

Le eccellenze della nostra storia materiale e immateriale meritano eccellenze. Dalla Gioconda al David, dalla Bohème ai Promessi Sposi, dai prodotti di Gucci alle ceramiche di Montelupo, dai vetri veneziani alle terrecotte senesi, è evidente la capacità tutta italiana di “saper fare”: una ricchezza complessiva di cultura e di bellezza diffusa che si traduce in un indiscusso vantaggio competitivo ben dimostrato dai trend di mercato e che oggi, grazie all'utilizzo di nuovi supporti tecnologici, può ripetersi e rinnovarsi senza stravolgere l'identità e l'autenticità del prodotto finito. Ma non solo... il recente boom di vendite del British Museum per la mostra Life and Death: Pompeii and Herculaneum che ha “sbancato” con merchandising d'ogni tipo griffato «Pompei», ha riaperto il dibattito sui bookshop anche in Italia. Il workshop affronta, dunque, il rapporto musei/artigianato/tecnologie, puntando sulla necessità di progetti e produzioni Made in Italy, con l'obiettivo di proporre un differente modello di bookshop ove il merchandising possa costituirsi come veicolo di divulgazione della nostra – desiderata (!) – identità culturale.

Aprire

Gabriella Biagi Ravenni, Direttore Fondazione Giacomo Puccini e Casa Museo Puccini

Coordina

Elena Pianea, Dirigente Servizio Musei Regione Toscana

Intervento Introduttivo

Artigianato e beni culturali: testimonianza o opportunità di business?

Stefano Micelli, Economista e Autore di “Futuro Artigiano”*

La qualità tra artigianato e industria

Cesare Verona, Presidente e AD di Aurora Srl

MAKERS, IL SAPER FARE ITALIANO

Cortometraggio di Ena Granulo, partecipa Ena Granulo

Intervengono

Ketty Corona, Presidente Sardegna Ricerche

Laura De Benedetto, Co-Fondatrice MakeTank – www.maketank.it

Alessandro Isaia, Responsabile Comunicazione Torino Musei

Stefano Monti, Professore di CSR e rendicontazione sociale, Università degli Studi di Roma “Tor Vergata”

Gianna Scatizzi, Presidente Artex – Firenze

Conclusioni