



Skills for promotion,
valorisation, exploitation, mediation and
interpretation of European Cultural Heritage

REPORT SUL PROFILO DELLE COMPETENZE PROFESSIONALI NEI SETTORI DEL PATRIMONIO CULTURALE

COMPENDIO ESECUTIVO



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

La ricerca, realizzata nel periodo febbraio-settembre 2019, comprendeva tre attività principali: desk research, ricerca quantitativa (analisi online) e ricerca qualitativa (interviste a professionisti). Gli obiettivi della desk research erano la revisione dei programmi di formazione specifici di settore, focalizzati sulla promozione, la valorizzazione, la mediazione e l'interpretazione del patrimonio culturale in tutta l'Unione Europea, la mappatura degli stakeholder nel settore del patrimonio culturale / turismo culturale e la valutazione dell'attuale contributo economico/sociale del patrimonio culturale in Europa.

Secondo le definizioni del progetto, abbiamo preso in considerazione:

- la promozione del patrimonio come attività per pubblicizzare i siti e i beni del patrimonio;
- la valorizzazione del patrimonio come un insieme di competenze per valorizzare un bene culturale, l'uso produttivo di una risorsa, l'uso o l'applicazione del bene (un oggetto, un processo o un'attività) in modo che sia finanziariamente remunerato o generi valore;
- lo sfruttamento del patrimonio come l'azione di utilizzare e beneficiare delle risorse del patrimonio;
- la mediazione del patrimonio come procedura per risolvere le controversie sul patrimonio culturale;

- l'interpretazione del patrimonio come arte per creare una relazione tra gli elementi del sito o della collezione e il significato e la cornice di valore dei visitatori.

L'elenco degli stakeholder comprende i contatti di 1205 professionisti, appartenenti a cinque categorie:

1. gestori del patrimonio culturale; gestori di siti UNESCO; gestori di musei; gestori di fondazioni culturali; gestori di centri e strutture culturali;
2. personale addetto all'istruzione, all'interpretazione e alla divulgazione, come i responsabili e il personale addetto alla divulgazione e all'impegno; professionisti dell'ICT e della tecnologia, come i progettisti di esperienze digitali nel campo del patrimonio culturale e del turismo culturale; curatori; personale dei servizi ai visitatori; personale addetto all'impegno per la comunità e l'istruzione; personale addetto alla comunicazione e alla promozione;
3. professionisti che lavorano in organizzazioni che promuovono il patrimonio immateriale (ad esempio, cibo, festival tradizionali, musica tradizionale, tradizione orale, artigianato tradizionale, ecc;)
4. personale di marketing e di raccolta fondi che lavora nel campo del patrimonio culturale e del turismo culturale;
5. professionisti della catena del valore del turismo che durante le loro attività quotidiane lavorano per promuovere il patrimonio culturale.



+200

RISPOSTE ALLA
NOSTRA INDAGINE
DA MANAGER E
PROFESSIONISTI



53

INTERVISTE CON
ESPERTI/POLICY
MAKERS



384

PROGRAMMI
FORMATIVI E ATTIVITÀ
MAPPATE IN 28 PAESI



La ricerca quantitativa ha incluso un'indagine con i manager e gli operatori dei Beni Culturali principalmente nei Paesi partner del progetto, al fine di generare dati adeguati garantendo che i processi/risultati del progetto soddisfino le loro reali esigenze, per acquisire o migliorare competenze per operare efficacemente nei settori della cultura e del turismo culturale. L'obiettivo di questa attività era quello di raggiungere almeno 200 questionari compilati e di fornire un database e un rapporto di ricerca.

La ricerca qualitativa comprendeva 53 interviste con esperti/policy makers del settore dei beni culturali, al fine di identificare i bisogni di competenze e porre le basi per il mainstreaming e la sostenibilità del progetto.

Desk research

Un totale di 384 programmi di formazione e attività provenienti da 28 paesi sono stati mappati nella ricerca condotta dai partner sul patrimonio Europeo. I dati sono stati raccolti utilizzando la ricerca online tra aprile e giugno 2019 condotta dai 7 Paesi partner coinvolti nel progetto (Romania, Italia, Germania, Francia, Spagna, Grecia e Belgio). Ciascun partner ha selezionato e raccolto informazioni sui fornitori di programmi di formazione e sulle principali caratteristiche dei corsi di formazione nei Paesi dell'UE assegnati in base alla lingua e alla vicinanza

culturale. I dati sono stati raccolti considerando diversi elementi rilevanti oltre agli obiettivi del progetto e in base a cinque aree, definite in relazione ai seguenti gruppi target:

1. area gestione e organizzazione: pianificazione aziendale; sviluppo organizzativo; sviluppo professionale del personale.
2. area comunicazione e media: audience development; analisi delle esigenze degli utenti/clienti; media strategy / comunicazione;
3. area innovation: implementazione delle strategie IT; sviluppo interno di sistemi, applicazioni, competenze; dipartimento della didattica;
4. area intersettoriale: industrie creative; artisti; operatori del turismo culturale; altre PMI o start-up; operatori dell'educazione.

I gruppi target e le aree di competenza sono stati selezionati insieme dai partner coinvolti nel progetto. La quantità di dati raccolti è stata influenzata dalle



barriere linguistiche e dalla disponibilità dei dati in alcuni casi, in particolare è stato più complesso raccogliere i dati dei Paesi dell'UE in cui i partner del progetto non sono riusciti a trovare professionisti disponibili per fornire informazioni.

Pertanto, abbiamo raccolto dati riguardanti il nome dell'organizzazione che fornisce programmi di formazione, il paese, i gruppi target, il tipo di organizzazione, il tipo di formazione, il tema / argomento della formazione, i focus specifici della formazione, la lingua della formazione, il livello della formazione, la quota di formazione, il tipo di metodologie di insegnamento, il tipo di materiale didattico, il campo di abilità / competenze / capacità / attitudini e le tipologie di certificazione delle competenze.

Un totale di 384 programmi di formazione e attività provenienti da 28 Paesi sono stati mappati nella ricerca condotta dai partner. Secondo questa mappatura, per quanto riguarda il tipo di organizzazione che fornisce programmi di formazione sul patrimonio culturale, la più comune è l'istituzione educativa (82%) - Università, college, ecc. Le organizzazioni che forniscono formazione in partenariato si trovano solo nel 7% dei casi. In generale, i partenariati sono stabiliti tra Istituti di istruzione superiore e organizzazioni pubbliche o private, Istituti internazionali e ONG. Per quanto riguarda il tipo di organizzazioni che

forniscono formazione nei settori della cultura e del turismo culturale, oltre il 70% appartiene al settore pubblico, mentre il 30% è costituito da imprese private. I gruppi target a cui si rivolgono gli enti di formazione sono gli studenti e i professionisti, ma i corsi sono organizzati principalmente per gli studenti (nel 68% dei casi).

Circa la metà (49%) dei programmi formativi mappati riguarda la categoria Area Management e Organizzazione, il 20% dei programmi può essere incluso nel gruppo trasversale (studi artistici, pratiche d'arte contemporanea, programmi di certificazione per guide turistiche, laurea magistrale in turismo, ricerca e valorizzazione dei Beni culturali), mentre il 17% si avvicina all'area comunicazione e media. Il restante 14% si rivolge alla categoria area Innovazione. I formatori offrono corsi di formazione che sviluppano abilità, competenze e capacità di gestione (31%), intersettoriali (26%), innovazione e digitale (16%), comunicazione e media (14%) e in altri settori (13%).

Ricerca quantitativa

A seguito della ricerca documentale, è stato condotto un sondaggio online tra maggio e luglio 2019. Lo scopo principale della ricerca quantitativa era identificare le esigenze in tema di competenze da migliorare e/o acquisire da parte degli specialisti che operano nei settori del patrimonio / culturale

GRAFICO 1. Distribuzione dei programmi formativi

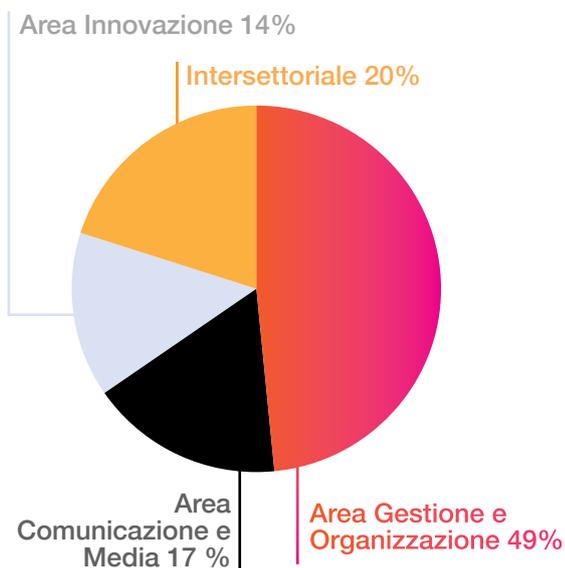


GRAFICO 2. Distribuzione dei programmi formativi per gruppi target (area)



e del turismo culturale. Il sondaggio includeva quattro sezioni principali: dati personali generali, esperienza in cultura / patrimonio / turismo, abilità / competenze necessarie nel settore dei beni culturali e precedente formazione in beni culturali e turismo culturale.

Il questionario è stato caricato sulla piattaforma online "Google Forms" ed era disponibile in tutte le lingue dei partner, inclusa la versione inglese. Gli intervistati sono stati selezionati da un elenco di parti interessate nei settori culturale / turistico e del patrimonio e hanno ricevuto un invito individuale a rispondere.

Sono state ricevute 271 risposte in totale. L'analisi di queste risposte mostra che, secondo i professionisti del patrimonio culturale, le competenze più rilevanti nel settore sono: abilità comunicative (96%), capacità di problem solving (94%), flessibilità e adattamento (91%), creatività e abilità concettuali (89%).

Per quanto riguarda l'area della promozione del patrimonio, il 76% degli intervistati ha espresso l'intenzione di migliorare le competenze di sensibilizzazione e di coinvolgimento della comunità; il 72% le competenze di costruzione di reti; il 66% le competenze di marketing e il 63% quelle relative ai social media. Nell'area della valorizzazione del patrimonio, un 76% degli intervistati vorrebbe migliorare le capacità di coinvolgimento della comunità e i processi educativi che coinvolgono persone di età e capacità diverse; mentre un 64% è interessato a sviluppare ulteriormente le proprie capacità di fundraising e un 61% le capacità promozionali e comunicative. Per l'area della valorizzazione del patrimonio, il 78% degli intervistati vorrebbe migliorare il know-how per innovare le competenze; il 76%, le competenze di comunità e di curatori; il 66%, le competenze di gestione, e il 58%, le competenze relative al reperimento e alla gestione di finanziamenti pubblico/privati. Infine, nell'area della mediazione e dell'interpretazione, il 71% degli intervistati vuole sviluppare ulteriormente le proprie competenze digitali; il 69%, con competenze di advocacy e decisionali, e il 57%, competenze relative alla proprietà di siti/ patrimonio.

Per quanto riguarda i principali ostacoli per gli intervistati che non hanno partecipato a un programma di formazione, i più citati sono: mancanza di tempo, mancanza di informazioni dettagliate su corsi e programmi di formazione, mancanza di denaro o il non sapere dove cercare una formazione per sviluppare queste competenze. Solo il 12% degli intervistati ha dichiarato di non essere interessato a partecipare a un programma di formazione.

GRAFICO 3. Valutazione degli intervistati sulla importanza delle abilità nel proprio lavoro



Ricerca qualitativa

Lo scopo principale della fase qualitativa di questa ricerca era integrare i dati dell'indagine e generare conoscenze più approfondite sulle competenze necessarie nel settore del patrimonio culturale, con particolare attenzione alle esigenze e alle tendenze emergenti. Per raggiungere questi obiettivi, ogni Paese partner ha gestito 53 interviste sociologiche a professionisti del patrimonio culturale e del turismo culturale (attivando in settori quali la gestione e l'organizzazione, la comunicazione, i media, l'istruzione) in 12 paesi dell'UE.

L'abilità più importante di cui tutti i professionisti hanno parlato è la comunicazione. Essere in grado di comunicare alle persone in modo tale da rendere più comprensibili contenuti e concetti, che vanno dal pubblico, alle comunità, agli stakeholder locali, ai futuri partner o sponsor è una delle prime competenze necessarie da cui emergono molte altre abilità: essere in grado di collaborare efficacemente con gli altri, coinvolgere le comunità, effettuare efficaci attività di fundraising, persuasività, capacità di marketing e di gestione.

Altre competenze importanti riguardano la capacità di creare o far parte di programmi di collaborazione tra varie Istituzioni per sensibilizzare e interessare le persone al patrimonio culturale. Il coinvolgimento e l'impegno della comunità sono estremamente importanti, attraverso lo sviluppo di processi partecipativi che coinvolgono vari gruppi, poiché questo crea o rafforza il legame tra la comunità e il patrimonio. Le capacità di raccolta fondi possono sempre avere un impatto positivo sull'ente, quindi essere in grado di scrivere proposte di finanziamento, sapere dove e come trovare finanziamenti sono altre abilità importanti da avere. Il patrocinio rivolto ai decisori, in grado di collaborare in modo efficiente con varie parti interessate, in particolare quelle politiche, potrebbe portare alla possibilità di futuri partenariati, finanziamenti, sponsorizzazioni o eventi congiunti che potrebbero aumentare l'interesse per il patrimonio. Nello sfruttamento del patrimonio, le capacità di gestione, di generare entrate economiche o di leadership sono importanti per gestire con successo

un progetto o un team. Essere abili nel gioco di squadra e sapere come lavorare all'interno di un team è estremamente importante. La creatività e la mentalità aperta sono considerate abilità importanti soprattutto nell'interpretazione del patrimonio.

L'alfabetizzazione digitale e dei media è importante in tutti gli aspetti del lavoro sui beni culturali, perché l'ambiente digitale è una parte importante del lavoro e, come tale, i professionisti della cultura dovrebbero avere almeno una conoscenza di base delle varie tecnologie ed essere disposti a sperimentare e essere all'altezza con le attuali tendenze tecnologiche. Vi sono lacune nelle competenze digitali, specialmente nelle generazioni di operatori e manager più anziani, ma la loro formazione avrebbe un risultato positivo. Le mentalità obsolete e la riluttanza a vedere i benefici dell'ambiente digitale sono un altro problema identificato dai professionisti.

L'innovazione è cruciale per il settore del patrimonio culturale, in quanto è importante seguire sempre le tendenze attuali ed essere in grado di trovare modi nuovi, interessanti e coinvolgenti per comunicare il valore del patrimonio agli altri; questa è un'abilità importante che dovrebbe essere sfruttata, dovrebbe essere focalizzata all'educazione dei giovani, per reclutare volontari e nuovo personale e per creare un senso di coinvolgimento della comunità. Inter / multidisciplinarietà, competenze digitali, sperimentazione di nuove tecnologie, crowdfunding e crowdsourcing, progettazione di servizi di marketing di guerriglia marketing sono altre abilità innovative di cui il settore potrebbe beneficiare.

Quando si tratta delle aspettative dei professionisti in merito a un programma di formazione, la maggior parte di loro vorrebbe una maggiore formazione in materia di gestione, raccolta fondi, corsi di curatela, competenze digitali, collaborazione finalizzata ai decisori politici e al coinvolgimento della comunità.



Abilità e
competenze per le
quali è già prevista
la formazione

- Management
- Cross-sectorial
- Innovazione
- Competenze digitali
- Communication and media skills



Abilità e competenze
per le quali è
necessaria la
formazione

- Comunicazione
- Problem solving
- Flessibilità e adattamento
- Creatività e abilità concettuali
- Sensibilizzazione e coinvolgimento della comunità
- Network building
- Marketing
- Social media
- Processi educativi che coinvolgono persone di età e capacità diverse
- Fundraising
- Presentation skills
- Saper innovare
- Curatela innovativa attraverso il coinvolgimento delle comunità
- Management
- Funding
- Digital
- Nuovi processi decisionali
- Gestione dei rapporti Pubblico/privati
- Amministrazione e gestione finanziaria
- Business
- Leadership



Il sostegno della Commissione europea alla produzione di questa pubblicazione non costituisce un'approvazione del contenuto, che riflette esclusivamente il punto di vista degli autori, e la Commissione non può essere ritenuta responsabile per l'uso che può essere fatto delle informazioni ivi contenute.

