

# Il management della storia: quale prodotto per quale mercato<sup>1</sup>

Antonio Minguzzi  
Sergio Riolo  
Il management della  
storia: quale prodotto per  
quale mercato

Antonio Minguzzi - Sergio Riolo

## Abstract

**Obiettivo del paper:** Il paper intende mostrare come un patrimonio culturale di tipo archivistico possa essere oggetto di una musealizzazione non convenzionale, non fondata quindi sull'esposizione ma sulla trasmissione di conoscenze basata sul meccanismo della narrazione di storie.

**Metodologia:** Il paper analizza il caso dell'Archivio Storico del Banco di Napoli, di proprietà dell'omonima Fondazione di origine bancaria e, in particolare, del suo progetto di museo denominato ilCartastorie.

**Risultati:** Il paper consente di "modellizzare" un approccio trasferibile in altri contesti di patrimonio culturale di tipo cartaceo (essenzialmente, archivi e biblioteche), delineando un framework concettuale e operativo per la creazione di musei storici incentrati sullo storytelling.

**Limiti della ricerca:** Trattandosi della presentazione di un caso di studio, il limite della ricerca è dato proprio dalla specificità dell'oggetto di analisi, cioè un soggetto privato detentore di un patrimonio culturale di rilevanza pubblica; in questa prospettiva, i principi di trasferibilità del modello descritto nel paper si possono ragionevolmente scontrare con i limiti normativi e procedurali del settore pubblico che, in larga misura, detiene il patrimonio culturale di tipo archivistico.

**Implicazioni pratiche:** Dal punto di vista operativo, il paper fornisce le coordinate essenziali per applicare il modello di valorizzazione presentato, adattandolo ad altri contesti.

**Originalità del paper:** L'originalità del paper risiede essenzialmente nella specificità dell'oggetto di analisi, un archivio storico, per il quale in casi rari e in modi totalmente differenti, si procede ad un progetto integrato di valorizzazione e, laddove esso viene attuato, si basa su meccanismi di "esposizione" dei documenti d'archivio e non su processi di narrazione dei contenuti dei documenti stessi.

Parole chiave: fondazioni bancarie, archivi storici, musei, valorizzazione, storytelling

**Purpose of the paper:** This paper aims to demonstrate how a type of cultural heritage such an archival collection can be turned into a non-conventional museum,

---

<sup>1</sup> The paper derives from the work "Il management della storia: quale prodotto per quale mercato?" presented by Prof. Minguzzi at XXVII Sinergie Annual Conference, during the Plenary Session.

Dr. Riolo contributed to the further development of the paper.

Although this work is the result of considerations which are common to both authors, paragraphs 1, 3, 6, 9, 10 and 11 should be attributed to Antonio Minguzzi while paragraphs 2, 4, 5, 7, and 8 should be attributed to Sergio Riolo.

which would not be based upon the exhibition of objects, but on the transmission of knowledge using the mechanism of storytelling.

**Methodology:** The paper analyses the case of the Historical Archives of the Banco di Napoli, which is part of the Foundation of the same name, and in particular on its museum project called *ilCartastorie*.

**Results:** The paper allows a model to be made from this experience, with a transferable approach to cultural heritage contexts involving printed material (essentially archives and libraries), by delineating a conceptual and operative framework for the creation of historical museums which primarily use the technique of storytelling.

**Research limitations:** In light of the fact that this is the presentation of a single case study, the limitation of the research lies in the specificity of the subject matter of the research and its condition as a private holder of cultural heritage which is of interest to the public; from this point of view, the principles of transferability may clash with the regulatory and procedural limits found in the public sector, which holds a large part of the cultural heritage found in archives and libraries.

**Practical implications:** From an operational point of view, this paper provides the essential coordinates to be applied to the promotional model, while adapting them to other contexts.

**Originality of the paper:** Traditional archives very rarely and in completely different ways move towards an integrated project of promotion and, when applied, it is usually based on the mechanism of "exposition" of the archival documents and not on the narrative process of the content of those same documents. The originality of this paper lies essentially in the specificity of the subject matter of the research: an archival collection which uses storytelling for the transmission of knowledge.

*Key words:* bank foundations, historical archives, museums, promotion, storytelling

## 1. La Fondazione Banco di Napoli

La Fondazione Banco di Napoli è una fondazione di origine bancaria, un ente *no profit*, privato e autonomo che persegue fini di interesse sociale e di promozione dello sviluppo economico e culturale prevalentemente nelle regioni meridionali. La sua storia trae origine dai banchi pubblici dei luoghi pii, sorti a Napoli tra il XVI e XVII secolo. Una delle prime opere pie a svolgere attività bancaria fu il Monte di Pietà fondato, nel 1539, con lo scopo filantropico del prestito su pegno senza interessi. Più tardi, il Monte aprì una cassa di depositi, che fu riconosciuta con bando vicereale nel 1584. A seguire, si attivarono, per il riconoscimento a banco pubblico, altri sette istituti: il Sacro Monte e Banco dei Poveri (1563); il Banco Ave Gratia Plena o della Santissima Annunziata (1587); il Banco di Santa Maria del Popolo (1589); il Banco dello Spirito Santo (1590); il Banco di Sant'Eligio (1592); il Banco di San Giacomo e Vittoria (1597); il Banco del Santissimo Salvatore (1640), l'unico a perseguire *ab origine* fini di lucro. Nel 1794, Ferdinando IV di Borbone riunì tutti i pubblici banchi in un Banco Nazionale di Napoli, che non ebbe però vita autonoma (Demarco, 2000; Balletta 2010).

I Banchi, dopo successive soppressioni e fusioni, attuate dal regime napoleonico, confluirono, nel 1809, nel Banco delle Due Sicilie. Con l'Unità

d'Italia, nel 1861, il Banco delle Due Sicilie assunse la denominazione Banco di Napoli ed iniziò ad emettere la moneta del Regno d'Italia per i successivi 65 anni. Nel 1926 assunse la qualifica di Istituto di credito di diritto pubblico e un maggior ruolo nello sviluppo del Mezzogiorno.

Il primo luglio 1991 l'Istituto di credito di Diritto Pubblico fu il primo banco pubblico ad attuare la "Legge Amato", che consentì alle banche pubbliche di trasformarsi in società per azioni (Merusi, 2000; Emmanuele, 2004; Ponzanelli, 2005; Daniele, 2013), trasformandosi in Istituto Banco di Napoli di Diritto Pubblico e conferendo alla società Banco di Napoli S.p. A. il complesso delle attività creditizie. A seguito di alcune modifiche statutarie l'Istituto ha assunto l'attuale denominazione di Fondazione Banco di Napoli (Rispoli Farina, 1993; Capriglione, 2002; Cagnasso, 2011).

La Fondazione mette a disposizione le proprie risorse economiche attraverso l'erogazione di contributi per aiutare enti *no profit* a realizzare iniziative di interesse collettivo e svolge un'attività di intervento volta a influire con la massima efficacia sull'ambiente socio-economico e culturale (Tosolino, 2013; Corrado Oliva, 2014). In particolare privilegia il settore dell'educazione, della ricerca scientifica e delle innovazioni tecnologiche, della promozione dell'arte e della cultura, della conservazione e valorizzazione dei beni culturali (Assini e Barsotti, 2003; Barsotti, 2003; Galgano, 2010; Leardini-Rossi, 2011), nonché del volontariato e della solidarietà (Adamo, 2008; Barbetta, 2013).

## 2. L'Archivio Storico del Banco di Napoli: perché un museo

L'Archivio Storico del Banco di Napoli custodisce al suo interno la plurisecolare documentazione riguardante l'attività degli antichi banchi della città. Si tratta dell'archivio storico bancario più importante al mondo, che può vantare documenti originali rarissimi risalenti alla seconda metà del '500 (Demarco e Nappi, 1987).

Le fedeli di credito, antenate dei moderni assegni bancari o circolari, i grandi Libri Maggiori, puntuali registri dei movimenti effettuati sui diversi conti, e gli elenchi dei clienti dei banchi, disegnano un affresco non solo economico della Napoli antica e offrono un impressionante panorama temporale della città, un'immagine viva ed in costante evoluzione dalla sua travagliata esistenza sotto il Vicereame spagnolo fino alle più recenti vicende della storia contemporanea (De Rosa, 2004).

L'assoluta particolarità di questa sconfinata documentazione economica risiede nella chiarezza e nella completezza di quelle che oggi si chiamerebbero "causali di pagamento". Queste ultime, annotate sulle fedeli di credito, avevano il compito di specificare dettagliatamente il motivo dell'avvenuto pagamento. In questo modo, notizie inedite di opere realizzate da illustri artisti, insoliti aspetti dell'economia quotidiana e centinaia di migliaia di storie personali, celebri o ignote, sono giunti a noi attraverso i secoli.

Cinquecento anni e circa diciassette milioni di nomi si raccontano, per i più diversi scopi, a margine di ogni pagamento, intrecciandosi suggestivamente alle antiche calligrafie degli impiegati addetti alla rendicontazione.

Il patrimonio informativo dell'archivio è una ricchezza storica e culturale unica che consente una valorizzazione profonda degli svariati tesori presenti a Napoli e, grazie alla qualità e alla quantità dei suoi documenti, ne consente una divulgazione originale. È questa considerazione che ha generato il progetto "ilCartastorie museo dell'archivio storico del Banco di Napoli".

### **3. La vision: un museo di storie e narrazioni**

La gestione del museo dell'archivio storico è interpretata come complesso di attività finalizzate non solo a garantire l'accesso alle strutture che conservano i documenti, cioè come mera "apertura" dell'archivio, ma piuttosto come strategia complessiva finalizzata alla conoscenza, alla valorizzazione e alla conservazione dei sistemi documentari. Ciò nella convinzione che proprio da una gestione intesa in questo senso possa scaturire una più diffusa conoscenza dell'archivio stesso e dei suoi importanti contenuti e, conseguentemente, possa ampliarsi numero e tipologia dei suoi destinatari.

Il problema principale al riguardo è probabilmente legato proprio alle difficoltà che si incontrano nel comunicare compiutamente valori e contenuti dell'archivio ad un pubblico più vasto di quello che abitualmente popola il contesto, fortemente specialistico (Valacchi, 2006).

È apparsa evidente la necessità di "aprire" l'archivio in maniera più efficace di quanto non sia avvenuto fin qui, farlo diventare luogo frequentato e condiviso e non ambiente sostanzialmente estraneo (quando non ostile) ai rispettivi contesti di riferimento.

Per fare questo, accanto ai temi consolidati della ricerca e della trascrizione delle carte d'archivio è divenuta prioritaria l'esigenza di elaborare metodologie di gestione e comunicazione capaci di garantire realisticamente un futuro alla memoria documentaria. È stato così necessario acquisire la consapevolezza che svolgere bene i compiti di natura squisitamente tecnica e scientifica (riordino, descrizione, realizzazione di strumenti di accesso) non esaurisce la missione dell'archivio. È necessario anche far conoscere ed apprezzare i frutti di questo lavoro e il contesto cui essi si applicano, dimostrarne l'utilità, senza rinunciare al rigore scientifico ma andando anche al di là di tecnicismi che talvolta risultano controproducenti.

È divenuta pertanto di decisiva importanza la traduzione di questa visione in modelli di comunicazione e in iniziative che avvicinino i cittadini al "loro" archivio. In questo contesto, definire un modello di gestione ha significato quindi costruire un moderno servizio culturale in cui circa 80 chilometri di carte, già ben conservate e inventariate, possano trasformarsi in documentazione in grado di restituire informazioni preziose per narrare le storie che esse contengono e riuscire così a "parlare" anche ad un pubblico di non specialisti (Bodo, 2003).

#### 4. La filiera: dalla tutela alla valorizzazione, passando per la conoscenza

Antonio Minguzzi  
Sergio Riolo  
Il management della  
storia: quale prodotto per  
quale mercato

Se si volesse provare a sintetizzare in uno *slogan* la *vision* del museo, sarebbe sufficiente fare riferimento ad un'enunciazione datata, sui cui esiste unanime accordo fra esperti e operatori del settore ma che, nella pratica, viene comunemente ignorata o resa monca in alcune sue parti (Marini Clarelli, 2005). In termini diversi, si potrebbe affermare che questa enunciazione vuole essere la "filiera" della gestione del patrimonio culturale della Fondazione.

*Tutelare per Conoscere. Conoscere per valorizzare. Valorizzare per tutelare.*

Laddove:

- *tutelare* fa riferimento alle attività di conservazione, archiviazione, riordino etc.;
- *conoscere* fa riferimento alle attività di studio che l'archivio consente agli studiosi interni ed esterni;
- *valorizzare* fa riferimento a tutte le attività di divulgazione attuate dal museo le quali, a propria volta, forniscono un contributo sostanziale a tenere in vita questo ciclo virtuoso legittimando e costruendo una più solida ed ampia reputazione dell'archivio tale anche da attrarre entrate finanziarie di natura pubblica e privata in grado di alimentare il circolo ripartendo dalla tutela.

#### 5. Mission

Sulla base di tutto quanto sinora detto, è stato possibile formalizzare con precisione la mission del museo.

*Il museo dell'ASBN intende dare valore ai contenuti ed alle ricerche realizzate nell'archivio e grazie all'archivio stesso, attraverso un processo - rispettoso dell'identità e delle specificità dell'archivio e degli equilibri economico-finanziari - che diffonda cultura e conoscenze mediante la narrazione di storie. Storie da veicolare attraverso - ed adattare a - tutti i canali di comunicazione nonché forme artistiche ed espressive disponibili, rivolgendosi ai diversi segmenti di pubblico secondo modalità differenziate e creando per essi un'esperienza di meraviglia e stupore non disgiunte da senso e significato.*

L'analisi della *mission* può essere scomposta come segue:

- "ricerche realizzate nell'archivio e grazie all'archivio": implica ricerche fatte da personale dell'archivio o da studiosi che usano l'archivio;
- "rispettoso dell'identità e delle specificità dell'archivio": l'archivio resta dove è, vivo e funzionale anche se in alcune sue sale si allestisce un'esposizione multimediale; si tiene inoltre conto delle sue specificità di archivio di natura storico-economica-bancaria;
- "equilibri economico-finanziari": è un riferimento centrale, quasi mai presente nelle enunciazioni di *mission* di altri musei internazionali e che costituisce in questa sede un'importante caratterizzazione;

- “narrazione di storie”: viene identificato il “genere” principale attraverso il quale comunicare;
- “tutti i canali di comunicazione nonché forme artistiche ed espressive disponibili”: si aprono tutte le possibilità a disposizione di un moderno museo, quali l’allestimento in sede, il sito *web*, i *social network*, i convegni, le visite guidate etc. per quel che riguarda i canali di comunicazione; il teatro, la musica, le letture etc., per quel che riguarda le forme artistiche ed espressive;
- “rivolgendosi ai diversi segmenti di pubblico secondo modalità differenziate”: un approccio di marketing contrario a quello comunemente usato dai musei consistente nel rivolgersi ai tutti i pubblici secondo modalità indifferenziate (fatta eccezione per i bambini);
- “esperienza di meraviglia e stupore non disgiunte da senso e significato”: si descrive qui quale dovrebbe essere il valore per il pubblico che entrerà in contatto con il museo.

## 6. Il vantaggio competitivo sostenibile: lo storytelling

Se ci si riflette con attenzione, chiunque ha sperimentato lo storytelling molto prima di imparare a scrivere.

“C’era una volta, tanto tempo fa...”

L’inizio di una fiaba, di un racconto fantastico, di una storia, appunto. Chi raccontava quella storia faceva un’azione di *storytelling*.

Ultimamente di *storytelling* si parla molto nel settore museale e se ne sottolineano punti di forza e punti di debolezza, ma si tratta in realtà di qualcosa di molto semplice: è raccontare una storia capace di suscitare emozioni, spiegare i perché, illustrare i come e invogliare l’ascoltatore a cercare il cosa (Gibbs-Sani-Thompson, 2007; Da Milano-Falchetti, 2014; Trinkoff Hayley, 2015).

Pertanto, dato che l’ASBN custodisce decine di migliaia di storie che attendono solo di essere raccontate, e che i musei faticano ad allinearsi a questo schema reiterando invece quello classico basato sull’esposizione dell’oggetto e delle notizie fattuali che lo riguardano come atomo, il vantaggio competitivo del museo si basa sulla narrazione di storie che da esso partono e ad esso tornano (Rosa, 2011).

Perché puntare sulla narrazione di storie per acquisire un vantaggio competitivo? Secondo alcuni esperti del settore, perché è l’unica possibilità di salvezza per un museo, perché «le storie sono la condizione *sine qua non* della storia popolare. [...] perché lo *storytelling* è il potente mezzo attraverso il quale passa il moderno apprendimento» (Carson, 2008, p. 26).

Quindi gli scopi fondamentali dello *storytelling* sono quelli di diffondere e agevolare un nuovo modo di apprendere e di creare coinvolgimento a lungo termine nel pubblico (De Luca, 2007; Palombini, 2012; Salerno, 2013).

## 7. La strategia: dalla transmedialità alla convergenza

Antonio Minguzzi  
Sergio Riolo  
Il management della  
storia: quale prodotto per  
quale mercato

La strategia del museo può essere definita trans-mediale perché, fissato il vantaggio competitivo sulla volontà di raccontare storie, queste saranno veicolate ed adattate ai seguenti canali/strumenti/modalità espressive, secondo una logica di diversificazione dell'offerta e segmentazione dei destinatari, facendo leva su linguaggi differenti ma anche su modalità di fruizione differenti, giorni e orari di offerta differenti, etc. (Fondazione Fitzcarraldo, 2014):

- percorso multimediale: costituisce il cuore del sistema di offerta, disponibile ai visitatori in maniera permanente dal 30 marzo 2016; situato al primo piano su una superficie di circa 600 mq;
- rappresentazioni teatrali;
- residenze d'artista; laboratori di scrittura creativa;
- storie digitali;
- serie di cortometraggi;
- fumetti, animazioni digitali, etc.;
- applicazioni per dispositivi mobili;
- visite guidate, tradizionali o teatralizzate;
- concerti, reading, etc.

Va osservato che l'utilizzo di più *media* per veicolare all'esterno le storie dell'ASBN non pone gli stessi media in competizione fra loro, ma piuttosto li pone su un piano complementare o di convergenza. Per citare un esempio paradigmatico partendo proprio dai contenuti dell'archivio, il tema della peste del 1656 (cfr. paragrafo che segue) viene declinato secondo diverse traiettorie:

- nel percorso multimediale la peste è presente con un'installazione in cui si racconta, con suoni, immagini e parole, come nella Napoli caotica e affollata del 1656 si affacci il terribile spettro del contagio; lentamente, con crescente aggressività la peste fa strage della popolazione, svuota le strade, riempie le piazze di cadaveri; i medici cercano inutilmente un rimedio contro quello che sembra essere un flagello divino; per lunghi mesi la morte è la sola padrona della città;
- sullo stesso tema si è soffermato uno dei laboratori di scrittura creativa, dando vita ad una serie di racconti brevi ispirati alla peste, che sono confluiti in una specifica sezione del sito web de ilCartastorie;
- la peste è stata raccontata anche attraverso uno spettacolo teatrale itinerante negli ambienti dell'ASBN e, da un'attività tipicamente analogica, si è passati ad un prodotto digitale mettendo a disposizione degli utenti il video integrale della rappresentazione attraverso il sito web (Cataldo, 2011);
- infine (per ora), la peste è diventata un racconto d'autore (dello scrittore Giuseppe Montesano), pubblicato sulle pagine del quotidiano locale Il Mattino (esclusivamente nella versione cartacea) e riproposto integralmente sul sito web de ilCartastorie e sulla sua pagina Facebook.

Questo approccio ha un rilevante impatto in termini di marketing, perché dà forma ad una differenziazione dei contenuti estremamente efficace; non solo cambiano i linguaggi in funzione dei destinatari (Solima, 2012), ma

cambiano anche i metodi di distribuzione (o diffusione) dei contenuti, dal luogo fisico dell'ASBN in formato digitale (l'installazione multimedia), allo stesso luogo in formato analogico (la rappresentazione teatrale); da un luogo smaterializzato esterno all'ASBN (le pagine cartacee di un quotidiano), fino ad un luogo digitale quale il sito web de ilCartastorie.

Non si tratta evidentemente di un approccio inedito; ciò che però appare interessante è aver costruito in maniera consapevole una strategia di *audience development* fondata su transmedialità e convergenza tecnologica.

## 8. Il sistema di offerta de ilCartastorie

### *Temi e storie individuate*

Ad oggi, sulla base di un lavoro di ricerca sulla bibliografia, è stato possibile già individuare una serie di spunti (o storie) che costituiscono parte dei contenuti su cui si sta già lavorando o si lavorerà nei prossimi mesi. Di seguito, l'elenco esemplificativo di alcuni tra i temi/storie individuati, suddivisi in categorie:

- *Arti e mestieri.* L'artigianato e le bellezze artistiche che fiorirono a Napoli e nel Sud Italia, dalla metà del Cinquecento al tramonto dell'Ottocento, si animano di nomi, particolari, dettagli, grazie ai documenti dell'archivio storico. Testimonianze della vita artistica e della tradizione artigianale napoletana si rincorrono in un affresco lungo quattro secoli. Dalle curiosità, alla storia dei luoghi più significativi della città, passando per gli antichi mestieri della tradizione che ancora sopravvivono tra le strade partenopee. *L'arte delle feste a Napoli fra Sei e Settecento; Gli affreschi della Cappella del Tesoro di San Gennaro.*
- *Eventi.* Accadimenti storici di grande rilevanza, avvenimenti traumatici o gloriosi per la città di Napoli, si raccontano grazie alla dettagliata documentazione degli antichi banchi pubblici. Storie di persone e storie nazioni, di eroi anonimi e di re si intrecciano e si svelano nelle scritture custodite presso l'archivio storico. Raccontano, sullo sfondo della Storia, le storie di centinaia e centinaia di vite, nobili o miserabili, note o dimenticate. *La peste del 1656; La Repubblica Napoletana del 1799, i personaggi e le storie; Il terremoto e San Gennaro.*
- *Luoghi.* I luoghi più significativi di Napoli, palazzi e monumenti che sono la storia della città e dei napoletani, vengono raccontati e visti da una prospettiva diversa grazie ai documenti che raccontano della loro realizzazione, del loro pagamento e della loro nascita. Simboli materiali di una città che cambia, testimonianze di grandi eventi o di nuove idee, si svelano nelle scritture dell'archivio, tra pagamenti, incarichi e richieste di fondi. *L'Albergo dei poveri; Il cimitero delle 366 fosse; Gli Incurabili, una storia per la medicina napoletana.*
- *Persone e società.* Il volto di Napoli, tra società e personaggi. Protagonisti e scenari di una città che fu centro di un vicereame e orgogliosa capitale di un reame autonomo. Principi, schiavi, affaristi senza scrupoli ed eroi silenziosi, si rivelano tra le grafie dei copiapolizze e delle pandette<sup>2</sup>,

---

<sup>2</sup> I giornali copiapolizze sono i registri in cui venivano trascritte le causali di pagamento, la più grande ricchezza dell'Archivio; diversamente, le pandette

restituendo le loro storie e componendo un coro di voci che narra la storia, lunga quattro secoli, di una città in continuo cambiamento. *Caravaggio: le Sette Opere di Misericordia e la pala Radolovich; L'omicidio Carafa-D'Avalos; Raimondo di Sangro, principe di Sansevero; La schiavitù a Napoli fra Sei e Settecento; Angelo Carasale: parabola di un maniscalco, dal San Carlo a Castel Sant'Elmo; La bottega di Monsù Desiderio.*

- *Storie dai banchi.* Immagini e testimonianze dagli antichi banchi pubblici. Voci di impiegati e di governatori, nella quotidianità, quanto nelle vicende straordinarie e nelle situazioni d'emergenza. La vita dei longevi istituti di credito napoletana si racconta in un viaggio tra cinquecento e ottocento. Dal funzionamento dei "banchi" dietro cui lavoravano gli impiegati, fino alle solenni riunioni dei governatori. La vita dei banchi napoletani, interamente custodita nelle scritture dell'archivio storico, racconta di persone e di moneta, di finanza e di lavoro. *L'incendio del 1786 al Monte e Banco di Pietà.*

### *Il percorso multimediale*

Il percorso multimediale, cuore del museo, la cui apertura è avvenuta il 30 marzo 2016, è allestito al primo piano di palazzo Ricca, con accesso direttamente dal cortile.

Inoltre, sull'esterno di palazzo Ricca, un locale commerciale di proprietà della Fondazione costituisce un accesso diretto al cortile (e quindi al museo) - alternativo all'androne principale - ed è allestito a bookshop.

In questi spazi, che non hanno perso la loro destinazione archivistica, attraverso immagini proiettate e audio spazializzato, sono narrate alcune delle storie/temi che traggono spunto o ispirazione dalle carte d'archivio.

Il percorso è articolato come segue:

- *area 0:* in questo spazio, privo di proiezioni e di effetti sonori, è ricostruito un ambiente d'archivio di inizio novecento, con scaffalature in legno di quel periodo;
- *area 1:* attraverso quest'ambiente, privo di proiezioni, gli effetti sonori si concretizzeranno nella lettura di una serie di frammenti, nomi, date e numeri che restituiscono al visitatore la sensazione della moltitudine, dell'antichità e della ricchezza dell'archivio;
- *area 2:* ospita tre narrazioni, singolarmente selezionabili dal visitatore, San Gennaro, che tocca i temi della devozione e del rapporto tra il santo patrono e la minaccia vulcanica del Vesuvio; la schiavitù a Napoli, incentrata sul carteggio di un prigioniero ottomano venduto sulla piazza di Napoli; la peste del 1656, che restituisce l'ambientazione e il senso della grande epidemia che sconvolse Napoli attraverso la relazione redatta da un medico coevo e l'utilizzo dei documenti dell'archivio che testimoniano gli avvenimenti di quei giorni febbrili;
- *area 3:* l'area 3 è lo spazio dedicato al principe di Sansevero, Raimondo di Sangro. L'immagine del famigerato principe viene restituita al visitatore dalla prospettiva del suo fedele servitore e tutto fare, Gennaro Tibet. In questa circostanza i documenti selezionati non si limitano a gettare

---

sono gli indici nominativi della clientela, ordinati secondo il nome di battesimo, seguito dal cognome e un numero corrispondente ad una pagina di un altro libro (libro maggiore) dove si teneva traccia dei movimenti contabili.

---

- luce sulle opere della cappella gentilizia dei principi di Sansevero, ma forniscono anche uno spaccato più ampio sulla Napoli settecentesca di cui Raimondo di Sangro fu protagonista;
- *area 4*: immagini e suoni raccontano la vita dei banchi, i loro contatti con l'esterno e lo svolgersi quotidiano della vita al loro interno; dietro ogni pagamento si cela il lavoro di un artigiano, lo svolgersi di una festa, l'opera di un famoso artista, le ombre insidiose dei disagi che affliggono una metropoli;
  - *area 5*: le immagini video di scorci prospettici dei vicoli di Napoli, proiettate sul fondo di un corridoio, allungano lo sguardo dalla vita quotidiana di altre epoche ai nostri giorni senza soluzione di continuità;
  - *area 6*: alcuni dei protagonisti della storia della Fondazione e del suo Archivio raccontano l'istituzione, le sue origini e i suoi obiettivi; approfondimenti sulla genesi dell'Archivio e sulle trasformazioni sociali avvenute a Napoli grazie agli antichi banchi pubblici, vengono qui narrati direttamente da coloro che li hanno vissuti e che, tutt'oggi, li vivono direttamente;
  - *touch screen*: due schermi touch, inseriti tra gli scaffali dell'Archivio, consentono di accedere a tre temi di ulteriore approfondimento: l'Archivio, i suoi numeri e la sua storia, la Fondazione e i suoi impegni sul territorio, una selezione dei documenti d'Archivio con le relative trascrizioni;
  - *sale della musica*: due ulteriori ambienti sono dedicati alla grande stagione della musica a Napoli, tra '700 e '800; il tema è restituito al visitatore attraverso la prospettiva di un personaggio minore, l'imprenditore di teatro Angelo Carasale, di cui è stata trovata abbondante traccia nelle scritture dell'archivio. Musiche d'epoca, narrazione e documenti compongono il contenuto fruibile in questa sala.

### *I laboratori di scrittura*

Grazie alla collaborazione con una storica scuola di scrittura creativa attiva sul territorio, è stato avviato il laboratorio "L'archivio narrato" che, con appuntamenti mensili a partire da novembre 2015 e fino a giugno 2016, accompagna normali cittadini ad esercitarsi sull'invenzione di racconti a partire dalle carte d'archivio. Si tratta di una innovativa attività di partecipazione dei destinatari dell'offerta museale alla produzione di contenuti, una tendenza affermata nel panorama internazionale dei musei e che la Fondazione ha voluto adottare in questa occasione (Fisher *et al.*, 2008).

### *La rassegna teatrale*

Tra le attività già poste in essere, una mini rassegna teatrale (Cavecchi, 2011; De Fazio, 2012), svoltasi fra ottobre e dicembre 2015, che ha costituito una sorta di anteprima delle iniziative culturali del museo. Grazie alla collaborazione con compagnie teatrali attive sul territorio, tre storie d'archivio hanno preso vita e sono state portate in scena nelle stesse sale dell'archivio.

Si tratta di produzioni della Fondazione che, su richiesta della Fondazione stessa, potranno essere rimesse in scena in futuro secondo gli scopi e la programmazione del museo.

### *Le residenze d'artista*

Le residenze d'artista costituiscono un ulteriore tassello del sistema di offerta del museo; si tratta di residenze e mostre personali dedicate ad alcuni tra i principali esponenti della ricerca artistica contemporanea, nazionale e internazionale.

Ogni anno, a partire dal 2015, la Fondazione inviterà un artista a lavorare negli spazi dell'Archivio Storico del Banco di Napoli per confrontarsi, secondo il proprio linguaggio e la propria sensibilità poetica, con i materiali in esso custoditi e rilasciarne una visione o una interpretazione declinata nella specificità dei diversi strumenti espressivi di ciascun interprete.

Per il 2015, la scelta è caduta su Antonio Biasiucci, maestro della fotografia internazionale, la cui esposizione, in corso nella primavera/estate 2016, ha avuto un doppio allestimento, uno presso il Museo Archeologico Nazionale di Napoli ed uno presso la sede dell'Archivio.

### *Il banco dei poeti*

Un intero programma de iCartastorie è stato dedicato alla poesia, come per i laboratori di scrittura creativa, nella prospettiva di una reale partecipazione dei destinatari alla produzione di contenuti in grado di veicolare, secondo diverse modalità e verso diversi destinatari, i contenuti dei documenti d'archivio.

Il programma ha previsto:

- un premio di poesia per giovani autori di età inferiore ai trent'anni, invitati a ispirarsi ai documenti d'archivio per la composizione di 20-25 lavori in cambio di un premio in denaro e della pubblicazione del fascicolo di poesie;
- un poeta residente, Antonio Riccardi, che per alcuni giorni ha vissuto l'archivio e da questa esperienza ha realizzato un componimento poetico che ha al suo centro alcuni documenti d'archivio;
- infine, una notte della poesia durante la quale è avvenuta la premiazione del vincitore ed è stata data lettura dell'opera del poeta residente.

### *La rubrica settimanale su Il Mattino*

Grazie alla collaborazione con il quotidiano locale Il Mattino, è stata realizzata una rubrica domenicale di venti puntate: racconti inediti, scritti da alcune delle firme più prestigiose del quotidiano, si avvicendano per formare un grande affresco ispirato dai documenti degli antichi banchi pubblici napoletani.

### *Le storie digitali*

In questa categoria di prodotti rientrano diverse forme narrative, principalmente autoprodotte in forma di video o di audio racconti, da rendere disponibili su diverse piattaforme (*web, touch screen* del percorso multimediale, applicazioni per dispositivi mobili, etc.).

Per esemplificare, la prima produzione è il progetto "Il Caravaggio che non c'è: la Pala Radolovich dell'Archivio Storico del Banco di Napoli".

Partendo da un unico documento d'archivio, un pagamento al Caravaggio per una pala d'altare mai ritrovata, l'analitica descrizione contenuta nel documento che descrive il quadro è accompagnata da una

ricostruzione di quest'ultimo nella forma del *tableau vivant*. Grazie ad attori specializzati, il quadro descritto del documento prende vita e forma; da questa ricostruzione è tratto un video che, in maniera paradigmatica, mostra come un documento d'archivio, con il supporto di audio e immagini, possa acquisire nuovo e più ricco significato per un pubblico anche di non esperti.

#### *I documentari per Sky Arte*

Una serie di cinque documentari da 30 minuti, in onda su SKY Arte, è allo studio di progettazione; la serie racconta cinque storie tratte dai documenti dell'ASBN. I documentari svelano, attraverso ricostruzioni storiche, i luoghi e i volti dei protagonisti delle antiche transazioni bancarie e il contesto storico e culturale all'interno del quale operavano, approfondendo le vicende raccontate con il contributo di interviste ad esperti. Ognuno dei cinque documentari si aprirà con una scena della vita dei banchi pubblici, dove avvenivano le transazioni dalle quali sono tratti i racconti. Sarà così possibile ricostruire la loro storia, le funzioni che svolgevano, le figure professionali che vi lavoravano, le operazioni di trascrizione, il perché si abbia oggi la possibilità di ricavare le storie partendo dalle transazioni, quali erano le più frequenti e quelle più particolari, approfondendo un aspetto specifico per ogni documentario. Queste scene saranno ambientate all'interno dell'ASBN. Da questa scena iniziale sarà possibile far diramare le singole storie, partendo proprio dalla messa in scena del protagonista di turno che vi si reca per effettuare la transazione di cui sarà poi approfondito e contestualizzato il contenuto.

La narrazione sarà in forma di diario, con la voce dei protagonisti delle storie che in prima persona raccontano le proprie vicende legate alla città di Napoli, accompagnata da una messa in scena stilizzata, con attori senza dialogo, delle storie raccontate. Attraverso ricostruzioni sarà possibile inoltre vedere i protagonisti dei racconti all'interno dei propri contesti originari e nei luoghi ai quali il loro operato è legato. Infine, interviste realizzate all'interno del museo a storici, giornalisti, economisti, critici d'arte, accademici, scrittori, attori e registi napoletani che hanno lavorato sui periodi storici nei quali avvengono le vicende raccontate completano l'impostazione di massima della serie di documentari.

#### *Le video animazioni ed i fumetti*

Ancora allo stadio di progettazione preliminare, le video animazioni nonché i fumetti costituiranno un ulteriore canale espressivo per la narrazione di storie.

Al momento, è stata individuata l'animazione 2D come punto di partenza delle produzioni; il tema privilegiato sarà, in una prima fase, l'esposizione dei meccanismi di funzionamento degli antichi banchi pubblici. Si tratta di un tema solo apparentemente tecnico che le sperimentazioni di questi mesi hanno dimostrato poter essere raccontato attraverso immagini e voci in maniera molto semplice ed estremamente chiara.

#### *Le app per dispositivi mobili: dall'archivio al territorio*

Allo stato attuale sono due le *app* per dispositivi mobili progettate di supporto alle attività del museo.

- *Via Tribunali in musica*: l'applicazione costituisce una sorta di passeggiata musicale lungo Via dei Tribunali, dall'uscita di Palazzo Ricca (coincidente con una delle estremità di Via Tribunali) fino al conservatorio di San Pietro a Majella (l'altro estremo di Via Tribunali). Lungo tale percorso sono stati previsti sette punti, tutti relativi alla tradizione musicale napoletana e tutti associati a spazi urbani quali piazze o larghi;
- *la caccia al tesoro digitale*: si tratta di una caccia digitale che, utilizzando contenuti della Fondazione, porterà l'Archivio Storico in città e viceversa. Il suo obiettivo è infatti portare fuori dalla sede dell'archivio i suoi contenuti attraverso un gioco che stimoli i partecipanti a conoscere e riconoscere il ruolo dell'archivio stesso a partire dalle storie raccontate nelle causali delle bancali utilizzate come guida narrativa della città. I cittadini, attraverso un'applicazione su smartphone e tablet, saranno invitati a esplorare la città utilizzando degli "indizi" virtualmente georeferenziati in diversi luoghi e, raccogliendo "prove", dovranno terminare il percorso a tappe nel minor tempo possibile. Il percorso inizierà e terminerà nella sede dell'archivio e gli "indizi" saranno tutti costruiti sulle causali delle bancali. Queste saranno selezionate tra quelle che nel testo rimandano ad un luogo, ad un personaggio riferibile ad un luogo o comunque ad un riferimento localizzabile nel centro antico della città. Ogni casuale indicherà una tappa del percorso e una volta raggiunta, sul dispositivo mobile appariranno gli "indizi" per quella successiva.

#### *Storie interattive*

Analogamente alla caccia al tesoro, seguendo una logica di coinvolgimento dei destinatari, sono in corso di studio e progettazione dei modelli di storie interattive.

Si tratta di prodotti incentrati sulla possibilità del giocatore di vivere e costruire una storia, che procede poi sviluppandosi secondo le scelte dell'utente.

Attraverso logiche di gioco progettate per diversi livelli di utenza (installate su interfacce digitali o usufruibili dal sito web/pagina *social*) si darà ai visitatori (reali o virtuali) la possibilità di produrre delle storie o attraverso la selezione tra una serie di documenti d'archivio o attraverso la costruzione *ex novo* di vicende costruite e narrate sul modello delle bancali originali (incentrate sul verosimile), preferibilmente partendo da un singolo documento originale.

#### *Cortometraggi per ragazzi*

È allo stadio di progettazione preliminare la realizzazione di una serie di cortometraggi specificamente pensati per gli adolescenti.

Usando elementi narrativi insieme ad una attenta comunicazione visiva, si è ideata la storia di un adolescente che attraversa in modo trasversale le storie dell'archivio in modo semplice e di facile comprensione.

Il pretesto narrativo è quello di un ragazzo di 14 anni, sensibile e attento a quello che succede intorno a lui, che, quasi per caso, si ritrova un giorno in archivio. Qui voci e sensazioni provenienti dagli antichi documenti lo portano all'interno delle storie in essi custoditi. Si tratta di un meccanismo

narrativo in cui il ruolo dell'immedesimazione da parte dei destinatari ha lo scopo di stimolare il loro coinvolgimento.

#### *Nuovi modelli di visita guidata*

Nuovi modelli di visita guidata all'archivio sono stati messi a punto. I nuovi principi a cui si rifanno questi modelli, indipendentemente dai destinatari, sono:

- personalizzazione, basata sulle esigenze dei destinatari;
- variabilità, intesa come la possibilità di offrire agli stessi destinatari visite con contenuti diversi, in maniera da giustificare la reiterazione delle visite;
- partecipazione, basata sulla possibilità di prendere contatto con i documenti d'archivio attraverso simulazioni ludiche;
- impiego di nuove tecnologie, specificamente pensate come momenti che integrino la visita guidata in chiave fortemente narrativa; per fare un esempio, durante una visita guidata in cui si espone e racconta il pagamento al Caravaggio della pala Radolovich, si potrà proiettare una porzione della storia digitale realizzata su questo tema (si veda sopra) per dare sostanza viva al documento; analogamente, la spiegazione del funzionamento di un banco pubblico potrà essere intervallata dalla proiezione di un'animazione 2D che spiega visivamente un momento di vita dello stesso banco pubblico.

### **9. ilCartastorie come hub culturale e turistico**

La posizione dell'ASBN nei pressi della stazione centrale di Napoli, all'inizio della via dei Tribunali, che costituisce uno degli assi principali del turismo del centro storico della città, ha imposto un ragionamento di carattere strategico sul ruolo che ilCartastorie può assumere nell'equilibrio generale dell'area, in termini di capacità di attrazione ed ancor più in termini di capacità di orientamento dei flussi turistici verso altre mete.

Come già accennato in precedenza, una delle specificità dell'ASBN è quella di essere testimone della propria storia ma, soprattutto, di storie che riguardano la città ed il Mezzogiorno d'Italia; quando il museo racconta le proprie storie fa necessariamente riferimento a qualcosa fuori da sé, con continui rimandi che possono diventare stimoli per il turismo culturale.

Sulla base di questa considerazione, e in linea con una vocazione storica della Fondazione di intervento sulle politiche culturali del territorio, il museo dell'ASBN si sta ponendo al centro di un ampio e complesso tentativo di creazione di reti fra operatori del centro storico di Napoli che abbiano il comune obiettivo della valorizzazione in chiave turistica dell'intera area. In questa prospettiva, sono stati adottati due diversi approcci che potremmo definire:

- di natura *orizzontale*: si tratta di quei collegamenti e *partnership* fra istituzioni del territorio, sia pubbliche che private; la Fondazione, con il suo nuovo prodotto ilCartastorie, si è posta come fulcro operativo ed ha assunto la leadership di una serie di soggetti (circa una dozzina) da tempo attivi nel settore turistico perché espressione di un patrimonio

- culturale rilevante; con questi soggetti sono state avviate sinergie sia nel campo del marketing reciproco (rimandi espliciti da un'istituzione all'altra rivolti ai turisti) e nel campo dell'integrazione tariffaria, con possibili sviluppi sull'integrazione di prodotto (offerte congiunte), etc.
- di natura *verticale*: in una logica di filiera della valorizzazione turistica, ilCartastorie ha avviato relazioni strutturate con il mondo dell'associazionismo locale attivo nel campo dell'*incoming* turistico, dell'animazione culturale, della creazione di eventi legati al patrimonio, trasformando alcune relazioni da *partnership* a fornitura;
  - di natura *sistemica*: attraverso la sua prima partecipazione alla Borsa Mediterranea del Turismo 2016, ilCartastorie ha avviato numerosi tavoli di trattativa con gli operatori professionali del settore, in particolare *tour operator* e *event planner* del settore MICE.

## 10. L'assetto istituzionale

La Fondazione Banco di Napoli, per la sua natura di fondazione di matrice bancaria, ha dei vincoli in termini di attività "commerciali", per tale motivo (Amatucci, 2006), con l'intenzione di dare piena operatività e autonomia al Cartastorie, ha dato vita, nel maggio 2016, ad un ente strumentale, la "Fondazione ilCartastorie" che possa avere la libertà di adottare tutte le politiche, anche di carattere commerciale, per la valorizzazione dell'ASBN (Libonati, 2005; Stefanelli, 2005; Boschi, 2010). Si tratta di una scelta quasi obbligata se si pensa al ventaglio di azioni messe in campo con ilCartastorie e che prevedono risvolti di natura commerciale quali la vendita di servizi (visite guidate, spettacoli teatrali, etc.), la vendita di diritti (documentari, cortometraggi, etc.), fino all'affitto degli spazi per eventi culturali (Cardascia, 2008; Amorosino, 2013).

In questi termini, la Fondazione ilCartastorie diventa a tutti gli effetti braccio operativo della Fondazione Banco di Napoli (Amorosino, 2004), ad essa legata da una governance che ne è diretta espressione; infatti, la presidenza e la vice presidenza della Fondazione Banco di Napoli coprono anche la presidenza e la vice presidenza della Fondazione ilCartastorie e sono di diritto membri del CdA della nuova Fondazione; gli ulteriori membri del Cda, fino ad un massimo di tre, sono nominati dalla stessa Fondazione Banco di Napoli.

## 11. Criticità e implicazioni manageriali

Dal punto di vista organizzativo e manageriale il progetto Cartastorie ha costituito una sfida per la Fondazione Banco di Napoli sotto molteplici punti di vista. In termini organizzativi, la Fondazione ha dovuto affrontare una rivoluzione da una logica di ufficio aperto ad una platea di utenti estremamente ristretta ad una logica di accoglienza sette giorni su sette articolata nei confronti di turisti e spettatori, secondo i tipi di offerta messi in campo di volta in volta. Appare chiaro che la necessità di questo radicale cambiamento discenda direttamente dalla strategia messa a punto (esposta

nei paragrafi che precedono) e ha comportato un radicale ripensamento sui criteri di utilizzo e valorizzazione delle competenze del capitale umano. Sotto questo profilo, alcune integrazioni sono state necessarie e hanno contribuito a rendere più fluido e coerente il rapporto logico e funzionale tra la strategia disegnata e la struttura organizzativa posta in essere.

Le nuove esigenze funzionali de ilCartastorie hanno a propria volta comportato pesanti riprogettazioni degli spazi che hanno richiesto importanti investimenti da parte della Fondazione, anche in termini di adeguamenti alle normative vigenti.

Al di là di altre considerazioni di merito che forse è prematuro proporre in questa sede, una riflessione di carattere generale può aiutare a comprendere il portato di una iniziativa culturale come quella qui presentata.

Un'istituzione privata, autonoma e solida detiene, per una lunga serie di vicende storiche, un patrimonio culturale unico nel suo genere e non dotato di quel *appeal* che caratterizza gran parte dei beni culturali italiani in quanto oggetti con una forte dimensione estetica. Il patrimonio dell'ASBN è costituito da antiche scritture bancarie che, per quanto ricche di Storia e di storie, sono di difficilissima fruibilità per destinatari non specializzati. Il mantenimento di questo patrimonio ha da sempre comportato un costo rilevante per la Fondazione Banco di Napoli che solo in tempi recenti ha deciso di utilizzare tale patrimonio anche in una prospettiva completamente nuova e relativamente inedita per il mondo degli archivi sia a livello nazionale che a livello internazionale: quella della valorizzazione non in chiave espositiva ma in chiave narrativa.

Per fare questo ilCartastorie è nato con un'impronta fortemente manageriale, unendo competenze di carattere gestionale a competenze di natura storico-culturale; inoltre, la necessità di produrre contenuti ha posto ilCartastorie nella condizione di diventare nell'arco di soli diciotto mesi un vero e proprio centro creativo facendo di esso un nuovo soggetto dell'industria culturale e creativa. Coniugare alti contenuti scientifici, cultura manageriale, visione strategica, produzione creativa rappresenta la dimensione moderna di un servizio culturale e un paradigma esemplare di corretta gestione del patrimonio culturale orientata in maniera sana al mercato.

## Bibliografia

- ADAMO R. (2008), *Il ruolo delle fondazioni bancarie per lo sviluppo locale*, Orizzonti meridionali, Cosenza.
- AMATUCCI F. (2006), "I requisiti di 'non commercialità' dell'attività svolta dalle fondazioni bancarie per il riconoscimento delle agevolazioni fiscali", *Rassegna tributaria*, vol. XLIX, n. 1, pp. 134-161.
- AMOROSINO S. (2004), "La vigilanza del Ministero dell'Economia sugli enti e società strumentali delle fondazioni bancarie", *Diritto della banca e del mercato finanziario*, n. 3, pt. 1, pp. 351-362.
- AMOROSINO V. (2013), *Le attività di impresa delle fondazioni di origine bancaria*, Edizioni Scientifiche Italiane, Napoli.

- ASSINI N., BARSOTTI L. (2003), "Fondazioni bancarie e beni culturali", *Nuova rassegna di legislazione, dottrina e giurisprudenza*, n. 16, pp. 1824-1845.
- BALLETTA F. (2010) *Banco di Napoli*, Arte Tipografica, Napoli.
- BARBETTA G.P. (2013), *Le fondazioni. Il motore finanziario del terzo settore*, Il Mulino, Bologna.
- BARSOTTI L. (2003), "Le Fondazioni bancarie e i beni culturali", *Il Risparmio*, vol. 51, n. 2, pp. 9-27.
- BODO S. (2003), *Il nauseo relazionale. Riflessioni ed esperienze europee*, Fondazione Giovanni Agnelli Editore, Torino.
- BOSCHI M.E. (2010), "Fondazioni bancarie e società strumentali", *Il diritto dell'economia*, vol. 23, n. 4, pp. 671-690.
- CAGNASSO O. (2011), "Le fondazioni di origine bancaria: uno 'sguardo' all'evoluzione della loro disciplina", *Il Nuovo Diritto delle Società*, vol. ????, n. 16, pp. 7-18.
- CAPRIGLIONE F. (2002), "Le fondazioni bancarie dalla 'legge Ciampi' alla 'riforma Tremonti'. Vicenda di una travagliata storia", *Mondo Bancario*, vol. 43, n. 6.
- CARDASCIA L. (2008), "Il controllo di imprese non osta al riconoscimento dei benefici alle fondazioni bancarie", *Corriere tributario*, [S.I.], n. 47, pp. 3789-3795.
- CARSON C., (2008), "The End of History Museums: What's plan B?", *The Public Historian*, vol. 30, n. 4, pp. 9-27.
- CATALDO L. (2011), *Dal Museum Theatre al Digital Storytelling*, Franco Angeli Editore, Milano.
- CAVECCHI M. (2011), "Quando il teatro va al museo. Una storia di oggi", *Altre Modernità*, [S.I.], n. 5, pp. 26-44.
- CORRADO OLIVA C. (2014), "Le fondazioni bancarie: dal controllo delle banche al 'non profit'", *Rassegna tributaria*, [S.I.], n. 3, pp. 416-452.
- DA MILANO C., FALCHETTI E. (2014), *Storie per i musei, musei per le storie. Storytelling digitale e musei scientifici inclusivi: un progetto europeo*, Vetrani Editore, Nepi.
- DANIELE R. (2013), *Origine e sviluppo delle fondazioni bancarie*, Editore L'Una, L'Aquila.
- DE FAZIO D. (2012), *Il Museo va in scena*, Franco Angeli Editore, Milano.
- DE LUCA M. (2007), *Comunicare la cultura*, Franco Angeli Editore, Milano.
- DE ROSA L. (2004), "L'Archivio del Banco di Napoli e l'Attività dei Banchi Pubblici Napoletani", *Revista Española de Historia de la Contabilidad*, dicembre.
- DEMARCO D. (2000), *Contributo alla storia del Banco di Napoli*, Edizioni Scientifiche Italiane, Napoli.
- DEMARCO D., NAPPI E. (1987), "Nuovi documenti sulle origini e sui titoli del Banco di Napoli", *Revue Internationale d'Historie de la Banque*, [S.I.], n. 31, Librairie Droz, Ginevra.
- EMMANUELE F.M.E. (2004), *Evoluzione e vicende delle Fondazioni di origine bancaria*, Edizioni Scientifiche Italiane, Napoli.
- FISHER M., TWISS-GARRITY B., SASTRE A. (2008), "The Art of Storytelling: Enriching Art Museum Exhibits and Education through Visitors Narratives", *Museums & the Web 2008*, <http://www.archimuse.com/mw2008/papers/fisher/fisher.html>.
- FONDAZIONE FITZCARRALDO (2014), *Il Museo e la Rete: nuovi modi di comunicare. Linee guida per una comunicazione innovativa per i musei*, <http://www.regione.veneto.it/web/cultura/ue-per-la-cultura>.

- GALGANO F. (2010), "Le fondazioni bancarie: un piede nel mondo della cultura e l'altro nel mondo bancario", *Contratto e impresa*, vol. 26, n. 4-5, pp. 1044-1052.
- GIBBS K., SANI M., THOMPSON J. (2007), *Musei e apprendimento lungo tutto l'arco della vita*, EDISAI Editore, Ferrara.
- LEARDINI C., ROSSI G. (2011), *Fondazioni bancarie, arte, cultura. Ruolo, risultati e prospettive alla luce di un'analisi territoriale*, Franco Angeli, Milano.
- LIBONATI B. (2005), "Ai margini della teoria dell'impresa: la 'impresa strumentale' della Fondazione Bancaria", *Rivista del diritto commerciale e del diritto generale delle obbligazioni*, [S.I.], n. 1-3, pt. 1, pp. 177-185.
- MARINI CLARELLI M.V. (2005), *Che cos'è il Museo*, Carocci Editore, Roma.
- MERUSI F. (2000), *Dalla banca pubblica alla fondazione privata. Cronache di una riforma decennale*, Giappichelli, Torino.
- PALOMBINI A. (2012), "Narrazione e virtualità: possibili prospettive per la comunicazione museale", *Digitalia - Rivista del digitale nei beni culturali*, vol. 7, n. 1, pp. 9-22.
- PONZANELLI G. (2005), *Le fondazioni bancarie*, Giappichelli, Torino.
- RISPOLI FARINA M. (a cura di) (1993), *Dall'ente pubblico creditizio alla società per azioni*, Jovene, Napoli.
- ROSA P. (2011), "Tecnologie per la comunicazione del patrimonio culturale. Dai musei di collezione ai musei di narrazione", *DISEGNARECON*, dicembre.
- SALERNO I. (2013), "Narrare il patrimonio culturale. Approcci partecipativi per la valorizzazione di musei e territori", *Rivista di Scienze del Turismo*, [S.I.], n. 1-2, pp. 9-25.
- SOLIMA L. (2012), *Il museo in ascolto. Nuove strategie di comunicazione per i musei statali*, Rubbettino, Soveria Mannelli.
- STEFANELLI M.A. (a cura di) (2005), *Le imprese strumentali delle fondazioni di origine bancaria*, Atti del Convegno di Studi organizzato dalla Fondazione Cassa di risparmio in Bologna, Milano.
- TOSOLINO M.M. (2013), *Fondazioni bancarie e nuova economia della cultura*, Ed. ricerche Marsilio, Venezia.
- TRINKOFF HAYLEY P. (2015), *Storytelling in Art Museums*, Seton Hall University Dissertations and Theses (ETDs), paper 2083.
- VALACCHI F. (2006), "Archivi storici: per una cultura della gestione", *Culture del testo e del documento*, [S.I.], n. 19, pp. 19-36.

## Academic or professional position and contacts



**Antonio Minguzzi**  
Associate Professor of Management  
University of Molise - Italy  
e-mail: minguzzi@unimol.it

sinergie  
italian journal of management  
ISSN 0393-5108  
DOI 10.7433/s99.2016.03  
pp. 21-38

**Sergio Riolo**  
Banco di Napoli Foundation, Director of the Museum 'IlCartastorie' of the Historical Archives of the Banco di Napoli in Naples, Italy  
e-mail: sergio.riolo@fondazionebanconapoli.it

