

# CAMERA DEI DEPUTATI N. 2861

## PROPOSTA DI LEGGE

D'INIZIATIVA DEI DEPUTATI

**CIRIELLI, ALBANO, BUTTI, CIABURRO, FRASSINETTI, PRISCO,  
SILVESTRONI**

Istituzione del Museo nazionale della cultura sportiva e dell'identità del territorio

*Presentata il 14 gennaio 2021*

ONOREVOLI COLLEGHI ! – Da sempre lo sport è parte integrante della società e da essa mutua i passaggi storici, sociali e tecnologici. Con il passare del tempo, lo sport è divenuto un momento fondamentale nella formazione, soprattutto delle giovani generazioni, e ha posto le basi per un'apertura a valori più alti quali la cultura, la partecipazione sociale e l'affermazione dell'identità territoriale. I principi organizzativi su cui si regge lo sport e la diffusione storica di alcune discipline, non a caso, sono serviti proprio a promuovere particolari forme di identificazione locale e nazionale. Lo sport, infatti, è prima di tutto confronto e pertanto esso è basato su regole che hanno una logica competitiva, un fattore, quest'ultimo, che implicitamente stimola una sua forte interazione con le identità locali e, più in generale, nazionali. Ed è proprio il

modello sociale legato allo sport a favorire e a mettere in contatto le diverse culture, trasformandolo in uno strumento privilegiato di relazioni e di rappresentazione delle caratterizzazioni locali e nazionali.

È innegabile che gli attori delle competizioni sportive, siano essi persone fisiche o associazioni, rappresentino porzioni di territorio (città, regioni e Stati), che attraverso pacifiche competizioni sviluppano un più forte senso di identificazione e di appartenenza sociale. Anche l'evoluzione storica dello sport è stata caratterizzata da dinamiche territoriali e ne è un esempio il percorso seguito per l'affermazione degli sport moderni, che trae origine dal modello inglese dei *games revolution*.

Alla fine del XIX secolo, infatti, sulla scia della Rivoluzione industriale e del colonialismo, si esportarono in tutti i conti-

menti espressioni sportive di una cultura locale. Tale fenomeno coinvolse anche alcuni territori dell'Italia settentrionale che, grazie ai contatti commerciali e industriali inglesi, adattarono alla cultura locale il calcio e il tennis. Proprio nell'Italia *post* risorgimentale lo sport ha contribuito a fare da collante all'integrazione tra le diverse identità locali, che nel tempo si è consolidata consentendo, attraverso il fenomeno del tifo sportivo, i primi spostamenti di massa e, quindi, lo scambio di conoscenze. Dalla metà degli anni venti la creazione di *club* in aree confinanti, soprattutto per il gioco del calcio, stimolò la rivalità locale e accentuò, pertanto, l'identità territoriale delle relative popolazioni. In questo modo lo sport diventa, attraverso i suoi rituali e i suoi luoghi, il mezzo fisiologico attraverso cui le singole comunità vengono in contatto, allacciano legami culturali e sottolineano la propria identità, i propri miti e i propri eroi. Lo stadio, ad esempio, può essere immaginato come un microcosmo della struttura sociale dove le bandiere delle varie squadre celebrano un sentimento di identità locale e il pubblico si unisce in un'ottica di comune solidarietà legato agli stessi colori che identificano il proprio territorio. Il simbolismo connesso allo sport è la chiave di tutto: una coppa, una medaglia, una maglia o un pallone rappresentano la sacralità di quel momento trasfusa nella memoria storica della collettività che si identifica in quegli oggetti o in quella vittoria in rappresentanza di un intero territorio. Così il cimelio sportivo diventa un momento di riconoscimento, un tuffo nei ricordi che si lega alla storia di ognuno, a quella dei propri padri e dei propri nonni. L'oggettistica crea un fondamentale spazio simbolico affinché questo tipo di sentimenti resti vivo. Da qui l'importanza di luoghi dedicati alla conservazione di questa memoria ma anche alla creazione di nuovi stimoli sulla base della conoscenza storica di alcuni avvenimenti. Un viaggio a ritroso che deve portare a riflettere le giovani generazioni, a capire i processi storici, i progressi scientifici e l'evoluzione sociale oltre che attraverso un approccio visivo anche per mezzo di un

contatto tattile con un pallone o con una maglietta. Un Museo nazionale della cultura sportiva e dell'identità del territorio rappresenterebbe, in tal senso, un contenitore ideale per stimolare questi sentimenti, all'interno del quale troverebbero spazio attività in stretta connessione con il territorio. Un luogo dedicato che coinvolgerebbe pienamente la popolazione anche grazie alle numerose realtà del mondo sportivo delle federazioni (ad esempio, il Comitato olimpico nazionale italiano, la Federazione italiana giuoco calcio e la Federazione italiana di atletica leggera), del mondo dell'associazionismo (enti di promozione sportiva, comitati regionali e provinciali) ed enti del Terzo settore (associazioni sportive dilettantistiche) che, oltre a promuovere l'attività sportiva attraverso incontri nazionali e interregionali, potrebbe rappresentare uno spazio d'incontro e di confronto in cui realizzare eventi, convegni, iniziative con scuole, con enti del Terzo settore, con soggetti della terza età e con persone disabili. Esso costituirebbe, inoltre, un archivio storico per ricordare, ricostruire e indirizzare i giovani, mediante corsi di formazione e di aggiornamento, al rispetto della cultura sportiva e dei valori dello sport.

Molte scuole e università private, infatti, stanno valutando la possibilità di inserire stabilmente, lo sport tra le discipline di studio; sarebbe, pertanto, indispensabile avere a disposizione documenti storici e testimonianze dirette e indirette conservate in modo sistematico e organico. Un Museo nazionale della cultura sportiva e dell'identità del territorio, tra l'altro, potrebbe assolvere alla funzione di collettore turistico come quello esercitato dai grandi musei realizzati in Spagna e nel Regno Unito da alcune società di calcio professionistiche, tra le quali Real Madrid, Barcellona, Manchester United e altre, che attraggono ogni anno milioni di visitatori. Una sorta di cuore culturale pulsante in grado di rigenerarsi continuamente attraverso proposte alternative che partendo dallo sport sono in grado di ampliare la loro offerta a tematiche formative e culturali di grande spessore. Non solo, quindi, un percorso espositivo neutrale, da semplice visitatore,

ma un percorso espositivo esperienziale, dove il visitatore diventa protagonista.

La realizzazione di un Museo nazionale della cultura sportiva e dell'identità del territorio, infatti, potrebbe avere un fortissimo richiamo turistico proprio perché le nuove generazioni (soggetti di età compresa tra 15 e 25 anni) stanno sostituendo, di fatto, l'arte e il turismo tradizionale con altre forme più moderne legate alle icone di strettissima attualità connesse allo *show business* (calcio, musica, cinema e spettacolo).

L'ultima frontiera delle attività commerciali, d'altronde, è proprio la presenza al suo interno di mostre dedicate o di cimeli storici o sportivi per creare interesse e visibilità, rimarcando la propria identità e l'originalità, in quello che è un vero e proprio percorso esperienziale nel quale le piccole e medie realtà commerciali nonché le imprese multinazionali possono raccontare la propria storia di qualità e di eccellenza.

Lo sport del nuovo millennio, inoltre, è praticato in una percentuale pari all'80 per cento delle nuove generazioni, divenendo un vero e proprio stile di vita che sta coinvolgendo, oltre all'alimentazione, alla moda, al linguaggio comune e ai codici di comunicazione, anche settori chiave della cosiddetta « società 2.0 » quali quello economico, finanziario e quello legato ai nuovi *media-marketing*, *social network* ed *e-commerce*.

Un Museo nazionale della cultura sportiva e dell'identità del territorio diverrebbe,

dunque, uno spazio che fungerebbe anche da archivio storico per ricordare, ricostruire e istruire mediante corsi di formazione e di aggiornamento le nuove generazioni di tecnici, atleti e dirigenti al rispetto della cultura sportiva e dei valori dello sport, ma anche un luogo istituzionale che fungerebbe da richiamo nel mondo per i tanti emigrati che conservano l'amore per la propria terra e che, nei tempi passati, proprio dalle imprese sportive avevano notizie dell'Italia e dei campioni della loro terra.

Raccontare la storia dello sport italiano vuol dire ripercorrere la storia d'Italia, dalla Rivoluzione industriale (1870) alla rivoluzione digitale (2000) e soprattutto promuovere un territorio e la sua evoluzione storico-sociale-economica mediante le sue società sportive, i suoi atleti, i suoi campioni, le sue creazioni motoristiche, le sue fabbriche artigianali e le sue aziende enogastronomiche, diventate nel corso del tempo multinazionali proprio grazie allo sport.

La presente proposta di legge si prefigge, dunque, l'obiettivo di tutelare e di valorizzare il patrimonio culturale legato allo sport attraverso l'istituzione di un Museo nazionale, il cui compito sarà appunto quello di raccogliere, conservare ed esporre i cimeli legati all'evoluzione dello sport in Italia, nonché di promuovere tutte le iniziative e le attività culturali idonee a favorire la conoscenza, in Italia e all'estero, del patrimonio conservato.

## PROPOSTA DI LEGGE

### Art. 1.

*(Istituzione del Museo nazionale della cultura sportiva e dell'identità del territorio)*

1. È istituito il Museo nazionale della cultura sportiva e dell'identità del territorio, di seguito denominato « Museo ».

2. Il Museo ha sede in Roma, presso i locali concessi in uso dal Ministero per i beni e le attività culturali e per il turismo aventi caratteristiche idonee per lo svolgimento delle funzioni di offerta espositiva.

### Art. 2.

*(Compiti)*

1. Il Museo ha il compito di:

*a)* valorizzare e rendere fruibile in modo unitario il patrimonio documentale materiale e immateriale, letterario, iconografico e multimediale relativo allo sport;

*b)* promuovere iniziative e attività culturali e turistiche idonee a favorire la conoscenza, in Italia e all'estero, del patrimonio di cui alla lettera *a)*;

*c)* sviluppare la cultura dello sport anche in collaborazione con le istituzioni scolastiche.

### Art. 3.

*(Attività)*

1. Il Museo svolge le seguenti attività, la cui conoscenza è assicurata tramite un apposito sito *internet* dello stesso Museo:

*a)* raccogliere, conservare, catalogare e proporre, con approccio multidisciplinare, dati e oggetti utili per ricostruire fatti storici legati allo sport e alla società;

*b)* realizzare un sistema a rete con i musei dello sport esistenti in Italia e consentire, attraverso programmi multime-

diali, la fruizione a distanza dei materiali custoditi ed esposti;

c) promuovere visite, manifestazioni, incontri nazionali e internazionali, convegni, concerti, nonché proiezioni di film e di spettacoli, volti ad approfondire i diversi profili della cultura sportiva e a renderli fruibili ai fini di una più ampia conoscenza;

d) fornire sostegno all'attività della scuola e all'educazione permanente in materia di cultura sportiva, anche attraverso l'elaborazione di progetti di formazione e la realizzazione di proprie proposte didattiche o divulgative.

#### Art. 4.

##### *(Istituzione della Fondazione del Museo)*

1. È istituita la Fondazione per il Museo nazionale della cultura sportiva e dell'identità del territorio, di seguito denominata « Fondazione », con lo scopo di promuovere e di coordinare l'attività del Museo.

2. La Fondazione ha sede in Roma, ha personalità giuridica di diritto pubblico e ha autonomia funzionale e amministrativa.

3. Lo statuto della Fondazione è approvato con decreto del Presidente della Repubblica, su proposta del Presidente del Consiglio dei Ministri, sentiti i Ministri per i beni e le attività culturali e per il turismo e dell'economia e delle finanze.

4. Il patrimonio della Fondazione è costituito e incrementato da apporti dello Stato e di soggetti pubblici e privati; le attività, oltre che dai mezzi propri, possono essere finanziate da contributi di enti pubblici e di privati.

5. La Fondazione può ricevere donazioni e contributi da enti pubblici e privati.

6. Per lo svolgimento delle attività istituzionali è assegnata alla Fondazione una dotazione pari a 500.000 euro annui a decorrere dall'anno 2021.

#### Art. 5.

##### *(Organi della Fondazione)*

1. Gli organi e l'attività della Fondazione sono disciplinati dalle disposizioni

della presente legge, dall'atto costitutivo e dallo statuto.

2. In particolare, lo statuto definisce le funzioni, la composizione e le modalità di nomina degli organi della Fondazione, tra i quali devono essere compresi:

- a) l'assemblea;
- b) il consiglio di amministrazione;
- c) il presidente;
- d) il collegio dei revisori dei conti.

#### Art. 6.

##### *(Copertura finanziaria)*

1. È autorizzata la spesa di 5 milioni di euro per l'anno 2021 per la realizzazione della sede del Museo, nonché la spesa di 1 milione di euro annui a decorrere dall'anno 2021 quale contributo per le spese di funzionamento del Museo.

2. All'onere di cui al comma 1 del presente articolo, pari a 6 milioni di euro, si provvede mediante corrispondente riduzione dell'autorizzazione di spesa di cui all'articolo 1, comma 354, della legge 28 dicembre 2015, n. 208.

PAGINA BIANCA



\*18PDL0129580\*