

### Introduzione

Tra i tanti paradossi del nostro Paese, la valorizzazione delle risorse culturali sembra il più emblematico. Che l'Italia possieda un patrimonio culturale e una capacità creativa di prima grandezza, è un dato di fatto che nessuno mette in discussione. Che questo possa garantire al Paese uno sviluppo economico di lungo periodo, basato sul turismo culturale o sull'esportazione delle idee innovative, è tutto da dimostrare. Alla ricchezza di beni artistici e culturali non corrisponde una visione complessiva del sistema culturale italiano, né una capacità strategica che – al di là delle dichiarazioni di principio – individui le scelte e i percorsi da intraprendere per trarre un valore potenziale trasformandolo in benessere.

Di cultura si parla tanto. E se è vero che la cultura italiana è ammirata nel mondo, se è vero che i nostri tecnici (archeologi e restauratori, per esempio) formano da generazioni i tecnici di altri Paesi, dobbiamo riconoscere che le opportunità offerte dal patrimonio e dalle attività culturali in Patria sono molto poco sfruttate. Abituati a conservare in modo ineccepibile, abbiamo quasi paura a promuovere, valorizzare, diffondere. Cresciuti con l'idea che la cultura sia un patrimonio morale e spirituale, finiamo per muoverci in modo scomposto: ne nascondiamo alcune parti, ne spettacolarizziamo altre, ne commercializziamo altre ancora.

C'è un modo possibile per restituire al patrimonio culturale italiano tutto il suo valore? C'è una via possibile per esaltarne l'attualità e l'universalità? E' possibile evitarne la mummificazione a vantaggio di pochi eletti? E' possibile scongiurarne – sul piano opposto – la deriva commerciale e la spettacolarizzazione a buon mercato? In una parola, si può immaginare un rilancio del Paese che passi anche attraverso il rilancio delle sue risorse culturali? I saggi presentati in questo volume intendono mantenere la promessa del titolo, proponendo sette diverse idee per una diversa visione del patrimonio culturale italiano.

In tempi di decentramento, è corretto che le comunità locali e i loro amministratori si riappropriino delle opportunità che il patrimonio culturale può dare al suo territorio di riferimento, contribuendo alle dinamiche economiche e al benessere dei cittadini. Se la cultura è retaggio dell'umanità, chi porta sulle proprie spalle il peso della sua gestione e della sua valorizzazione sono le città, le province, le regioni. Sviluppare un approccio concreto, basato sulla capacità innovativa, su una visione ampia e di lungo respiro delle risorse culturali, appare del tutto coerente con un sistema di valori che pone il benessere immateriale al primo posto della scala gerarchica.

Far funzionare la macchina culturale significa abbandonare l'ossessione dimensionale che tuttora domina il dibattito. Non importa se il patrimonio culturale italiano è "il primo del mondo" (come ancora qualche nostalgico sostiene), ma è del tutto indispensabile cogliere la responsabilità che viene da un patrimonio così capillarmente diffuso nel territorio, così ampiamente riferito a civiltà diverse, così legato alla stessa vita quotidiana e alle sue attività. L'interesse che un pubblico crescente manifesta per la cultura non trova sempre le occasioni e le opportunità che meriterebbe. E il bisogno di consolidare la propria identità e il senso di appartenenza a una comunità territoriale dovrebbe sempre trovare nel patrimonio culturale la sua più efficace fonte di soddisfacimento.

A questo interesse corrisponde una rinnovata sensibilità da parte delle imprese (facilitata dall'allentamento recente di alcuni vincoli fiscali), una forte curiosità da parte di fasce di consumatori inedite, una nuova passione da parte di artisti e di addetti ai lavori che superano le barriere tra generi culturali, e tra cultura tradizionale e contemporanea, più di quanto il dibattito ufficiale consenta loro. E' tempo di scelte strategiche, dunque, si deve decidere finalmente di abbandonare la nostalgia del passato, e di comprendere che il periodo più fertile per la crescita della cultura e del benessere è il presente.

Se definiamo "culturali" le risorse più belle del Paese è perché riconosciamo – e pretendiamo – che la loro fruizione attivi dei processi di coltivazione del gusto, di accumulazione delle conoscenze, di maturazione della capacità critica, sia individuali che collettive. Non possiamo certo aspettarci che la semplice presenza di risorse culturali nel territorio possa conseguire questi effetti di per sé. Si tratta di "mettere in circolo" queste risorse, evidenziando la loro appartenenza al territorio, esaltando i loro legami culturali e produttivi, coinvolgendo una pluralità di attori nella loro valorizzazione, traendone la capacità di generare valori, identità, benessere.

### Indice

- PUBBLICA AMMINISTRAZIONE E SPONSORIZZAZIONI di Massimiliano Giua
- IL FUNDRAISING PER LA CULTURA, OVVERO L'ARTE DI COINVOLGERE di Marianna Martinoni e Pier Luigi Sacco
- REINVENTARE LA FINANZA CULTURALE A LIVELLO LOCALE di Marco Meneguzzo
- I DISTRETTI INDUSTRIALI DELLA CULTURA NELL'ESPERIENZA ITALIANA di Stefania Saltini
- IL BRAND CULTURALE di Fabio Severino
- L'IMPATTO ECONOMICO DELLA PRODUZIONE CULTURALE di Michele Trimarchi
- IL MERCATO DELL'ARTE CONTEMPORANEA di Alessia Zorloni

Si ringrazia l'editore per l'autorizzazione concessa alla pubblicazione del libro.

Maggiori informazioni al [link](#) dell'editore