AGENZIA STAMPA QUOTIDIANA NAZIONALE
Prima Pagina News

# ***Cultura -*** *Musei Reali Torino, Benchmarking museale: un modello per misurare l'impatto dei musei*

**Roma** - 03 giu 2019 (Prima Pagina News) **Il progetto conferma che la Riforma avviata nel 2014 per gli istituti del MiBAC vede i Musei dotati di autonomia speciale in prima linea per misurare e guidare la sfida della cultura come elemento trainante la creazione di valore.**

I musei in questi anni stanno vivendo un processo di profondo cambiamento, spostandosi da una configurazione autoritativa ad una configurazione aperta al pubblico, alla società e alla partecipazione culturale. Questo cambiamento è ancora più forte nei musei statali dotati di autonomia speciale, dove, per la prima volta, è prevista la figura di un Direttore con il compito di progettare, pianificare e guidare questo cambiamento. Ma come cogliere la capacità del museo ad aprirsi verso la società e contribuire alla creazione di valore? Tre musei autonomi, Musei Reali di Torino, Palazzo Ducale di Mantova e Gallerie Estensi di Modena, con il supporto scientifico del Politecnico di Milano, hanno co-creato e implementato un sistema di misurazione in grado di quantificare il contributo del museo alla creazione di valore. “L’elemento distintivo del progetto – sottolinea Michela Arnaboldi, responsabile scientifico della ricerca - va oltre la mera quantificazione dei risultati raggiunti, ma risiede nell’uso del dato come punto di partenza di un circolo virtuoso di gestione. Ciò è stato possibile grazie ad un approccio partecipativo, dove il gruppo di ricerca e i Direttori dei tre musei hanno lavorato congiuntamente, riflettendo in modo continuo su quale valore si vuole creare”. Il risultato di questo lavoro è duplice. Da un lato si è definito un nuovo modello di quantificazione del valore generato dal museo che passa dalla misurazione del pubblico attuale e potenziale, dell’impatto sul singolo e sulla società, e delle risorse a disposizione. Dall’altro, il modello è stato applicato e i numeri sono stati usati dai Direttori per pianificare i nuovi interventi del Museo. I dati raccolti grazie al nuovo modello mostrano un pubblico attuale con un’alta percezione dell’esperienza al museo e con un forte senso di engagement con il museo: il 77% dei visitatori si è dichiarato molto soddisfatto della visita e il 64% ha dichiarato l’intenzione a tornarci in futuro. In media, i musei hanno una forte capacità attrattiva su un pubblico femminile, italiano, di età media, che visita il museo per la prima volta e con l’abitudine a visitare i musei (più di 3 in un anno). Il modello prevede anche l’identificazione e la profilazione del “non pubblico” attraverso la somministrazione di questionari in luoghi diversi dal museo, come giardini, parchi, piazze o centri commerciali. Questa indagine ha evidenziato il profilo medio del pubblico scettico, che conosce il museo ma non è intenzionato a visitarlo (18% dei rispondenti) e del pubblico da attrarre (47% dei rispondenti), che, invece, non conosce l’offerta museale. “Questi dati sul non pubblico sono per me molto importanti, commenta Peter Assmann, Direttore di Palazzo Ducale di Mantova, per pianificare nuove strategie di comunicazione e per identificare nuove collaborazioni sul territorio per far conoscere l’offerta museale anche al di fuori del pubblico fidelizzato”. I dati relativi all’impatto riportano una

fotografia molto positiva e in continua evoluzione: l'85% del pubblico ritiene che il museo abbia contribuito a sviluppare nuove conoscenze e abilità individuali mentre l'84% considera un impatto molto positivo del museo sulla collettività. Ma quante risorse interne sono disponibili per raggiungere questi risultati? I dati sulla saturazione del personale interno mostrano una distribuzione diversa delle risorse sulle attività gestite dal museo, dalla conservazione alla valorizzazione della collezione e fundraising. In media, il 52% del personale interno è allocato su attività di portierato e vigilanza e il 24% su attività di conservazione e valorizzazione del patrimonio a fronte di un 1% dedicato a fundraising e marketing, ad indicare la carenza di figure professionali museali da dedicare a quest'ultima attività. I dati raccolti su audience, impatto e risorse, sono stati raccolti su un orizzonte temporale di 3 anni, supportando, non solo un confronto tra musei, ma anche una riflessione sull'evoluzione temporale dei risultati per i musei. "Questo aspetto è fondamentale per poter valutare i primi risultati delle azioni di gestione messe in atto, pur consapevoli che per alcune attività servono più anni prima di raccogliere delle evidenze quantitative", dichiara Enrica Pagella, Direttrice dei Musei Reali di Torino. Il dato come punto di partenza e non di arrivo è rimarcato anche da Martina Bagnoli, direttrice delle Gallerie Estensi: "L'elemento distintivo del progetto è quello di andare oltre la misurazione e usarlo per pianificare azioni future. Ad esempio, il dato sul "non pubblico" ci ha aperto a riflessioni su nuove strategie di distribuzione degli spazi per essere più visibili e attrarre più visitatori". "Nell'ambito del proprio piano strategico 2017-2020, la Compagnia di San Paolo ha rimarcato l'importanza di sviluppare modelli di valutazione, in primis dei propri interventi, al fine di giungere a comprendere il reale impatto del proprio operato e delle sue ricadute nel singolo ambito e nel più ampio contesto di riferimento. In questi anni ha promosso approcci data driven che permettano di raccogliere evidenze e misurazioni al fine di poter orientare riflessioni, strategie e azioni future. In tale quadro si inserisce sia la collaborazione con il team del Politecnico di Milano, la cui azione di ricerca nel comparto culturale rappresenta per la Compagnia una preziosa azione propedeutica alle future strategie della Fondazione, sia l'attenzione all'azione di analisi e programmazione strategica dei Musei Reali di Torino, in particolare con il sostegno all'attuazione del Business Plan operativo 2019-2021" afferma Francesco Profumo, Presidente della Compagnia di San Paolo. Il progetto conferma che la Riforma avviata nel 2014 per gli istituti del MiBAC vede i Musei dotati di autonomia speciale in prima linea per misurare e guidare la sfida della cultura come elemento trainante la creazione di valore. Un lavoro di ricerca sul campo che potrebbe proseguire in una logica di sistema territoriale, coinvolgendo l'altro asset strategico della Riforma, ossia i poli museali. Questo progetto è realizzato grazie alle conoscenze e competenze "poli-tecniche" con un team di ricerca composto da architetti e ingegneri gestionali, ingegneri informatici e designer. Il team di ricerca sta proseguendo il lavoro di fornire strumenti di supporto alle decisioni, mettendo a punto nuovi modelli di misurazione che sfruttano i big data e i dati derivanti dalle tecnologie digitali.

*(Prima Pagina News) Lunedì 03 Giugno 2019*

Verbalia Comunicazione S.r.l. Società Editrice di PRIMA PAGINA NEWS
Registrazione Tribunale di Roma 06/2006 - P.I. 09476541009
Iscrizione Registro degli Operatori di Comunicazione n. 21446

Sede legale : Via Costantino Morin, 45 00195 Roma
Redazione Tel. 06-45200399 r.a. - Fax 06-23310577
E-mail: redazione@primapaginanews.it