



Proposta per l'istituzione della Mediateca Regionale della Regione Campania

Luglio 2018

Premessa

L'**innovazione e l'accessibilità**, nell'ambito delle politiche europee per la Società dell'Informazione 2014-2020, sono ritenute tra i **fattori fondanti di un modello di crescita sostenibile della società**, in cui l'inclusione e l'uso di massa delle tecnologie dell'informazione risultano determinanti per il miglioramento dei servizi pubblici, per lo sviluppo dell'occupazione e l'innalzamento degli standard educativi e dell'informazione dei cittadini.

In questa ottica - come previsto dalle Strategie europee di settore - **gli istituti culturali, gli archivi e le teche pubbliche e private, avranno un ruolo decisivo nel sostenere lo sviluppo della società dell'informazione.**

La crescente disponibilità, anche on-line, di contenuti multimediali in formato digitale (film, video, immagini, musica) **e la diffusione sempre più ampia di servizi di consultazione e di fruizione in formati digitali ed anche in realtà virtuale e/o aumentata** - nei contesti museali, didattici e culturali in genere - **rende sempre più necessaria la realizzazione di iniziative, programmi ed infrastrutture innovativi e multidisciplinari** che possano tutelare e, al tempo stesso, promuovere le diverse forme di conoscenza del patrimonio culturale, come fattore prioritario e strategico per il rinnovamento e lo sviluppo del sistema economico e sociale, con un forte coinvolgimento delle giovani generazioni e del tessuto delle "industrie creative".

In questo quadro così vasto e dinamico, **la Campania rappresenta una realtà di notevole interesse**, sia per l'entità e la varietà delle produzioni audiovisive che, in via diretta e indiretta, la riguardano, sia per il fatto che (fatta eccezione per la *Film Commission Regionale*, che tuttavia focalizza la propria attività su ambiti specifici) la mancata **istituzione** in questo territorio, al momento, **di un soggetto** dedicato alla raccolta, preservazione e diffusione della cultura cinematografica in senso ampio, consente di ipotizzare una realtà **che**, travalicando un approccio più statico (raccolta, catalogazione, conservazione, consultazione) **si ponga in un'ottica innovativa e dinamica, sia per le attività svolte che per le tecnologie impiegate**, aprendo il patrimonio audiovisivo alle nuove generazioni e a più ampi tessuti della società.

La presente breve proposta progettuale rappresenta uno step propedeutico a ad un processo di progettazione esecutiva e intende fornire **prime indicazioni sulla missione, gli obiettivi, le caratteristiche e gli investimenti** necessari per la creazione e lo start-up della Mediateca Regionale della Campania (da ora in poi "**MRC**").

Mission e obiettivi

La **missione della MRC**, sintetizzata nell'immagine riportata nella pagine seguente, è quella di **raccolgere, conservare, diffondere e valorizzare le opere audiovisive**, con particolare riferimento all'area della Campania e in una prospettiva internazionale e mediterranea, per la sua vocazione storica e sociale ricca di contaminazioni e culture. A tali finalità si aggiunge quella di educare all'uso ed alla sperimentazione degli strumenti audiovisivi.

La MRC si configura come un **centro, reale e virtuale di documentazione, ricerca, conservazione, diffusione e valorizzazione** del cinema e dei media regionali e costituirà il **nodo focale dei vari centri già esistenti** sul territorio, mettendoli in rete (individuando almeno un polo per provincia), favorendone la visibilità e fornendo una serie di servizi “centrali”.

La valorizzazione, si ritiene opportuno, debba e possa estrinsecarsi in una funzione di **promozione e diffusione del patrimonio culturale in funzione turistica ed esperienziale**, attraverso l’istituzione di **una vera e propria realtà museale**, che può integrare e completare l’ampio sistema di offerta culturale della Campania e, naturalmente, della città di Napoli.



L’ipotesi della realizzazione di un **allestimento museale** risponde a due esigenze: l’opportunità rappresentata dal **vasto patrimonio audiovisivo** che riguarda la Campania, che adeguatamente valorizzato può costituire un **significativo fattore di attrazione**; **l’esigenza di generare flussi finanziari**, anche attraverso gli ingressi di visitatori e turisti, **a supporto della sostenibilità della MRC**.

La MRC è un bene pubblico accessibile a tutti, una interfaccia tra il mondo della cultura e i cittadini, diretta a favorire le iniziative volte alla crescita digitale attraverso la conoscenza e l’innovazione. La MRC sarà, inoltre, un **sogetto attivo del territorio**, in grado di fornire nuovi servizi e nuove professionalità. Un luogo attrattivo, in grado di attivare processi di sviluppo cooperativi e in rete a supporto delle comunità, dei cittadini, delle imprese creative, delle associazioni, dei turisti, della ricerca e delle scuole.

Di seguito si esplicitano i **nodi cruciali della mission** della MRC.

- **Raccogliere** - Oggetto della raccolta sarà il cinema campano; i film girati in Campania e le opere di autori campani o di origine campana residenti all’estero (patrimonio visivo dell’emigrazione). Per opere si intendono lungometraggi e cortometraggi di finzione, non fiction, sperimentali, animazione, documentari
 - Accanto a questi, saranno raccolti materiali “fisici” correlati alla storia dei film ed alla loro produzione/distribuzione (fotografie, manifesti, sceneggiature, storyboard, etc.)
 - Si procederà alla creazione un inventario del cinema regionale
 - Sarà realizzato un luogo fisico di raccolta del materiale cinematografico e audiovisivo regionale, di ieri e di oggi
 - La MRC diventa il centro di coordinamento dell’ampia rete di istituti detentori di documenti audiovisivi
- **Conservare** - Preservare il patrimonio cinematografico
 - Assicurare adeguate condizioni di conservazione, migrazione dei contenuti e duplicazione, senza le quali i supporti invecchiano e diventano obsoleti

- **Diffondere**
 - Alimentare la conoscenza delle opere e degli autori legati al cinema campano
 - Promuovere il cinema come strumento di conoscenza della società (la MRC come luogo di intercultura, multimedialità, incontro)
 - Offrire un servizio culturale pubblico e di facile accessibilità
 - Documentare le realtà territoriali e culturali e le loro evoluzioni sociali, economiche, urbanistiche e paesaggistiche
 - Fornire e rendere accessibile un catalogo centralizzato online delle risorse audiovisive del territorio campano, integrando anche le raccolte disponibili nei diversi soggetti appartenenti alla rete della MRC
- **Valorizzare**
 - Promuovere e diffondere il patrimonio culturale cinematografico in chiave turistica ed esperienziale, attraverso l'istituzione di una struttura museale
 - Mettere in risalto la vocazione mediterranea di Napoli e regione, per le sue contaminazioni storiche, sociali e culturali
 - Valorizzare i contenuti in maniera innovativa, con l'ausilio delle nuove tecnologie, rendendo possibile l'accesso online per il prestito e la fruizione dei documenti, creando progetti ludico-educativi, utilizzando tecnologie di AR e VR per riprodurre scene di film, ecc.
- **Educare**
 - Favorire l'alfabetizzazione, la conoscenza, l'uso e la sperimentazione degli strumenti audiovisivi tramite formazioni specifiche (pacchetti educativi per l'apprendimento a distanza, corsi e workshop in sede)
 - Offrire programmi di formazione continua, per incoraggiare l'acquisizione di nuove conoscenze, lottare contro l'esclusione, promuovere l'interculturalità.

Caratteristiche strutturali ed organizzative

La **MRC**, come accennato, si pone come **nodo focale di un sistema di Antenne Mediatecali diffuse** sull'intero territorio regionale (con l'identificazione di un "polo" in ciascuna provincia, oltre a quella di Napoli). **La funzione della MRC nei confronti della rete** sarà, da un lato, quello di **fornire servizi comuni** (es. supporto nelle procedure di raccolta e catalogazione, conversione digitale dei materiali, infrastruttura tecnologica di rete per l'accesso on-line, ecc.), dall'altro, quello di **promuovere le singole realtà locali**, favorirne la visibilità, l'accesso e la visita. Un modello in cui centro e nodi periferici si integrano e si completano reciprocamente.

Per quanto concerne la **struttura propria della MRC**, come già evidenziato, si delinea come un **luogo non solo deputato alla conservazione ed alla consultazione, ma anche** e soprattutto quale **polo di valorizzazione**, in grado di attrarre (oltre agli studiosi ed agli appassionati) un vasto pubblico, promuovendo, oltre che le produzioni audiovisive ad esso riconducibili, il territorio campano nel suo complesso, il suo patrimonio culturale ed identitario e la sua centralità ed influenza nel contesto mediterraneo.

Naturalmente, **l'ampliamento delle funzioni** rispetto a quelle tipicamente riconducibili ad una mediateca "tradizionale", **influenza le caratteristiche strutturali** della MRC, non solo in relazione alla sede deputata ad accoglierla (in termini di localizzazione e dimensione), ma anche in riferimento agli investimenti in dotazioni e tecnologie che dovranno essere disponibili per svolgere appieno le funzioni ipotizzate.

In via generale, fin da ora, va considerato che la location della MRC - nel rispetto degli standard di riferimento chiaramente indicati nelle linee guida del *Piano d'Azione Mediateca2000* del MIBAC - dovrà essere:

- **Accessibile**
 - adeguato modello di information retrieval per l'accesso ai materiali
 - agibilità a soggetti svantaggiati, famiglie, giovani e scuole, stranieri
 - facilità di raggiungimento e fruizione
 - adeguata illuminazione
 - ergonomia segnaletica
- **Sostenibile**
 - per tipologia di materiali utilizzati
 - ridotti consumi energetici
 - disponibilità di spazi per la condivisione e il relax
- **Attraiante e attrattiva**
 - progetto e architetture accoglienti, integrate al territorio, caratterizzanti, identitarie, turistiche, ispirate al cinema e alla cultura campana, comunicative e di intrattenimento

Di seguito le previste **“aree” della MRC e le loro funzioni.**

- **Laboratorio Archiviazione e conversione digitale dei documenti**
 - Il Laboratorio Archiviazione organizza la raccolta, la conservazione, la conversione digitale e la divulgazione e la mappatura di tutto il materiale ricadente e che ha attinenza o per origine e produzione, ovvero per contenuto cinefotografico e audiovisivo, con la realtà regionale
 - Gestisce, implementa e programma di un archivio digitale tematico dei documenti audiovisivi e multiformato relativo al patrimonio culturale regionale, reperiti dalle attività di rete e di ricerca
 - Gestisce la *Campania Digital Library* (CDL) un ambiente/portale documentale multicanale che funzionerà come archivio partecipativo online di ultima generazione, strutturata in rete con le altre Antenne Mediatecali della regione
 - Gestisce le Teche audiovisive, orientando e/o fornendo i contenuti on-demand della digital-library
- **Area Teche audiovisive**
 - Area destinata ad ospitare un adeguato numero di postazioni audiovisive “fisiche” presso la MRC, in grado di garantire la consultazione sia in forma fisica che attraverso la Campania Digital Library
- **Laboratorio di Editoria multimediale, publishing e produzione AV, gestione web e social media**
 - Il Laboratorio di Editoria produce, valorizza e promuove le varie tipologie culturali audiovisive e cinefotografiche delle comunità regionali.
 - Crea percorsi informativi tematici e crossmediali e gestisce il portale web integrato alla Film Commission.
 - Coordina ed anima i nodi della rete anche attraverso il Social Media Team e promuove le attività in rete e sul territorio anche a fini educativi, scolastici e turistici
 - Svolge la funzione di centro di produzione (audiovisivo, fotografico e di editoria elettronica) per attività di ricerca, didattiche, formative e per quelle del social media team, realizzando diverse tipologie di prodotti (testi divulgativi, guide, audiovisivi, cataloghi, mappe, atti, documenti cartacei e multimediali)

- Punto ristoro e/o “Cineristorante” che propone piatti della tradizione ispirati a film campani di successo in un ambiente ricco di scenografie tematiche anche negli arredi, con libri, riviste, musica da film in sottofondo e pellicole famose in videoproiezione.
- Servizi igienici adeguati alla dimensione della struttura, a norma e divisi per personale e utenti

È evidente che per ciascuna delle aree/funzioni individuate sarà necessario disporre di adeguati spazi per lo svolgimento delle attività indicate.

Pertanto, **in considerazione delle funzioni** a cui è deputata **e del ruolo** di promozione e valorizzazione ipotizzato (che prevede anche un allestimento museale), si immagina che la **location** dovrà essere individuata in una sede (possibilmente già disponibile ed utilizzabile) **nell’area del Centro Storico di Napoli**, avente una **dimensione compresa tra i 4.000 ed i 5.000 mq.**

Naturalmente il dimensionamento effettivo dipenderà dall’esito della successiva fase di progettazione esecutiva e sarà influenzata dalle scelte definitive in merito alle funzioni da svolgere ed alle risorse concretamente destinabili all’iniziativa.

Un discorso a parte merita il **fabbisogno di risorse professionali per l’avvio ed il funzionamento della MRC**. Anche in questo caso, considerata la fase assolutamente preliminare di analisi, è possibile fare delle **prime ipotesi**, ma non definire in maniera esaustiva il numero di risorse umane funzionali alla conduzione delle attività, cosa che potrà essere fatta solo nella fase di progettazione esecutiva. È comunque possibile delineare un **fabbisogno di massima**, sia in termini quantitativi che in riferimento alle professionalità da integrare nella struttura organizzativa.

Nell’ipotesi delineata - che, come accennato, prevede anche lo svolgimento di funzioni di natura museale, ludica e ricreativa, il numero complessivo **di addetti** da impegnare per il corretto funzionamento della MRC è stimabile in **circa 30-35**. Di questi, circa il **50%** (quelli impegnati nelle attività rivolte al pubblico ed alla fruizione museale) operante **in regime di tempo parziale**, al fine di poter garantire, con opportune turnazioni, tempi e giorni di apertura in linea con il più ampio sistema dei beni culturali della città.

La stima non considera l’ipotesi del “Cineristorante” che richiede una stima ad hoc, in funzione dell’eventuale dimensionamento della struttura.

I **profili professionali** necessari - oltre a quelli di natura gestionale ed amministrativa e fermo restando un necessario successivo approfondimento in merito - potranno essere almeno i seguenti:

- Operatore di mediateca;
- Tecnico ICT per programmazione e assistenza av;
- Editor multimediale / Grafico / Sviluppatore in ar/vr;
- Esperto conversione e digitalizzazione av e cinefotografica;
- Social Media Strategist e Developer;
- Redattori web-seo sem, campagne web;
- Pubblicista;
- Operatore museale (accompagnamento, accoglienza, bookshop, ecc.).

A queste potranno aggiungersi altre figure professionali, in ragione di specifiche esigenze o servizi, quali hostess, guide, formatori/educatori.

Va sottolineato che **alcune delle attività** previste (e quindi delle risorse umane necessarie al loro svolgimento) **potrebbero essere affidate soggetti terzi qualificati**, individuati con idonee procedure di evidenza pubblica, “alleggerendo” in tal modo la struttura organizzativa propriamente riferibile alla MRC.

Processo di attuazione

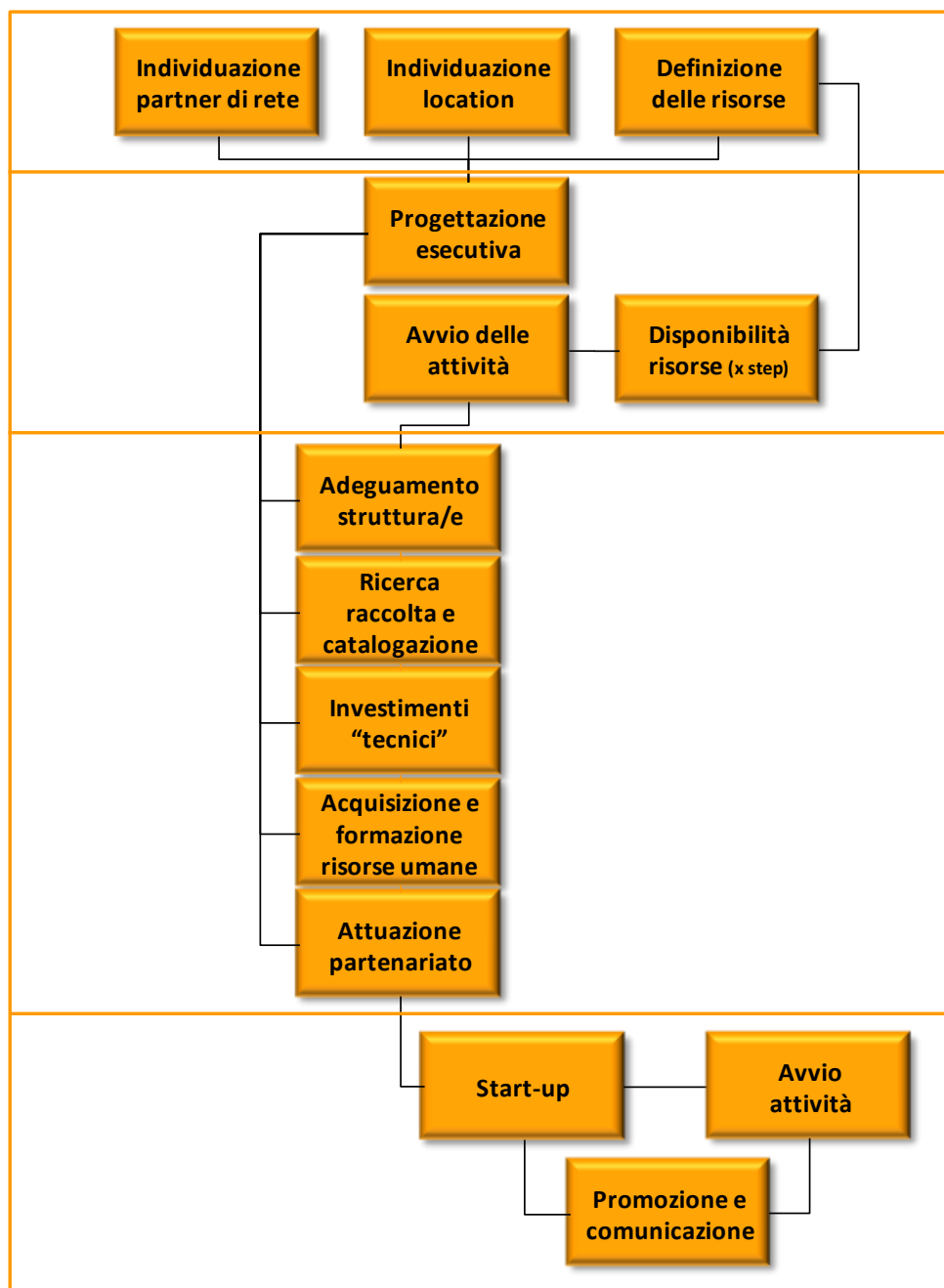
Per la **concreta attuazione** dell’iniziativa è possibile distinguere **4 fasi**:

- **Propedeutica** Questa fase del processo è quella in cui si andranno a delineare in maniera più puntuale le caratteristiche della MRC attraverso l’individuazione della possibile location, l’identificazione e la quantificazione delle risorse necessarie alla realizzazione degli investimenti ed allo start-up, l’identificazione dei partner della rete delle antenne mediatecali della regione.
- **Esecutiva** Alla fase propedeutica si affianca quella esecutiva, con la quale si interseca costantemente, in un’ottica di reiterazione circolare, in ragione del fatto che le scelte di natura progettuale esecutiva non potranno che derivare da alcune delle scelte e delle opzioni di natura propedeutica

In questa fase si procederà, pertanto alla stesura, del progetto esecutivo della MRC, riferito puntualmente agli investimenti da realizzare, alle fasi di lavoro necessarie all’implementazione, alla definizione delle modalità e delle procedure per l’attivazione dei rapporti di fornitura di beni e servizi, alla concreta definizione dei fabbisogni in termini di risorse umane, alla definizione del budget previsionale operativo, alle diverse opzioni di gestione dei servizi stessi, alle problematiche di carattere legale in relazione all’utilizzo/sfruttamento delle opere e dell’accesso alle stesse, ecc..

Terminata la progettazione esecutiva e rese disponibili le risorse (attraverso la concreta realizzazione dei processi di attivazione delle stesse), sarà possibile passare alla fase di implementazione
- **Di implementazione** Questa fase è deputata alla materiale conduzione delle attività necessarie alla realizzazione ed all’impianto della MRC, tra cui: l’adeguamento/ristrutturazione della location prescelta, la realizzazione degli investimenti materiali ed immateriali, la conduzione della necessaria attività di ricerca, acquisizione e catalogazione dei materiali, la selezione e la formazione delle risorse umane, la concreta definizione del rete di partenariato
- **Di Avvio** Rappresenta il vero e proprio kick-off della MRC e dovrà essere preceduta ed accompagnata da una adeguata campagna di promozione e comunicazione e di eventi per presentare la MRC

Di seguito una **sintesi del processo** descritto, nelle sue quattro fasi



Investimenti e costi (stime)

È evidente che in questa fase preliminare **risulta complesso definire in maniera puntuale gli investimenti necessari** alla realizzazione ed all'avvio della MRC, nonché **i costi** da sostenere per il suo funzionamento. Tuttavia, **partendo dalle ipotesi effettuate** in relazione alle funzioni della MRC, alle attività individuate, ai possibili investimenti per l'attuazione del modello di MRC descritto ed agli obiettivi posti alla base delle suddette scelte, **è possibile azzardare delle stime** di massima.

In primo luogo è **necessario distinguere tra costi di investimento** (ossia quelli strettamente riconducibili all’acquisizione di beni e servizi per l’impianto della MRC) e **costi di “supporto”** (cioè quelli da sostenere al fine di garantire l’efficacia del processo di implementazione e start-up).

Non si fa riferimento, in questa fase, **ai costi di funzionamento della MRC, rimandando** tali stime **alla fase di progettazione esecutiva**, nella quale saranno già stati definiti alcuni punti chiave in relazione alle caratteristiche della MRC. In ogni caso, andranno considerati come tali, quelli connessi ai consumi della struttura, alla manutenzione ordinaria, ai materiali di consumo, a quelli promozionali e divulgativi e, ovviamente al personale, in relazione al quale, come si è già accennato, saranno da valutare opzioni alternative che discendono dal modello gestionale che si sceglierà di adottare e dal grado di articolazione dei servizi della MRC.

Nella successiva tabella si riportano le **stime effettuate** in relazione alle principali voci di costo (di investimento e di “supporto”).

	Macro voci di spesa	Importo
Costi di investimento	Adeguamento/ristrutturazione location, inclusa impiantistica generale (5.000 mq. @ € 700/mq.)	3.500.000
	Attrezzature ed arredi (Sala multimediale e proiezioni, Area Infodesk, Bookshop, Spazi comuni e ristoro)	400.000
	Investimenti tecnologici (Laboratorio Archiviazione e conversione digitale, Laboratorio di Editoria multimediale, Teche multimediali) inclusi sw e impiantistica specifica	300.000
	Allestimento museale (ideazione e realizzazione)	600.000
Costi di supporto	Realizzazione attività di ricerca, acquisizione e catalogazione (inclusi eventuali costi di acquisizione da terzi)	250.000
	Formazione delle risorse umane	50.000
	Campagna di promozione e comunicazione (inclusi eventi)	250.000
	Totale stime	5.350.000

Possibili fonti di copertura

Per quanto riguarda le **fonti di copertura**, è **indispensabile una suddivisione tra quelle deputate alla copertura dei costi di impianto** (così come definiti nella precedente tabella) e **quelle dirette alla copertura dei costi correnti di gestione**, il cui corretto dimensionamento è influenzato, come accennato, dalle scelte relative al modello della MRC - per funzioni e criteri gestionali - e dalla capacità della MRC di assumere un ruolo attivo nel mercato dei servizi del comparto di appartenenza.

È inoltre necessario effettuare una **ulteriore suddivisione delle fonti** tra “**possibili**”, “**di mercato**” ed “**occasional**”. Le prime sono quelle riconducibili a fondi di natura pubblica attivabili a sostegno dei costi di impianto e di funzionamento; le seconde sono quelle ottenibili dallo svolgimento delle funzioni “commerciali” della MRC; le terze, ed ultime, sono invece quelle derivanti dalla partecipazione ad eventuali specifici bandi di natura pubblica.

Per quanto riguarda le **fonti “possibili”**, si è proceduto ad una disamina di quelle attive nell’ambito della Programmazione Operativa 2014-2020 della Regione Campania, identificando in primo luogo le seguenti **Azioni nell’ambito del P.O. FESR**:

- Azione 6.7.1 - Interventi per la tutela, la valorizzazione e la messa in rete del patrimonio culturale, materiale e immateriale, nelle aree di attrazione di rilevanza strategica . . .
- Azione 6.7.2 - Sostegno alla diffusione della conoscenza e alla fruizione del patrimonio culturale, materiale e immateriale, attraverso la creazione di servizi e/o sistemi innovativi . . .
- Azione 6.8.3 - Sostegno alla fruizione integrata delle risorse culturali e naturali e alla promozione delle destinazioni turistiche

A queste potrebbero utilmente affiancarsi sia Azioni riconducibili all’Asse 1 - Ricerca e Innovazione (anche in ragione della piena inclusione della MRC nel dominio tecnologico “Beni Culturali” ritenuto prioritario nell’ambito della RIS3 Campania) che, per quanto riguarda la formazione delle risorse umane, fondi afferenti agli ASSI 1 e/o 3 del P.O. FSE.

Considerata la titolarità regionale delle fonti indicate, è evidente che **qualsiasi ipotesi** sul loro dimensionamento, possibile impiego e modalità procedurali necessarie, **non potrà che essere oggetto di confronto con la Regione Campania** stessa, non escludendo la **possibilità di attivare un intervento “pluriazione”**, volto a rispondere ai diversi fabbisogni di impianto della MRC.

In riferimento ai costi di funzionamento, inoltre, sempre a fronte di un confronto con la Regione Campania, non è escludibile la possibilità di identificare fonti di copertura corrente, nella forma del “contributo annuale”.

Per quanto riguarda le “**fonti di mercato**”, ferma restando la difficoltà di una stima in assenza delle scelte chiave sulla MRC, possono essere ricondotte alle seguenti: Bigliettazione museale, Servizi di consultazione e prestito (professionali) anche sotto forma di abbonamento, Servizi didattici (in particolare per le scuole), Formazione specialistica per operatori del comparto audiovisivo, Servizi di conversione digitale, Servizi di editing e realizzazione di prodotti audiovisivi, Proventi da eventi promozionali o mostre, Proventi dalle attività di ristoro, Proventi dalle attività del bookshop, Canoni dei soggetti affidatari di aree/attività, ecc..

Per quanto riguarda, infine, le **fonti “occasional**”- si pensi, ad esempio, a bandi della DG Cultura della UE o ad azioni di sostegno del MIBACT - la loro natura impone, in questa fase di non prenderle in considerazione come fonte stabile di copertura, ma solo come possibile opportunità, il cui concreto sfruttamento dipenderà anche, e soprattutto, dalle capacità della MRC di acquisirle.

Partendo dal presupposto che, al di là dell’investimento di impianto, **la ricerca dell’equilibrio economico della MRC è un imperativo imprescindibile, si ritiene**, già in questa fase preliminare **che il modello ipotizzato** possa rappresentare ed includere quell’ampio *range* di servizi ed attività che, alla luce delle numerose ed articolate possibili fonti “di mercato” **sia in grado di garantire il funzionamento e quindi la sostenibilità dell’iniziativa**.