



Funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



GUIDA RIASSUNTIVA ESECUTIVA

L'innovazione digitale nella gestione del patrimonio culturale privato alla
luce della pandemia di COVID-19 in Belgio, Repubblica Ceca, Francia,
Italia e Spagna

Questo progetto è stato finanziato con il supporto della Commissione Europea. La pubblicazione riflette solo il punto di vista dell'autore e la Commissione non può essere ritenuta responsabile per qualsiasi uso che possa essere fatto delle informazioni in essa contenute. Progetto N°: 2020-1-BE01-KA226-VET-082730



Table of Contents

Lista delle Abbreviazioni	3
INTRODUZIONE	1
Metodologia	1
SETTORE DEL PATRIMONIO PRIVATO - DIMORE STORICHE PRIVATE	1
Revenue Management	2
Attività nelle Dimore Storiche	2
Sistema Booking nelle Dimore Storiche	3
Tasse e Legislazioni	3
Marketing	5
Utilizzo dei Social Media e Search Engines	7
Utilizzo degli strumenti cartacei	8
Esempi Good Practice di Marketing	8
Sfide Presenti e Future	9
Esigenze che potrebbero aiutare a potenziare l'Attività Turistica	10
Impatto del COVID-19	12
Ripercussioni Socio-economiche	13
Supporto Locale	14
Lockdown	15
Regolamenti COVID-19	15
Settore del Patrimonio Privato vs Musei Pubblici	16
Vantaggi	17
Sfide Maggiori per il Settore	17
Statistiche Visitatori	18
Trasformazione Digitale del Settore Culturale	18
INNOVAZIONE	20
Strumenti Innovativi/Strategie poste in essere nei Paesi consorziati	20
Problemi affrontati nell'introduzione agli Strumenti Innovativi	21
Competenze Digitali per migliorare la Situazione	21

ANALISI SWOT	23
FORMAZIONE ESISTENTE E EDUCAZIONE DISPONIBILE PER PROPRIETARI PRIVATI/SETTORE DEL PATRIMONIO CULTURALE/PICCOLE IMPRESE	24
Iniziative di Network	24
Iniziativa Patrivia	24
VESTA in Belgio	24
Approcci Collaborativi	25
Workshop e Corsi di Formazione	25
Corsi Professionali	26
Descrizione del Progetto	27
Fonti Elettroniche del Progetto	28
Siti web dei partner del Consorzio	29
Bibliografia	30
Editori	31
Contributor	31

Lista delle Abbreviazioni

- ADSI (it)** Associazione Dimore Storiche Italiane
- AR** Realtà Aumentata
- ATECO** ATtività ECOnomica (attività economica: un codice alfanumerico) assegnato a un'impresa al momento della registrazione e dell'avvio)
- B&B** Bed and Breakfast
- BE** Belgio
- COVID** COVID-19 (Patologia Respiratoria Acuta Severa dovuta al virus Coronavirus-2 (SARS-CoV-2))
- CULT** Commissione del Parlamento Europeo sulla Cultura e l'Educazione
- CZ** Repubblica Ceca
- ES** Spagna
- EU** Unione Europea
- FR** Francia
- IT** Italia
- PGE (fr)** Prêt garanti par l'État (Prestito Garantito dallo Stato)
- QR** Risposta Veloce
- SEO** Search Engine Optimisation
- SWOT** Strengths Weaknesses Opportunities Threats (Forze Debolezze Opportunità Minacce)
- UAP (fr)** Union des Artisans du Patrimoine (Unione degli artigiani manifatturieri)

INTRODUZIONE

Lo scopo di questo documento è fornire una panoramica della configurazione operativa delle dimore storiche di proprietà privata esistenti in Belgio, Repubblica Ceca, Francia, Italia e Spagna. Le informazioni presentate nelle sezioni seguenti sono state ottenute intervistando un'ampia gamma di proprietari privati di dimore storiche all'interno dei suddetti paesi. Questo, insieme alla ricerca su specifici aspetti generali, è stato condotto al fine di trarre conclusioni ed evidenziare i temi principali dei vari sotto-argomenti considerati all'interno della ricerca in generale.

Questa sintesi cerca anche di evidenziare sia le somiglianze che le differenze tra le dimore storiche private all'interno dei paesi studiati, con un'attenzione particolare al marketing digitale e agli strumenti di innovazione, e alla formazione disponibile ad essi associata.

Metodologia

Sono stati stabiliti collegamenti tra le informazioni e la ricerca generale per trarre conclusioni utili che potrebbero guidare ulteriormente nell'ideazione e nello sviluppo di metodi di formazione digitale innovativi per i proprietari di dimore storiche private. Ad esempio, è stata evidenziata una correlazione tra l'ubicazione e la visibilità di specifiche dimore storiche alla loro mancanza di risorse umane e dell'occorrente necessario per un funzionamento efficiente.

Lo studio della gestione finanziaria e dei principali strumenti di marketing utilizzati dalle dimore storiche qui prese in analisi aiuta i ricercatori a comprendere le sfide presenti e future che tali strutture devono affrontare: questo è particolarmente vero nel campo della gestione digitale e dei sistemi di marketing. È importante notare che durante questo processo sono stati analizzati anche gli effetti delle restrizioni durante la pandemia di COVID-19, nonché le strategie di innovazione adattiva utilizzate per affrontare queste sfide relativamente nuove. Infine, è stata eseguita anche un'analisi SWOT (Forza Debolezza Opportunità Minacce).

SETTORE DEL PATRIMONIO PRIVATO – DIMORE STORICHE PRIVATE

Revenue Management

Per le dimore storiche private, sia la casa che il terreno su cui poggia sono il bene principale, e spesso il più prezioso, per il proprietario: quindi, costituisce la base di tutti i modelli di business implicati.¹

Altre risorse chiave delle dimore storiche:

- Risorse intellettuali, come simboli associati alla casa (stemma, logo, ecc.);
- Partnership;
- Stakeholder interessati;
- Storia delle Dimore;
- Risorse umane (es. Artigiani qualificati, proprietary dinamici ecc.)

Tuttavia, è importante notare che in Repubblica Ceca la proprietà privata di dimore storiche è un aspetto piuttosto recente, risalente ai primi anni '90. Le loro dimore storiche e la loro necessità di manutenzione sono infatti relativamente nuove quando si tratta della loro gestione finanziaria.

Attività nelle Dimore Storiche

Dalla nostra ricerca abbiamo potuto evidenziare le attività più importanti, in relazione al reddito, delle dimore storiche, che comprendono ma non si limitano a:

- Vendita biglietti (il 64% delle residenze private è aperto al pubblico);
- Attività Turistiche;
- Servizi di Hospitality (cafe, restaurant, B&B/hotel);

¹ De Voldere et al. 2019. *Study of Heritage Houses for Europe*, p. 135 [online]. European Landowners. Disponibile all'indirizzo:

<<https://www.europeanlandowners.org/heritage-houses-for-europe/wp-content/uploads/2020/06/Final-Study-Heritage-Houses-FINAL-1809-online.pdf>> [Consultato il 28 Ottobre 2021].

- Museo / visite guidate;
- Matrimoni;
- Mostre;
- Uso degli spazi esterni per eventi pubblici;
- Televisione/ riprese fotografiche e cinematografiche;
- Punto vendita interno dei propri prodotti;
- Scopi educazionali.

In effetti, altre attività commerciali legate ai motivi che generano entrate includono attività nei settori dell'agricoltura, della silvicoltura, dell'immobiliare, della produzione, dell'industria e altro ancora.

Le dimore storiche private italiane talvolta abbinano l'alloggio ad altri tipi di attività come la gestione e la tutela del patrimonio storico, il catering, il servizio banqueting, gli eventi privati o le filiere agroalimentari. In alcuni settori, come quello vitivinicolo, le dimore storiche rappresentano una quota significativa di operatori.

Sistema di Prenotazione nelle Dimore

È stato riscontrato che le dimore storiche nelle aree studiate mancano di sistemi di prenotazione digitali aggiornati per effettuare le prenotazioni: molte svolgono ancora le attività manualmente utilizzando Microsoft Excel. Il motivo principale risiede nella mancanza di fondi per i sistemi di prenotazione avanzati. Tuttavia, anche quando sono disponibili fondi per le dimore storiche, il loro management preferisce investire direttamente sulla visibilità digitale piuttosto che aggiornare il sistema di prenotazione. Inoltre, a volte i fondi sono limitati per scopi specifici, come nel caso della Spagna, dove il finanziamento di dimore storiche avviene grazie a sovvenzioni per funzioni sociali (mirate a funzioni sociali). Nel caso dei sistemi di prenotazione, solo i proprietari/gestori di case che hanno ingenti fondi propri possono investire nelle aree che ritengono idonee, a differenza delle sovvenzioni specifiche per area.

Tasse e Legislazioni

Per molte delle dimore storiche divise nelle 6 aree geografiche, sia le tasse che la legislazione, sfortunatamente, interferiscono nella gestione delle entrate per i loro gestori. Alcuni esempi includono:

- In **Belgio**, una volta che una casa del patrimonio è stata ufficialmente protetta o inserita nell'elenco, il suo proprietario è legalmente obbligato a rispettare determinati regolamenti, il più delle volte attuati da agenzie nazionali o regionali di protezione, conservazione o patrimonio. A ciò si accompagna l'ulteriore difficoltà di ottenere le licenze amministrative. Per introdurre nuove attività o modificare la struttura della casa in modo da poter aumentare il numero di turisti ospitati, **la regione deve accettare le modifiche concedendo permessi ai proprietari, cosa che diventa difficile a causa dell'eccessivo decentramento istituzionale in Belgio, causando ritardi nelle attività pianificate**. In effetti, il Belgio ha 1 governo federale e 5 governi regionali, con ogni governo regionale che ha la propria legislazione per il proprio territorio particolare, il che aggiunge una significativa complessità a qualsiasi sforzo burocratico.
- In **Spagna**, molte di queste **dimore storiche sono classificate come "Beni di Interesse Culturale" e possono essere soggette a tutela legale a causa del loro valore patrimoniale**. Ciò implica un quadro fiscale e legale ed è una delle principali difficoltà dovute alla casistica delle normative in Spagna a tutti i livelli giurisdizionali, dove ogni regione ha le proprie normative, che variano dunque da una comunità all'altra e persino da una località all'altra . Questo naturalmente aggrava la complessità della questione, facendola sembrare estremamente difficile per i proprietari e i gestori delle case.
- In **Italia**, le dimore storiche private richiedono codici commerciali diversi per svolgere qualsiasi attività. Questi sono detti codici ATECO, uno strumento di codifica automatico che consente di assegnare un codice secondo una breve descrizione dell'attività economica fornita dall'utente.² Secondo i codici registrati presso la Camera di Commercio, le attività principali comprendono:
 - ◆ settore agro-alimentare: allevamento, produzione di vino;

² Igi Global. 2019. *What is ATECO Code*. [online] Disponibile all'indirizzo: <https://www.igi-global.com/dictionary/the-cultural-relationship-management/39228> [Consultato il 28 Ottobre 2021].

- ◆ settore alberghiero: hotel, affitti e gestioni immobiliari;
- ◆ settore gestione e tutela del patrimonio storico: gestione del teatri, attività museali;
- ◆ settore ristorazione: ristoranti;
- ◆ settore eventi: banqueting, organizzazione di convegni e fiere.

→ In [Repubblica Ceca](#), la legislazione e i regolamenti edilizi elencati **pongono ostacoli all'ulteriore sviluppo economico poiché autorità diverse presentano spesso requisiti che sono in contraddizione tra loro. Ciò mette i proprietari in una posizione difficile poiché si trovano a navigare a vista nella sfera legislativa anziché concentrarsi sullo sviluppo delle loro dimore storiche.**

→ In [Francia](#), una dimora storica è classificata come monumento che può essere oggetto di diversi atti legislativi a causa della sua posizione o del suo utilizzo. Ad esempio, la legislazione di protezione in Francia esiste a livello nazionale sotto il Ministero della Cultura e della Comunicazione e del Ministero dell'Ecologia e dello Sviluppo Sostenibile e dell'Energia per gli edifici di importanza nazionale (*classificati come monumenti storici*). La normativa di tutela è presente anche a livello di governo locale, in particolare per l'iscrizione degli edifici di rilevanza regionale (*classificati come monumenti storici*).³

In termini fiscali, la tassa di successione in Francia per le case varia dal 5 al 45% a seconda della quantità di denaro/valore capitale ereditato e del tipo di rapporto che l'erede ha con il proprietario dell'immobile. D'altra parte, vengono offerte detrazioni sulle aliquote dell'imposta sul reddito se la casa è chiusa, quotata o aperta al pubblico. Esistono anche tasse fondiari e comunali variabili per regione, città o dipartimento, oltre all'imposta sul patrimonio che varia dallo 0.5-1.5%.⁴

³ De Voldere et al. 2019. *Study of Heritage Houses for Europe*, 249.

⁴ Ibid, 255.

Marketing

Per aumentare la visibilità delle loro dimore storiche, proprietari e gestori investono in marketing, che consente loro di promuovere le proprietà e le possibili attività per aumentare i ricavi nel lungo periodo. Queste iniziative di marketing non si limitano alle strategie classiche come l'organizzazione di eventi e mostre, ma includono anche strategie moderne come gli strumenti digitali. Con il mondo ancora più interconnesso che mai nell'ambiente digitale, l'espansione degli strumenti digitali favorisce un più rapido assorbimento delle informazioni e, in questo caso, diffonde la conoscenza sulle dimore storiche.

Gli strumenti di marketing più utilizzati sono:



Utilizzo dei Social Media e dei Motori di Ricerca

La ricerca delle strategie di gestione all'interno dei cinque paesi ha evidenziato le differenze negli strumenti e nei canali di marketing utilizzati dai gestori delle case del patrimonio. In Francia, ad esempio, le strategie di marketing racchiudono l'uso di strumenti digitali, in particolare i social network come Facebook e Instagram, nonché i siti web, e talvolta vengono citati in siti turistici di alto profilo. Questo atteggiamento contrasta con la situazione in Spagna dove, anche se le dimore storiche quotate che sono aperte al pubblico hanno siti Web e utilizzano i social network, la loro mancanza di competenze e tecnologie digitali è un ostacolo significativo per quanto riguarda l'aggiornamento della loro presenza digital

Le strategie utilizzate in Italia si collocano a metà strada tra le strategie digitali francesi e quelle spagnole. Le tendenze attuali nel settore degli alloggi culturali mostrano che la presenza sui social media è maggiore tra le dimore storiche più rilevanti. Fatto salvo per queste ultime, però, **la maggior parte delle case, come in Spagna, richiede orientamento e formazione in marketing e comunicazione.**

Questo è anche il caso della Repubblica Ceca, dove è stato riscontrato che l'uso di strumenti di marketing digitale dipende dal tasso di attività della dimora storica e dal fatto che sia aperta al pubblico o meno. Qui, l'uso dei social media e dei siti web è più importante in quelle dimore storiche che hanno un'attività sempre in fermento e che sono aperte al pubblico.

Infine, in Belgio, mentre alcune dimore storiche fanno uso di social media e siti web, la mancanza di finanziamenti unita alla mancanza di competenze digitali appare come una sfida per quanto riguarda l'aggiornamento di una presenza digitale.

Utilizzo degli strumenti cartacei

A causa della mancanza di fondi, di personale esperto in digitale e di competenze tecnologiche, un'ampia gamma di dimore storiche fa uso di strumenti cartacei per il marketing, da cui è ancora fortemente dipendente. Ad esempio, in Belgio, il Domaine Adornes considera i giornali e la stampa il suo punto di forza e dimore come *Château d'Ooidonk* non hanno canali sui social media come Facebook e Instagram, che sembrano essere un requisito non ufficiale per le istituzioni attuali. Tuttavia, l'inizio della pandemia ha evidenziato l'urgenza di implementare una forte presenza sui social media con strumenti di marketing digitale, come è avvenuto in Belgio e in Italia. Questa mentalità di cui sopra è in contrasto con le strategie utilizzate in Francia, dove l'uso di strumenti cartacei è un supplemento agli strumenti digitali.

Esempi di Marketing Good Practice

È importante sottolineare che ci sono stati casi in cui la visibilità delle dimore storiche è notevolmente aumentata a causa degli aiuti governativi. Il progetto *From Stone to Stone* lungo il fiume Schelda nelle Fiandre (Belgio) è uno di questi: qui il governo fiammingo sostiene la partnership di proprietari di dimore storiche private e pubbliche e porta le loro storie al pubblico attraverso mostre esperienziali.

Anche in Francia, il Ministero della Cultura e la Fondazione del Patrimonio (*Fondation du Patrimoine*) hanno istituito la Missione del Patrimonio (*Mission Patrimoine*) dove, attraverso l'uso di siti web, programmi televisivi e strumenti informativi, i potenziali donatori sono stati incoraggiati ad aiutare il mantenimento del patrimonio, che è costituito anche dalle dimore storiche, attraverso donazioni. Il *Castello di Quintin* e la *Grande Forge de Buffon* sono le due strutture che hanno visto aumentare il numero di visite dalla loro partecipazione alla missione, evidenziando così i vantaggi di combinare il supporto governativo con competenze digitali efficaci.

Sfide Presenti e Future

Le interviste effettuate per questo studio, insieme alla ricerca collegata al progetto, hanno messo in evidenza le principali sfide, presenti e future, che i gestori delle dimore storiche devono e/o dovranno gestire. Queste sfide includono il bilanciamento dei regolamenti edilizi elencati, concentrandosi allo stesso tempo sugli aspetti di conservazione e restauro della casa. Anche l'assunzione di tasse elevate, che incidono sulla sostenibilità finanziaria delle case influenzando a loro volta tutti gli aspetti delle case, è stata evidenziata come una sfida significativa. Tuttavia, **con l'inizio della pandemia di COVID-19 e le restrizioni ad essa associate, mentre alcune dimore hanno concentrato i loro sforzi sui mezzi digitali, molte altre si sono sentite perse a causa della loro mancanza di competenze nel campo del marketing e della gestione digitale.**

Tabella 1. Le sfide che le dimore storiche affrontano in Belgio, Spagna, e Francia.

Belgium	Spain	France
<ul style="list-style-type: none"> Listed building legislation Competition with neighbouring countries Transmit the importance of cultural heritage whilst managing to keep the historical sites relevant and visit-worthy Lack of digital skills and training for employees, especially during COVID-19 pandemic Lack of marketing strategy plan for visibility gaining within Belgium and abroad 	<ul style="list-style-type: none"> No national inventory of historic houses Excessive maintenance, renovation, and preservation costs Making habitual residences profitable Constant improvement and required technological updates Historic house businesses must be planned according to social and environmental perspectives Historic houses which are classified as "Asset of Cultural Interest" might be subject to legal protection due to their heritage value Generation gap 	<ul style="list-style-type: none"> Preservation Being visible and in competition with other major tourist attractions Connecting the historic site with the territory Adapting to COVID-19 regulations Mix economic activity with public reception Building maintenance with the revenue of the activities organised within the historic house

Tabella 2. Le sfide che le dimore storiche affrontano in Italia e in Repubblica Ceca.

Italy	Czech Republic
<ul style="list-style-type: none"> Creation of a "Touristic Product" dedicated to historic houses to help them strengthen the collaboration between houses and local activities to attract more tourists Getting access to Bank Fundings to have the chance to manage restorations and renew the houses (Private companies do not have access to this funding) Sustainability (the environmentally-friendly restoration of the historic buildings). ADSI Association has organised meetings where private owners became more familiar with such issue: "How to build a sustainable development project. Context analysis, conservation needs, enhancement prospects, management and tax aspects" Open new market opportunities in countries such as China and Russia Stay up to date with digital trends 	<ul style="list-style-type: none"> High capital expenses requirements and restoration costs (including modernisation of the sites and the equipment) Visitor conversion rate from low to high spending customers Competition with neighbouring countries Transposable marketing outside Czech Republic/Central Europe Listed building legislation Profitability and financial sustainability (without depending on external funding/ support) Digital marketing Transmit the importance of cultural heritage while keeping the historical sites relevant and visit-worthy (new products and/or activities, embracing digitisation, modern business plans)

Esigenze che potrebbero aiutare a potenziare l'Attività Turistica

Sia Le sfide presenti e future che le dimore storiche devono affrontare sono strettamente legate alle restrizioni imposte durante la pandemia di COVID-19, che è una delle maggiori sfide che le dimore storiche hanno dovuto affrontare portando all'attenzione l'urgenza di dover adottare strumenti digitali per il marketing e per finalità di gestione. Tali esigenze possono essere individuate come riportato di seguito:

Tabella 3. Percorsi di potenziamento delle attività per proprietari e gestori di case storiche

Percorsi di Potenziamento Attività	
Formazione in marketing e comunicazione. Piccole case, ad esempio Casino di Mare in Italia, non sfruttano i social media e alcuni affermano che ciò è dovuto alla mancanza di tempo/denaro/risorse	Aprire più giardini, ad es. il castello di Miromesnil dalla Francia, vende le verdure del suo orto. Domaine Adornes dal Belgio, invece, vorrebbe dare accesso al giardino il che è interessante considerando che la tenuta si trova nel centro della città
La dimora storica vista come azienda, non come attrazione turistica	Sostenere il patrimonio storico privato e finanziare il restauro
Coinvolgimento della comunità locale	Fondi per la manutenzione delle case
Prospettiva educativa delle visite guidate	Accesso all'istruzione all'interno di dimore storiche
Tour Virtuali e musei	Innovazione nel marketing, nei prezzi e nelle politiche
Contributo Tecnologico	Tener presenti tutte le condizioni fisiche di accesso (ascensore, scale)
Miglior rapporto di collaborazione con le agenzie turistiche	Marketing Digitale
Sostenibilità culturale (credenze, pratiche culturali, conservazione del patrimonio e sostenibilità del turismo)	Trasmissione del "know-how". Ad esempio, il museo dedicato al know-how dell'industria siderurgica a Grande Forge de Buffon, in Francia.
Partenariato tra pubblico e privato	Cloud e trasformazione digitale
Organizzazione di nuove attività (comprese attività dedicate ai bambini; eventi esclusivi solo su invito)	Usare la tecnologia per collegare il mondo digitale con il mondo fisico al fine di creare un'esperienza unica e innovativa per il cliente (Phygital)
Marketing e messaggi personalizzati: poiché gli utenti oggi sono sempre meno raggiungibili fisicamente, è importante stabilire una relazione tra il brand e il cliente	Innovazione aperta: quando il proprietario non fa affidamento solo su conoscenze personali e risorse interne per l'innovazione, ma anche su più fonti esterne come concorrenti, pubblico, agenzie esterne
Smart working: utilizzo di nuove tecnologie e sviluppo di quelle esistenti per migliorare sia le prestazioni che la soddisfazione	Progetti a lungo termine che coinvolgono tecnologie e logistica
E-commerce	Blockchain

Impatto del COVID-19

Le conseguenze della pandemia di COVID-19 hanno avuto un impatto negativo significativo sul settore culturale globale, colpendo tutti i gruppi coinvolti e determinando la cancellazione della stragrande maggioranza degli eventi e la chiusura di innumerevoli siti storici. Come accennato in precedenza, il patrimonio culturale non è solo un punto fermo delle economie locali, ma rappresenta una percentuale importante dei ricavi dei proprietari privati che sono coinvolti nel settore.

Al fine di prevenire la chiusura delle istituzioni culturali come le dimore storiche, i governi locali e nazionali, nonché le istituzioni internazionali, hanno lanciato un'ampia varietà di piani di sostegno di emergenza con la speranza di aiutare le istituzioni culturali ad adattarsi ai cambiamenti causati dalla crisi globale pandemia. La digitalizzazione si è rivelata uno strumento molto utile in questo periodo in quanto ha concesso al settore culturale la possibilità di organizzare virtualmente eventi, visite guidate, mostre e conferenze. Tuttavia, non tutte le parti interessate coinvolte sono state in grado di cogliere questa opportunità, principalmente a causa della carenza di competenze digitali dei lavoratori del settore culturale.

Nel 2019 solo il 31% dei cittadini in Europa aveva competenze digitali moderate o avanzate. I Paesi Bassi (50%), la Finlandia (50%) e la Danimarca (49%) si sono rivelati i più qualificati in ambito digitale. Al contrario, al di sopra del trend europeo, Italia (22%) e Repubblica Ceca (26%), oltre ai risultati vicini al trend: Francia (31%), Belgio (34%) e Spagna (36%) spiegano il forte impatto della crisi del COVID-19, nonché l'importanza di organizzare momenti di formazione sulle competenze digitali.⁵

In Europa, a fine 2020, il 42% dei cittadini europei non aveva competenze digitali di base.⁶

⁵ Skills Panorama. 2021. *Digital skills: Challenges and opportunities*. [online]
Disponibile all'indirizzo:

<https://skillspanorama.cedefop.europa.eu/en/analytical_highlights/digital-skills-challenges-and-opportunities#_digital_divide_in_the_eu> [Accessed 20 October 2021].

⁶ Shaping Europe's digital future. n.d. *Digital skills coalition*. [online]
Disponibile all'indirizzo:

<<https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/digital-skills-coalition>> [Accessed 20 October 2021].

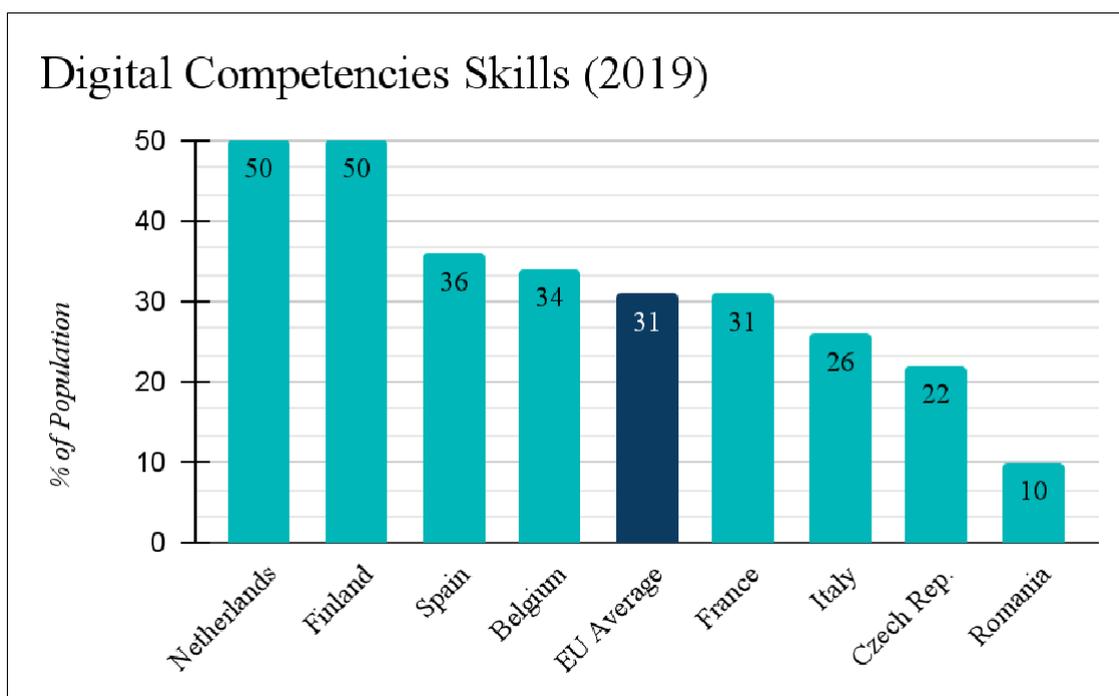


Figura 1. Competenze digitali della popolazione generale di alcuni paesi dell'UE selezionati

Questo grafico evidenzia la più alta percentuale di popolazione che detiene una competenza digitale (Paesi Bassi e Finlandia), le proporzioni riscontrate nei paesi del consorzio, la media dell'UE e la percentuale più bassa (Romania).

Ripercussioni socio-economiche

In Belgio, la pandemia di COVID-19 ha provocato pesanti ripercussioni socioeconomiche. I risultati di diversi sondaggi condotti da organizzazioni culturali del Paese hanno evidenziato che al 26 maggio 2020 la diminuzione delle entrate del settore culturale era stimata al 90%.⁷

Anche la Francia ha vissuto una pesante crisi in tutto il settore culturale. Secondo un'analisi del governo, il fatturato del 2020 per la gestione di siti e monumenti turistici è diminuito del 65%.⁸

⁷ Banca Nazionale del Belgio 2020. Il fatturato dell'azienda inizia a riprendersi, ma le prospettive per l'economia belga rimangono cupe. [on line] Disponibile all'indirizzo: <<https://www.nbb.be/en/articles/company-turnover-starts-recover-outlook-belgian-economy-remains-grim>> [consultato il 20 Ottobre 2021].

⁸ Ministero della Cultura. 2020. L'impatto della crisi del Covid-19 sui settori culturali, p.48. [on line] Disponibile all'indirizzo: <<https://www.culture.gouv.fr/en/Thematiques/Etudes-et-statistiques/Publications/Collections-de-synthese/Culture-chiffres-2007-2021/L-impact-de-la-crise-du-Covid-19-sur-les-secteurs-culturels>> [consultato il 22 Ottobre 2021].

Supporto locale

Le conseguenze negative della pandemia di COVID-19 si sono diffuse in lungo e in largo in tutto il settore culturale, danneggiando notevolmente tutti i soggetti coinvolti. Per questo, i governi nazionali e regionali, insieme alle organizzazioni istituzionali, hanno compreso questa situazione e hanno mobilitato il sostegno alle industrie culturali in tutto il mondo.

Si stima che circa 10.000 eventi culturali siano stati cancellati durante l'alta stagione in Belgio nel 2020. A tal fine, le autorità federali belghe hanno organizzato e adottato varie misure per sostenere la ripresa del settore culturale nazionale. Ciò ha portato all'organizzazione di un'ampia varietà di eventi come mostre, festival, concerti e altri eventi culturali nell'ambiente digitale.⁹

In Belgio, più precisamente a Bruxelles e in Vallonia, le autorità hanno stanziato 50 milioni di euro per la cultura, lo sport, nonché per le politiche per l'infanzia e la gioventù, con particolare attenzione alle ultime due.¹⁰

In netto contrasto con le due regioni sopra citate, le autorità regionali fiamminghe hanno invece deciso di ridurre il budget per la cultura nel gennaio 2020, ritenendolo "non essenziale".¹¹

Nel frattempo, anche la Francia ha fornito assistenza rapida durante la crisi. Un esempio degno di nota è l'associazione Historical Dwelling che ha aiutato i proprietari privati nella gestione delle dimore storiche e nella loro riapertura. La Residenza Storica ha inoltre fornito ai proprietari informazioni sul prestito garantito dallo Stato (Prêt Garanti par l'Etat-PGE).

Inoltre, il governo francese ha offerto ai proprietari privati un aiuto calcolato sul reddito dell'anno 2019.

In Spagna, tuttavia, il sostegno del governo è arrivato sotto forma di informazioni, piuttosto che di denaro. La Fondazione dei proprietari di case spagnole storiche e uniche (Fundación

⁹ Pasikowska-Schnass, M., 2020. Sostegno dell'UE agli artisti e al settore culturale e creativo durante la crisi del coronavirus, p. 8.

[on line] Parlamento europeo. Disponibile all'indirizzo:
<[https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2020/649414/EPRS_BRI\(2020\)649414_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2020/649414/EPRS_BRI(2020)649414_EN.pdf)>
[consultato il 20 ottobre 2021].

¹⁰ Ibid.

¹¹ Ibid.

Casas Históricas y Singulares de España) ha condiviso con i proprietari privati soltanto una serie di guide e raccomandazioni.

Lockdown

Il settore dei beni culturali è stato colpito dai lockdown nazionali e regionali, così come dalla mancanza di flussi turistici internazionali quando sono stati revocati i blocchi regionali e/o nazionali. I proprietari privati dipendono in gran parte dal turismo internazionale, il che significa che la chiusura delle frontiere nazionali in tutto il mondo ha ridotto drasticamente l'attività di case storiche di proprietà privata, con conseguente diminuzione delle entrate. In Belgio c'è stato un graduale rilancio del settore culturale in tutto il Paese dal momento in cui i musei e le mostre hanno potuto aprire nuovamente al pubblico. Nella Repubblica Ceca, anche se c'è stato un boom del turismo interno non appena le restrizioni sono state revocate, sia il 2020 che il 2021 hanno registrato una sostanziale diminuzione dei visitatori e dei ricavi che ne derivano. Le strutture dotate di spazi esterni, così come quelle vocate all'ospitalità che hanno potuto adottare servizi di takeaway, sono state in grado di superare queste stagioni più corte con maggiore facilità per aver saputo adattarsi alle nuove linee guida nazionali conseguenti alle restrizioni. Al contrario, molti musei o sedi espositive, non avendo una vera e propria presenza online e mancando di competenze digitali, sono stati i più colpiti in termini di mancanza di visitatori.

Regolamento COVID-19

La riapertura del settore si è rivelata più difficile del previsto. Molte erano le misure preventive da dover adottare, come barriere, protezioni in plexiglass e restrizioni nel numero di visitatori ammessi in base al numero di metri quadrati della tenuta.

Questi regolamenti hanno contribuito all'aumento dei costi operativi delle dimore storiche. In effetti, la limitazione della capacità dei visitatori ha comportato un minor numero di clienti nei bar/ristoranti, provocando una diminuzione dei ricavi. Oltre a questo, ci sono state più spese dovute alle attrezzature di prevenzione: mascherine, test sia per i visitatori che per i dipendenti e prodotti sanitari.

Settore del Patrimonio Privato vs Musei Pubblici

La **Commissione** per la Cultura e l'Istruzione (CULT) del Parlamento Europeo ha evidenziato il fatto che, considerando che la maggior parte delle entrate dei proprietari privati deriva dalle vendite, **i musei privati** sono stati molto più colpiti dalla crisi del COVID-19 rispetto ai musei finanziati con fondi pubblici.¹²

Da un lato, alcune dimore storiche sono state costrette a chiudere definitivamente, mentre altre, come il *Domaine Ardonnes* in Belgio, hanno perso il 60% delle vendite. Il proprietario del *Chateau de Freÿr*, sempre in Belgio, ha spiegato che il cambiamento più grande è stata la diminuzione del numero dei gruppi. Dall'altro lato, nonostante queste sfide, l'80% dei musei pubblici e l'83% delle istituzioni religiose era presente digitalmente. In Europa, il 56% dei musei ha personale dedicato esclusivamente alle attività digitali. I Musei che hanno organizzato attività digitali, in particolare quelle che presentavano informazioni educative, hanno registrato un aumento dei visitatori online.¹³

Tuttavia, come evidenziato nel corso delle interviste, questo non è stato il caso degli edifici storici privati. La maggior parte dei proprietari privati non ha competenze digitali e quindi non sono solo stati colpiti gravemente dalla pandemia, ma hanno anche continuato a perdere una parte sostanziale delle loro entrate dovute all'incapacità di adattarsi alla transizione digitale del settore culturale.

¹² IDEA Consult et al.. 2021. Research for CULT Committee – Cultural and creative sectors in post-Covid-19 Europe: crisis effects and policy recommendations, p.46. [online] European Parliament, Policy Department for Structural and Cohesion Policies. Brussels. Disponibile all'indirizzo:

<[https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2021/652242/IPOL_STU\(2021\)652242_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2021/652242/IPOL_STU(2021)652242_EN.pdf)>

[consultato il 20 Ottobre 2021]

¹³ Ibid.

La mancanza di opportunità e competenze digitali ha influenzato la redditività delle dimore storiche.¹⁴

Vantaggi

- Con le restrizioni ai viaggi all'estero, si è registrato un boom del turismo interno in Repubblica Ceca.
- C'è stata la scoperta del valore degli spazi aperti come i giardini, che ha portato ad un aumento nell'utilizzare quei giardini per attività pubbliche.
- Cresce la volontà di comprendere e mettere in pratica strumenti di marketing digitale innovativo come social media e motori di ricerca.
- C'è un miglioramento nell'uso dei tour virtuali pubblicamente disponibili sui siti web delle strutture. Ad esempio, anche se la “Great Forge of Buffon” aveva già un tour virtuale disponibile prima della crisi, esso è stato molto apprezzato dai visitatori online durante la pandemia di COVID-19.
- C'è stato un aumento del subappalto di parti dei servizi delle strutture, come la manutenzione dei giardini, aiutando così vari aspetti dell'economia locale in tempi di crisi.

Le più grandi sfide del settore

- La pandemia globale ha portato con sé sfide specifiche per il settore del patrimonio privato.
- Queste includono ma non si limitano a:
- Incertezza riguardo alle normative e ai lockdown che portano a problemi di personale, ad es. mantenere il personale esistente e trovarne di nuovo.
- Aumento dei costi causato da norme e regolamenti relativi alla pandemia in merito alla limitazione del numero dei visitatori e alle spese relative all'adeguamento alle misure preventive come test, disinfettanti e mascherine.

¹⁴ Europa Nostra. 2020. COVID-19 & BEYOND: Challenges and Opportunities for Cultural Heritage, p. 8. [online] Disponibile all'indirizzo: <https://www.europanostra.org/wp-content/uploads/2020/10/20201014_COVID19_Consultation-Paper_EN.pdf> [consultato il 20 Ottobre 2021].

- Diminuzione della visibilità delle strutture che preferiscono il contatto umano dal vivo, come il Castello di Miromesnil in Francia.
- La perdita di reddito durante la pandemia non ha colpito solo istituzioni note come i musei ma anche i servizi ancillari, che sono di fatto attività esternalizzate nella maggior parte dei casi. È il caso delle società che possiedono e gestiscono caffetterie museali, ristoranti, librerie, nonché servizi di trasporto per mostre.
- Esistono significative disuguaglianze in termini di fondi, personale e in generale di sostegno tra i musei più famosi, le dimore private e le piccole organizzazioni culturali.

Statistiche sui visitatori

La pandemia globale ha influenzato gravemente le tendenze delle visite in modo negativo, come riportato nelle statistiche dei visitatori in tutto il continente e nel mondo nel suo insieme. In Repubblica Ceca, ad esempio, i più colpiti dalle restrizioni sono stati gli hotel e le aziende che non hanno avuto la possibilità di spostare le proprie attività in modalità online o di ricorrere a sistemi di asporto. Questi limiti si accompagnavano alla perdita del turismo estero, ad esempio in Francia dove Saint Saturni in quel periodo ha perso la sua clientela estera che costituiva il 55% del totale. Tuttavia, col passare del tempo le richieste per le attività all'aperto sono aumentate e una crescita delle attività turistiche è stata osservata nei giardini delle dimore storiche. Le circostanze sono cambiate anche per alcune residenze storiche che per il turismo dipendevano da grandi gruppi di visitatori, come il castello di Freÿr in Belgio.

La trasformazione digitale del settore culturale

Le tecnologie digitali svolgono un ruolo significativo nella conservazione del materiale culturale e in generale del patrimonio culturale sotto forma di risorse online, oltre a rendere il settore culturale accessibile a tutti coloro che dispongono di una connessione Internet. Dimore storiche, musei e altri siti culturali che abbracciano questa trasformazione digitale hanno il potenziale per acquisire maggiore visibilità e avvicinarsi al proprio pubblico organizzando esperienze innovative.

La digitalizzazione aiuta le organizzazioni a lavorare e a fornire valori culturali al loro pubblico. Tuttavia, essere in grado di promuovere e gestire digitalmente i siti culturali richiede una formazione per lo sviluppo delle capacità (soprattutto le competenze digitali), il miglioramento dei dati e il rafforzamento delle infrastrutture.¹⁵

La formazione sulle competenze digitali non è comune per le dimore storiche private, e questo è stato evidenziato da tutti i partner del consorzio. Tuttavia, quando si parla del settore culturale nel suo insieme, esistono associazioni e progetti condotti a livello europeo che promuovono tale formazione. Gli obiettivi chiave di tali programmi sono rendere il settore culturale accessibile a tutti, la formazione sulle competenze digitali, la ricerca e l'innovazione.¹⁶

La tecnologia ha creato uno strumento ideale per il settore culturale affinché possa svilupparsi, diventare innovativo, promuovere valori e aiutare finanziariamente i proprietari delle dimore storiche private. Tuttavia, poiché mancava la formazione, per coloro che non avevano ancora competenze in questo campo le tecnologie digitali non hanno rappresentato una via di fuga dalla crisi, ma piuttosto un ulteriore ostacolo da superare in un tempo già complicato.

¹⁵ Daley, B., 2020. New Europeana Strategy 2020-2025 imagines a cultural sector powered by digital | Europeana Pro. [online] Europeana Pro. Disponibile all'indirizzo: <<https://pro.europeana.eu/post/new-europeana-strategy-2020-2025-imagines-a-cultural-sector-powered-by-digital>> [Consultato il 20 Ottobre 2021].

¹⁶ European Commission. n.d. European digital heritage. [online] Disponibile all'indirizzo: <<https://ec.europa.eu/culture/cultural-heritage/cultural-heritage-eu-policies/european-digital-heritage>> [Consultato il 20 Ottobre 2021].

INNOVAZIONE

Per creare valore e mantenere le loro proprietà, le dimore storiche devono anche sviluppare modelli di business nuovi e innovativi. Sia a breve che a lungo termine, ciò contribuirà ulteriormente a costruire e mantenere un impatto positivo sui visitatori, sui clienti e sulla società in generale. Mentre l'uso di strumenti innovativi nelle dimore storiche è stato notato in Belgio, Francia, Italia e Repubblica Ceca, come evidenziato nelle interviste, le indagini condotte con i proprietari privati in Spagna hanno evidenziato la loro mancanza di competenze digitali nell'implementazione di strumenti innovativi utili per la gestione.

Strumenti/strategie innovative messe in atto dai Paesi del Consorzio

È stato riconosciuto che la pandemia di COVID-19 ha svolto un ruolo chiave nello spingere i dirigenti e il personale delle dimore storiche a passare a strumenti digitali innovativi e a proporre nuove idee per affrontare le sfide che si erano presentate. Alcune strategie e strumenti messi in atto in Belgio, Italia, Francia e Repubblica Ceca includono:

- Crescente presenza sui social
- Miglioramento delle prenotazioni, dei sistemi di prenotazione e introduzione di prenotazioni senza biglietto.
- Utilizzo di metodi di prenotazione contactless come e-mail, codici QR e pagamenti e check-in/check-out tramite WhatsApp.
- Nella Repubblica Ceca sono presenti distributori automatici di biglietti e l'uso di tecnologie immersive come la realtà aumentata (AR) per esperienze interattive.
- Utilizzo dello spazio all'aperto per ospitare mostre, nel rispetto delle restrizioni locali COVID-19.
- Spostamento dei sistemi di gestione per allocare compiti incentrati sulla gestione del sito Web e dei social media
- Utilizzo di applicazioni mobili per visite guidate.
- Introduzione di giochi come “Escape game” e “Murder Party” per favorire l'inclusività. In Italia c'è stata la creazione di un gioco di carte chiamato “Archiporto”, basato sugli archivi di una dimora storica.

Problemi affrontati nell'introduzione di strumenti di innovazione

Sebbene la maggior parte delle dimore riconosca l'importanza di utilizzare strumenti innovativi combinati di marketing e gestione, questo passaggio si presenta come una grande sfida da superare, oltre a tutto ciò che la pandemia di COVID-19 ha portato. Nel complesso, le interviste mostrano che le dimore private in Spagna non utilizzano quasi nessuno strumento innovativo, e quando lo fanno sono ancora considerevolmente basilari e si basano principalmente sui loro account sui social media come presenza digitale. D'altra parte, le dimore in Francia hanno dimostrato di utilizzare sistemi di gestione efficaci che prevedono l'outsourcing quando necessario per gestire la reputazione del marchio, la presenza digitale e i meta motori di ricerca. In generale, le dimore storiche devono affrontare i seguenti problemi mentre cercano di introdurre tecnologie innovative:

- Mancanza di fondi e personale, con poco team di comunicazione o nessuna persona per gestire i loro siti web
- Mancanza di capacità di gestione digitale
- Mancanza di conoscenze relative al software di base del sito Web e alla progettazione grafica

Competenze digitali per migliorare la situazione

Questo rapporto ha evidenziato l'urgente necessità di supportare, elevare e responsabilizzare i gestori delle dimore storiche private in termini di competenze digitali, con l'obiettivo di migliorare la visibilità delle loro residenze e garantire la sostenibilità finanziaria a lungo termine. Le strategie per farlo includono l'introduzione di questi gestori a:

- Abilità di base nella creazione di siti web
- Competenze di base nella gestione dei social media e nel marketing digitale, inclusa la progettazione grafica
- Formazione sul software pertinente dedicata al turismo, alle vendite e al settore dell'ospitalità nel suo complesso
- Competenze di gestione online con modalità per gestire e analizzare i dati degli utenti e incorporare sistemi di prenotazione, metodi di pagamento e donazioni.

ANALISI SWOT

La panoramica generale dei punti di forza delle dimore storiche, della loro debolezza nel mercato e delle opportunità che presentano insieme ai fattori che rappresentano una minaccia per il sostentamento delle dimore sono tutti presentati attraverso un'analisi SWOT (Strengths Weaknesses Opportunities Threats - Forza Debolezza Opportunità Minaccia).

<p>PUNTI DI FORZA</p> <ul style="list-style-type: none"> ● alto valore dal punto di vista storico, architettonico e culturale ● forte senso di appartenenza dei proprietari alle loro dimore ● grande impegno dei proprietari a portare avanti l'eredità ricevuta ● multifunzionalità: dimore aperte a diverse attività (visite, matrimoni, mostre, noleggi, riprese cinematografiche ecc) ● spesso nei dintorni ci sono luoghi simbolo che invogliano i turisti a visitarli 	<p>DEBOLEZZE</p> <ul style="list-style-type: none"> ● mancanza di competenze di gestione di database ● mancanza di sistemi di prenotazione online e talvolta di sistemi di pagamento digitale ● mancanza di training e di nozioni di marketing ● mancanza di supporto dalle autorità ● difficoltà nell'ottenere specifici permessi e leggi che ostacolano l'innovazione ● la localizzazione in aree rurali delle dimore storiche talvolta separa queste ultime dai centri urbani, che sono i principali attrattori per i turisti ● mancanza di fondi e in più alti costi di mantenimento e tasse
<p>OPPORTUNITA'</p> <ul style="list-style-type: none"> ● migliorare le capacità digitali e di marketing per accrescere la visibilità ● creare un network con le attrazioni adiacenti per creare un itinerario turistico ● l'aspetto geografico, storico e artistico dei castelli sono ideali per attrarre visitatori ● trovare dei partner per la creazione di nuove attività ● rapida crescita del mercato turistico ● valorizzazione degli spazi all'aperto, ospitando più eventi pubblici e incrementando le attività che portano profitto 	<p>MINACCE</p> <ul style="list-style-type: none"> ● competizione col settore pubblico, che è gratis ● lockdown ● tasse alte ● legislazione e processi amministrativi ● aumento dei costi del lavoro e delle attrezzature ● mancanze di attrezzature nelle dimore storiche localizzate nelle aree rurali ● incapacità di rendere le generazioni future interessate alle dimore storiche

Figura 2. Sintesi dell'analisi SWOT eseguita per la Guida riassuntiva del progetto HERIT

FORMAZIONE ED ISTRUZIONE ESISTENTE DISPONIBILE PER PROPRIETARI PRIVATI/SETTORE DEI BENI CULTURALI/PICCOLE IMPRESE

Si è osservato che esiste una generale mancanza di specifici programmi di formazione e istruzione digitale per i proprietari privati nel settore dei beni culturali. Alcuni esempi di corsi di formazione e altre iniziative sulla gestione digitale sono stati offerti in tutti i paesi del consorzio ed esistono più corsi di formazione online a livello europeo e internazionale.

Esempi degni di nota di formazione e istruzione disponibili per il patrimonio culturale privato sono illustrati nelle sezioni seguenti.

Iniziative del Network

Iniziativa PATRIVIA

Belgio e Francia raccolgono più di 350 monumenti e siti culturali (di proprietà pubblica e privata) attraverso la presenza di reti pertinenti e un'iniziativa privata denominata Patrivia. Questi monumenti e siti sono aperti al pubblico attraverso una piattaforma online (<https://pativia.net/home>), che consente ai visitatori di prenotare i biglietti per la visita. Offre l'opportunità ai proprietari di casa di esporre in anticipo la loro residenza storica.¹⁷

VESTA in Belgio

È una rete di eccezionali dimore storiche private, i cui proprietari hanno deciso di aprire almeno in parte le porte al pubblico. Vesta è la dea romana della casa, del focolare e della famiglia, simboleggiata dal fuoco sacro che ardeva nel suo focolare.¹⁸ Il sito web offre collegamenti alle informazioni sulle dimore e ai programmi di attività svolte all'interno

¹⁷ De Voldere et al. Study of Heritage Houses for Europe, p. 108.

¹⁸ Demeures Historiques et Jardins. n.d. Vesta. [online] Disponibile all'indirizzo: <<https://www.dhj-hwt.be/vesta/>> [Consultato il 26 Ottobre 2021].

Approcci collaborativi

Nel 2019 in Belgio è stata avviata una collaborazione tra l'Associazione belga delle dimore storiche private e l'Unione degli artigiani del patrimonio (UAP), in cui 40 ore di lavori di restauro pro bono vengono offerti dagli artigiani ai proprietari di residenze che sono membri dell'Associazione belga delle dimore storiche private.¹⁹⁹

Workshop e Corsi di Formazione

- Corso "Custode di edifici storici" gestito dal Ministero della Cultura della Repubblica Ceca, in cui è presentata una panoramica completa di tutte le attività correlate, dalle caratteristiche di base alla protezione legale alle questioni relative alla cura dei singoli tipi di monumenti, e dalle procedure tecnologiche di base per la riparazione al restauro dei monumenti.
- Workshop sugli strumenti digitali dell'associazione belga nell'aprile 2021, con l'obiettivo di discutere tutte le informazioni essenziali relative alle piattaforme di comunicazione e alla gestione digitale.
- L'associazione francese La Demeure Historique (La Dimora Storica) riunisce i proprietari di residenze private e offre loro corsi di formazione che vanno dalla realizzazione di opere su edifici storici alla gestione di un monumento storico, ai suoi giardini e parchi. A volte viene affiancata anche una parte pratica, con una visita a un case study per completare la formazione.
- Il Comité des Parcs et Jardins d'Auvergne in Francia (Associazione dei Parchi e dei Giardini dell'Alvernia) offre ai suoi membri corsi di formazione per aiutarli. Questa associazione è specializzata nel tema dei parchi e dei giardini.
- In Spagna, la Fondazione "Dimore storiche e uniche di Spagna" cerca di diffondere corsi di formazione legati al patrimonio.
- In Italia, tre anni fa, l'ADSI - Associazione Nazionale Dimore Storiche ha avviato una collaborazione con il PoliMi (Politecnico di Milano) con l'obiettivo di sviluppare un workshop sull'Innovazione Digitale e sull'uso delle Tecnologie Digitali.

¹⁹ De Voldere et al. Study of Heritage Houses for Europe, p. 109.

- Ad ottobre 2021 PoliMi insieme ad ADSI ha organizzato la terza edizione dell'Executive Master in Management dei Beni e delle Istituzioni Culturali. Come parte dei requisiti, i candidati dovrebbero già lavorare nel settore dei beni culturali e che sarebbero disposti ad acquisire capacità gestionali. Il programma è rivolto sia a soggetti privati che pubblici.
- Nell'autunno 2019 ADSI ha organizzato a Milano un corso di tre giorni sul Marketing Digitale. Era articolato in tre moduli: basic, approfondito social e approfondito SEO ed era rivolto a privati e non solo. Il modulo base si è concentrato sugli strumenti necessari per la gestione del web e dei social media, nonché sull'utilizzo delle immagini più rappresentative delle dimore storiche. D'altra parte, l'approfondimento social ha presentato maggiori peculiarità di Facebook e Instagram mentre l'approfondimento SEO ha introdotto le principali dinamiche delle funzionalità dei motori di ricerca, oltre a fornire le conoscenze strategiche per l'ottimizzazione dei motori di ricerca (SEO).

Corsi professionali

In Francia, viene offerto il certificato di tecnico superiore (Brevet de Technicien Supérieur o BTS) di assistente di gestione (Château de Saint-Marcel-de-Félines).

¹⁹De Voldere et al. *Study of Heritage Houses for Europe*, p. 109

ULTERIORI INFORMAZIONI

Descrizione del progetto

HERIT - Heritage Efficient through Powerful IT use- è un progetto finanziato da Erasmus+ della durata di 24 mesi che è iniziato a giugno 2021 e terminerà a maggio 2023. Mira in particolare a rafforzare la prontezza all'educazione digitale dei proprietari di dimore storiche private, aiutandoli ad affrontare l'impatto drammatico della crisi del COVID-19 sul turismo culturale.

L'elemento centrale di HERIT è la creazione di un Massive Open Online Course (MOOC) su misura per i proprietari di dimore storiche private che mira a sviluppare e valorizzare le competenze dei proprietari stessi nello sviluppo del business e nell'uso degli strumenti digitali, nonché la loro conoscenza del quadro normativo e giuridico nel settore dei beni culturali sia a livello nazionale che europeo.

HERIT si concentrerà sull'attuazione delle raccomandazioni politiche dell'UE sviluppando capacità di competenze digitali in collaborazione con istituti di istruzione terziaria e organizzazioni nazionali ed europee. I principali gruppi target di questo progetto includono tutti i principali stakeholder (proprietari privati attuali e futuri, proprietari terrieri, dipendenti di dimore storiche, ecc.), che si occupano di residenze storiche, con particolare attenzione alle proprietà private. Questi gruppi target hanno un'esigenza riconosciuta che questo progetto affronterà.

Il consorzio del progetto è composto da 7 partner provenienti da 5 diversi paesi dell'UE: Université Paul-Valéry Montpellier (Francia), Universidade da Coruña (Spagna), European Landowners' Organization (Belgio), European Historic Houses (Belgio), Asociace majitelů hradů a zámků, z.s. (Repubblica Ceca), On Projects Advising SL (Spagna) e Invasioni Digitali (Italian)

Gli obiettivi specifici del progetto sono:

- Mitigare gli impatti della crisi COVID-19 attraverso lo sviluppo di formazione online e digitale;
- Promuovere uno spirito imprenditoriale e propositivo

- Mantenere i lavori delle comunità locali che circondano gli edifici storici;
- Accrescere la visibilità del patrimonio culturale europeo comune, online e offline, al fine di sensibilizzare e promuovere il patrimonio culturale legato alle dimore storiche;
- Promuovere il turismo legato al patrimonio culturale e rivitalizzare le aree rurali.

Risorse Digitali del Progetto

Sito web di progetto: www.herit-erasmus.eu

LinkedIn: <https://www.linkedin.com/company/herit-erasmus/about/>

Twitter: <https://twitter.com/ErasmusHerit>

Siti web Partner di Progetto



Asociace majitelů hradů a zámků,
z.s.: <https://www.amhz.cz/en/>



European Historic Houses:
<https://europeanhistorichouses.eu/>



European Landowners Organization:
<https://www.europeanlandowners.org/>



INVASIONIDIGITALI

Invasioni Digitali:
<https://www.invasionidigitali.it/en/>



OnProjects Advising SL:
<https://www.onprojects.es/en/>



UNIVERSIDADE
DA CORUÑA

Universidade da
Coruña:
[https://www.udc.es/
en/](https://www.udc.es/en/)



Université Paul-Valéry
Montpellier:
[https://www.univ-montp3.fr/e
n](https://www.univ-montp3.fr/en/)

Bibliografia & Sitografia

- Daley, B., 2020. New Europeana Strategy 2020-2025 imagines a cultural sector powered by digital. [online] Europeana Pro. Disponibile all'indirizzo:
<<https://pro.europeana.eu/post/new-europeana-strategy-2020-2025-imagines-a-cultural-sector-powered-by-digital>> [Consultato il 20 Ottobre 2021].
- De Voldere et al. 2019. Study of Heritage Houses for Europe. [online] European Landowners. Disponibile all'indirizzo:
<<https://www.europeanlandowners.org/heritage-houses-for-europe/wp-content/uploads/2020/06/Final-Study-Heritage-Houses-FINAL-1809-online.pdf>> [Consultato il 28 Ottobre 2021].
- Demeures Historiques et Jardins. n.d. *Vesta*. [online] Disponibile all'indirizzo:
<<https://www.dhj-hwt.be/vesta/>> [Consultato il 26 Ottobre 2021].
- Europa Nostra. 2020. COVID-19 & BEYOND: Challenges and Opportunities for Cultural Heritage. [online] Disponibile all'indirizzo:
<https://www.europanostra.org/wp-content/uploads/2020/10/20201014_COVID19_Consultation-Paper_EN.pdf> [Consultato il 20 Ottobre 2021].
- European Commission. n.d. European digital heritage. [online] Disponibile all'indirizzo:
<<https://ec.europa.eu/culture/cultural-heritage/cultural-heritage-eu-policies/european-digital-heritage>> [Consultato il 20 Ottobre 2021].
- IDEA Consult et al.. 2021. Research for CULT Committee – Cultural and creative sectors in post-Covid-19 Europe: crisis effects and policy recommendations. [online] European Parliament, Policy Department for Structural and Cohesion Policies. Brussels. Disponibile all'indirizzo:
<[https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2021/652242/IPOL_STU\(2021\)_652242_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2021/652242/IPOL_STU(2021)_652242_EN.pdf)> [Consultato il 20 Ottobre 2021].
- Igi Global. 2019. What is ATECO Code. [online] Disponibile all'indirizzo:
<<https://www.igi-global.com/dictionary/the-cultural-relationship-management/39228>> [Consultato il 28 Ottobre 2021].
- Ministry of Culture. 2020. The impact of the Covid-19 crisis on cultural sectors. [online] Disponibile all'indirizzo:
<<https://www.culture.gouv.fr/en/Thematiques/Etudes-et-statistiques/Publications/Collections-de-synthese/Culture-chiffres-2007-2021/L-impact-de-la-crise-du-Covid-19-sur-les-secteurs-culturels>> [Consultato il 22 Ottobre 2021].
- National Bank of Belgium. 2020. Company turnover starts to recover but the outlook for the Belgian economy remains grim. [online] Disponibile all'indirizzo:
<<https://www.nbb.be/en/articles/company-turnover-starts-recover-outlook-belgian-economy-remains-grim>> [Consultato il 20 Ottobre 2021].

Pasikowska-Schnass, M., 2020. EU support for artists and the cultural and creative sector during the coronavirus crisis. [online] European Parliament. Disponibile all'indirizzo:
<[https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2020/649414/EPRS_BRI\(2020\)_649414_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2020/649414/EPRS_BRI(2020)_649414_EN.pdf)> [Consultato il 21 Ottobre 2021].

Shaping Europe's digital future. n.d. Digital skills coalition. [online] Disponibile all'indirizzo:
<<https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/digital-skills-coalition>> [Consultato il 20 Ottobre 2021].

Skills Panorama. 2021. Digital skills: Challenges and opportunities. [online] Disponibile all'indirizzo:
<https://skillspanorama.cedefop.europa.eu/en/analytical_highlights/digital-skills-challenges-and-opportunities#digital_divide_in_the_eu> [Consultato il 20 Ottobre 2021].

Editors

Theodora-Cristina Canciu
European Historic Houses

Martin Fox
*European Landowners'
Organization*

Domizia del Gallo di Roccagiovine
European Historic Houses

Meetali Gupta
*European Historic
House*

Collaboratori

Iacopo Benedetti
OnProjects

Iria Caamaño Franco
*Universidade da
Coruña*

Theodora-Cristina Canciu
European Historic Houses

Léa Chabal
*Université Paul-Valéry
Montpellier*

Martin Fox
*European Landowners'
Organization*

Domizia del Gallo di
Roccagiovine
*European Historic
Houses*

Stephanos
Germenis-Hildprandt
*Asociace majitelů hradů a
zámků, z.s*

Meetali Gupta
European Historic Houses

Marianna
Marcucci
Invasioni Digitali

Daniel Monteleone
*European Landowners'
Organization*

Laura Nieto Riveiro
Universidade da Coruña

Ewelina Oksiuta
*European Historic
Houses*