

I. Struttura, risorse, strumenti e obiettivi | F. La comunicazione

Cooperazione Internazionale e l'idea della progettazione e della sintesi delle arti che caratterizzò la felice stagione artistica degli anni 50;

- “Collezione Farnesina. Arte contemporanea in gioco” (Gribaudo) pubblicato per avvicinare anche i più giovani all'arte contemporanea ospitata nel Palazzo della Farnesina che si propone di fornire una maggiore visibilità alla Collezione Farnesina presso un pubblico finora inedito;
- i numerosi cataloghi pubblicati a seguito di eventi espositivi, spettacoli e rassegne sia a cura della Direzione Generale per la Promozione del Sistema Paese che dei singoli Istituti Italiani di Cultura.

II. L'attività di promozione | A. I grandi eventi e la settimana della lingua

II. L'ATTIVITÀ DI PROMOZIONE

A. I GRANDI EVENTI, LA SETTIMANA DELLA LINGUA E GLI STATI GENERALI DELLA LINGUA ITALIANA NEL MONDO

La programmazione culturale nell'anno 2015, come per gli anni passati, è stata marcata dalla realizzazione e dalla preparazione di alcuni eventi di grande rilievo che si sono concretizzati nella realizzazione di una sola rassegna in una determinata area geografica o in un singolo Paese e di altri eventi che invece hanno cadenza annuale o periodica.

A1. L'Anno dell'Italia in America Latina

Nel quadro delle iniziative specifiche è da ricordare innanzitutto l'**Anno dell'Italia in America Latina**, che si è svolto principalmente nel corso del 2015 per concludersi in coincidenza delle Olimpiadi di Rio nel 2016. Il programma dell'"Anno dell'Italia in America Latina" (AIAL) ha riunito sotto un solo logo e all'interno di una cornice istituzionale unitaria una pluralità di iniziative volte anche a valorizzare il "*made in Italy*" di fronte a un vasto pubblico. Esso ha costituito un grande veicolo di promozione complessiva del Sistema Italia nel subcontinente Latino Americano.

Nell'arco dell'anno si sono registrate oltre 600 iniziative, realizzate dalle ambasciate, dai consolati e dagli Istituti Italiani di Cultura presenti nell'area latino-americana in collaborazione con gli uffici della Direzione Generale per la Promozione del Sistema Paese. Tra queste attività figurano: 157 convegni e conferenze, 153 eventi musicali, 121 esposizioni, 130 spettacoli di teatro, danza e cinema, 26 partecipazioni a festival e fiere di settore, 34 visite istituzionali dall'Italia verso i Paesi della regione e viceversa, e 8 Accordi bilaterali sottoscritti.

Arte, design, piccole e medie imprese e distretti industriali, cooperazione scientifica e tecnologica e formazione hanno rappresentato i molteplici aspetti

II. L'attività di promozione | A. I grandi eventi e la settimana della lingua

di quest'azione di promozione e di scambio volta a lasciare un'eredità di rapporti e di progetti tra il nostro Paese e l'Area latino-americana.

In un'ottica di ottimizzazione delle risorse, l'Anno dell'Italia in America Latina ha avuto come obiettivo quello di intensificare ulteriormente la presenza del nostro Paese nel continente Sudamericano attraverso un programma articolato attorno a quattro assi tematici: storie, viaggi, scoperte, imprese.

L'evento è stato concepito attraverso una collaborazione sempre più stretta tra pubblico e privato, come già avvenuto per le grandi rassegne che hanno avuto luogo in anni precedenti (l'Anno della cultura italiana negli Stati Uniti, l'Anno della cultura italiana in Ungheria e della cultura ungherese in Italia e la rassegna Italia in Giappone 2013). La maggior parte delle iniziative è stata realizzata anche grazie alla collaborazione con soggetti istituzionali quali il Ministero dei Beni e delle Attività Culturali e del Turismo, Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca. Hanno offerto il proprio contributo all'Anno, fra gli altri, anche l'Agenzia ICE, la Conferenza Stato-Regioni, le Autonomie locali, i Comuni e le Regioni, il Consiglio Nazionale delle Ricerche, la Conferenza dei Rettori, l'Associazione delle industrie cinematografiche e musicali, il Comitato Nazionale Olimpico, l'Associazione per il Disegno Industriale, aziende italiane operanti in loco, grandi gruppi infrastrutturali e le comunità italiane all'estero.

L'Anno dell'Italia in America Latina ha offerto la possibilità di promuovere e valorizzare la creatività, varietà e operosità dell'originale ricchezza culturale dei territori italiani nei quali si ideano e si producono i più noti prodotti che alimentano la nostra economia. Nel programma, infatti, sono presenti non solo manifestazioni ed iniziative di natura culturale ma anche manifestazioni e partecipazioni alle fiere di settore legate alla promozione del *made in Italy*.

Obiettivo di fondo dell'evento è stato l'arricchire e consolidare i rapporti tra il nostro Paese ed i Paesi della regione favorendo la nascita di collaborazioni stabili per andare oltre la durata della manifestazione.

Tra gli oltre 500 eventi realizzati nei primi dodici mesi dell'AIAL vanno ricordati:

- il concerto di **Uto Ughi** e dell'**Orchestra Simon Bolivar** a Caracas (6 febbraio 2015);
- la partecipazione dell'Italia quale invitato d'onore al **Festival del Cinema di Guadalajara**, la manifestazione cinematografica più importante dell'America Latina (6-15 marzo 2015);
- la tournée di conferenze di **Dacia Maraini** in Argentina, Cile e Uruguay (1-7 maggio 2015);



*Il logo della rassegna
"L'anno dell'Italia in
America Latina"*

II. L'attività di promozione | A. I grandi eventi e la settimana della lingua

- la mostra “**Michelangelo Buonarroti e Leonardo Da Vinci. Statue e Disegni**” presso il Palacio de Bellas Artes di Città del Messico (2 giugno-13 settembre 2015);
- la circuitazione argentina della mostra “**Italia del Futuro**”, un'esposizione sulle eccellenze tecnologiche italiane realizzata in collaborazione con il Consiglio Nazionale delle Ricerche e allestita a Buenos Aires (18 luglio-1 novembre 2015), Cordoba (27 novembre-31 dicembre 2015) e Santiago del Estero (24 febbraio - 30 aprile 2016);
- la circuitazione della mostra “**Sudamericanamente**”, realizzata in collaborazione con il Teatro dell'Opera di Roma e composta da documenti originali quali bozzetti, figurini, costumi e fotografie risalenti al primo Novecento che evidenziano lo stretto rapporto tra l'opera italiana e l'America Latina (Managua, 2-9 giugno 2015; Montevideo, 18 agosto-18 ottobre 2015; Caracas, 12 novembre-20 dicembre 2015);
- la circuitazione della mostra “**UN.IT-UNESCO Italia**”, realizzata in collaborazione con il Ministero dei Beni e delle Attività Culturali e del Turismo e costituita da 163 fotografie d'autore intese a presentare, in un contesto espositivo d'arte contemporanea, i 51 Siti italiani iscritti nella Lista UNESCO del Patrimonio Mondiale (Città del Messico, 2 giugno-5 luglio 2015; Quito 6-29 settembre 2015; Rosario 12-18 novembre 2015);
- la mostra “**Compasso D'Oro**”, organizzata dall'Associazione del Design Industriale (ADI) e dall'Agenzia ICE, dedicata al design italiano e alle opere vincitrici del Premio “Compasso d'Oro” (Lima, 18 agosto-11 ottobre 2015; Bogotà, 18 novembre-7 dicembre 2015);
- la mostra “**Marino Marini: do arcaísmo ao fim da forma**”, prima retrospettiva in Brasile sull'artista italiano (San Paolo, 18 luglio-27 settembre 2015);
- la circuitazione della mostra “**I maestri dell'incisione**”, realizzata in collaborazione con l'Istituto Centrale della Grafica di Roma e che presenta un'inedita selezione di 42 preziose matrici della Calcoteca dell'Istituto in rame e altri metalli corredate da alcune stampe relative, a testimonianza della storia dell'incisione italiana dal '500 a oggi (Buenos Aires, 25 agosto-25 ottobre 2015; Rio de Janeiro, 10 novembre-31 dicembre 2015);
- la mostra su Leonardo da Vinci “**Leonardo: la natura dell'invenzione**”, con 40 repliche delle invenzioni create da Leonardo e realizzate nel 1952, in occasione delle commemorazioni del quinto centenario dalla nascita di Da Vinci (Brasilia, 22 luglio-27 settembre 2015);
- la serie di giornate-evento “**AIAL-Porte aperte**”, durante le quali Ambasciate, Consolati e Istituti Italiani di Cultura hanno aperto le loro porte al pubblico con una serie di programmi e visite guidate al fine di illustrare gli

II. L'attività di promozione | A. I grandi eventi e la settimana della lingua

obiettivi dell'AIAL e promuovere la XXI Esposizione Internazionale della Triennale di Milano (21-25 settembre 2015);

- l'esposizione “**Geotermia, l'energia italiana dal cuore del Pianeta**”, realizzata in collaborazione con Enel Green Power (Santiago, 7 settembre-1 ottobre 2015);
- la tournée latino-americana della compagnia **Artemis danza**, che ha proposto ad Assunzione, Bogotà e Buenos Aires un'originale rilettura in danza dell'opera “**La Traviata**” in occasione della XIV settimana della lingua italiana (24, 25 e 29 ottobre 2015);
- la tournée latino-americana degli Instabili Vaganti, con rappresentazioni di spettacoli associate a workshop intensivi di teatro rivolti ad attori e studenti locali (Montevideo, 27 novembre 2015; Città del Messico, 29 novembre 2015; Buenos Aires, 5 dicembre 2015);
- l'esposizione, presso il Museo di Belle Arti di Rio de Janeiro, di due opere raffiguranti **San Sebastiano**, rispettivamente di Guido Reni e del Guercino, quale omaggio dell'Italia alla città carioca in occasione dei suoi 450 anni dalla fondazione (27 novembre 2015-27 marzo 2016).
- Nel corso del 2016, particolare attenzione è riservata ai settori del design e dell'editoria, quale priorità nell'anno della promozione all'estero della Farnesina. In tale prospettiva, è in programma a San Paolo e a Lima una mostra su “Depero e la Grafica futurista”. A gennaio 2016, a Santiago del Cile, viene inaugurata, presso il Palacio de la Moneda, l'esposizione dell'opera unica di Sandro Botticelli “Madonna con Bambino e sei angeli”. Infine, è in programma la realizzazione di una grande mostra conclusiva dell'Anno dal titolo “I giochi in Grecia e a Roma”, con l'inaugurazione presso il Museo delle Belle Arti di Rio de Janeiro in concomitanza con l'apertura dei Giochi Olimpici, nonché una tournée dell'Orchestra della Regione Toscana, con concerti tra maggio e giugno 2016 in Ecuador, Perù, Cile e Argentina.

Uno degli strumenti che ha permesso di rendere l'Anno fruibile al pubblico è il sito internet www.annoitaliaamericalatina.it, lanciato a gennaio del 2015 e che ha ricevuto più di 53.000 visite.

A2. La Settimana della lingua italiana nel mondo

la **Settimana della lingua italiana nel mondo** è un appuntamento annuale nelle attività di promozione culturale svolte dal Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale. Nasce nel 2001 da un'idea dell'Accademia della Crusca e da allora viene organizzata ogni anno, nel mese di ottobre. Fin

II. L'attività di promozione | A. I grandi eventi e la settimana della lingua

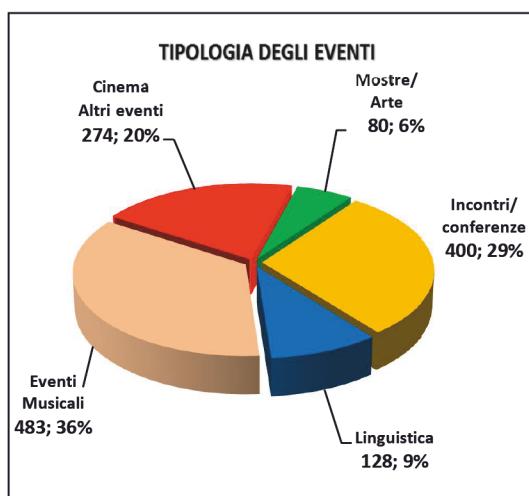
dalla sua prima edizione, essa rappresenta l'occasione in cui, in tutto il mondo, sono organizzate iniziative ed eventi legati al tema della promozione linguistica coinvolgendo le comunità di connazionali all'estero, le istituzioni locali, nonché artisti, scrittori, poeti, professori, accademici ed esperti.

La manifestazione coinvolge tutta la rete estera della Farnesina: ognuna delle sedi, ambasciate, consolati e Istituti Italiani di Cultura, interpreta il tema annuale in modo diverso e originale attraverso mostre, convegni, incontri con personalità rappresentative della cultura italiana. Nell'ambito dell'evento in tutti i continenti si moltiplicano le iniziative di promozione della lingua italiana capaci di produrre risultati di grande impatto anche impiegando risorse limitate.

Si tratta di una manifestazione che ha registrato nel tempo una crescita costante sia per quanto riguarda il numero degli eventi posti in essere, sia per il numero delle sedi interessate. Dagli iniziali 300 si è infatti passati agli oltre 1.000 delle ultime edizioni. Tutto ciò è stato realizzato grazie al coinvolgimento, oltre ad ambasciate, consolati e Istituti di Cultura, di più soggetti, come i lettorati universitari d'italiano, scuole italiane all'estero, comitati della Dante Alighieri, associazioni di connazionali all'estero, enti pubblici e soggetti privati; non è mancato un contributo delle ambasciate della Confederazione Elvetica in quanto l'italiano è una delle lingue nazionali di quel Paese.

In questi ultimi anni, al fine di marcare ulteriormente il concetto di promozione integrata del Sistema Paese si è deciso di abbinare il tema della Settimana della lingua alla promozione di una industria culturale: dopo l'editoria nel 2014 è stato scelto per il 2015 il tema della musica.

La quindicesima edizione della Settimana della lingua italiana nel mondo ha visto la realizzazione di un ampio ventaglio di proposte di alto profilo e di considerevole impatto. Il panorama di eventi è stato particolarmente ricco. Sono stati **realizzati 1.365 eventi in 82 Paesi ed in 135 sedi** fra Istituti Italiani di Cultura e rappresentanze diplomatiche e consolari.



Le attività previste presso le sedi estere sono state, quest'anno, **preannunciate all'estero da Rai Italia e amplificate in Italia da Radio 3**, che ha dedicato una intera puntata della sua trasmissione "La lingua" per illustrare la programmazione degli Istituti Italiani di Cultura. Nella stessa giornata sono stati messi in onda alcuni eventi curati dagli Istituti Italiani di Cultura tra cui il concerto d'organo al Terra Sancta College di Amman e il Pinocchio all'Opera di Gloria Bruni per gli alunni della scuola italiana di Londra. Sono stati anche

II. L'attività di promozione | A. I grandi eventi e la settimana della lingua

intervistati ospiti degli Istituti di Cultura: il tre volte Oscar **Giorgio Moroder**, che, il 19 ottobre, è stato insignito all'Istituto di Los Angeles del Lifetime Achievement Award; **Ilaria Bonomi** a San Pietroburgo in occasione della presentazione del volume dell'Accademia della Crusca ed **Eugenio Marino**, autore di “Andarsene sognando”, libro la cui presentazione era in programma a Tel Aviv, Montréal e all'Università di Basilea. Radio 3, per tutto l'arco della Settimana, ha rilanciato in molte trasmissioni del palinsesto alcune iniziative degli Istituti Italiani di Cultura e della rete diplomatico-consolare. Lo stesso tema della Settimana è stato trattato sempre da Radio 3 per la “Giornata proGrammatica”, tenutasi il 21 ottobre, che ha visto impegnate numerose scuole in Italia e alcune scuole italiane all'estero. In quella occasione un numero considerevole di cantanti e parolieri (da **Finardi a Mogol**), in Italia e all'estero, hanno partecipato a iniziative nelle scuole e negli Istituti di Cultura.

Di particolare rilevanza, inoltre, per la sua diffusione all'estero la partecipazione alla Settimana della **Comunità Radiotelevisiva italofona** con un progetto dedicato alla storia della canzone italiana, a puntuale illustrazione del tema dell'edizione del 2015. Le puntate del programma sono diffuse in Italia ogni domenica dai microfoni di Radio 3.

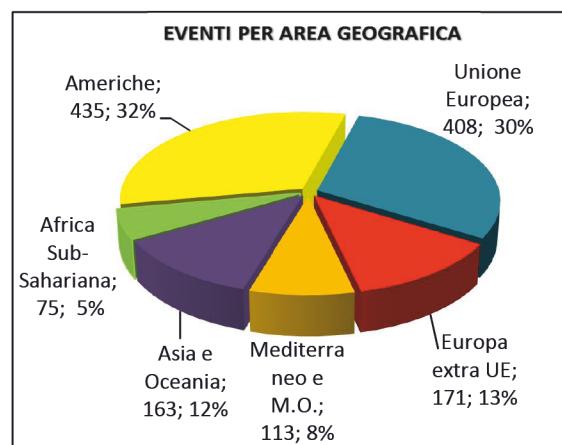
Tra le imprese culturali che hanno collaborato a questa edizione, una menzione particolare spetta alla **Fondazione De André**, che ha messo a disposizione degli Istituti Italiani di Cultura il documentario Effedia, realizzato da Teresa Marchesi nel 2009, oltre alle competenze del Centro Studi Fabrizio De André, attivo presso l'Università degli Studi di Siena, sul cantautore genovese, cui l'Istituto di Bucarest ha dedicato un concerto svoltosi il 19 ottobre presso il Teatro Nazionale.

Ampia è stata la varietà dei programmi organizzati da ambasciate, consolati e Istituti Italiani di Cultura in oltre **sessanta Paesi**. Tra i tantissimi appuntamenti in cartellone, di particolare significato:

- le conferenze del **Maestro Mogol**, padrino d'eccezione della Settimana a Nizza e all'Istituto Italiano di Cultura Berlino.

La canzone d'autore e la musica contemporanea hanno visto alcune figure di primo piano partecipare alle attività degli Istituti:

- **Vinicio Capossela** a Barcellona, Madrid e Berlino, nella doppia veste di cantautore e scrittore;



II. L'attività di promozione | A. I grandi eventi e la settimana della lingua

- **Lorenzo Cherubini**, in arte Jovanotti, all'Istituto di cultura di New York in conversazione con il Prof. Lorenzo Coveri;
- **Giacomo Lariccia**, distintosi di recente per la sua originale difesa della lingua italiana, in concerto allo University College di Londra, all'Università di Bath e a Bogotà;
- il duo **Musica Nuda** con Petra Magoni e Ferruccio Spinetti in concerto a Belgrado; e infine **Enrico Rava, Gianluca Petrella e Giovanni Guidi** in tournée in Indonesia.



il logo della settimana della lingua italiana nel mondo

Numerose le iniziative nel campo della **musica classica**:

- il concerto inaugurale della settimana all'Istituto Italiano di Cultura di Bruxelles **I' vidi in terra angelici costumi**, con Roberto Prosseda al pianoforte, il soprano Maria Grazia Schiavo e Nicola Sani in veste di commentatore d'eccezione;
- l'opera **Il don Chisciotte** di Giovanni Battista Martini, eseguita dall'Ensemble Harmonicus Concentus di Bologna a Colonia;
- a Tokyo, il soprano **Desirée Rancatore**, in tournée in Giappone con **La Traviata**, è stata ospite dell'Istituto di Cultura, dove ha parlato dell'italiano del melodramma e ha eseguito arie tratte dai grandi capolavori dell'Opera. Sempre dall'Istituto in collegamento con la trasmissione **La barcaccia** di Radio 3 ha dialogato con i conduttori sottolineando l'importanza della Settimana della Lingua per la diffusione della lingua italiana nel mondo;
- l'Istituto Italiano di Cultura di Stoccolma si è distinto guadagnandosi due volte la menzione di Radio 3 rispettivamente con l'evento Cantare il Settecento in programma il 21 ottobre e, il giorno seguente, con il concerto **Il fervido desiderio. Scherzi arie e ariette da Monteverdi a Sollima** con Lorna Windsor (voce) e Elena Casoli (chitarra).

Tra le iniziative più originali:

- il convegno su **Giorgio Caproni** all'Istituto Italiano di Cultura di Madrid con una sezione dedicata al rapporto del poeta con la musica;
- le conferenze su musica e scienza di **Pier Giorgio Odifreddi** a Montevideo;
- la conferenza del **Prof. Antonio Ereditato** a Berna, città in cui la nostra Ambasciata ha presentato un programma particolarmente vario;
- molto stimolante anche l'iniziativa dell'Istituto di Cultura di Chicago che ha presentato la pubblicazione **Ethnic Italian Records** dedicata alla singolare e unica collezione dell'Archivio Fugazzotto, consistente in una collezione di circa 3.000 registrazioni di musiche e canti dei nostri emigrati raccolte e commercializzate negli Stati Uniti all'inizio del secolo scorso.

II. L'attività di promozione | A. I grandi eventi e la settimana della lingua

Numerosi italianisti hanno analizzato lo strettissimo rapporto tra l'italiano e la musica:

- si possono citare tra questi, il **Prof. Giulio Ferroni**, che in Brasile ha tenuto un ciclo di conferenze in varie università;
- il **Prof. Tullio De Mauro** che ha tenuto una conferenza all'Università di Basilea sulla storia linguistica dell'Italia repubblicana, nel quadro dell'interessante programma allestito dal nostro Consolato Generale;
- a dimostrazione della originale varietà delle declinazioni del tema dell'anno, il **Prof. Francesco Ciabattoni**, docente alla Georgetown University, dopo aver tenuto una conferenza sulla lingua dei cantautori ne ha poi eseguito alcuni dei pezzi più belli accompagnato dalla sua banda **I-Taliens**;
- infine **Fabio Caon** e **Francesco Sartori** che hanno partecipato all'edizione della Settimana della lingua 2015 illustrando l'uso della canzone nella didattica della lingua italiana a Nizza, Budapest e Monaco di Baviera.

A3. Gli Stati Generali della lingua italiana nel mondo

Una seconda iniziativa di ampia portata che ha visto il suo inizio nel 2014 e alla quale si intende dare cadenza periodica è quella degli “**Stati Generali della lingua italiana nel mondo**”. La sua prima edizione ha avuto luogo a Firenze ed è stata realizzata in collaborazione con l'Amministrazione Comunale della città.

Gli Stati Generali hanno messo in luce il ruolo strategico svolto dalla promozione della nostra lingua all'estero, che genera ritorni concreti e crescita economica, ed è stata realizzata mediante l'opera di 5 gruppi di lavoro tematici, sulle seguenti aree:

- nuove sfide e nuovi strumenti della comunicazione linguistica;
- strategie di promozione linguistica per le diverse aree geografiche;
- ruolo delle università, con particolare attenzione alle cattedre di italianistica;
- ruolo degli italoconi e delle comunità italiane all'estero;
- gestione e strumenti della promozione della lingua italiana.

I dati raccolti sono confluiti nel “libro bianco” sulla situazione dell'italiano nel mondo, contenente la situazione aggiornata delle azioni di promozione e di insegnamento della nostra lingua e i dati più aggiornati, sull'insegnamento dell'italiano nel mondo. Le risultanze di tale esercizio, con tutte le cautele sopra ricordate, hanno condotto a censire complessivamente oltre 1,5 milioni di studenti di italiano nel mondo.

È stato alla fine tracciato un percorso che vedrà edizioni biennali degli Stati Generali, in cui verificare lo stato dell'arte e identificare, in una logica di

II. L'attività di promozione | A. I grandi eventi e la settimana della lingua

sistema e con l'ampio contributo di tutti, strumenti e metodi più adatti al mutare dei contesti.

Essa è stata preceduta dall'evento, che ha avuto luogo a Roma nel palazzo della Farnesina, dal titolo “**Parliamone: l’italiano come risorsa**”, rivolto a coloro che si occupano dei temi della diffusione della lingua italiana. Scopo dell'iniziativa è stata la presentazione nel mondo dei dati più aggiornati relativi all'insegnamento dell'italiano nel mondo quale lingua seconda o straniera negli Istituti Italiani di Cultura, nelle scuole statali, paritarie e/o sezioni italiane di scuole straniere o europee/internazionali, nei corsi di lingua e cultura italiana organizzati da enti gestori e previsti dalla legge 153/71.

“Parliamone” ha evidenziato come l'italiano risultava essere la quarta lingua seconda più studiata al mondo ed ha evidenziato la necessità di impostare una strategia per superare gli ostacoli che attualmente limitano la diffusione e l'insegnamento dell'italiano nei diversi contesti. Infine ha posto le basi di una rilevazione dei contesti di insegnamento dell'italiano non collegati, direttamente o indirettamente, al coinvolgimento dell'azione pubblica (sistema educativo locale, iniziative private, ecc.).

A seguito dei due eventi del 2014, il 20 ottobre 2015 ha avuto luogo a Firenze, il convegno **Riparliamone: la lingua ha valore**, anch'esso promosso dal Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale.

L'iniziativa ha avuto lo scopo di presentare gli aggiornamenti di quanto emerso durante gli Stati Generali della lingua italiana nel mondo del 2014 e riassumere i risultati dei due eventi dell'anno precedente, in preparazione della nuova edizione degli Stati Generali in programma per la seconda metà del 2016.

Nella presentazione è stato sottolineato il rinnovato interesse per la diffusione della lingua italiana nel mondo e del valore che essa riveste come lingua di cultura ed anche lingua dell'economia. È stato inoltre sottolineato l'importante ruolo svolto dagli italiani all'estero in questo processo. L'evento ha avuto anche la finalità di rafforzare la prospettiva della collaborazione con il mondo privato per la promozione linguistica. Si tratta di un percorso già avviato con la Settimana della Lingua Italiana nel Mondo il cui tema è da alcuni anni scelto in relazione al settore delle industrie culturali e creative.

Il convegno si è svolto in due momenti separati:

- nella prima sessione del convegno, dedicata all'italiano come valore per il sistema economico, sono intervenuti rappresentanti del mondo dell'economia e della comunicazione. Particolarmente apprezzato è stato l'intervento del responsabile Fiat Marketing e Comunicazione, che, attraverso una serie di spot pubblicitari marchio Fiat in Nord America ha mostrato come sia stato importante utilizzare la lingua italiana per trasmettere il senso dell'italianità del prodotto.

II. L'attività di promozione | A. I grandi eventi e la settimana della lingua

- La seconda sessione del convegno è stata dedicata alle azioni da svolgere contenute nel documento conclusivo degli Stati Generali 2014. Sono stati presentati aggiornamenti su quanto fatto come seguito degli Stati Generali 2014: l'istituzione del Gruppo di Lavoro consultivo per la promozione della cultura e della lingua italiana, il progetto per l'invio di laureati specializzati in didattica dell'italiano come lingua seconda in Università straniere, l'invio di volontari linguistici, l'istituzione della classe di concorso dell'italiano come L2 e le borse di studio per corsi di aggiornamento e formazione per docenti stranieri di lingua italiana.

In vista degli Stati Generali del 2016, sono stati illustrati gli obiettivi su cui si intende lavorare e, più specificamente, l'insegnamento a distanza; la formazione e l'aggiornamento a distanza dei docenti d'italiano all'estero; la creazione di un Osservatorio della lingua italiana all'interno del Portale della Lingua Italiana; la valutazione indipendente della politica linguistica dell'Italia; e, infine, la definizione di modelli dell'insegnamento dell'italiano all'estero, iniziando dal Sillabo per gli Istituti Italiani di Cultura.

È stato quindi presentato il progetto pilota avviato dalla Direzione Generale per gli Italiani all'Esterò del Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale per l'invio di laureati specializzati nell'insegnamento dell'Italiano come lingua seconda in affiancamento ai docenti dei corsi tenuti dagli enti gestori dei corsi di lingua e cultura all'estero. Circa il portale della lingua italiana nel mondo, è stata presentata in anteprima l'homepage del sito realizzato dal Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale, in fase di sviluppo informatico.

Infine, il vice coordinatore dell'Associazione degli enti certificatori CLIQ ha fornito un aggiornamento dei dati sulla certificazione, sottolineando l'importanza di realizzare l'osservatorio della lingua italiana anche in relazione al portale della lingua italiana nel mondo.

In conclusione dell'evento il Sottosegretario agli Esteri Mario Giro ha ricapitolato quanto realizzato nel 2015, alla luce degli impegni assunti con gli Stati Generali del 2014. A questo proposito, in preparazione della seconda edizione degli Stati Generali 2016, risulta importante coinvolgere nuovamente i rispettivi Gruppi di Lavoro. Infine, tra le priorità su cui lavorare, il Sottosegretario ha suggerito la realizzazione di una certificazione della lingua unitaria da elaborare con il Ministero dell'Università, dell'Istruzione e della Ricerca, sia per chi apprende che per chi insegna e il bisogno di creare scuole di italiano all'estero con il determinante apporto del settore privato, nelle aree in cui è più forte la richiesta di italiano.

II. L'attività di promozione | A. I grandi eventi e la settimana della lingua

A4. L'Esposizione Universale di Milano

Occorre infine non trascurare tra i grandi eventi **l'Esposizione Universale di Milano**. L'esposizione, aperta al pubblico il 1 maggio 2015 e conclusasi il 31 ottobre 2015, **ha costituito altro momento per promuovere anche temi culturali**. Il tema centrale di EXPO Milano, “Nutrire il pianeta, Energia per la vita”, ha consentito all'Italia di essere al centro del dibattito internazionale su questioni strategiche per l'umanità dei prossimi decenni, quali l'accesso al cibo e la sostenibilità alimentare del pianeta.

I numeri dell'Esposizione Universale di Milano evidenziano gli alti risultati raggiunti durante i sei mesi di Expo: i partecipanti ufficiali sono stati 137 e, secondo i dati forniti dalla Società Expo, i visitatori hanno raggiunto i 21,5 milioni, un terzo dei quali (circa 7 milioni) provenienti dall'estero. In occasione delle 119 “Giornate nazionali” dedicate ai partecipanti, si sono concentrate le visite di oltre 250 delegazioni ministeriali straniere (delle quali, 62 quali a livello di capi di Stato e di governo).

Expo 2015 ha costituito un'occasione unica non solo per la promozione economica dell'Italia ma anche dell'attrattività del nostro Paese anche sul piano della cultura e delle relazioni culturali. Expo si è offerta, infatti, quale vetrina per far conoscere al pubblico dei visitatori stranieri la varietà, la qualità e la ricchezza dell'offerta culturale italiana.

Il Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale, assieme alla propria rete diplomatico-consolare, ha prestato un contributo essenziale alla diffusione internazionale di Expo Milano 2015 e alla stessa realizzazione della manifestazione in un'ottica di Sistema Paese, occupandosi della gestione degli eventi nel corso dei sei mesi della Manifestazione e dell'organizzazione delle visite

istituzionali dall'estero. La sua realizzazione ha coinvolto anche la nostra rete degli Istituti di Cultura e di istituzioni culturali e scolastiche.

Il ruolo degli Istituti Italiani di Cultura è risultato particolarmente rilevante per valorizzare i maggiori eventi di richiamo internazionale programmati durante Expo, nonché l'attività di imprese creative e industrie culturali che fa da sfondo alla progettualità italiana presente in Expo 2015. La conduzione delle iniziative promozionali non ha potuto prescindere dal coordinamento tra gli Istituti Italiani di Cultura e gli altri attori del Sistema Paese presenti all'estero, quali l'Agenzia-ICE, le imprese italiane e le associazioni imprenditoriali, le scuole e i lettorati.

Al fine di diffondere e sostenere l'adesione delle scuole italiane all'estero e delle sezioni italiane presso scuole straniere alle iniziative coordinate dal Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca sul tema dell'Esposizione Universale “Nutrire il pianeta. Energia per la vita”, la rete



*L'Expo 2015 ha visto
un'attiva
partecipazione delle
scuole italiane
all'estero*

II. L'attività di promozione | A. I grandi eventi e la settimana della lingua

diplomatico-consolare è stata sensibilizzata con l'ausilio di schede illustrate delle proposte progettuali. Di queste hanno fatto parte il bando “La scuola per Expo 2015”, per la creazione di percorsi formativi interdisciplinari, il bando “Together in Expo 2015”, per la realizzazione di progetti di comunicazione sul tema dell'alimentazione sostenibile, e la proposta del laboratorio di ricerca Hoc-Lab del Politecnico di Milano con il concorso “PoliCulturaExpoMilano2015”.

È stato anche essenziale il riferimento alla piattaforma informatica creata dal Ministero dei Beni e delle Attività Culturali e del Turismo dedicata alla promozione dell'offerta culturale italiana durante l'Expo.

Anche la Direzione Generale per la Promozione del Sistema Paese ha sostenuto attivamente il ruolo della cooperazione scientifica e tecnologica con un programma volto a valorizzare l'eccellenza nel campo della ricerca in Italia, dando la possibilità ad autorità governative, ricercatori e scienziati stranieri di visitare le infrastrutture di enti e istituzioni di ricerca scientifica e tecnologica italiani che hanno aderito all'iniziativa e fornendo alla nostra rete diplomatico-consolare un elenco di contatti da promuovere e divulgare nelle singole sedi.

II. L'attività di promozione | B. L'attività istituzionale della Direzione Generale per la Promozione del Sistema Paese - Lingua e cultura

B. L'ATTIVITÀ ISTITUZIONALE DELLA DIREZIONE GENERALE PER LA PROMOZIONE DEL SISTEMA PAESE – LINGUA E CULTURA

L'azione della Direzione Generale per la Promozione del Sistema Paese si traduce non solo nell'organizzazione di grandi eventi e rassegne, ma anche e soprattutto nel coordinamento di strutture attraverso le quali si concretizza l'azione di promozione della lingua e cultura italiana. Tale azione si esplica mediante l'utilizzo di risorse proprie ma soprattutto favorendo una azione di aggregazione di altri soggetti e risorse che meglio permettono il raggiungimento degli obiettivi.

La descrizione di tale attività costituisce il naturale seguito di quanto presentato in merito agli strumenti in un precedente capitolo.

In tale contesto vengono forniti anche numerosi dati numerici e finanziari relativi al complesso di questa attività.

B1. Gli Istituti Italiani di Cultura e il loro funzionamento

La rete degli Istituti Italiani di Cultura, gestita dal Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale, rappresenta una risorsa preziosa al servizio del Sistema Paese per la promozione della cultura ed il dialogo fra culture nel mondo.

Al centro del suo funzionamento vi è il personale dell'Area della promozione culturale. Al 31 dicembre 2015 risultavano effettivamente in servizio 122 unità (115 funzionari e 7 dirigenti), su un organico di 149 unità previsto dalla legge. Il suddetto personale era distribuito come segue: 35 unità presso l'amministrazione centrale e 87 nei vari istituti e Rappresentanze diplomatico-consolari.

Si tratta di un ruolo con competenze specifiche che svolge funzioni tipiche della promozione della cultura della lingua e la cui consistenza negli ultimi anni si è notevolmente ridotta per le difficoltà di mantenere un adeguato turnover. Malgrado la limitatezza attuale del corpo dei funzionari dell'Area della promozione culturale è stato possibile, non senza difficoltà e facendo un notevole sforzo, razionalizzare l'impiego delle risorse ed assicurare la funzionalità della rete degli Istituti sui quali si forniscono qui di seguito una serie di informazioni relative alla loro presenza e consistenza.

II. L'attività di promozione | B. L'attività istituzionale della Direzione Generale per la Promozione del Sistema Paese - Lingua e cultura

La presenza degli Istituti Italiani di Cultura nel mondo copre tutti i continenti. Gli Istituti e le sezioni al 31 dicembre 2015 erano 83 (*) ed erano così ripartiti nelle varie aree:

- Unione Europea:	33 Istituti
- Europa Extra UE:	8 Istituti
- Americhe:	18 Istituti
- Asia e Oceania:	12 Istituti
- Mediterraneo e Medio Oriente:	9 Istituti
- Africa sub-sahariana:	3 Istituti

*Il conteggio per aree indica sia gli Istituti operativi che quelli con attività sospese (Tripoli e Damasco). Non include l'Istituto di Bagdad che è sede non attivata.

A capo dell'Istituto di Cultura vi è un Direttore, nominato dal Ministro degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale fra il personale del Ministero appartenente all'Area della promozione culturale. Inoltre, in relazione alle esigenze di particolari sedi, l'art. 14 della Legge 401/ 90 prevede la possibilità di assegnare la direzione di Istituti Italiani di Cultura a "personalità di prestigio culturale ed elevata competenza anche in relazione alla organizzazione della promozione culturale", "entro il limite massimo di dieci unità", per un periodo di due anni rinnovabile una sola volta. Dei 10 consentiti dalla normativa, nel 2015, 7 Istituti erano attribuiti a direttori "di Chiara Fama": Berlino, Londra, Mosca, New York, Parigi, Pechino e Tokyo.

I direttori "di Chiara Fama" in servizio al 31 dicembre 2015 erano:

Luigi Reitani	a Berlino
Marco Delogu	a Londra
Olga Strada	a Mosca
Giorgio van Straten	a New York
Marina Valensise	a Parigi
Stefania Stafutti	a Pechino
Giorgio Amitrano	a Tokyo

Nel corso del 2015 si è proceduto a designare i nuovi titolari delle sedi di Berlino, Londra, Mosca e New York.

Negli istituti Italiani di Cultura presta servizio, oltre al personale inviato dall'Italia, anche personale a contratto locale assunto a tempo indeterminato (318 unità al 31 dicembre 2015).

Le attività degli Istituti Italiani di Cultura, come si evince anche in altre parti di questa relazione, spaziano su vari settori che vanno dall'insegnamento della lingua all'organizzazione diretta di eventi culturali, dal supporto alle iniziative avviate da esponenti del mondo culturale italiano alla promozione del nostro sistema universitario e della ricerca, per arrivare alla messa a disposizione delle

II. L'attività di promozione | B. L'attività istituzionale della Direzione Generale per la Promozione del Sistema Paese - Lingua e cultura

proprie biblioteche al pubblico, al mantenimento dei contatti con i lettori di italiano, all'organizzazione di iniziative e convegni scientifici, nonché alla promozione dell'editoria e del cinema italiano. In particolare, è necessario citare l'organizzazione dei corsi di lingua, che rappresentano una fonte sempre più importante di autofinanziamento. Si tratta di attività molto complesse sia sul piano amministrativo che gestionale, dovendo contemporaneamente la normativa italiana che li regola con le normative locali. Oltre ad attività per le quali è possibile fornire una quantificazione in termini finanziari con la lettura dei bilanci relativi ai finanziamenti agli Istituti più avanti riportati, occorre considerare tutta una serie di attività che non sono quantificabili con dati finanziari e che si traducono nella promozione della lingua e cultura anche mediante la creazione e il consolidamento di una rete di contatti nella sede in cui operano.



L'Istituto Italiano di Cultura di Tokyo

Nel campo della gestione amministrativo-contabile, con il contributo della Direzione Generale per l'Amministrazione, l'Informatica e le Comunicazioni del Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale, a partire dall'esercizio finanziario 2015 è stato attivato il "Sistema Informativo Gestionale degli Istituti Italiani di Cultura" (S.I.G. IIC), il programma informatico destinato alla gestione telematica di tutte le fasi dei bilanci degli Istituti e di varie procedure amministrativo-contabili. Esso ha consentito, tra l'altro, di uniformare le procedure, introdurre la dematerializzazione dei documenti contabili, ridurre i tempi e i costi e attuare dal centro un controllo più diretto e immediato sulla gestione amministrativo-contabile degli Istituti.

Nel corso del 2015 sono state sviluppate e attivate, per fasi, nuove funzionalità, nella prospettiva della piena operatività del S.I.G. IIC a partire dall'Esercizio Finanziario 2016, in attuazione del Decreto Interministeriale n. 211 del 3 dicembre 2015, modificativo del Regolamento degli Istituti Italiani di Cultura. In particolare, dopo aver attivato la predisposizione telematica dei bilanci preventivi, si è proceduto in tal senso anche per i bilanci di gestione, di assestamento, per i consuntivi e i passaggi di consegne. È stata informatizzata la gestione amministrativo-contabile degli Istituti Italiani di Cultura, dall'anagrafica delle sedi ai registri e libri previsti dalla normativa, alla registrazione telematica delle operazioni; è stata attivata la fatturazione elettronica e introdotta la possibilità di effettuare interrogazioni e stampe. Inoltre, come funzionalità da attivare nel 2016, sono state predisposte, in particolare, la gestione di ogni fase degli eventi, dal loro inserimento alla loro chiusura e rendicontazione, la compilazione, in formato elettronico, sia delle note al bilancio che della relazione del Direttore e l'elaborazione, da parte del