

RICERCA DI CIVITA SULL'UTILIZZO DEI NETWORK IN ITALIA

Musei poco social

Strumenti giudicati utili ma ancora di difficile applicazione. Il caso del Salinas a Palermo, in restauro ma attivo sul web. Queste le proposte

DI ANTONIO GIORDANO

«L'uso del social network in Italia per entrare in contatto con le istituzioni culturali e museali è ancora poco soddisfacente: i social vengono visti come uno strumento utile ma ancora di difficile applicazione al mondo delle istituzioni culturali. Lo dice il rapporto Civita #socialmusums presentato a Palermo a Palazzo Branciforte. Gli italiani sono fortemente presenti sul social network (sono 36,5 mln gli utenti, il 60% della popolazione), risultato ancora più sorprendente se visto in relazione al tasso di penetrazione e di diffusione di internet che è ancora distante dalle medie europee ma solo 9 milioni di loro li utilizza per entrare in contatto con musei e istituzioni culturali in prevalenza nella fascia di età tra 25 e 44 anni. Le cause del ritardo, secondo

la ricerca di Civita, sono da ricercare anche in una «offerta» social ancora poco allentata da parte delle istituzioni culturali italiane. L'utilizzo di tali strumenti, infatti, secondo Civita, «non rappresenta ancora per i nostri musei un obiettivo strategico rilevante ad eccezione dei musei di arte contemporanea capaci di richiamare non solo i giovani nativi digitali ma anche un pubblico più trasversale e meno assiduo». «Se il museo non cambia il proprio modo di operare il social si trasforma in un costo aggiuntivo e non in una risorsa». I migliori esempi vengono dall'estero: il Met di New York, ad esempio, impiega 63 persone nel digital media department e l'uso del social network permette di raggiungere pubblici diversi ma anche di creare attorno al museo o all'istituzione una comunità di utenti che si sente partecipe della vita della stessa. Pronta anche a sostenere con donazioni la stessa. Ma le buone pratiche

esistono anche in Italia come il Mart di Rovereto e Trento con otto persone che affiancano un content manager o al Maxxi di Roma che prevede due addetti con competenze specifiche nel settore dei social media. In Sicilia si segnala «l'anomalia» del museo archeologico Salinas, chiuso per restauro ma attivo su internet grazie al direttore del Museo l'archeologa Francesca Spatafora e l'addetto alla comunicazione Sandro Garrubio, catalogatore del Dipartimento beni culturali della Regione Sicilia con esperienza nel mondo pubblicitario, divenuto il social media e content manager del museo. Il caso del Salinas di Palermo, dunque, diventa emblematico di come a volte le risorse possono essere presenti all'interno dell'amministrazione pubblica ma magari non utilizzate nella maniera corretta. Civita propone di prevedere risorse aggiuntive alla formazione di personale qualificato

almeno per i musei statali più visitati o di attivare collaborazioni con imprese operanti nella comunicazione; per i musei con minore affluenza, invece, Civita propone di incentivare una gestione a rete dei servizi dedicati alla comunicazione soluzione, questa già adottata, ad esempio, dai musei in Comune a Roma. Per gli investimenti Civita invia a guardare nell'uso integrato di fondi nazionali comunitari e la creazione di partenariati europei orientati al sostegno di progetti di innovazione tecnologica. Per fare ciò, però, è necessaria anche la definizione di un programma nazionale sul tema che sia lanciato in accordo con più ministeri (Beni culturali, Istruzione e sviluppo economico), le Regioni con obiettivi ben chiari da perseguire, fondi a disposizione e procedure di selezione e attività di monitoraggio mirate a valutare gli interventi e identificare le tendenze innovative del settore. (riproduzione riservata)

IN PILLOLE

SIT-IN DI BLUTEC SU RINNOVO CIGS

■ Sit-in davanti alla Prefettura di Palermo dei lavoratori Blutech di Termini Imerese, per protestare contro il mancato rinnovo della cassa integrazione straordinaria da parte del ministero del Lavoro, attesa da aprile. Il presidio di Fim, Fiom e Uilim era stato deciso tempo fa durante un'assemblea davanti allo stabilimento termittano. D'altra parte l'azienda sta rispettando la tempistica: dopo la riapertura dei cancelli il 2 maggio, ha avviato al lavoro i primi cinquanta dipendenti per il settore della progettazione, il 6 giugno faranno ingresso altri venti per lo stesso settore e a luglio inizierà a partire anche l'allestimento.

A CATANIA BANDA TIM DA MILLE MEGA

■ Tim lancia la banda ultralarga fino a 1.000 Mega a Catania grazie alla nuova rete FTTH (Fiber To The Home). I clienti TIM che hanno già attiva un'offerta fibra su questo tipo di infrastruttura, o coloro che sceglieranno di attivarla, potranno sperimentare senza costi aggiuntivi l'ultra-internet fino a 1.000 Megabit al secondo in download e 100 Megabit in upload. I collegamenti sono già disponibili in 7.500 unità immobiliari della città, che diventeranno circa 25 mila entro il prossimo giugno e oltre 91 mila a completamento del piano, previsto per fine 2018. Il progetto «fibra 1.000 Mega», che ha già toccato Perugia e Milano.

VINO, 6,5 MILIONI PER PROMOZIONE EXTRA UE

■ Oltre 6,5 mln per la promozione dei vini siciliani nel mondo. L'assessorato regionale all'Agricoltura ha pubblicato il bando dell'Ocm vino che punta a promuovere la competitività dei vini al di fuori dell'Ue. «Risorse che permetteranno ai produttori di promuovere campagne di marketing per rafforzare l'export del vino siciliano», ha detto l'assessore all'Agricoltura Antonello Cracolici.

Sharing Economy, Mosaicoon illustra a Milano il nuovo paradigma economico

di Elena Gelosa ed Emanuele Acconciamesa*

Si può senza dubbio parlare di un «tormentone» economico: nei nostri tempi post-moderni, lasharing economy occupa un ruolo focale. Tweet, pagine di giornale, blog: tutti parlano di questo modello di economia tanto rivitalizzato, quanto storico. I termini «accesso» e «utilizzo»; hanno rubato la scena ai più comuni «possession» e «acquisto». L'economia della condivisione, infatti, si sostanzia in un modello socio-economico basato nella sua accezione più pura sull'accesso condiviso tra peer a prodotti e servizi. Al di là delle sfumature esistenti tra economia collaborativa, economia condivisa e consumo collaborativo, oggi come in passato, la sharing economy è assimilabile alla forza delle community «offerenti» (reali o virtuali) che attraverso piattaforme, anch'esse fisiche o virtuali, riescono ad incontrare la domanda di un prodotto o servizio. I ruoli non sono necessariamente alternativi; al contrario, offerta e domanda spesso possono coincidere e quindi un offerente del prodotto/servizio X può essere alla ricerca del prodotto/servizio Y. Il concetto di condivisione è antico, radicato nell'economia post-bellica,

ma oggi vive una vera e propria esplosione dovuta a nuovi paradigmi di consumo della popolazione, maggiore fluidità relazionale grazie ai social network e diffusione delle tecnologie digitali e mobile. Airbnb, BlaBlaCar, eBay, Uber, Zooppa sono solo alcune delle aziende che sul concetto di sharing economy hanno costruito il proprio successo. Risultati positivi spesso contrastati dal vessillo della disintermediazione, utilizzato da lobby ed associazioni di categoria per arrestare il cambiamento. In realtà la sharing economy non distrugge mercati, ma li trasforma profondamente, generando opportunità per i player più illuminati e minacce per i soggetti più resistenti al cambiamento. Il contemporaneo filone digitale della sharing economy offre complessivamente molte più opportunità rispetto ai rischi connessi. Consente di scavalcare i confini geografici, facilitando l'incontro tra domanda e offerta in maniera evoluta poiché la seconda amplia il proprio mercato di riferimento, non essendo più vincolato al mondo fisico, e la prima può accedere ad un maggior numero di alternative per soddisfare il proprio bisogno. La sharing economy post-moderna distrugge ogni dimensione geografica.

La piattaforma tecnologica gioca un ruolo fondamentale nel perseguimento di questo incontro tra domanda e offerta. E costituisce un fattore critico di successo insieme alla community. La diffusione tecnologica ancora una volta aumenta esponenzialmente le possibilità di fare business a livello territoriale. Venendo meno la dimensione geografica, un'azienda che sposa il modello della sharing economy non deve essere localizzata necessariamente a Milano o a New York, ma può iniziare il suo percorso di crescita anche da Palermo. È il caso di Mosaicoon, video community marketplace per creativi e aziende, nato per gestire campagne video end-to-end. L'azienda, fondata 6 anni fa

dal siciliano Ugo Parodi Giussino, ha conseguito un premio in Silicon Valley come miglior scale-up Europea ed oggi vanta sedi anche a Milano, Roma, Londra, Madrid e Singapore, con un team di circa 80 persone. Il Fondatore, invitato dal coordinatore della Bocconi Alumni Association Area Palermo, Dario Marino, racconterà la sua esperienza in un Energizer Breakfast a Milano presso la sede della Bocconi Alumni Association. Il 7 Giugno 2016 «Improving collaboration among creative people: Sharing Entertainment» sarà un evento in cui si comprenderanno concretamente sfide e difficoltà della sharing economy.

*Topic Marketing Bocconi Alumni Association

AGENZIA DELLE DOGANE E DEI MONOPOLI DIREZIONE REGIONALE DELLE DOGANE PER LA SICILIA

ESITO DI GARA - CIG 61352031AE
In data 24/04/2016 è stata aggiudicata la gara per il Servizio di messa in sicurezza, bonifica, rimozione, demolizione e avvio al recupero/smaltimento di imbarcazioni di migranti approdate nella Regione Sicilia. Aggiudicazione Accordo quadro "Lotto 1". Aggiudicatario: Cubo Costruzioni SOC. COOP. A R.L., Via Croazia n. 52/B - Palermo (CT). Importo di aggiudicazione: € 479.680,00
**IL DIRETTORE DEL DISTRETTO
DOTT. DAVIDE CALI**

UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI CATANIA

Ente Appaltante: Università degli Studi di Catania - Piazza Università n. 2 - 95131 Catania - tel. 0039.095.7307306 - Fax 0039.095.7307424

ESTRATTO AVVISO ESITO DI GARA

Procedura di gara aperta con il criterio di aggiudicazione del prezzo più basso, ai sensi dell'art. 82, comma 2, lett.b) del D. Lgs. n. 163/2006, per l'affidamento biennale dei servizi di manutenzione degli edifici dell'Ateneo di Catania suddiviso in due lotti: lotto 1 "Centro Urbano" CIG: 64344178E0 e lotto 2 "C.U. S. Sofia e strutture periferiche" CIG: 643443146F. Riferimento CPV: 50710000-5. Offerte ricevute: Lotto 1 n. 6 offerte - Lotto 2 n. 7 offerte. Aggiudicatario: Lotto 1 e lotto 2 Ditta CONMAR - Consorzio Stabile Marchese s.c.a.r.l. Importo contrattuale: Lotto 1 € 669.674,82, comprensivo di € 49.620,00 di oneri per la sicurezza, oltre IVA - Lotto 2 € 635.486,21, comprensivo di € 45.610,00 di oneri per la sicurezza, oltre IVA. Data di spedizione bando di gara ufficio pubblicazioni ufficiali CEE: 04/11/2015 Data spedizione avviso di aggiudicazione ufficio pubblicazioni ufficiali CEE: 13/05/2016

**Il Direttore Generale
Dott. Federico Portoghesi**