

Oliviero Ponte di Pino

**Promozione  
della lettura e della cultura**

# www.18app.it



## Sei del '98?

Per te 500 €  
da spendere in buoni  
per cinema, concerti,  
eventi culturali, libri,  
musei, monumenti e  
parchi, teatro e danza.

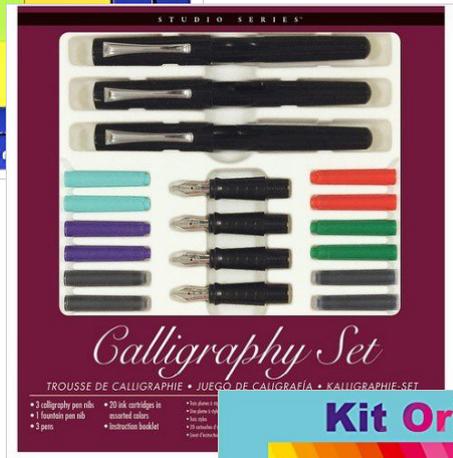
# www.18app.it



“I 18enni sono un simbolo. Vorrei che andassero a teatro. Diamo un messaggio educativo come Stato, quello che le mostre sono un valore bello. Diciamo ai ragazzi che sono cittadini e non solo consumatori”.  
(Matteo Renzi, 1° dicembre 2015)

**Il Bonus Cultura per i 571.000 italiani che nel 2016 hanno compiuto 18 anni: un sostegno alla domanda e non all'offerta.**

[www.18app.it](http://www.18app.it)



**Che comperi?**

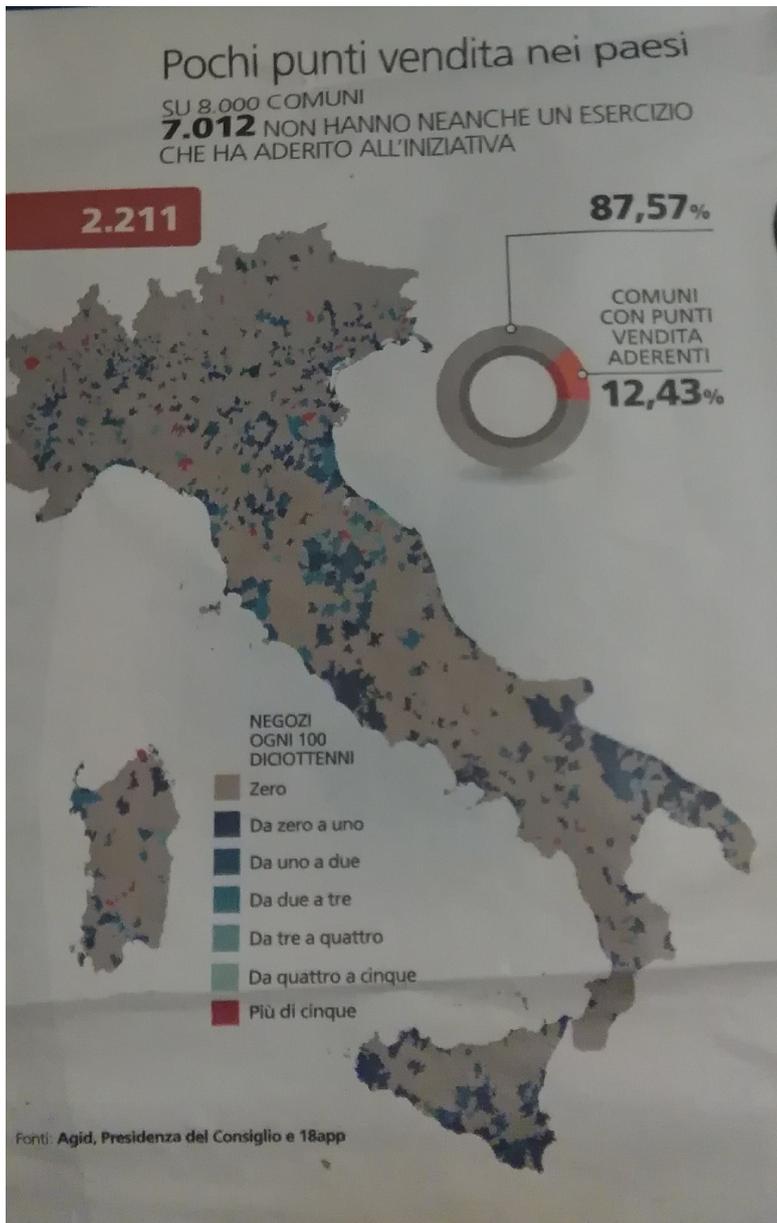
Eudoku!

Calligraphy Set!!

Origami arcobaleno!!!

Come orientare i consumi culturali dei giovani? Attraverso quali canali? Con quale linguaggio?

# www.18app.it



## Gli iscritti

1° gennaio 2016: **572.437** diciassettenni  
(Fonte Istat).

17 gennaio 2017: **286.095** diciottenni con  
lo SPID (Fonte "La Stampa"- l'Agid).

17 gennaio 2017: **230.000** iscritti a 18App  
(fonte: "La Stampa-Presidenza del  
Consiglio).

## Lo stanziamento e la spesa

Stanziati dal governo:

290 milioni di euro.

Spesa al 15 gennaio 2017: 18,5 milioni di  
euro (6,8%)

200.000 coupon per negozi fisici pari a 6 milioni di  
euro.

350.000 coupon per rivenditori online pari 12,5  
milioni di euro.



# Internet e Impresa, ma l'Inglese?

“Il meccanismo è semplicissimo tu scegli i titoli su Amazon, dividi per due il prezzo, mi fai la ricarica Postepay e, arrivato l'accredito, ti faccio l'ordine: tempo due o tre giorni, e il libro è a casa”. A corredo della proposta, gli screenshot degli ordini già fatti per altri utenti. **“A te conviene, perché compri a metà prezzo e io ci guadagno, visto che non leggo”**. (Nicola, 18 anni, Bari)

# Facebook Generation

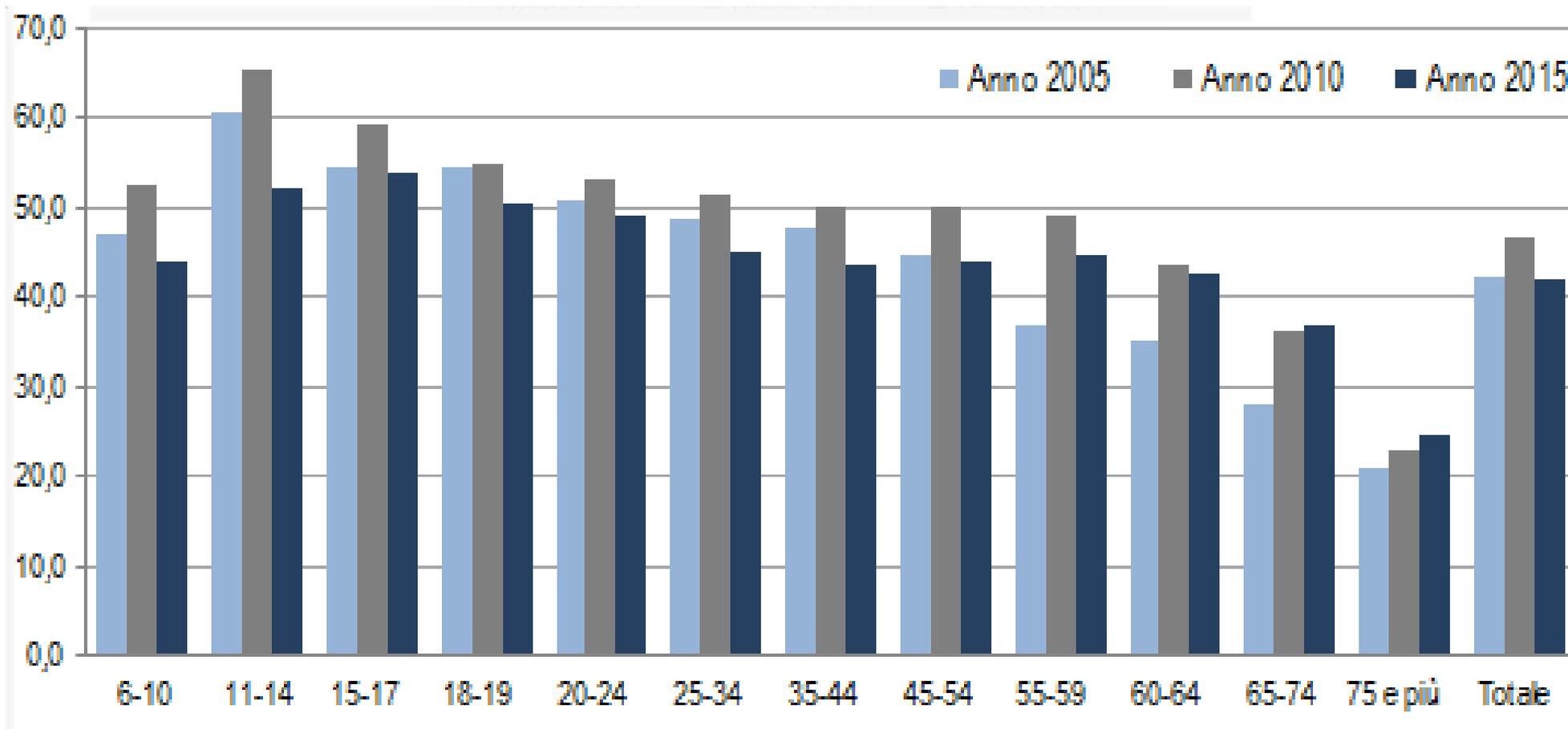
## I consumi culturali dei giovani



**Gabriele Qualizza,**  
***Facebook Generation:***  
**una indagine sui giovani**  
**italiani tra i 18 e i 25 anni.**

“Se si eccettua il cinema, appare carente la partecipazione ad attività di carattere culturale: risulta che l’82,8% non ha mai assistito a uno spettacolo teatrale, il 91,4% ad un concerto di musica classica, il 73,6% a un concerto di musica leggera o rock. Inoltre il 76,3 non ha visitato neppure una mostra, e il 74,5% non ha avuto occasione di partecipare nemmeno a un convegno.”

# I lettori per fasce d'età in Italia



# Il gatto miagola perché ha sete!



**“Il gatto miagola perché vorrebbe il latte.”**  
**solo un terzo degli italiani, se legge questa frase, la capisce.**

La bassa partecipazione degli italiani a eventi e consumi culturali, che ci pone ai gradini più bassi nelle classifiche europee, è un dato storico.

Ma, come nota Tullio De Mauro, “a un paleo-analfabetismo, eredità del passato, si è cumulato un neo-analfabetismo fisiologico nei paesi industriali e di alto livello consumistico”.

# I consumi culturali degli italiani (adulti)

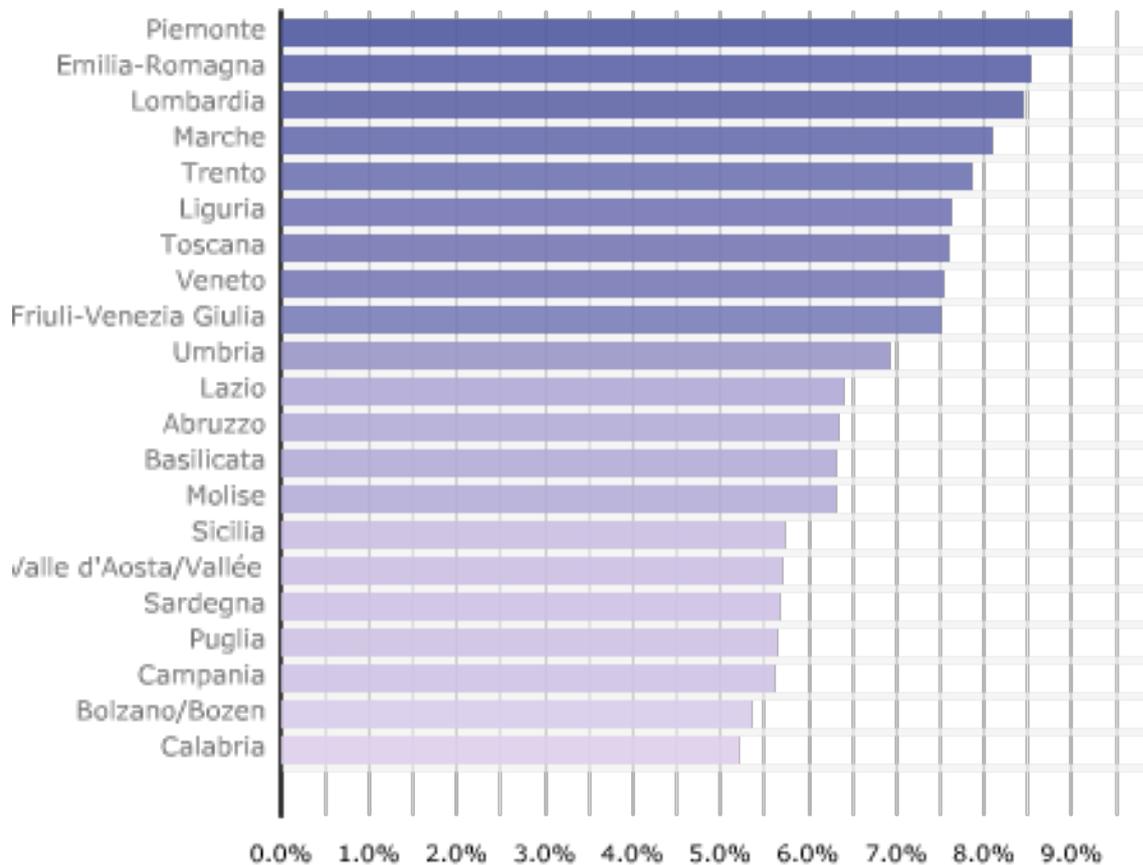


# il 44% degli italiani non ha letto nemmeno un libro nell'ultimo anno,  
# il 70% non ha visitato né un museo né una galleria,  
# il 53% è stato al cinema almeno una volta,  
# il 41% ha visitato siti di interesse archeologico o chiese,  
# il 30% è stato ad un museo,  
# il 26% ad un concerto,  
# il 24% in biblioteca o a teatro,  
# il 17% ha visto un'opera o un balletto,  
# il 14% si informa o legge su internet

# Consumi e informazione culturale in Italia

Spesa delle famiglie per ricreazione e cultura

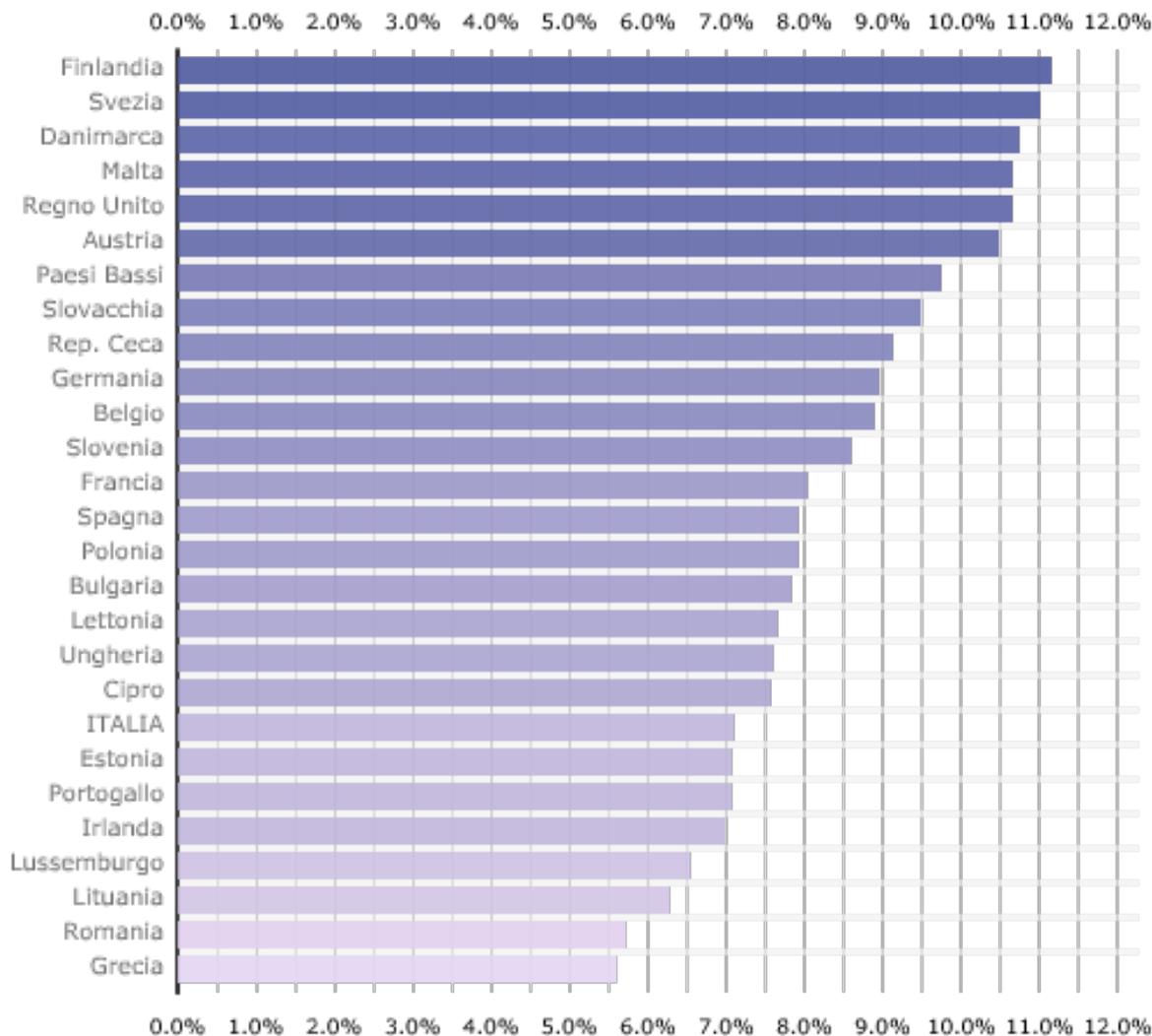
0.0% 1.0% 2.0% 3.0% 4.0% 5.0% 6.0% 7.0% 8.0% 9.0%



Tra coloro che utilizzano Internet per motivi culturali, il 48% degli italiani usa il web per leggere i giornali (rispetto al 53% degli europei), il 38% per cercare un evento culturale (44%), il 31% per ascoltare radio o musica (42%), il 18% per scaricare programmi o film (22%), l'11% per acquistare libri, dischi o biglietti (27%). Gli unici settori nei quali l'uso italiano di Internet in campo culturale è superiore alla media europea sono le reti sociali (14%), e la lettura di blog culturali (24%) e i giochi online (29%).

# I consumi culturali degli italiani (adulti)

Spesa delle famiglie per ricreazione e cultura [a]



**Solo il 6% degli italiani suona uno strumento musicale e appena il 4% pratica il canto con continuità, Il 2%, contro il 5% in Europa, dichiara di aver scritto un romanzo, una poesia, un saggio o altro.**  
**Eurobarometer (2013)**

# Capitale cognitivo, educazione permanente

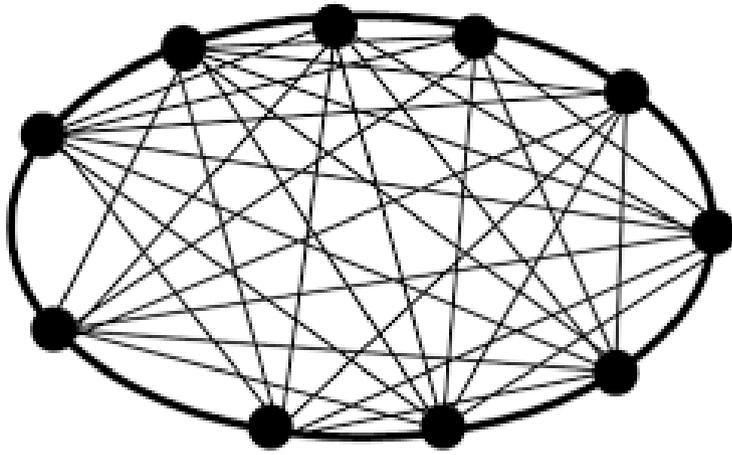


L'Italia è il secondo paese europeo per visite culturali, ma solo il 2,6% della popolazione è impiegata in questo ambito, e di questo 2,6% poco più del 40% ha un titolo di scuola superiore o di laurea inerente al proprio ambito di lavoro. Penultimi in classifica solo prima di Malta.

Bernard Paulré: il “capitale cognitivo”, ovvero il sapere sociale diffuso e la capacità di innovare, sono cruciali per competere nel mercato globale. Le parole chiave: innovazione, brand e flessibilità. La varietà e novità dei consumi culturali accrescono il capitale cognitivo di una comunità e dunque produttività e PIL.

**“Con la cultura si mangia”, a differenza di quanto detto nel 2010 dal Ministro Tremonti.**

# Disintermediazione



L'anello

**Tutti possono parlare con tutti:  
bastano pochi secondi per  
caricare una pagina web che  
diventa immediatamente visibile  
a miliardi di persone.**

Le aziende, compresi musei e case editrici, teatri e festival, possono comunicare direttamente con i consumatori, magari vendendo direttamente il prodotto.

Senza passare per distributori, concessionari e dettaglianti.

Senza utilizzare le tradizionali forme di pubblicità su giornali, radio e televisione. Senza ricorrere a vendite porta a porta, né a manifesti e cartelloni...

Senza il filtro della mediazione critica.

# La dittatura del dilettante



Dietro alle apparenze di una disintermediazione capace di democratizzare i processi conoscitivi e produttivi nasconde un'ideologia, quella del web 2.0, che in realtà propone una forma di appiattimento del mondo e di svaporamento dei valori che tengono insieme i processi educativi, conoscitivi e produttivi.

**Secondo l'imprenditore americano Andrew Keen in Rete il parere del dilettante "si impone su quello dell'esperto".**



# Democrazia 2.0



**I corpi intermedi – a cominciare dai partiti politici e dai sindacati, ma anche gli editori e i giornalisti – vengono considerati inutili (o peggio). L'opinione pubblica si riduce a un continuo plebiscito.**

Oggi internet rende teoricamente possibile una democrazia diretta dove tutti si esprimono su tutto. Il suo prototipo sono i motori di ricerca: i miliardi di clic sui link estratti o ordinati dall'algoritmo di Google sono l'equivalente di altrettanti voti su tutti gli argomenti possibili.

La verità si riduce alla statistica: se miliardi di persone vanno a vedere una pagina o un video dopo esservi stati indirizzati da Google o da Facebook, quella diventa la verità.

# Rifeudalizzazione

## The Internet Big Five

Draft 1

Company	Market Cap 12/6/11	Total Cash <sup>a</sup>	Unique Users <sup>b</sup>	Engagement/ Data <sup>c</sup>	OS Exp.
Apple	\$363.35B	\$81.57B	151.3M	6	8
Microsoft	\$215.86B	\$57.4B	880M	5	9
Google	\$202.11B	\$34.97B	1,000M	6	4
Amazon	\$87.31B	\$4.33B	139.5M	4	3
Facebook	\$76.58B	NA	800M	9	3

Source: Battellemedia.com

<sup>a</sup>Shares/Post estimate, 12/6/11

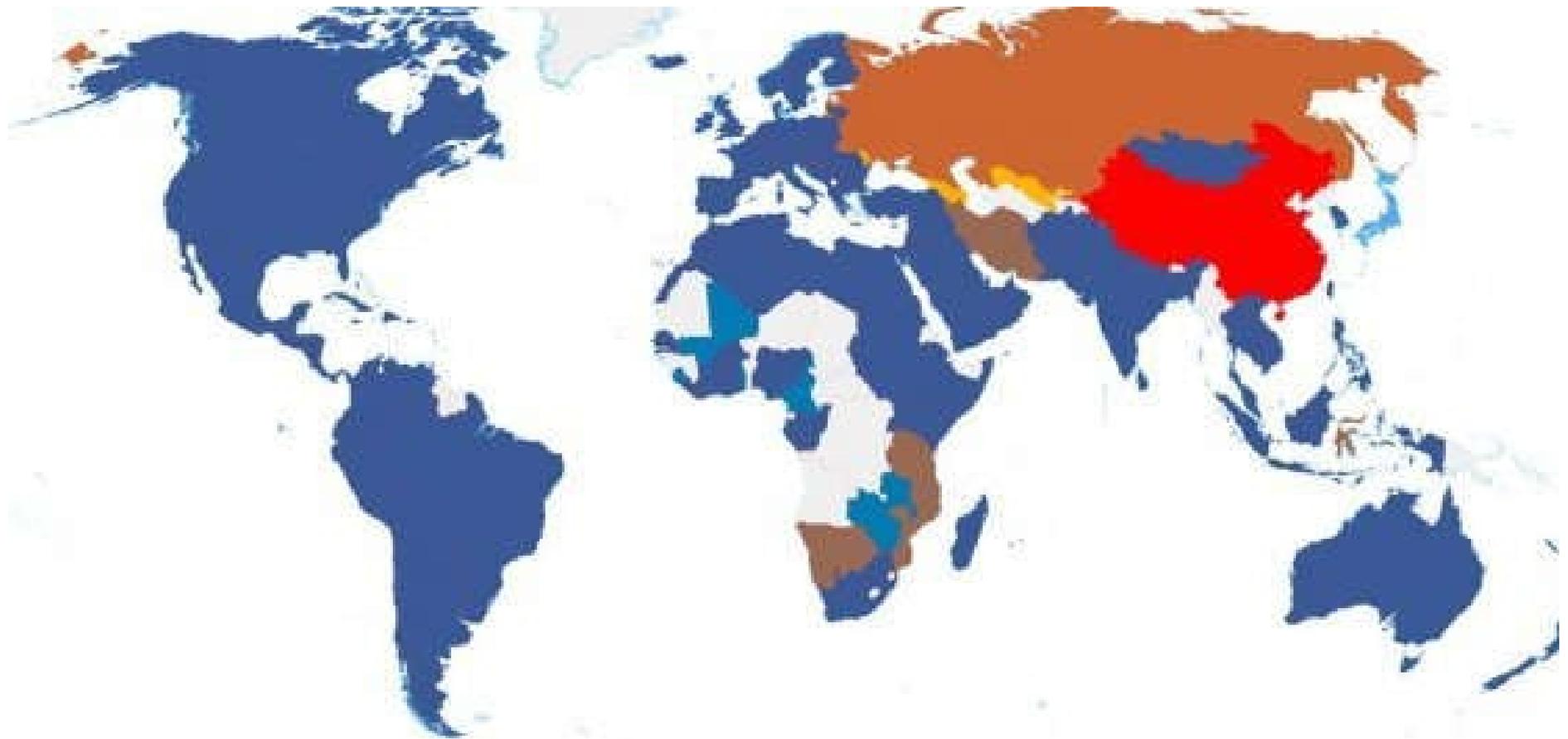
<sup>b</sup>Sum of "cash and cash equivalents" and "investments" or "securities" from company 10-Q, most recent quarter

<sup>c</sup>Data from 2011 Web 2 Summit "The Data Frame" map, compiled from various industry sources. <http://map.web2summit.com/>

**Pochissimi grandi operatori si spartiscono il mercato globale, con centinaia di milioni di utenti in tutto il pianeta.**

Facebook ha 1,65 miliardi di utenti nel mondo, di cui 28 milioni italiani e una penetrazione altissima penetrazione tra i giovani. Il suo sistema di messaggistica, Messenger, conta più di un miliardo di utenti unici al mese. Ogni minuto google riceve 2 milioni di richieste, facebook carica 41.000 post e 1,8 milioni di like (mi piace), nascono 571 nuovi siti e 70 nuovi domini, su youtube vengono caricate 72 ore di video, su twitter si cinguetta 278.000 volte. Nel frattempo Amazon vende 83 dollari di merce. L'80 per cento di questi utenti accede ai servizi tramite IOS Android e mobile.

# I social network nel mondo



Facebook

QZone

V Kontakte

Odnoklassniki

Twitter

LinkedIn

Instagram

# Overload informativo



**La quantità di stimoli della rete rende impossibile la concentrazione e produce una forma mentale meno adatta a ragionamenti in profondità.**

Siamo passati da un'era della scarsità a un'era dell'abbondanza. Il rischio è l'overload informativo, ovvero l'eccesso di informazione causato dalle continue sollecitazioni dei media: oltre il 70% degli italiani pensa che la quantità di notizie oggi a disposizione sia eccessiva, che cioè produca “rumore” e non consenta di selezionare adeguatamente i contenuti.

**Internet ci rende stupidi?**

# Presente continuo

Siamo sempre connessi con chiunque, i social network, le email e la messaggistica istantanea ci impongono una vita in streaming senza direzione e priorità, frammentata e distratta, dove il presente continua a sfuggirci di mano e porta al collasso della narrazione lineare.

Ogni nuova informazione azzerava le precedenti, fino al momento in cui non verrà scalzata dalla successiva.



Il flusso incessante di informazioni ci immerge in un “presente continuo” che annulla la dimensione storica, alterando la concezione del tempo (Douglas Ruskoff).

**L'omofilia è la tendenza a cercare legami con persone che condividono i nostri interessi e gusti.**

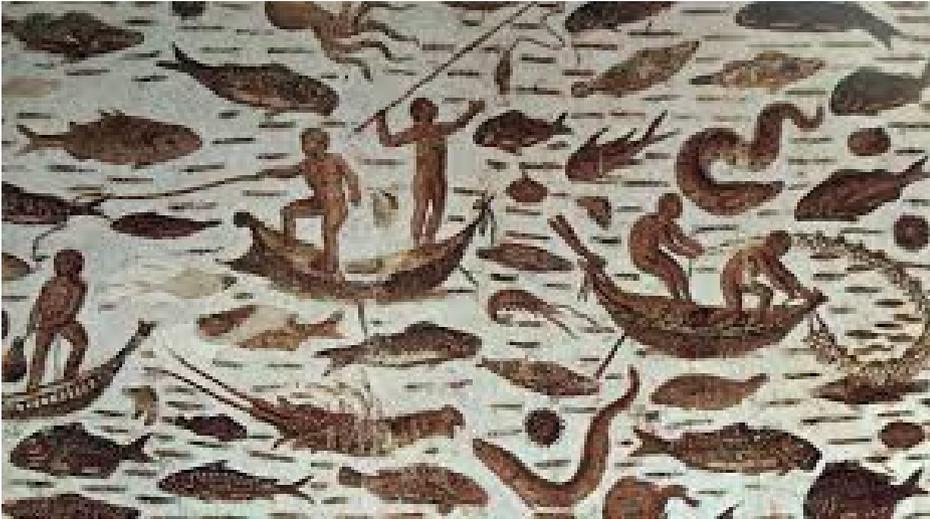
# Omofilia



Tendiamo a seguire le persone che condividono il nostro stesso punto di vista o con cui abbiamo interessi comuni: il 37% degli italiani afferma di seguire argomenti di loro specifico interesse mentre il 28% conta sul fatto che persone vicine segnalino notizie che dovrebbero conoscere.

Cerchiamo anche di entrare in contatto con posizioni differenti , per avere una visione e un confronto più ampio: il 29% delle persone ricerca informazioni che hanno un punto di vista diverso dal proprio.

# Il mosaico informativo



La ricerca *I gusti culturali degli italiani: età diverse, scelte diverse* ha evidenziato l'uso generalizzato di una molteplicità di canali informativi.

Si attinge a pagine o inserti culturali, fonti a cui si rivolgono rispettivamente il 45% e il 40% degli intervistati.

Ma ci si informa anche in “luoghi che non nascono per essere propriamente culturali, ma sono pensati, in parte, come spazi di informazione, quali notiziari tv nazionali (76%) e canali all news (52%)”.

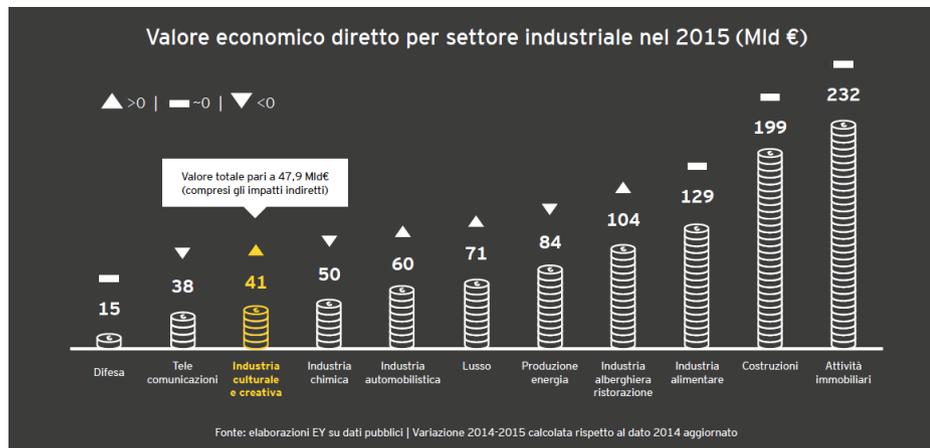
# Industria culturale



Le imprese del sistema produttivo culturale sono 443.458, il 7,3% del totale. A loro si deve il 5,4% della ricchezza prodotta in Italia (74,9 mld €), che arrivano a 80 circa se includiamo istituzioni pubbliche e non profit.

La cultura ha un effetto moltiplicatore: per ogni euro prodotto dalla cultura, se ne attivano 1,67 in altri settori.

Le imprese del sistema produttivo culturale danno lavoro a 1,4 milioni di persone, il 5,8% del totale degli occupati in Italia.



# Assistenti digitali



**Jonathan Forster dirige una squadra di 22 drammaturghi, romanzieri, poeti, che hanno l'obiettivo di rendere più credibili le frasi di Cortana, l'assistente digitale di Google.**

“Cortana non è un'adolescente chiacchierona, è una assistente professionista. Chiacchierare ci sembra una attività semplicissima, perché lo facciamo tutti i giorni, ma per scrivere dialoghi che abbiano una logica senza risultare meccanici, ci vogliono nuove competenze, che stanno nascendo solo oggi.”

(Jonathan Forster)