodotti culturali e audiovisivi*"³⁹⁶. Tra le priorità del Sottoprogramma, emergono quelle volte al sostegno **a)** *delle tournées, delle manifestazioni, delle mostre e dei festival internazionali;* **b)** *della circolazione della letteratura europea al fine di assicurare la più ampia accessibilità possibile;* **c)** *dello sviluppo del pubblico come strumento per stimolare l'interesse nei confronti delle opere culturali e creative europee e del patrimonio culturale europeo materiale e immateriale, nonché di migliorarne l'accesso*³⁹⁷. In questo ambito, vengono fornite misure di sostegno che vanno dai progetti di cooperazione transnazionale, alle reti europee di organizzazioni culturali e creative fino ai progetti di traduzione e promozione letteraria³⁹⁸. Per fare un esempio, per i progetti di traduzione letteraria, volti a sostegno della diversità culturale e linguistica dell'UE, le opere ammissibili riguardano opere di narrativa considerate di alto valore letterario (romanzi, racconti, opere teatrali, poesie, fumetti e letteratura per l'infanzia). A tal uopo, non sono considerate opere ammissibili,

³⁹⁵ 2017 annual work programme for the implementation of the Creative Europe Programme, 16/09 2016, in p. 11, fonte: <https://ec.europa.eu>.

³⁹⁶ Fonte: <http://cultura.cedesk.beniculturali.it>.

³⁹⁷ Cfr. Art. 12, Capo III, Reg. 1295/2013, *Cit.*

³⁹⁸ Cfr. Art. 13, Capo III, Reg. 1295/2013, *Cit.*

giacché non rientrano nella categoria «opere di narrativa»³⁹⁹, le opere relative alle scienze umane, le autobiografie o biografie o saggi privi di elementi narrativi⁴⁰⁰.

b) Il sottoprogramma MEDIA

Conformemente all'art. 9 del Reg. 1295/2013, le priorità del sottoprogramma MEDIA sono rivolte prevalentemente al settore audiovisivo. Dunque, tali priorità si prefiggono, tra le altre, il miglioramento "*delle capacità e delle competenze dei professionisti del settore audiovisivo, [nonché ad] aumentare la capacità degli operatori del settore audiovisivo di sviluppare opere audiovisive europee che abbiano le potenzialità per circolare nell'Unione e nel mondo e di agevolare le coproduzioni europee e internazionali, anche con emittenti televisive*"⁴⁰¹. Dotato di un budget di €824 mln (56% in rapporto al totale), MEDIA sostiene "*l'industria europea del cinema e dell'audiovisivo nei settori di sviluppo di progetti audiovisivi e videogames, produzione di opere televisive, distribuzione, formazione, promozione*"⁴⁰².

4.4 Conclusioni

Le ICC contano per oltre il 3% del PIL e dell'occupazione dell'UE, tuttavia, le imprese operanti nel settore tipicamente riscontrano difficoltà nell'accesso ai finanziamenti per la gestione d'impresa e per finalità d'investimento. La natura trasversale di settori quali l'artigianato, la moda e il design, nonché la presenza di un *value gap* dovuto all'iniqua remunerazione del valore generato da alcuni intermediari tecnici, fanno sì che il settore accusi un *potenziale inesperto*⁴⁰³. Inoltre, la natura immateriale delle risorse ivi impiegate, si è tradotta in un difficile inquadramento delle idonee competenze atte valutarne il potenziale produttivo.

³⁹⁹ Per maggiori informazioni relative alle opere di narrativa oggetto di selezione nell'ambito dei progetti biennali di traduzione letteraria per il 2016, invitiamo il lettore a consultare il seguente link: https://eacea.ec.europa.eu/sites/eacea-site/files/category_1_-_list_selected_books.pdf.

⁴⁰⁰ Cfr. 2017 call for proposals EACEA 15/2017 for 'Support to Literary translations projects', ossia l'Invito a presentare proposte EACEA 15/2017:

Sostegno a progetti di traduzione letteraria, fonte: https://eacea.ec.europa.eu/creative-europe/funding/support-literary-translation-projects-2017_en; inoltre, per maggiori dettagli in merito ai criteri di ammissibilità, di esclusione, selezione e aggiudicazione, si Cfr. le *Guidelines* pubblicate nel sito della Education, Culture and Audiovisual Executive Agency (EACEA).

⁴⁰¹ Art. 9, Capo II, Reg. 1295/2013, *Cit.*

⁴⁰² Fonte: www.europacreativa-media.it/europa-creativa-media, consultato il 14/11/2017.

⁴⁰³ Montalto V., Italia Creativa vuol dire crescita e occupazione: i numeri e le proposte di EY, in «Il Giornale delle Fondazioni», articolo pubblicato il 14/02/2017.

Nell'attuale scenario economico globale caratterizzato dalla rapida introduzione di nuove tecnologie e dalla crescente globalizzazione, forme tradizionali di produzione industriale sono sostituite da *"comunità creative, la cui materia prima è la capacità di immaginare, creare e innovare"*⁴⁰⁴. In questo nuovo scenario, connotato da un mutamento del paradigma produttivo, si inseriscono le politiche dell'UE che, conformemente alla strategia Europa 2020 per la crescita e l'occupazione, riconoscono al settore la capacità *"to increasingly contribute to employment and growth across Europe"*. L'istituzione del Programma Europa Creativa a sostegno dei settori culturali e creativi europei, si muove in questa direzione, ossia *"with the aim of raising the sectors' share of EU gross domestic product (GDP) to 4.8% by 2020 from the current 3.3%-4.5%, and bringing the share of employment to 4.8% from the present 3.8% of Europe's workforce"*⁴⁰⁵.

⁴⁰⁴ Libro Verde (2010), *Cit.*

⁴⁰⁵ *Cit.*

Riferimenti bibliografici

- Barbati C., il diritto e le necessità dei beni culturali, in «Il capitale culturale», Vol. 1, Eum, Macerata 2010.
- Marzocca R., La nozione di bene culturale dalla commissione Franceschini al nuovo Codice, in «Altalex. Quotidiano di informazione giuridica», articolo pubblicato il 04/01/2007.
- Morbidelli G., Il valore immateriale dei beni culturali, in «Aedon. Rivista di arti e diritto on line», 01/2014.
- Severini G., L'immateriale economico nei beni culturali, in (a cura di) Morbidelli G., Bartolini A., L'immateriale economico nei beni culturali, Giappichelli, Torino 2016.
- Fantini S., Beni culturali e valorizzazione della componente immateriale, in «Aedon. Rivista di arti e diritto on line», 01/2014.
- Bartolini A., L'immaterialità dei beni culturali, in «Aedon. Rivista di arti e diritto on line», 01/2014.
- Dugato M., Strumenti giuridici per la valorizzazione dei beni culturali immateriali, in «Aedon. Rivista di arti e diritto on line», 01/2014.
- Cerquetti M., Dal materiale all'immateriale. Verso un approccio sostenibile alla gestione nel contesto locale, in (a cura di) Cerquetti M., et al., Patrimonio culturale e cittadinanza. Patrimonio cultural y ciudadanía. Italia/Argentina, in «Il capitale culturale», Eum, Macerata 02/2015.
- Coppola A., Spina M. C., La Legislazione sui beni culturali e del paesaggio, Eddelibri, Napoli 2004.
- Crosetti A., Vaiano D., Beni culturali e paesaggistici, Giappichelli, Torino 2011.
- Tylor E. B., Primitive Culture : Researches Into the Development of Mythology, Philosophy, Religion, Art, and Custom, Volume 1, J. Murray, London 1871.

- Crespi I., *Cultura/e nella società multiculturale: riflessioni Sociologiche*, EUM, Macerata 2015.
- Cerquetti M., *Dall'economia della cultura al management per il patrimonio culturale: presupposti di lavoro e ricerca*, in «Il capitale culturale», eum, Macerata 2010.
- Barbati C., Cammelli M., Sciulli G., *Diritto e gestione dei beni culturali*, il Mulino, Bologna 2011.
- Sandulli M.A., *Codice dei beni culturali e del paesaggio*, Giuffrè, Milano 2012.
- De Santis V., *L'evoluzione del concetto di bene culturale*, in «Aedon. Rivista di arti e diritto online», 1/1998.
- Giuffrida A., *Contributo allo studio della circolazione dei beni culturali in ambito nazionale*, Giuffrè, Milano 2008.
- Tamiozzo R., *La legislazione dei beni culturali e paesaggistici: guida ragionata*, Giuffrè, Milano 2009.
- Fantin A., *I beni immobili culturali di proprietà pubblica: aspetti pubblicistici*, Kluwer, 2008.
- Ferretti A., *La riforma dei beni culturali. Le nuove forme di tutela ai sensi del D.Lgs. 22 gennaio 2004, n. 42 (Decreto Urbani)*, Esselibri-Simone, Napoli 2004.
- Aicardi N., *L'individuazione dei beni culturali di appartenenza pubblica e di enti privati non lucrativi*, in Police A. (a cura di), *I beni pubblici: tutela, valorizzazione e gestione atti del convegno di studi, Ville Tuscolane, 16-18 novembre 2006*, Giuffrè, Milano 2008.
- Rende A., *Gli edifici privati di interesse culturale: la normativa di tutela*, Rubbettino, 2002.
- Gambaro A., *I beni*, Giuffrè, Milano 2012.
- Degrassi L., *Cultura e istituzioni. La valorizzazione dei beni culturali negli ordinamenti giuridici*, Giuffrè, Milano 2008.

- D'Alberti M., Lezioni di diritto amministrativo: seconda edizione, Giappichelli, Torino 2013.
- Laricci G. P., Istituzioni di diritto pubblico, Maggioli, Rimini 2014.
- Corradetti C., Spreafico A., Oltre lo «scontro di civiltà»: compatibilità culturale e caso islamico, Fondazione Adriano Olivetti, 2005.
- Dichiarazione I, in Atti della Commissione Franceschini, 1967.
- Montella M., Cerquetti M., Economia, cultura, territorio, EUM, Macerata 2011.
- Ingold T., Abitare e costruire: come uomini e animali fanno del mondo la propria casa, in (a cura di) Grasseni C., Ronzon F., Ecologia della cultura, Meltemi, Roma 2004.
- Gorz A., L'immateriale. Conoscenza, valore e capitale, Bollati Boringhieri, Torino 2003.
- Montella M., Conoscenza e informazione del cultural heritage come spazio di impresa, in «Sinergie», n. 76, novembre 2008.
- Bardeschi M. D., Effetto Foucault, Benjamin e la città stratificata. Restauro: Abbecedario minimo (I). Londra: Crystal Palace oggi e Battersea Power station, in «Ananke. Rivista quadrimestrale di cultura, storia e tecniche della conservazione per il progetto», n. 72, Altralinea, Firenze 2014.
- Maccari A. L., Piergigli V., Il Codice dei beni culturali e del paesaggio tra teoria e prassi, Giuffrè, Milano 2006.
- Santoro P., Manuale di contabilità e finanza pubblica, Maggioli, Rimini 2015.
- Galdani A., I beni culturali immateriali: ancora senza ali?, in «Aedon. Rivista di arti e diritto online», 1/2014.
- Cerquetti M., Dal materiale e all'immateriale. Verso un approccio sostenibile alla gestione nel contesto globale, in Il capitale culturale, EUM, Macerata 2015.

- Albanese U., *Massime, enunciazioni e formule giuridiche latine: traduzione, commento e riferimenti sistematici alla legislazione italiana*, Hoepli, Milano 1993.
- Anselmo A., *Il Patrimonio culturale e naturale*, in «Gazzetta Ambiente», 5/07.
- Frediani F., *Un "Patrimonio" per lo sviluppo turistico*, in «Rivista del Turismo», n° 5/6, 2001.
- Bertacchini E., *Patrimonio Mondiale UNESCO: la tensione tra valore universale e interessi nazionali*, in «Tafter Journal. Esperienze e strumenti per cultura e territorio», 1 luglio 2011.
- Degrassi L., *Cultura e istituzioni. La valorizzazione dei beni culturali negli ordinamenti giuridici*, Giuffrè, Milano 2008.
- Petrillo P. L. et al., *La convenzione Unesco per il patrimonio mondiale e la valorizzazione dei paesaggi rurali vitivinicoli*, in Golinelli G. M. (a cura di), *Patrimonio culturale e creazione di valore. Verso nuovi percorsi*, Cedam, Ancona 2012.
- Aa. Vv., *Unesco Italia: I siti patrimonio mondiale nell'opera di 14 fotografi - Italian site of the world heritage list in the work of 14 photographers*, in «Catalogo della mostra UN.IT», Gangemi, Roma 2008.
- Cannone A., *La protezione internazionale ed europea dei beni culturali*, Cacucci, Bari 2014.
- Benvenuti P., *La tutela internazionale dei beni culturali nei conflitti armati*, Giuffrè, Milano 2007.
- Poli G., *Geositi: testimoni del tempo: fondamenti per la conservazione del patrimonio geologico*, Pendragon, Bologna 1999.
- Zingari L. V., *Dalle tradizioni popolari al patrimonio culturale immateriale. Un processo globale, una sfida alle frontiere*, in «Palaver» vol. 4, 02/2015.
- Scovazzi T., *Il patrimonio culturale intangibile e le Scuole Grandi veneziane*, in (a cura di) Picchio Forlati M. L., *Il patrimonio culturale immateriale*.

Venezia e il Veneto come patrimonio europeo, Cà Foscari, Venezia 2014.

- Ballacchino K., Etnografia di una passione: I Gigli di Nola tra patrimonializzazione ai tempi dell'UNESCO, Armando, Roma 2015.
- Craith M. N., Intangible Cultural Heritage: The Challenges for Europe, in «Anthropological Journal of European Cultures», Berhahn Books, Vol. 17, 01/2008.
- Mariotti L., Patrimonio culturale immateriale: un prodotto internazionale, in «La Ricerca Folklorica», 64/2011.
- Bortolotto C., Severo M., Inventari del patrimonio immateriale : top-down o bottom-up ?, in «Hal, archives-ouvertes», 10/2012.
- Pedrini G., Interazione tra imprese, università e governi locali nello sviluppo del territorio. Il potenziale ruolo delle corporate universities e il settore delle utilities, in (a cura di) AA. VV., La città nell'economia della conoscenza, FrancoAngeli, Milano 2012.
- Gallina M. A., Ricerca empirica e risorse della Rete, in (a cura di) Grimaldi R., Metodi formali e risorse della Rete: Manuale di ricerca empirica, FrancoAngeli, Milano 2005.
- Johannessen J. A. et al, Mismanagement of tacit knowledge: the importance of tacit knowledge, the danger of information technology, and what to do about it, in «International Journal of Information Management», 21, 2001, pp. 3-20.
- Gertler M. S., Manufacturing Culture: The Institutional Geography of Industrial Practice, Oxford University Press, New York, 2004.
- Polanyi, M., The Tacit Dimension, University of Chicago Press, 2009.
- Braunerhjelm, P., On the role of the knowledge capital in firm performance – Empirical evidence from Swedish firms in the engineering industry, in «Revue d'économie industrielle», vol. 81, 3e trimestre 1997, pp. 9-22.

- Naicker K. et al, Conceptualizing knowledge creation, conversion and transfer, in «Trends and Development in Management Studies», Vol. 3, Issue 1, 2014, pp. 23-58.
- Dunning J. H., Regions, globalization and knowledge-based economy, Oxford University Press, 2002.
- Cappellin R., Reti di conoscenza e innovazione e il knowledge management territoriale, in (a cura di) AA. VV., Sviluppo, innovazione e conoscenza: Strumenti per un'economia della conoscenza, FrancoAngeli, Milano 2010.
- Vasapollo L., Trattato di economia applicata, Analisi critica della mondializzazione capitalistica, Jaca Book, Milano 2006.
- Cappellin R. et al., La città nell'economia della conoscenza, in (a cura di) Cappellin R. et al., La città nell'economia della conoscenza, FrancoAngeli, Milano 2012.
- Armano E., Precarietà e innovazione nel postfordismo. Una ricerca qualitativa sui lavoratori della conoscenza a Torino, Odoja, Bologna 2010.
- Fershtman C., Gandal N., Direct and indirect knowledge spillovers: the "social network" of open-source projects, in «RAND Journal of Economics», Vol. 42, No. 1, Spring 2011, pp. 70-91.
- Gertler M.S., Tacit knowledge and the economic geography of context, or The undefinable tacitness of being (there), in «Journal of Economic Geography», 3/2003, pp. 75-99.
- Holste J. S., Fields D., Trust and tacit knowledge sharing and use, in «Journal of Knowledge Management», Vol. 14, 1/2010, pp. 128-140.
- Tanner A. N., Spatial knowledge dynamics of innovation processes: local and non-local aspects of buzz and collective learning, Paper to be presented at the DRUID Society Conference 2014, CBS, Copenhagen, June 16-18.
- Polanyi M., Personal Knowledge: Towards a Post-critical Philosophy, Psychology Press, 1998.

- Hakanson L., Creating Knowledge: The Power and Logic of Articulation, in «Organization Science» dicembre 2002.
- Petrucci A., La svolta galileiana, in (a cura di) Spreafico S., Scienza, coscienza e storia nel caso di Galilei, FrancoAngeli, Milano, 2003.
- Kulkki S., Knowledge Creation of Global Companies, in (a cura di) Choo C. W., Bontis N., The Strategic Management of Intellectual Capital and Organizational Knowledge, Oxford University Press, 2002.
- Langer A. M., Information technology and Organizational Learning: Managing Behavioral Change in the Digital Age, CRC Press, ottobre 2017.
- Lam A., Tacit Knowledge, Organizational Learning and Societal Institutions: An Integrated Framework, in «Organization Studies», 21/3, 2000, pp. 487-513.
- Visconti R. M., La valutazione economica del know-how, in «Il diritto industriale», n. 3, 2012, pp. 269-279.
- Dogaru T. et al, Economic development, place-based development strategies and the conceptualization of proximity in European urban regions, in (a cura di) Torre F., Wallet F., Regional Development and Proximity Relations, Edward Elgar Publishing, Inc, Cheltenham, Northampton 2014.
- Morieux Y., Tollman P., Smart Simplicity: Sei regole per gestire la complessità senza diventare complicati, Egea, Milano 2015.
- Frey B. S., Osterloh M., Motivation, knowledge transfer, and organizational form, in «Organization Science», Vol. 11, No. 5, September-October 2000, pp. 538-550.
- Maggioni M. A., Nosvelli M., La cultura dei sistemi produttivi territoriali tra formazione e innovazione, in (a cura di) Osservatorio impresa e cultura, Cultura e competitività. Per un nuovo agire imprenditoriale, Rubbettino, Soveria Mannelli 2003.
- Bastianelli, M., Oltre i limiti del linguaggio: il kantismo nel Tractatus di Wittgenstein, Memesis, Milano 2008.

- Cambula, M., Ludwig Wittgenstein: stili e biografia di un pensiero, Rubbettino, Soveria Mannelli 2003.
- Gatti E. et al, Capire il Mondo: Processi Cognitivi nell'Interpretazione della Realtà, in «LED-Edizioni Universitarie di Lettere Economia Diritto», 2013.
- Trentin G., Apprendimento in rete e condivisione delle conoscenze: ruolo, dinamiche e tecnologie delle comunità professionali online, FrancoAngeli, Milano 2004.
- Nonaka I., The Knowledge-Creating Company, in «Harvard Business Review», novembre-dicembre 1991.
- Sveiby K-E, Transfer of Knowledge and Information Processing Professions, in «European Management Journal», Vol. 14. No. 4, 1996, pp. 379-388.
- Koskinen K. U. et al, Tacit knowledge acquisition and sharing in project work context, in «International Journal of Project Management», n. 21, 2003, pp. 281-290.
- Sternberg R. J., Sternberg K., Cognitive Psychology, Cengage Learning, 2016.
- Panero C., Le interazioni tra imprese nelle reti di fornitura: prospettive teoriche e analisi empirica, FrancoAngeli, Milano 2012.
- Conway B., Leveraging tacit knowledge for projects, in «Project Manager», 2014.
- Sveiby K. E., Transfer of Knowledge and the Information Processing Professions, in «European Management Journal», Vol. 14, n. 4, 1996, pp. 379-388.
- Seidler-de Alwis, Hartmann E., The use of tacit knowledge within innovative companies: knowledge management in innovative enterprises, in «Journal of Knowledge Management», Vol. 12, n. 1, 2008, pp. 133-147.
- Roberts J., From Know-how to Show-how? Questioning the Role of Information and Communication Technologies in Knowledge Transfer, in «Technology Analysis & Strategic Management», Vol. 12 , No. 4, 2000.

- Dienes Z. Seth A., Gambling on the unconscious: A comparison of wagering and confidence ratings as measures of awareness in an artificial grammar task, in «Elsevier», Gennaio 27, 2009, pp. 1-8.
- Greenwald A. G., Unconscious Cognition Reclaimed, in «American Psychologist», Giugno 1992, pp. 766-779.
- Astolfi D., L'utopia di Rifkin tra tecnologia e Umanesimo, in «Lo Scenario – L'Approfondimento collettivo in formato digitale», 8 Aprile, 2015.
- Mattioni A., Cultura e persona nella costituzione, in Degrassi L. (a cura di), Cultura e istituzioni. La valorizzazione dei beni culturali negli ordinamenti giuridici, Giuffrè, Milano 2008.
- Manfredi G., La valorizzazione dei beni culturali come compito costituzionalmente necessario, in «Il capitale culturale», eum, Macerata 2011.
- Chiarelli R., Profili costituzionali del patrimonio culturale, Giappichelli, Torino 2010.
- Ungari P., Il mecenatismo nella legge sull'Art Bonus, in (a cura di) Morbidelli G., Bartolini A., L'immateriale economico nei beni culturali, Giappichelli, Torino 2016.
- Di Maio A., De Simone E., Alcune riflessioni economiche sulla fruizione dei beni culturali, in «Web journal on cultural patrimony», 01/2006, pp. 165-166.
- Decreto legislativo 22 gennaio 2004, n. 42, Codice dei beni culturali e del paesaggio.
- Cecchini S., Trasmettere al futuro: Tutela, manutenzione, conservazione programmata, Gangemi, Roma 2012.
- Teti E., Sacco P. L., La sostenibilità finanziaria della cultura. Il caso delle istituzioni teatrali italiane, in «Il capitale culturale», eum, Macerata 2011.
- Tamma M., Prodotti culturali e territori: l'immateriale "vive" nella materialità, in «Sinergie» 2010.

- Livraghi R., Economia della conoscenza, in «Aggiornamenti Sociali», 7 agosto/2007, pp. 549-552.
- Rapporto Federculture – FormezPA, Patrimonio: una partita tutta da giocare. Analisi quantitativa e qualitativa dei beni culturali e paesaggistici, in «Cultura e turismo. Locomotiva del Paese», febbraio 2014.
- Rossini V., La valorizzazione dei beni culturali: quale futuro?, in «Attualità», n. 109, 2014.
- Forte F., Mantovani M., Manuale di economia e politica dei beni culturali, Rubbettino, Soveria Mannelli 2004.
- Golinelli M. C., La valorizzazione del patrimonio culturale. Verso la definizione di un modello di governance, Giuffrè, Milano 2008.
- Della Torre S., Una strategia di valorizzazione dei beni e delle attività culturali, in (a cura di) Barbetta et al., Distretti culturali: dalla teoria alla pratica, Il Mulino, Bologna 2013.
- Di Cecco G., Il "terzo settore" per i beni culturali alla (tenue) luce della disciplina dell'impresa sociale, in «Aedon. Rivista di arti e diritto on line», 02/2006.
- Mazzanti M., Metodi e strumenti di analisi per la valutazione economica del patrimonio culturale, FrancoAngeli, Milano 2003.
- Turrini A., Politiche e management pubblico per l'arte e la cultura, Egea, Milano 2009.
- Carta M., L'armatura culturale del territorio: il patrimonio culturale come matrice di identità e strumento di sviluppo, FrancoAngeli, Milano 1999.
- Alberici A., Imparare sempre nella società della conoscenza, Mondadori, Milano 2002.
- Montella M., Cultural heritage economics?, in (a cura di) Montella M., Cerquetti M., Economia, cultura, territorio, Eum, Macerata 2010.
- Di Maio A., Economia dei beni e delle attività culturali, Liguori, Napoli 1999.
- Villa D., Che cosa sono i beni culturali?, EDUCatt, Milano 2011.

- Mazzanti M., *Metodi e strumenti di analisi per la valutazione economica del patrimonio culturale*, FrancoAngeli 2003.
- Cerquetti M., *Marketing museale e creazione di valore: strategie per l'innovazione dei musei italiani*, FrancoAngeli, Milano 2014.
- Montella M., *Valore e valorizzazione del patrimonio culturale storico*, Electa, Milano 2009.
- Prescott E. C., *Papers in Honor of Herbert A. Simon: An Introduction*, in «The Bell Journal of Economics», Vol. 9, No. 2 (Autumn, 1978), pp. 491-493.
- Miglietta A., et al., *La Gestione dei Beni Culturali: l'Approccio Voucher Based e la Partecipazione del Privato*, in «XXVII Convegno annuale di Sinergie. Heritage, management e impresa: quali sinergie?», 9-10 luglio 2015, pp. 923-933.
- Di Betta P., *La regolazione nella strategia d'impresa. Convergenza e competenze, coalizioni e sistemi di beni*, FrancoAngeli, Milano 2005.
- Ali C., *The Merits of Merit Goods: Local Journalism and Public Policy in a Time of Austerity*, in «Journal of Information Policy», Vol. 6 (2016), pp. 105-128.
- Arcomano V., *Il valore educativo del patrimonio culturale nell'educazione della persona umana*, in «Cqia. L'idea di cultura nella tradizione pedagogica», novembre 2010.
- Beretta E., Migliardi A., *Le attività culturali e lo sviluppo economico: un esame a livello territoriale*, in «Banca D'Italia. Questioni di economia e finanza», 2012 n. 126.
- Zorloni A, Tiezzi I., *I fattori di successo nelle strategie di sviluppo culture-driven*, in «Il capitale culturale», Eum, n. 5, Macerata 2013.
- *Rapporto Unioncamere, Il sistema economico integrato dei beni culturali*, Rotorform s.r.l., Roma 2009.
- Schudson M., *How Culture Works: Perspectives from Media Studies on the Efficacy of Symbols*, in «JSTOR», Vol. 18, No. 2, marzo/1989, pp. 153-180.

- Economia dell'esperienza, in «Il Sole 24 Ore», articolo del 29/03/2015.
- Carrara E., verso un museo inclusivo: presupposti e prospettive in risposta al cambiamento sociale, in «Il capitale culturale», Eum, n. 9, Macerata 2014.
- Livraghi R., Economia della conoscenza, in «Schedario/Lessico oggi», 2007, pp. 549-552.
- Aspers P., Knowledge and valuation in markets, in «Theory and Society», No. 2 (March 2009), pp. 111-131.
- Belussi F., Pilotti L., Knowledge creation, learning and innovation in Italian industrial districts, in «Geografiska Annaler. Series B, Human Geography», Vol. 84, No. 2, 2002, pp. 125-139.
- De Toni A., Fornasier A., La guida del Sole 24 Ore al knowledge management, Gruppo24Ore, Milano 2012.
- Pittèri D., et al., Cause related marketing. Agire competitivo dell'impresa e nuovo mercato, FrancoAngeli, Milano 2002.
- Mazzotti M., Reviewed Work(s): Tacit and Explicit Knowledge by Collins, in «Isis», Vol. 102, No. 4 (December 2011), pp. 815-816.
- Radhakrishnan S., Rethinking Knowledge for Development: Transnational Knowledge Professionals and the "New" India, in « Theory and Society», Vol. 36, No. 2 (Apr., 2007), pp. 141-159.
- Micelli S., Futuro artigiano. L'innovazione nelle mani degli italiani, Marsilio, Venezia 2011.
- Gambetti R. C., Graffigna G., The concept of engagement. A systematic analysis of the ongoing marketing debate, in « International Journal of Market Research», Vol. 52 Issue 6, 2010, pp. 801-826.
- Schmitt B., Experience Marketing: Concepts, Frameworks and Consumer Insights, in «Foundations and Trends in Marketing», Vol. 5, No. 2/2010, pp. 55–112.

- Trapanese G., Lavoro, capitale e tecnica nella terza rivoluzione industriale (parte II). Il capitalismo cognitivo, in «Cittàfuture, quadrimestrale di politica on line», 03/2011.
- Lazzeretti L., Cluster creativi per i beni culturali. L'esperienza toscana delle tecnologie per la conservazione e la valorizzazione, Firenze University Press, Firenze 2012.
- Refrigeri L., Oltre il capitale umano, Rubbettino 2004.
- Gartman D., Bourdieu and Adorno: Converging theories of culture and inequality, in «Theory and Society», Vol. 41, No. 1 (January 2012), pp. 41-72.
- Human Development Report, UNDP 1991.
- Teti E., Sacco P. L., La sostenibilità finanziaria della cultura. Il caso delle istituzioni teatrali italiane, in «Il capitale culturale», n. 2, Eum, Macerata 2011.
- Degrassi L., La «fruizione» dei beni culturali nell'ordinamento italiano e comunitario, in (a cura di) Degrassi L., Cultura e istituzioni: la valorizzazione dei beni culturali negli istituti giuridici, Giuffrè, Milano 2008.
- Severini G., Funzioni e compiti in materia di valorizzazione del patrimonio culturale, in (a cura di) Sandulli A. M., Il codice dei beni culturali e del paesaggio, Giuffrè, Milano 2012.
- Carcione M., Dal riconoscimento dei diritti culturali nell'ordinamento italiano alla fruizione del patrimonio culturale come diritto fondamentale, in «Aedon», 02/2013.
- Dalli D., La ricerca sul comportamento del consumatore : lo stato dell'arte in Italia e all'estero, in «Rivista della Società Italiana di Marketing», 0/novembre, 2004, pp. 45-65.
- Addis M., Ad uso e consumo. Il marketing esperienziale per il manager, Mondadori, Milano, 2007.
- Rialti R. et al., Heritage e marketing esperienziale. L'impatto delle tecnologie di comunicazione sulla personalizzazione dell'esperienza del

- fruitore, in «XXVII Convegno annuale di Sinergie. Heritage, management e impresa: quali sinergie?», 9-10 luglio 2015, pp. 781-796.
- Tedlow R. S., *The Rise and Fall of Mass Marketing (RLE Marketing)*, Routledge, 2014.
 - Iaia L. et al., *Experiential marketing per il brand-land dei prodotti tipici: diventare marchio comunicando il territorio*, in «XXVI Convegno annuale di Sinergie. Manifattura: quale futuro?», 13-14 novembre 2014, pp. 577-590.
 - Montella M. M., *Musei d'impresa come strumento di comunicazione. Possibili innovazioni di prodotto, processo, organizzazione*, in «Esperienze D'Impresa», 2/2010, pp. 147-163.
 - Savelli E., *Le dimensioni esperienziali del valore: il marketing sensoriale in Perugia*, in «e&m», 5/2010.
 - Romiti A., *Coreografie di stakeholders nel management del turismo sportivo*, Firenze University Press, Firenze 2011.
 - Causi M., *La domanda di consumo culturale e il modello da "assuefazione"*, Università degli Studi Roma Tre, 2005.
 - Pencarelli T., Splendiani S., *Le reti museali come sistemi capaci di generare valore: verso un approccio manageriale e di marketing*, in «Il capitale culturale», eum 2011, pp. 227-252.
 - Gosden C., Marshall Y., *The Cultural Biography of Objects*, in «World Archaeology», Vol. 31, No. 2 (Oct., 1999), pp. 169-178.
 - Boero M., *Sociosemiotica del consumo: esperienze, luoghi, pratiche*, in (a cura di) Boero M., «Corso di Semiotica della comunicazione d'impresa», a.a. 2009/2010.
 - Usher D., *Reviewed Work(s): Commodities and Capabilities by Amartya Sen*, in «The Canadian Journal of Economics/Revue canadienne d'Economique», Vol. 20, No. 1 (Feb., 1987), pp. 198-201.
 - Pagliari C. et al., *From Adam Smith to Amartya Sen: global market as a possible instrument to promote socio-economic development*,

«Investigación Económica», Vol. 70, No. 278 (octubre-diciembre de 2011), pp. 129-156.

- Capriotti G., Cerquetti M., La valorizzazione del patrimonio culturale nei territori periferici. Un possibile approccio interdisciplinare applicato al caso di Mevale di Visso (MC), in «Il capitale culturale», eum 2016, pp. 421-465.
- Montella M., Distretti culturali: esperienze a Confronto. Atti del workshop (Fermo, 16 maggio 2014), in «Il capitale culturale», Supplementi O3(2015), pp. 11-42.
- Mazzanti P., Emozione e apprendimento nella fruizione dei beni culturali, Tesi in Master in progettazione e comunicazione dei beni culturali, Facoltà di Scienze Giuridiche, Università degli Studi di Firenze, A.A. 2006/2007.
- Hein G. E., Museum Education, in (a cura di) Macdonald S., A companion to Museum Studies, in «Wiley Online Library», 30 Nov./2007.
- D'Andrea F., Individualismo, soggettività e reti primarie, in (a cura di) Montanari A., Ungaro D., Globalizzazione, politica e identità, Rubbettino, Soveria Mannelli 2004.
- Salonia G., Intervento introduttivo a cura dell'Istituto Gestalt Therapy H.C.C. Kairòs, in (a cura di) Francesetti G., La creatività come identità terapeutica. Atti del II Convegno della Società Italiana Psicoterapia Gestalt: Atti del II Convegno della Società Italiana Psicoterapia Gestalt, FrancoAngeli, Milano 2011.
- Andy C. et al, Creativity, innovation and the cultural economy. Snake oil for the twenty-first century?, in (a cura di) Andy C. et al, Creativity, innovation and the cultural economy, Routledge, London – New York 2009.
- Meyer C., Manipulating emotions. Feelings for sale, in (a cura di) Moran S., Ethical ripples of creativity and emotions, Palgrave Macmillan, Hampshire 2016.
- Florida R., The Rise of the Creative Class. Why cities without gays and rock bands are losing the economic development race, in «The Washington Monthly», May 2002, pp. 15-25.

- Clifton N., The "Creative Class" in the Uk: An Initial Analysis, in «Geografiska Annaler. Series B, Human Geography», Vol. 90, No. 1 (2008), pp. 63-82.
- Lazzeretti L., Cluster creativi per i beni culturali. L'esperienza toscana delle tecnologie per la conservazione e la valorizzazione, Firenze University Press 2012.
- Cinque M., La creatività come innovazione personale: teorie e prospettive educative, in «Giornale Italiano della Ricerca Educativa», n. 3, 2 Dic./2010, pp. 95-113.
- Gaut B., Creativity and Rationality, in «The Journal of Aesthetics and Art Criticism», Vol. 70, No. 3 (SUMMER 2012), pp. 259-270.
- Migliaccio M., Rivetti F., Knowledge spillover, eventi culturali e vitalità del territorio, in «XXIV Convegno annuale di Sinergie. Il territorio come giacimento di vitalità per l'impresa», 18-19 ottobre 2012, pp. 711-724.
- Glăveanu V. P., Conceptions of Creativity, Culture, and Development, in (a cura di) Tan A-G., Perleth C., Creativity, Culture and Development, Springer, Singapore 2015.
- Colombo M., Dalla riflessività alle pratiche riflessive. La svolta creativa in educazione, in (a cura di) Colombo M., Riflessività e creatività nelle professioni educative. Una prospettiva internazionale, Vita e pensiero, 2005.
- Dubina I-N et al, Culture as a Driving Force of Individual and Organizational Behavior, in (a cura di) Dubina I-N., Carayannis E-G., Creativity, Innovation, and Entrepreneurship Across Cultures. Theory and Practices, Springer, New York 2016.
- Ragusa A., Alle origini dello Stato contemporaneo. Politiche di gestione dei beni culturali e ambientali tra Ottocento e Novecento: Politiche di gestione dei beni culturali e ambientali tra Ottocento e Novecento, FrancoAngeli, Milano 2011.
- Tiziana P., Beni culturali: non basta ricostruire e restaurare, i monumenti devono saper parlare, in «IISole24Ore», 4 novembre 2016.

- Rapetti E., Coesione sociale: cooperazione strumentale e solidarietà sociale, in «Esplorare la coesione sociale: teorie, ipotesi, modelli, tecniche di analisi dei dati», Facoltà di Sociologia, 28-30 giugno, Trento 2007.
- Bertacchini E., Santagata W., Atmosfera creativa. Un modello di sviluppo sostenibile per il Piemonte fondato su cultura e creatività, Il Mulino, Bologna 2012.
- Zamperini A., Stigma e Ostracismo nelle Relazioni Interpersonali, in «In-Mind Italia», n. 1, 2012, pp. 26-31.
- Brown R., Psicologia sociale dei gruppi, Il Mulino, Bologna 2005.
- Guido M. R., Tre dimensioni della valorizzazione: l'esperienza, la partecipazione e la gestione, in «Primo colloquio sulla valorizzazione. Esperienza, partecipazione, gestione», MIBAC, 12 ottobre, Roma 2011.
- Bazzanini E., Arte e infanzia. L'importanza dell'arte nello sviluppo del bambino, in «Taft Journal. Esperienze e strumenti per cultura e territorio», 56/2013.
- Newton H. B., The Neurology of Creativity: Focus on Music, in (a cura di) Charyton C., Creativity and Innovation Among Science and Art. A Discussion of the Two Cultures, Springer-Verlag, London 2015.
- Brandi C., Teoria del restauro, Storia e letteratura, Roma 1963.
- Bartezzaghi S., Il falò delle novità : il mito della creatività fa scintille, Utet, 2013.
- Cesa-Bianchi M. et al, La creatività scientifica. Il processo che cambia il mondo, Sovera, 2009.
- Santagata W., La fabbrica della cultura, Il Mulino, Bologna 2007.
- Leboulet L., La créativité, in «L'année psychologique», vol. 70, 2/1970, pp. 579-625.
- Mann L., Chan J., Creativity and Innovation, in (a cura di), Mann L., Chan J., Creativity and Innovation in Business and Beyond. Social Science

Perspectives and Policy Implications, Routledge, New York e London 2011.

- Scott S. G., Determinants of innovative behavior: a path model of individual innovation in the workplace, in «Academy of Management Journal», Vol. 37, n. 3, 1 June/1994, pp. 580-607.
- Hartley, J., “EIGHT-AND-A-HALF PROPOSITIONS TO STIMULATE FRUGAL INNOVATION IN PUBLIC SERVICES.” *Managing Under Austerity, Delivering Under Pressure: Performance and Productivity in Public Service*, edited by John Wanna et al., ANU Press, 2015, pp. 139–156.
- Bilton C., Relocating creativity in advertising. From aesthetic specialization to strategic intergration, in (a cura di) Pratt A. C., Jeffcutt P., *Creativity, innovation and the cultural economy*, Routledge, 9 Mar./2009.
- Pratt A. C., Jeffcutt P., *Creativity, innovation and the cultural economy: Snake oil for the twenty-first century?*, in (a cura di) Pratt A. C., Jeffcutt P., *Creativity, innovation and the cultural economy*, Routledge, 9 Mar./2009.
- Perrone M., *Cultura motore dell’economia: muove 250 miliardi, il 17% del Pil*, in «*IlSole24ORE*», 23 giugno 2006.
- Fondazione Symbola – Unioncamere, *Io sono Cultura – Rapporto 2016*.
- Micelli S., Rullani E., *Idee motrici, intelligenza personale, spazio metropolitano: tre proposte per il nuovo Made in Italy nell’economia globale di oggi*, in «*Sinergie*» n. 84/2011.
- Pistoletto M., *Creatività, Cultura e Industria: un Modello Italiano*, in (a cura di) Santagata W., *Libro bianco sulla creatività. Per un modello italiano di sviluppo*, Università Bocconi, Milano, 2009.
- Intesa Sanpaolo, *La gestione del patrimonio artistico e culturale in Italia: la relazione fra tutela e valorizzazione*, ottobre 2011.
- Pinelli C., *Lo sviluppo dell’economia territoriale attraverso la cultura e il turismo e il coordinamento dei pubblici poteri*, in «*Istituzioni del federalismo*», n. 34, 2013.

- Beretta E., Migliardi A., Le attività culturali e lo sviluppo economico: un esame a livello territoriale, in «Banca D'Italia – Questioni di economia e finanza (occasional papers)», n. 126, 2012.
- Schilirò D., Knowledge-based economy, institutions and economic development, in «Munich Personal RePEc Archive», novembre 2005, pp. 1-19.
- Pedrini G., Interazione tra imprese, università e governi locali nello sviluppo territorio. Il potenziale ruolo delle corporate universities e il settore delle utilities, in (a cura di) Cappellin R. et al, La città nell'economia della conoscenza, FrancoAngeli, Milano 2012.
- Schumpeter J., Business Cycles. A Theoretical, Historical, Statistical Analysis of the Capitalist Process, McGraw-Hill Book Company, New York Toronto London, 1939.
- Quatraro F., Innovation, structural change and productivity growth: evidence from Italian regions, 1980–2003 In «Cambridge Journal of Economics», 33/2009, pp. 1001-1022.
- Cerisier F., Schubert K., La représentation macro-économique de l'innovation, in «Revue française d'économie», Vol. 15, 1/2000, pp. 123-171.
- Economia della cultura, Direzione Generale per l'Educazione e la Cultura, Studio preparato per la Commissione Europea, ottobre 2006.
- Benhamou F., L'économie de la culture, La Découverte, Paris 2004.
- UNESCO-INSTITUTE for STATISTICS, Measuring the Economic contribution of cultural industries, A review and assessment of current methodological approaches, Canada, 2012.
- Galloway S. Dunlop S., A critique of definitions of the cultural and creative industries in public policy, in «International Journal of Cultural Policy», 2007, pp. 17-31.
- Amoroso D. G. et al, Diritto del lavoro: La Costituzione, il Codice civile e le leggi speciali, Giuffrè, Milano 2009.
- ESSnet-culture, European Statistical System Network on Culture, Final Report, 2012.

- Casca E., La cultura muove l'economia. Quali prospettive?, in «Il Giornale delle Fondazioni», 15 luglio, 2016.
- The Impact of Culture on Creativity, A Study prepared for the European Commission (DG for Education and Culture), Giugno 2009.
- Simonsen K., Space, Culture and Economy – A Question of Practice, in «Geografiska Annaler. Series B, Human Geography», Vol. 83, No. 1 (2001), pp. 41-52.
- Libro Verde: Le industrie culturali e creative, un potenziale da sfruttare, , COM 183 definitivo, Bruxelles 2010.
- Sacco PL, Le industrie culturali e creative e l'Italia : una potenzialità inespressa su cui scommettere, in «IlSole24Ore», 2012.
- TERA/Forum d'Avignon, 2014.
- European Creative Business Network, The Cultural and Creative Industries in Europe, Rotterdam, 2015.
- “Il patrimonio artistico e culturale in Europa tra economia e difesa dei valori”, in «Amministrazione in Cammino», 28 luglio, 2016.
- ERNST & YOUNG, Creating growth. Measuring cultural and creative markets in the EU, studio commissionato da GESAC, the European Grouping of Societies of Authors and Composers, dicembre 2014.
- Mazza E., Il valore dell'industria creativa in Europa, in «fimi», 16 gennaio, 2015.
- Tom Fleming Creative Consultancy, Culturale and Creative spillovers in Europe: Report on a preliminary evidence review, ottobre 2015.
- Fratarcangeli A., ICC – Industrie Culturali e Creative per la coesione e la crescita dell'Italia del futuro, in «SentieriDigitali», 12 luglio 2016.
- European Agenda for Culture, Work Plan for Culture 2011-2014, aprile 2012.
- Creative Europe: il Consiglio UE approva il programma da 1,46 miliardi di euro, in «Il Giornale delle Fondazioni», 06/Dicembre, 2013.

- Blaney M., Creative Europe set for 8% budget boost in 2016, in «SCREENDAILY», 17 Giugno, 2015.
- Montalto V., Italia Creativa vuol dire crescita e occupazione: i numeri e le proposte di EY, in «Il Giornale delle Fondazioni», articolo pubblicato il 14/02/2017.

Riferimenti sitografici

- Commissione Franceschini. Sezione "Patrimonio architettonico"
<http://www.pabaac.beniculturali.it/openscms/export/BASAE/index.html>
- Convenzione per la salvaguardia del patrimonio culturale immateriale – 2003. Sezione "Link e Documenti"
<http://www.unesco.it/it>
- Convenzione Convenzione per la tutela del patrimonio culturale e naturale – 1972. Sezione "Link e Documenti"
<http://www.unesco.it/it>
- Convenzione per la protezione dei Beni Culturali in caso di conflitto armato – 1954. Sezione "Link e Documenti"
<http://www.unesco.it/it>
- Linee guida per la catalogazione dei beni culturali immateriali e per gli inventari del patrimonio culturale immateriale. Sezione "Catalogazione" - "Standard Catalografici".
<http://www.iccd.beniculturali.it/>
- UNESCO. Sezione "Unesco"
http://www.sitiunesco.it/?page_id=3159
- Comitato intergovernativo per la protezione del patrimonio mondiale, culturale e naturale. Sezione "Home - Organismi di riferimento"
<http://www.unesco.beniculturali.it/index.php?it/1/home>
- Operational Guidelines. Sezione "Operational Guidelines"
<https://en.unesco.org/>

- Cécile Duvelle.
[UNESCO TV \(Français\)](#)

- Convenzione di Faro. Sezione "News"
<https://www.coe.int/en/web/portal/home>

- Tacito.
<http://www.treccani.it/>

- Cultura.
<http://www.garzantilinguistica.it>

- ICOM.
<http://icom.museum/>

- Creative Economy Report – 2008. Sezione "Publications"
<http://unctad.org/en/pages/home.aspx>

- Regolamento n. 1295/2013. Sezione "EU Law and Publications"
<http://eur-lex.europa.eu/homepage.html>

- Supporting cultural and creative industries. Sezione "Culture – Discover the EU's Role"
https://ec.europa.eu/commission/index_en

- Note sintetiche sull'Unione europea.
www.europarl.europa.eu

- 2017 annual work programme for the implementation of the Creative Europe Programme.
Sezione "Europa Creativa – Annual Work Programmes"
https://ec.europa.eu/commission/index_en

- Progetti di traduzione letteraria, Selected books. Sezione "Creative Europe - Culture"
https://eacea.ec.europa.eu/homepage_en

- 2017 call for proposals EACEA 15/2017 for 'Support to Literary translations projects'.
Sezione "Creative Europe - Culture"
https://eacea.ec.europa.eu/homepage_en

- MEDIA.
<http://www.euopacreativa-media.it/europa-creativa>