

**COMMISSIONE VII
CULTURA, SCIENZA E ISTRUZIONE**

RESOCONTO STENOGRAFICO

INDAGINE CONOSCITIVA

2.

SEDUTA DI MERCOLEDÌ 19 APRILE 2023

PRESIDENZA DEL PRESIDENTE **FEDERICO MOLLICONE**

INDICE

	PAG.		PAG.
Sulla pubblicità dei lavori:		<i>ractive digital entertainment association (IIDEA):</i>	
Mollicone Federico, <i>Presidente</i>	3	Mollicone Federico, <i>Presidente</i>	3, 7, 8, 10, 11
INDAGINE CONOSCITIVA SULL'IMPATTO DELLA DIGITALIZZAZIONE E DELL'INNOVAZIONE TECNOLOGICA SUI SETTORI DI COMPETENZA DELLA COMMISSIONE CULTURA		Giuli Alessandro, <i>Presidente della Fondazione MAXXI-Museo nazionale delle arti del XXI secolo</i>	8, 10
Audizione di Alessandro Giuli, Presidente della Fondazione MAXXI-Museo nazionale delle arti del XXI secolo e di Thalita Malagò, Direttore generale di <i>Italian interactive digital entertainment association (IIDEA)</i>		Malagò Thalita, <i>Direttore generale di Italian interactive digital entertainment association (IIDEA)</i>	3, 7
		ALLEGATO: presentazione informatica illustrata da Thalita Malagò	12

N. B. Sigle dei gruppi parlamentari: Fratelli d'Italia: FdI; Partito Democratico - Italia Democratica e Progressista: PD-IDP; Lega - Salvini Premier: Lega; Movimento 5 Stelle: M5S; Forza Italia - Berlusconi Presidente - PPE: FI-PPE; Azione - Italia Viva - Renew Europe: A-IV-RE; Alleanza Verdi e Sinistra: AVS; Noi Moderati (Noi con L'Italia, Coraggio Italia, UDC e Italia al Centro) - MAIE: NM(N-C-U-I)-M; Misto: Misto; Misto-Minoranze Linguistiche: Misto-Min.Ling.; Misto-+Europa: Misto-+E.

PAGINA BIANCA

PRESIDENZA DEL PRESIDENTE
FEDERICO MOLLICONE

La seduta comincia alle 14.05.

Sulla pubblicità dei lavori.

PRESIDENTE. Avverto che la pubblicità dei lavori sarà assicurata, oltre che con la redazione del resoconto stenografico, anche attraverso la trasmissione sulla *web TV* della Camera dei deputati.

Audizione di Alessandro Giuli, Presidente della Fondazione MAXXI-Museo Nazionale delle Arti del XXI secolo e di Thalita Malagò, Direttore generale di Italian interactive digital entertainment association (IIDEA).

PRESIDENTE. La Commissione prosegue le audizioni nell'ambito dell'indagine conoscitiva sull'impatto della digitalizzazione e dell'innovazione tecnologica sui settori di competenza della Commissione cultura.

Iniziamo con l'audizione della dottoressa Thalita Malagò, Direttore generale di *Italian interactive digital entertainment association* (IIDEA).

Saluto e ringrazio la dottoressa Malagò per aver accolto l'invito della Commissione e le cedo la parola per lo svolgimento del suo intervento. Prego.

THALITA MALAGÒ, *Direttore generale di Italian interactive digital entertainment association (IIDEA)*. Buongiorno e grazie a tutti per questa importante opportunità. Abbiamo portato alcune *slides* per farvi seguire meglio il nostro intervento. Innanzitutto due parole su IIDEA.

IIDEA è l'associazione di categoria che rappresenta l'industria dei videogiochi in Italia. Siamo stati fondati ormai una ventina di anni fa. Inizialmente rappresentavamo in modo principale le multinazionali del settore con sedi commerciali in Italia; nel corso degli anni la nostra fisionomia è molto cambiata e attualmente abbiamo la stragrande maggioranza di associati che sono imprese italiane che producono videogiochi qui, sul territorio, e altri operatori che sono attivi in diversi segmenti della filiera. A livello europeo siamo membri sia di ISFE – la federazione che rappresenta gli editori di videogiochi a Bruxelles – e di IGDF, che è invece l'associazione che rappresenta gli sviluppatori. Siamo inoltre membri del *management board* del PEGI, che è il sistema di classificazione dei videogiochi paneuropeo, recepito anche della « legge cinema » nel 2016, a cui poi ha dato attuazione un regolamento di Agcom.

Inizio questo mio intervento condividendo con voi il contesto di riferimento europeo che, secondo me, è molto importante perché ci restituisce il crescente interesse delle istituzioni europee per il settore che noi rappresentiamo. Nel corso del 2022, probabilmente anche a seguito dell'estrema popolarità, del successo dei videogiochi durante la pandemia, ci sono ben tre istituzioni europee che hanno dato vita a un approfondimento sul settore dei videogiochi: la Commissione europea con il progetto *European Video Games Society*, che è ancora in corso e le cui conclusioni sono attese prima dell'estate. Il Parlamento europeo ha adottato un'importante risoluzione sui videogiochi a novembre, approvata con una larga maggioranza, a mostrare anche un raro allineamento tra le forze politiche: per noi è una risoluzione molto importante perché, in sostanza,

chiama l'Europa a definire una vera e propria strategia per giocare un ruolo di *leadership* nell'innovazione e nella creatività del settore dei videogiochi e non soltanto ad essere un mercato di consumo. In fine, il Consiglio dei ministri della cultura, sia ad aprile che a novembre dell'anno scorso, è intervenuto inserendo a pieno titolo i videogiochi nella strategia europea per gli ecosistemi delle industrie culturali e creative nel piano di lavoro dell'UE per la cultura.

Tutto questo per dirvi che i tempi, secondo noi, sono anche maturi per poter ragionare su una strategia italiana, che già comunque stiamo vedendo *in nuce* grazie agli interventi che ci sono stati negli ultimi anni a supporto del settore.

Visto il contesto di riferimento europeo, vorrei condividere con voi alcuni dati che servono per inquadrare il settore in Italia. Proprio ieri abbiamo presentato alla Casa del Cinema il nostro ultimo rapporto, dove abbiamo avuto l'onore di avere con noi il Presidente Mollicone. Che cosa emerge dal nostro rapporto? Emerge innanzitutto che il mercato dei videogiochi in Italia a livello di consumi rimane più o meno stabile rispetto all'anno precedente. C'è stata una crescita importante, soprattutto durante gli anni 2020 e 2021, nel pieno della pandemia, però nel 2022 il mercato di fatto ha una lievissima contrazione e rimane comunque sopra i 2 miliardi di euro. Dal punto di vista dei consumatori, sono 14,2 milioni gli italiani e le italiane che hanno dichiarato di aver utilizzato i videogiochi nel loro tempo libero nel 2022: sono uno su tre. Il nostro pubblico è composto per larga maggioranza da adulti maggiori di diciotto – sono l'80,9 per cento – mentre i minori tra i sei e i diciassette anni sono il 19,1 per cento. L'età media del consumatore di videogiochi si attesta intorno ai trent'anni.

Andiamo invece alla parte che a noi interessa particolarmente e che ci sta particolarmente a cuore: quella del *made in Italy*. Noi, ogni due anni, facciamo una rilevazione per fare una fotografia dell'industria italiana. Quest'anno l'indagine è stata condotta nel primo trimestre 2023 con riferimento all'anno solare 2022; hanno

partecipato al nostro censimento 160 operatori distribuiti su tutta Italia. Si tratta per la stragrande maggioranza, l'80 per cento, di imprese prevalentemente collettive; abbiamo poi una parte di liberi professionisti e di altre forme organizzative. Il 25 per cento degli operatori del settore è rappresentato da *start up*, imprese o altre forme organizzative che hanno meno di tre anni. Le *start up* rappresentano una parte fondamentale che dà linfa ed energia al settore. Però, nello stesso tempo, vediamo che il 75 per cento di operatori sta su questo mercato da più di quattro anni. Anche questo è un segnale importante perché il mercato dei videogiochi è un mercato internazionale molto competitivo e non è facile non soltanto partire, ma anche rimanere a galla e riuscire a sviluppare il proprio *business*. Dal punto di vista degli addetti vediamo una crescita. Stiamo parlando ovviamente di numeri piccoli: l'industria in Italia ha ancora dimensioni contenute, però vediamo che dal 2021 al 2022 c'è stato un più 50 per cento nella crescita degli addetti al settore; sono cresciute soprattutto le imprese che hanno dagli undici ai venti dipendenti. Quindi, oggi, un po' meno del 40 per cento delle imprese del settore rientra nella definizione di PMI, hanno sopra i dieci dipendenti. Pensate che questo numero era solo il 17 per cento nel 2018; quindi stiamo passando, da una fase di micro impresa, a una fase di PMI innovative e creative.

Il nostro settore impiega prevalentemente giovani, l'83 per cento dei professionisti ha sotto i trentasei anni.

Le aree di competenza sono diverse, le abbiamo suddivise in cinque grandi campi. Dove sono impiegate maggiormente le persone? In ambito artistico, in ambito tecnologico e *design*. Il 24 per cento della nostra forza lavoro è donna e siamo di qualche punto percentuale in avanti rispetto alla media europea, anche se naturalmente c'è ancora molto da fare.

Parliamo del fatturato. Il fatturato delle imprese italiane è ancora abbastanza piccolo o, quanto meno, ha un potenziale di sviluppo ancora molto importante. Stiamo parlando di una stima tra i 130 e i 150

milioni di euro. Quello che però è importante sottolineare è che nel giro di due anni è cresciuto del 30 per cento: quindi, anche qui, abbiamo un numero positivo.

Con riferimento alla distribuzione geografica, le imprese e gli operatori sono dislocati un po' su tutto il territorio nazionale, però abbiamo alcune regioni dove c'è una maggiore concentrazione di imprese nel nostro settore, che sono la Lombardia, l'Emilia-Romagna e il Lazio; comunque anche nel Sud d'Italia ci sono alcune regioni, in particolare penso alla Sicilia, che nel corso degli ultimi anni ci hanno dato molta soddisfazione, con imprese che hanno avuto successo sul mercato internazionale.

Passo a quest'ultima *slide*, che per noi è fondamentale, soprattutto nel dialogo con voi, con le istituzioni. Fonti di finanziamento e posizionamento internazionale. La maggior parte delle imprese del settore fa ricorso al capitale proprio per finanziare la propria attività: l'86 per cento. Quello che però abbiamo visto negli ultimi due anni è che, da un lato, c'è stato un aumento di finanziamenti da parte di imprese private; questo perché alcuni studi italiani sono stati interessati da operazioni di acquisizione da parte di società estere. Dall'altro lato, però, abbiamo anche un aumento del supporto da parte di editori e produttori di piattaforme; anche questo è un dato importante perché ci fa vedere l'effetto delle politiche di investimento da parte di ICE e del Ministero degli affari esteri, che da diversi anni accompagnano il settore nelle principali fiere internazionali, in Europa e in Nord America, e, grazie alla partecipazione di una delegazione italiana a queste fiere, è stato possibile per molti operatori trovare *partner* commerciali che hanno investito sulle loro produzioni.

L'ultimo dato che mi interessa mettere in luce è il fatto che cresce il supporto pubblico al settore. Qui vedete un 29 per cento; due anni fa era il 24 per cento. Questa crescita per noi è da attribuire al fatto che, da un lato, è stato introdotto il *tax credit* videogiochi: è stato attuato nel 2021 e complessivamente finora, tra il 2021 e il 2022, sono stati stanziati 21 milioni di euro — sono molte le imprese italiane che

hanno partecipato a queste prime due sessioni — dall'altro lato, ci sono state alcune amministrazioni regionali che hanno investito nello sviluppo di programmi di accelerazione verticali sul settore dei videogiochi, e questo ha fatto sì che ci potesse essere un aiuto concreto anche per i *team* più giovani e più piccoli, dando fondi per lo sviluppo del loro prototipo di videogioco e accompagnando i *team* in un percorso di formazione e di accelerazione per essere pronti ad andare sul mercato.

L'ultima *chart* riguarda il posizionamento internazionale e l'industria italiana. Questa non è una peculiarità nostra, ma lo è in generale dell'industria dei videogiochi, perché operiamo in un mercato globale, è un'industria votata all'*export*. Fatto 100 il fatturato delle nostre imprese, il 43 per cento viene realizzato nel mercato europeo, di cui l'Italia rappresenta solo il 7 per cento. Però questo dato è in decrescita rispetto a due anni fa, dove l'Europa rappresentava il 60, perché quello che cresce è il Nord America, che passa dal 25 al 40 per cento, e questo grazie anche agli sforzi che sono stati fatti da parte di ICE e Ministero degli affari esteri nel supportarci.

Proseguo facendo due cenni su due ambiti che ci stanno particolarmente a cuore e su cui siamo certi di trovare anche un vostro interesse. Il primo è il tema dei videogiochi e dell'educazione. Su questo tema a livello europeo lavoriamo dal 2009, quando è partito questo progetto che si chiama *Games in Schools*: si tratta di una *partnership* tra la nostra federazione europea ISFE e l'*European Schoolnet*. Già nel 2009 — questi dati risalgono al 2009 — un campione di insegnanti di tutta Europa che era stato intervistato aveva evidenziato come i videogiochi potessero avere un impatto importante dal punto di vista dell'educazione, in termini di sviluppo di competenze trasversali, di approfondimento e di conoscenze in materie di studio tradizionali, lavoro di squadra e anche nell'aiutare studenti in difficoltà. Nello stesso tempo, qualche anno fa, all'Università del Surrey una professoressa ha lavorato a una ricerca e ha mostrato come le ragazze nella fascia preadolescenza che utilizzano i videogiochi

hanno tre volte in più la probabilità di intraprendere poi dei percorsi di formazione STEM. Pertanto riteniamo che questo sia uno spunto utile per poter anche riflettere sulle politiche da adottare in questo ambito molto importante.

Che cosa stiamo facendo noi da questo punto di vista? Parto dall'Europa perché noi facciamo parte di un *network* e la nostra federazione europea ISFE in questo ha tracciato la strada. Nell'ambito di questo progetto *Games in Schools* sono stati realizzati nel corso del tempo diversi appuntamenti, diversi strumenti, diverse attività. Di recente, è stata pubblicata una guida per insegnanti su come utilizzare i videogiochi in classe, ed è partita proprio questa settimana la quinta edizione di un corso *online* dedicato proprio agli insegnanti, per spiegare in otto settimane che cosa sono i videogiochi, come possono essere utilizzati a supporto della didattica e quali sono i moduli didattici che sono già stati utilizzati in altre scuole. Si tratta ovviamente di un corso aperto agli insegnanti di tutta Europa. Abbiamo prontamente informato sia il Ministero dell'istruzione e del merito che il Ministero della cultura nell'ambito del piano nazionale cinema per la scuola, che hanno dato visibilità a questa iniziativa che è molto importante e totalmente gratuita.

Per quanto riguarda l'Italia, abbiamo lanciato proprio l'anno scorso una versione italiana della guida per gli insegnanti, ma non solo: abbiamo realizzato un approfondimento dedicato proprio alla scuola italiana, in collaborazione con la professoressa Manuela Cantoia, una professoressa di psicologia dell'apprendimento, dove abbiamo preso i principi e le linee guida che sono state date da *Games in Schools* a livello europeo e abbiamo cercato di tracciare alcuni moduli didattici che possono essere utili per il sistema scolastico italiano: moduli didattici basati su videogiochi sviluppati in Italia da imprese italiane.

Vengo all'ultimo punto, all'ultimo stimolo che vorremmo dare alla discussione, che riguarda invece il rapporto tra videogiochi e patrimonio culturale. Questo è un altro grande ambito che, secondo noi, me-

riterebbe un approfondimento, una riflessione specifica, perché i videogiochi ormai da diverso tempo sono utilizzati in una chiave di promozione, comunicazione e diffusione del patrimonio culturale in tutte le sue dimensioni, si tratti di musei, si tratti di territori.

Qui ho portato alcuni esempi che dovete prendere come tali: ce ne sono molti di più, ma li abbiamo reputati particolarmente interessanti. Mi soffermo un attimo sul primo, «*Italy. Land of Wonders*»: si tratta di un videogioco *mobile*, che è stato commissionato dal Ministero degli affari esteri durante la pandemia, con l'obiettivo di promuovere l'Italia all'estero. È un gioco ormai disponibile da qualche anno sulle principali piattaforme *mobile*. A noi sembra un esempio interessante di quello che si può fare a supporto della promozione del patrimonio culturale. Gli altri esempi che vedete sono, in alcuni casi, videogiochi o esperienze interattive che sono state commissionate da amministrazioni pubbliche, in particolare dal comune di Bologna, che ha commissionato e finanziato la realizzazione del gioco «*WunderBo*». Ci sono altri due esempi: uno molto interessante, che riguarda Palermo, e l'altro che riguarda Curon, una località della Val Venosta, a cui è stato dedicato questo titolo.

Arrivo all'ultima *slide*, dove abbiamo cercato di indicare in modo molto sintetico — ci riserviamo di produrre un contenuto scritto dove potremo sviluppare in modo più dettagliato le nostre considerazioni — quello che a nostro avviso sarebbe necessario fare per poter avere una propria strategia italiana, per sviluppare il nostro settore: sarebbe quello di promuovere innanzitutto una forza lavoro nel settore qualificata e diversificata, quindi il tema delle competenze e dei percorsi professionali del mondo del lavoro, dell'orientamento, dell'ingresso nel mondo del lavoro, per noi è fondamentale. Inoltre, stimolare l'innovazione e la creazione di proprietà intellettuale. Il nostro settore si basa sulla proprietà intellettuale ed è questa che garantisce non soltanto che possa continuare a esserci un lavoro creativo e di innovazione tecnologica da parte del settore, ma un

recente rapporto, di cui vi forniremo poi i dettagli, ha mostrato come la proprietà intellettuale sia uno dei *driver* dell'acquisizione degli studi europei, vuoi da altre imprese europee o da imprese extraeuropee: quindi è un valore importante che deve essere coltivato.

L'altro tema che a noi sta particolarmente a cuore è quello delle misure di sostegno al settore. Su questo punto specifico il Parlamento europeo ha chiesto, nella risoluzione che ho citato prima, che si ragioni su quelle che possono essere misure di sostegno più a misura del settore dei videogiochi, perché è un settore che ha tutte le sue peculiarità. In Italia abbiamo il *tax credit*. È un *tax credit* di cui siamo soddisfatti perché ci ha permesso di partire: abbiamo fatto poi una serie di richieste al Ministero della cultura, chiedendo in particolare che possa essere innalzato il massimale per azienda, che in questo momento è di un milione di euro, perché competiamo con Paesi dove questa misura di sostegno è molto più attrattiva, e, ovviamente, man mano che si svilupperà l'industria, anche che vengano aumentati i fondi disponibili.

L'altra misura che abbiamo chiesto è la possibilità di affiancare al *tax credit* una forma di finanziamento diretto, soprattutto alle imprese più piccole e più giovani, per le quali il *tax credit* probabilmente non è uno strumento così attrattivo e utile: pensiamo a forme già esistenti per altri settori, come il cinema e l'audiovisivo, tipo i contributi selettivi.

L'ultimo tema. Come favorire l'utilizzo dei videogiochi a supporto soprattutto dell'educazione e della cultura?

Questi sono i nostri spunti e siamo certi che ci sarà modo di riflettere con voi e capire come poter dare seguito. Grazie.

PRESIDENTE. Grazie alla dottoressa Thalita Malagò. Ci sono domande da parte dei colleghi?

Volevo porre io un paio di quesiti. Parto dalle conclusioni. Sono stato anche al vostro convegno alla Casa del Cinema, che è stato molto approfondito e interessante. Ma, al di là di quello che emerge dal rapporto, sappiamo che il mercato italiano,

rispetto a quello europeo e internazionale, è la minima parte. Questo, in espansione nei prossimi anni, che tendenza ha? Mi spiego, rischiamo, come sta succedendo nell'audiovideo, l'acquisizione delle nostre *software house* di *gaming* e di sviluppo da parte dei grandi marchi internazionali o c'è la possibilità, andando sulle conclusioni che lei ha fatto, quindi incentivando l'*art-bonus*, incentivando l'integrazione con l'educazione e la cultura, la valorizzazione dei beni culturali, quindi potenziando anche il sostegno a questa industria – perché di questo si tratta: industria creativa italiana – di tutelare questo mondo? Il secondo quesito è prettamente inerente al tema dell'indagine conoscitiva. Quanto l'applicazione dell'intelligenza artificiale nella fase creativa, sia di sviluppo e sia di creazione, possa mettere a rischio, da qui al futuro – siamo all'inizio di questo processo – la creatività e la produttività delle nostre aziende? Grazie.

THALITA MALAGÒ, Direttore generale di Italian interactive digital entertainment association (IIDEA). Grazie, Presidente, per le domande.

Sul primo punto penso che se ci fosse una strategia italiana di sviluppo di questo settore, con una serie di misure che possano permettere alle nostre aziende di avere la vita più facile, soprattutto in chiave competitiva, perché noi competiamo con imprese di tutti i Paesi del mondo, sicuramente potrebbe aiutare moltissimo anche a consolidare il nostro settore e a mantenere la proprietà delle aziende in Italia; questo ovviamente è un requisito fondamentale.

Noi siamo molto in ritardo rispetto ad altri Paesi. Per esempio, la Francia ha una dotazione finanziaria per il *tax credit* a livello annuale di 70 milioni di euro: ha il 35 per cento di *tax credit* e ha un numero di aziende con parecchi dipendenti di diversi zeri in più rispetto a noi. Quindi si tratta proprio di creare condizioni favorevoli allo sviluppo e al consolidamento del settore.

Rispetto alla seconda domanda, in questo momento stiamo facendo alcune valutazioni come settore sul tema dell'intelligenza artificiale. Non abbiamo ancora ela-

borato una nostra posizione, che è in corso di definizione. Sarà mia premura poter condividere con voi, non appena disponibile, è la posizione ufficiale dell'industria. Sono temi che, come potete immaginare, in questo momento sono discussi anche a livelli sovranazionali; pertanto, non appena avremo una posizione ufficiale, sarà mia premura condividerla.

PRESIDENTE. Grazie. Quando avete preso una posizione ufficiale, se la volete integrare nell'ambito del *report* che ci avete presentato, sarà molto gradita. Ringrazio la dottoressa Thalita Malagò anche per la presentazione informatica che ci ha illustrato di cui autorizzo la pubblicazione in allegato al resoconto stenografico della seduta odierna (*vedi allegato*) e ringrazio II-DEA.

Passiamo ora all'audizione di Alessandro Giuli, Presidente della Fondazione MAXXI-Museo Nazionale delle Arti del XXI secolo.

Saluto e ringrazio il dottor Giuli, che interviene in videoconferenza, per avere accolto l'invito della Commissione. Gli cedo immediatamente la parola per lo svolgimento del suo intervento. Prego.

ALESSANDRO GIULI, *Presidente della Fondazione MAXXI-Museo nazionale delle arti del XXI secolo, intervento in videoconferenza*. Grazie Presidente e grazie onorevoli deputati. Il mio intervento si sviluppa con una premessa d'obbligo, un ragionamento sul quadro generale e, con il vostro permesso, con alcune conclusioni che toccheranno la questione dell'intelligenza artificiale.

La premessa è che il MAXXI è il primo polo museale nazionale dotato di copertura 5G: quindi rappresenta in Italia un sistema di eccezione dal punto di vista della dotazione tecnologica dal 2020, quindi prima della pandemia e prima che venisse concepito e perfezionato il piano nazionale di ripresa e resilienza. Questo è un dato di partenza che, per debito di verità, ricordo che è stato ottenuto tramite un accordo tra INWIT e MAXXI dalla *past president* Giovanna Melandri.

Il quadro generale di riferimento si iscrive nel Piano nazionale di ripresa e resilienza del Ministero della cultura, che chiede sostanzialmente al MAXXI e agli omologhi musei e attori culturali di rafforzare il processo di digitalizzazione del patrimonio culturale, per conservazione, consultazione e diffusione, formazione e accrescimento delle competenze digitali, sviluppo di piattaforme integrate, creazione di prodotti culturali creativi, circolazione e diffusione di prodotti culturali verso nuovi pubblici, realizzazione di attività per la fruizione del patrimonio attraverso modalità e strumenti innovativi di offerta. Nella sostanza, il MAXXI da anni è al centro di una transizione digitale che coinvolge i professionisti e i dipendenti, attraverso formazione, acquisizione e sviluppo di nuove competenze digitali, di utenti e di visitatori per il miglioramento dell'esperienza di visita e dell'accesso ai servizi, di artisti e di creativi, interlocutori naturali e soggetti attivi del MAXXI, attraverso l'uso di tecnologie innovative al servizio della creazione artistica.

Tra i progetti e le attività in corso all'interno del MAXXI cito dapprima il cosiddetto Maxxiverso, spazio virtuale in 3D, interattivo, creato in collaborazione con la *Metaverse art space platform* ARIUM, in cui il MAXXI continua con la sua programmazione di progetti e interventi di artisti per riflettere e comprendere insieme le nuove potenzialità del digitale, programma dedicato all'interazione tra realtà fisiche e mondo digitale, che permette al pubblico di arricchirsi di nuove esperienze in una continua evoluzione tra gli spazi fisici dei musei MAXXI Roma e MAXXI L'Aquila. Quando parliamo di MAXXI naturalmente stiamo parlando del polo museale principale di via Guido Reni, ma anche del MAXXI de L'Aquila a palazzo Ardinghelli.

La *virtual reality room* — prevista accanto alla *videogallery*, già presente all'interno del corpo museale — di Zaha Hadid. La *virtual reality room* è il nuovo contenitore del MAXXI dedicato ai progetti di approfondimento, nuove produzioni, rassegne, opere collegate alle mostre in corso, con una sala dedicata all'inversività, che

coinvolgerà nell'arco di breve tempo il pubblico a diversi livelli esperienziali, incrementando l'accessibilità del patrimonio museale, la creazione di percorsi innovativi di fruizione dei contenuti, elementi imprescindibili per MAXXI del presente e del futuro.

L'Ecosistema relazionale digitale, un progetto sperimentale *in progress*, realizzato da MAXXI in collaborazione con il centro di ricerca HER *She Loves Data*, in cui le tecnologie digitali e l'intelligenza artificiale sono usate per la valorizzazione e la promozione della collezione del MAXXI arte, un prototipo performativo che coinvolge direttamente il pubblico, per cui le espressioni giornaliere generate dai visitatori vengono archiviate, analizzate, interpretate e restituite attraverso una visualizzazione interattiva, diventando parte dell'autobiografia delle opere stesse.

Museum Booster Hack, dalla realtà virtuale al *gaming*, fino alla *blockchain*. Il cosiddetto *hackathon* del MAXXI nelle quattro edizioni annuali ha visto partecipare a una maratona creativa di trentaquattro ore no-stop sviluppatori, programmatori, *designer*, *maker* esperti di comunicazione e di *marketing*, storici dell'arte e chiunque avesse idee per reinventare l'esperienza museale. Ai *team* vincitori è stato dato un riconoscimento in denaro e la possibilità di sperimentazione del progetto al MAXXI.

In vista di ottobre 2023, *The Good Future*, un *summit* internazionale dedicato alla tecnologia, all'innovazione e alla sostenibilità in ambito artistico e culturale, che vuole essere d'ispirazione e confronto insieme, una giornata in cui esperienze e riflessioni si incontrano per sollecitare nuove visioni e attivare collaborazioni e opportunità. La domanda da cui parte l'esperienza di *The Good Future* è: l'arte può davvero cambiare il mondo? Scopriamo attraverso esempi concreti cosa accade quando elementi più creativi, le visioni, le intuizioni e gli artisti incontrano il *web 3.0*, i metaversi, le intelligenze artificiali. Progettiamo insieme un futuro che l'innovazione tecnologica e la ricerca possano rendere sempre più accessibile, inclusivo e sostenibile.

C'è poi Grande MAXXI, il grande *innovation hub*. All'interno del *master plan* si

inserisce la progettazione e creazione di un polo di ricerca e di sviluppo in cui le più qualificate competenze del mondo dell'arte, dell'architettura e della creatività si incontreranno per operare insieme alle comunità scientifiche ed elaborare idee, visioni, soluzioni e progetti di rigenerazione urbana, combinando dati, *information technology* e creatività, supportati da tecnologie altamente innovative.

MAXXI *Know-How*, cultura contemporanea *online*, una piattaforma video pensata per fornire approfondimenti educativi e corsi di formazione di alta qualità, produzioni originali del museo per l'accrescimento personale e professionale nel campo delle arti e della cultura contemporanea, spazio a elementi creativi più rilevanti, tra scene artistiche contemporanee, ma anche a ricercatori, critici e docenti, per dare la possibilità di imparare dai cosiddetti maestri.

Data for Culture. In accordo con la regione Lazio, il progetto che propone la creazione di uno spazio dati culturale aperto interoperabile, basato sui dati e sull'esperienza del MAXXI nelle sue sedi, integrato con i territori dove il museo opera e interoperabile con le architetture e i *data space* culturali europei.

Infine MAXXI per Tutti, Next Generation EU, intervento a un sistema integrato di pratica, allestimenti e servizi pubblici basato sulla strategia generale del *design* universale, che investe anche l'accessibilità ai contenuti digitali del museo e le buone pratiche di coprogettazione, per una maggiore inclusività.

Ho citato sia parte di un lavoro progressivo, sia parte, come avrete immaginato, di un lavoro in divenire. Vorrei aggiungere, con il vostro permesso, alcune considerazioni che, da una parte, concludono il mio intervento e, dall'altra, potrebbero aprire alcuni spunti di riflessione.

Contestualmente al processo di transizione digitale, nel quale MAXXI è incardinato già da tempo, attraverso il lavoro del *team* MAXXI, sollecitato dalla Presidenza, stiamo cercando di mettere a tema in senso anche critico la presenza urgente, irrefutabile, ma anche ambivalente, dell'intelli-

genza artificiale all'interno della cultura museale e della cultura educativa in generale. Quando dico critica intendo riferirmi esattamente all'etimo della parola, che viene da crisi, che viene dal verbo *krino*, ovvero giudico. Lo sguardo sul rapporto tra l'educazione e la formazione e l'offerta museale e la cultura in generale e l'intelligenza artificiale deve essere messo a tema in una chiave non passiva, ma attiva e riflessiva. Poste le esigenze a cui il MAXXI va incontro, sollecitato dal Ministero della cultura, dal Parlamento e da voi tutti, posta la necessità di un percorso di educazione digitale solida, il MAXXI ha già inaugurato una serie di riflessioni pubbliche; da ultimo, un convegno che si è svolto ieri insieme con il professor Massimo Cacciari, sull'idea che sia necessario un dibattito approfondito tra gli addetti ai lavori, gli operatori della cultura, gli scienziati e i politici naturalmente, sul tema dell'umanesimo digitale, ovvero sul rapporto tra la metamorfosi e la grande trasformazione tecnologica in corso e la potenziale mutazione antropologica che questa grande rivoluzione tecno-scientifica può comportare.

In buona sostanza, per arieggiare un famoso testo di scuola francofortese, Dialettica dell'Illuminismo di Adorno e Horkheimer, ci stiamo ponendo il problema se non sia necessario perimetrare lo spazio per scrivere una dialettica dell'Illuminismo artificiale, e cioè, sulla scorta anche di appelli pubblici che si rincorrono da parte degli addetti ai lavori; se non sia realmente il caso che ogni persona di responsabilità pubblica, ma anche privata, si interPELLI sulla necessità di regolamentare e di conoscere in profondità i presupposti e gli effetti dell'interazione tra l'umano e il digitale, e in particolare sulla possibilità che l'intelligenza artificiale rappresenti ancora l'incognita di un'equazione contemporanea non ancora ben definita. Grazie.

PRESIDENTE. Grazie. Colleghi, ci sono quesiti?

Presidente, ho io un quesito da farle. Intanto la invito, dal momento che dalla relazione si evince che il MAXXI, al di là della sua storia e del suo percorso, è di

fatto la punta avanzata, per quanto riguarda le strutture museali, sull'approfondimento di questi temi relativamente all'arte, siccome l'indagine conoscitiva è di fatto una ricerca approfondita, a mandarci questa sua relazione in forma scritta, anche integrata alla luce delle iniziative, in particolare quella *The Good Future* che ci sarà a ottobre. Il tempo dell'indagine conoscitiva ha un tempo lento, quindi ci sarà la possibilità di arricchirla anche con questi contributi, a più voci, con una sintesi fatta dal MAXXI. Questo perché su questo fronte, cioè sul fronte dei musei e dell'arte contemporanea, credo che dobbiamo tracciare, come ha detto anche lei, un perimetro.

Il quesito è rispetto a questo. Questo perimetro che lei ha accennato va incontro a quello che è il codice etico, la cosiddetta algoretica, prevista anche in una famosa iniziativa del 2020 promossa dal Vaticano e da filosofi della scienza e anche grandi soggetti multinazionali che hanno aderito, rispetto alla necessità di una regolamentazione dell'intelligenza artificiale, in questo caso applicata all'arte? Mi spiego. Come sappiamo, di fatto sono state già sviluppate intelligenze artificiali che, su richiesta, creano opere d'arte, direi istantanea più che contemporanea, perché lo fanno in pochi secondi, con qualsiasi elemento richiesto e in qualsiasi stile richiesto. Questo come può impattare sul mondo dell'arte contemporanea e della creatività umana in generale? Questo è uno dei punti, a cui faceva riferimento, del perimetro etico a cui bisogna anche nell'arte porre un segnavia.

ALESSANDRO GIULI, *Presidente della Fondazione MAXXI-Museo nazionale delle arti del XXI secolo, intervento in videoconferenza*. Grazie, Presidente. Recepisco naturalmente la sollecitazione affinché una relazione scritta integrativa rispetto a quanto esposto finora venga prodotta in vista dell'appuntamento del *The Good Future* di ottobre 2023.

La risposta riguardo al quesito ovviamente è affermativa. È esattamente all'interno di questo codice che MAXXI ha avviato una sua serie di riflessioni, proprio alla luce di elementi esperienziali acquisiti

dal MAXXI, non so se prima, ma sicuramente con grande completezza rispetto ad altri soggetti; e cioè il fatto che l'intelligenza artificiale oggi sostanzialmente è in grado, sia pure sollecitata da un intervento iniziale, da un motore immobile umano, di sostituirsi completamente alla creatività artistica, sulla base di modelli che si autoreplicano, arrivando a mettere in discussione una serie di parametri finora dati per acquisiti dal mondo dell'arte e, aggiungo, anche dell'architettura naturalmente, al punto tale da mettere in questione sia la catena del valore artistico e creativo, sia la questione dei diritti di proprietà naturalmente dell'intelletto umano. Il che necessita, da una parte, di ulteriori riflessioni teoriche, attraverso le intelligenze umane più qualificate, che stiamo coinvolgendo in questo processo di confronto, che abbiamo chiamato non a caso Sistema, ovvero Stare Insieme, in cui sollecitiamo e invitiamo persone della scienza, persone della filosofia e della ricerca sulle nuove frontiere delle tecnoscienze e della neurologia, a confrontarsi con noi sui processi della creazione ideativa.

D'altra parte, oltre al discorso teorico, abbiamo in mente in sede di programmazione di mostrare, a noi stessi innanzitutto e anche ai visitatori di ogni ordine e grado, plasticamente, gli effetti dell'interazione tra arte e intelligenza artificiale, in sede di esposizione, naturalmente. Il che ci consentirà, a partire dalla coda di questo anno e per tutto il 2024, non dico di arrivare a delle conclusioni, ma sicuramente di addentrarci a un livello conoscitivo più maturo e di poter mettere a valore una serie di riscontri che offriremo al mondo della politica e ai nostri interlocutori sotto vari aspetti, anche scrittori oltre che di allestimento espositivo.

PRESIDENTE. Grazie. La risposta è molto chiara. Se non ci sono altri quesiti, ringrazio il Presidente Giuli del MAXXI e dichiaro chiusa l'audizione.

La seduta termina alle 14.50.

*Licenziato per la stampa
il 17 maggio 2023*

ALLEGATO



Italian Interactive Digital Entertainment Association

Commissione Cultura | Camera dei Deputati
19 aprile 2023



IIDEA

- Siamo l'**Associazione di categoria dell'industria dei videogiochi in Italia**.
- La nostra **fondazione** risale agli inizi degli **anni 2000**. Attualmente rappresentiamo **circa 100 soci** tra produttori di console, editori e sviluppatori di videogiochi e altri operatori in diversi segmenti della filiera.
- **A livello europeo** siamo membri di **ISFE** (Interactive Software Federation of Europe) e di **EGDF** (European Game Developers Federation).
- Siamo inoltre **membri del Management Board del PEGI**, il sistema di classificazione dei videogiochi paneuropeo.



Italian Interactive Digital Entertainment Association

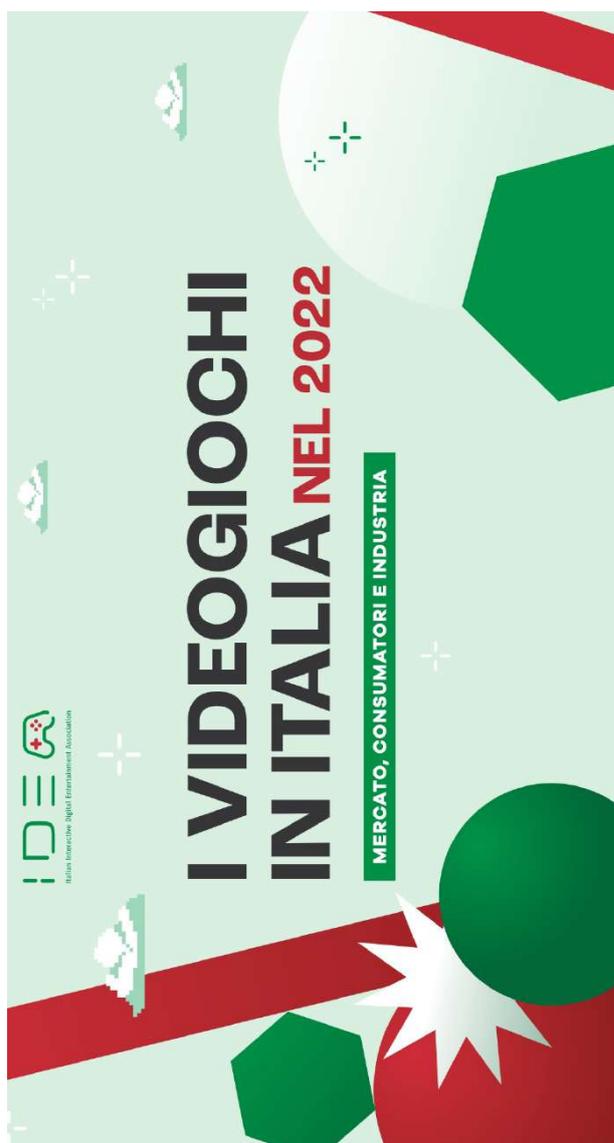
CONTESTO DI RIFERIMENTO EUROPEO

- **Commissione Europea:** European Video Game Society (2022)
- **Parlamento Europeo:** Risoluzione sui videogiochi (Novembre 2022)
- **Consiglio dei Ministri della Cultura:**
 - Conclusioni sulla costruzione di una strategia europea per gli ecosistemi delle industrie culturali e creative (Aprile 2022)
 - Risoluzione sul piano di lavoro dell'UE per la cultura 2023-2026 (Novembre 2023)



Italian Interactive Digital Entertainment Association

I VIDEOGIOCHI IN ITALIA NEL 2022





Italian Interactive Digital Entertainment Association

MERCATO





CONSUMATORI

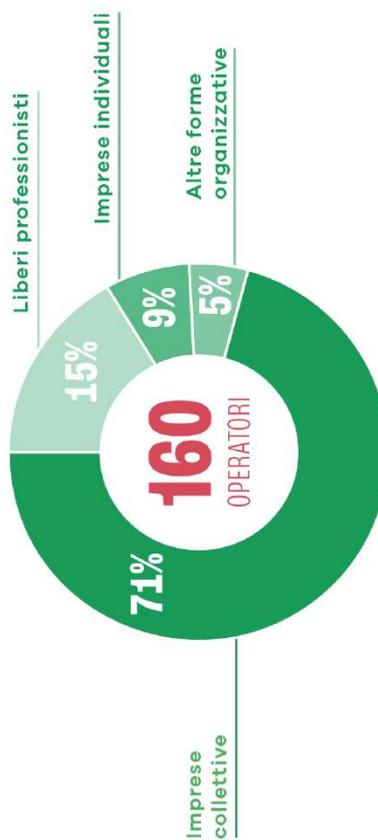




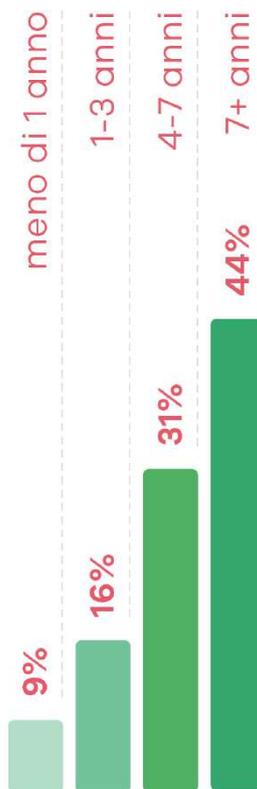
Italian Interactive Digital Entertainment Association

INDUSTRIA (MADE IN ITALY)

FORMA ORGANIZZATIVA



ANNI DI ATTIVITÀ





Italian Interactive Digital Entertainment Association

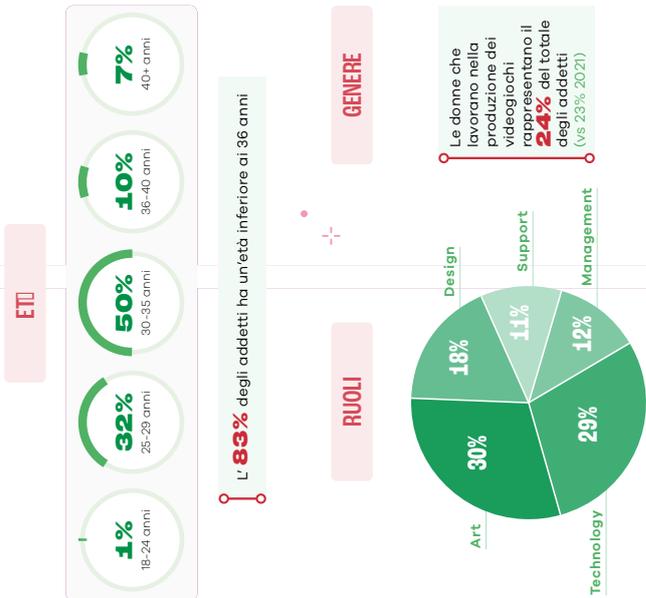
INDUSTRIA (MADE IN ITALY)

Addetti

DIMENSIONE



Profilo degli addetti



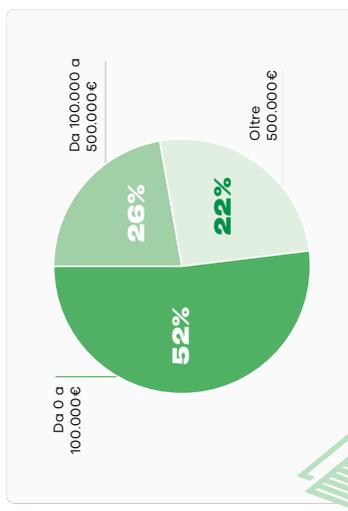


Italian Interactive Digital Entertainment Association

INDUSTRIA (MADE IN ITALY)

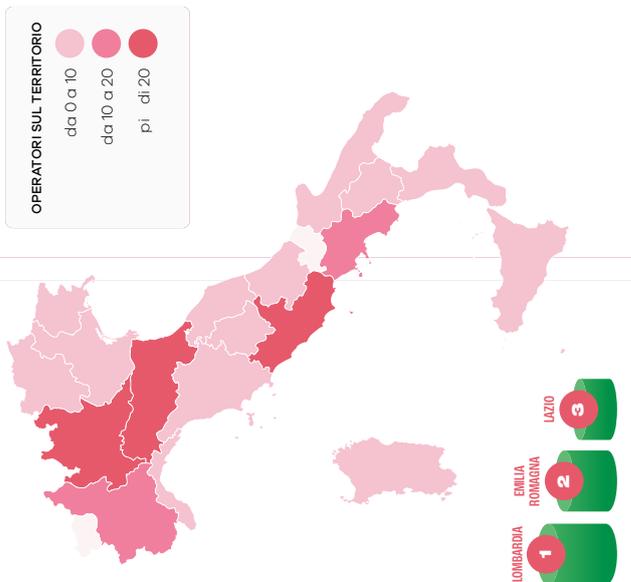
Produzione italiana

FATTURATO



Si stima che il fatturato complessivo degli operatori italiani sia compreso tra i **130** e i **150 milioni** di euro (+30% 2021)

Distribuzione geografica

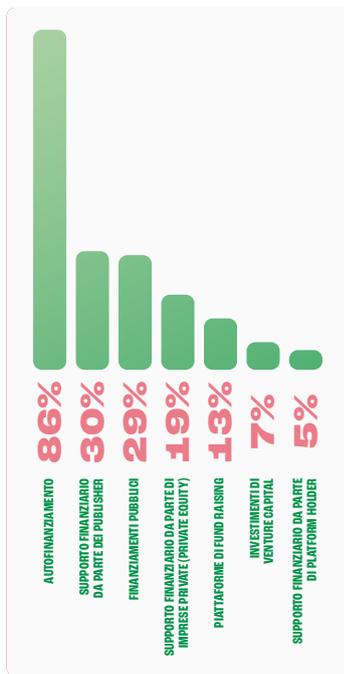




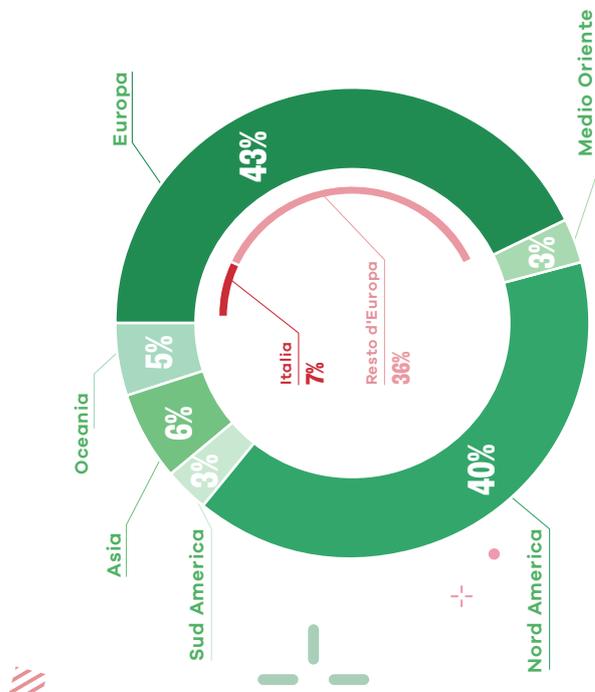
Italian Interactive Digital Entertainment Association

INDUSTRIA (MADE IN ITALY)

Fonti di finanziamento



Posizionamento internazionale



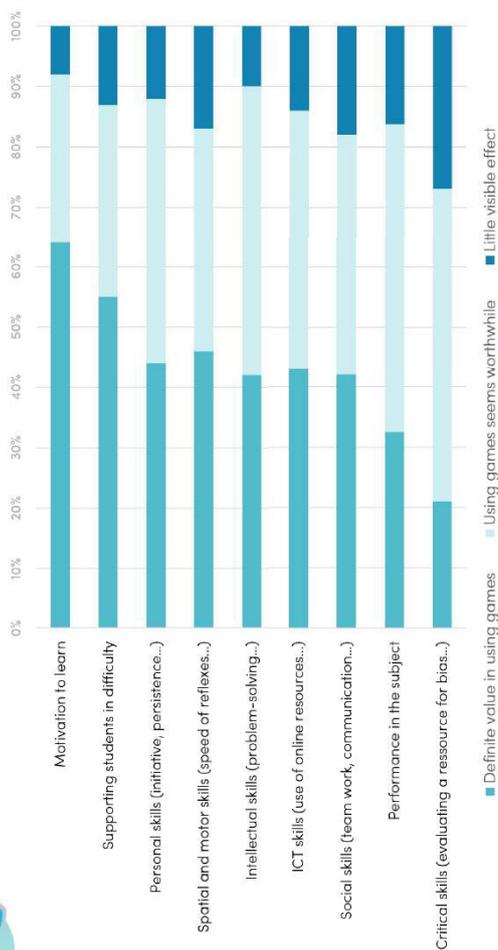


Italian Interactive Digital Entertainment Association

VIDEOGIOCHI ED EDUCAZIONE



Educational impact of using games





Italian Interactive Digital Entertainment Association

VIDEOGIOCHI ED EDUCAZIONE

I videogiochi sono un modo per avvicinare le bambine e ragazze alle materie STEM

25,9%

delle videogiocatrici sono
bambine e ragazze tra i 6 e i 15 anni

3x

Le bambine e ragazze che videogiocano hanno una
probabilità tre volte superiore di intraprendere una
carriera STEM rispetto a quelle che non lo fanno.*



*HOSEIN Anesa, "Girls' gaming behaviour and undergraduate degree selection: A secondary data analysis approach", Computers in Human Behaviour, vol. 91, Febbraio 2019, pp. 226-235, Università di Surrey.



Italian Interactive Digital Entertainment Association

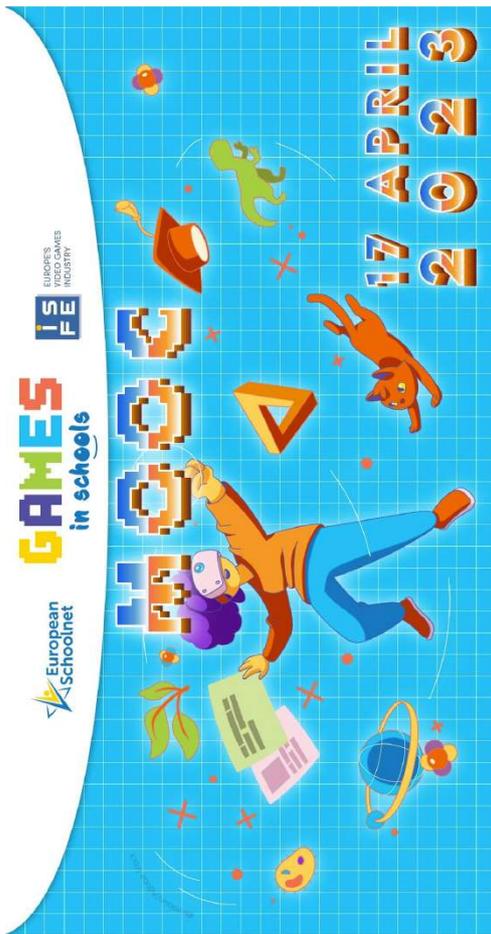
ATTIVITA' IN EUROPA



Using educational games in the classroom:

guidelines for successful learning outcomes

A handbook for teachers



17 APRIL 2023



Italian Interactive Digital Entertainment Association

ATTIVITA' IN ITALIA



Usare i videogiochi educativi in classe:

linee guida per risultati di apprendimento di successo

Un manuale per docenti

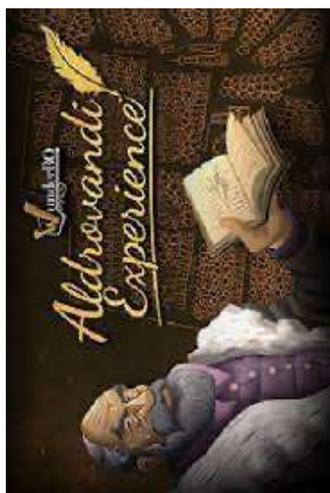


Imparare con i videogiochi in classe:

consigli ed esempi pratici per i docenti italiani



VIDEOGIOCHI E PATRIMONIO CULTURALE





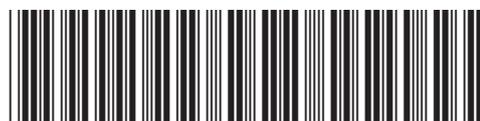
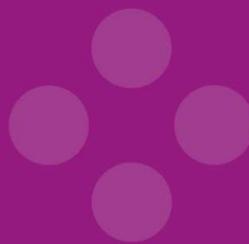
Italian Interactive Digital Entertainment Association

CONCLUSIONI

- Promuovere una «forza lavoro» qualificata e diversificata
- Stimolare l'innovazione e la creazione di proprietà intellettuale
- Creare e facilitare le misure di sostegno al settore
- Favorire l'utilizzo dei videogiochi a supporto di altri settori (es. educazione, cultura, etc.)



Grazie per la vostra attenzione!



19STC0034050