

**MODERATORE:** La parola a Sebastiano Deva, prego.

**SEBASTIANO DEVA:** Giffoni aleggia, in realtà anche noi quest'anno abbiamo cominciato a contribuire al cambiamento di cui parlava Gubitosi, realizzando la prima piattaforma di realtà virtuale per la fruizione di film lì, nel Festival, che è stato un successo per i ragazzi, non inaspettato, però di prospettiva.

Sui beni culturali sarò molto breve, solo per dare un messaggio anche molto più concreto di quello di cui si parlava questa mattina nell'ambito della fruizione.

Abbiamo cominciato nel 2013, attraverso un'esperienza a Napoli, abbiamo fondato una start-up che si occupava, nel 2013, che sembra un'epoca preistorica, di realtà aumentata e realtà virtuale e dal 2013 siamo arrivati ad oggi, nel più importante sito archeologico del mondo a presentare delle soluzioni di realtà aumentata e realtà virtuale che sono una pratica, in Italia, considerata al top perché in questi anni è cambiato, a parte l'approccio ai beni culturali, è cambiato il pubblico. Oggi abbiamo parlato tutti quanti di digitalizzazione della proposta che la Pubblica Amministrazione o gli attrattori fanno, ma il punto è: dov'è il pubblico e, soprattutto, dov'è il pubblico?

Nel percorso di crescita che abbiamo fatto, oggi abbiamo cantieri digitali in circa sette o otto grandi Musei italiani, abbiamo pensato soprattutto dal punto di vista della fruizione, quindi le tecnologie sono diventate semplicemente un servizio per aumentare una conoscenza, ma soprattutto per migliorare l'appartenenza al messaggio, che è un'opera d'arte in un Museo trasmette.

Spesso, quando vado a fare seminari nelle Scuole, per far capire ai ragazzi di cosa si parla uso questa metafora: lo spazio che c'è tra noi è un'opera d'arte. Quando guardiamo il quadro, tra noi e il quadro, quello spazio, è uno spazio abitabile e in quello spazio si trasmette sia conoscenza, ma soprattutto emozione. Infatti il nostro payoff, fin dall'inizio è stato emotion on experience proprio perché la differenza nelle tecnologie, che per quanto possono essere volute oggi adottiamo tecnologie molto evolute, in fondo, se non c'è uno storytelling che va ad attaccare il piano emozionale, come fa la cinematografia, è molto difficile far transitare delle conoscenze.

Oggi siamo una PMI che nell'ambito dei beni culturali, in Italia, e anche nell'ambito della piattaforma della realtà virtuale, ha raggiunto degli obiettivi e su questi invito tutti gli operatori del settore a pensare in un'altra dimensione, cioè quello per cui è anche vero che la proposta di tecnologie può essere un fattore dirimente delle azioni, quanto invece sia molto più importante la prospettiva dal punto di vista della fruizione, quindi conoscere lo Statuto, magari proprio anche l'ontologia dell'esperienza dentro un parco tematico, dentro un'area archeologica, dentro un museo. Cosa significa fare davanti Raffaello.

Cito soltanto un altro caso, proprio perché in questi giorni verrà lanciato, abbiamo lavorato al Palazzo Ducale di Urbino, con uno dei nuovi direttori del nuovo corso, abbiamo realizzato un progetto dedicato a Raffaello, nella mentalità di open innovation, di cui parlava anche Gubitosi prima, ma anche Mario, mettendo insieme diversi attori di questo mondo. Abbiamo generato una piattaforma attraverso la quale, utilizzando Minecraft abbiamo fatto sì che circa 200 Scuole italiane e migliaia di ragazze si sono potuti avvicinare ai contenuti di Raffaello, quindi alla sua storia artistica, in un modo che sarebbe stato molto più difficile per una classe di quarta elementare, nella Provincia di Sulmona. È stato un grande successo e questo ha dimostrato che attraverso le tecnologie, ma non soltanto attraverso le tecnologie, nel pensare il fruitore, nel pensare lo spettatore, gli strumenti possono cambiare, ma secondo me gli obiettivi si raggiungono.