

**COMMISSIONE PARLAMENTARE
PER L'INFANZIA E L'ADOLESCENZA**

RESOCONTO STENOGRAFICO

INDAGINE CONOSCITIVA

8.

SEDUTA DI MARTEDÌ 23 GIUGNO 2015

PRESIDENZA DELLA VICEPRESIDENTE **ROSETTA ENZA BLUNDO**

INDICE

	PAG.		PAG.
Sulla pubblicità dei lavori:		Blundo Rosetta Enza, <i>presidente</i>	3, 6, 10
Blundo Rosetta Enza, <i>Presidente</i>	3	Biglino Roberta, <i>direttore generale di ZETEMA</i>	6
INDAGINE CONOSCITIVA SUL DIRITTO DEI MINORI A FRUIRE DEL PATRIMONIO ARTISTICO E CULTURALE NAZIONALE		Morelli Gaia, <i>responsabile del settore attività didattiche di CIVITA Cultura</i>	3
Audizione del Direttore generale di ZETEMA, Roberta Biglino e del Responsabile del settore attività didattiche di CIVITA Cultura, Gaia Morelli (Svolgimento e conclusione):		<i>ALLEGATO 1: Documentazione presentata dall'Associazione Civita, «I giovani e i musei. L'esperienza di Civita»</i>	11
		<i>ALLEGATO 2: Documentazione presentata da Zetema</i>	46

PAGINA BIANCA

PRESIDENZA DELLA VICEPRESIDENTE
ROSETTA ENZA BLUNDO

La seduta comincia alle 14.10.

(La Commissione approva il processo verbale della seduta precedente).

Sulla pubblicità dei lavori.

PRESIDENTE. Avverto che, se non vi sono obiezioni, la pubblicità dei lavori della seduta odierna sarà assicurata anche attraverso impianti audiovisivi a circuito chiuso.

(Così rimane stabilito).

Audizione del Direttore generale di ZETEMA, Roberta Biglino e del Responsabile del settore attività didattiche di CIVITA Cultura, Gaia Morelli.

PRESIDENTE. L'ordine del giorno reca, nell'ambito dell'indagine conoscitiva sul diritto dei minori a fruire del patrimonio artistico e culturale nazionale, l'audizione della responsabile del settore attività didattiche di CIVITA Cultura, Gaia Morelli, e del direttore generale di ZETEMA, Roberta Biglino, che è accompagnata dalla dottoressa Carla Piraino, responsabile della didattica, che ringrazio della presenza. Do la parola alla dottoressa Morelli per lo svolgimento della sua relazione introduttiva.

GAIA MORELLI, *responsabile del settore attività didattiche di CIVITA Cultura.* Grazie e buongiorno a tutti. Sono Gaia Morelli, responsabile del settore attività didattiche di CIVITA Cultura (sono, peral-

tro, la responsabile della sede di Milano). Vi ringrazio tantissimo per questo invito. Vi illustrerò in questa sede un'esemplificazione per casi selezionati delle iniziative che CIVITA, sia nella sua veste di associazione, sia nella sua veste imprenditoriale, rivolge con grandissima attenzione al pubblico dei giovani. Come sapete, CIVITA ha due anime: una è l'anima *no profit*, quindi è un'associazione di imprese che oggi conta circa 160 associati, operando nella divulgazione e nella valorizzazione dei beni culturali da più di 25 anni, con studi, con ricerche e con importantissimi momenti di riflessione. Alla fine degli anni Novanta, però, si è sentita l'esigenza di far nascere all'interno dell'associazione un'impresa. Con la regolamentazione dell'accesso e della collaborazione del privato nel settore dei beni culturali, si è manifestata in maniera molto importante la necessità di dare origine a un'impresa: CIVITA Cultura, che oggi, peraltro, è interessata da un processo di sviluppo molto significativo (è infatti parte di una *holding*, IEN-Italian Entertainment network, che unisce anche altri marchi, come Filmmaster e come Cinecittà).

CIVITA opera innanzitutto come concessionario, quindi è una realtà privata che, in virtù di concessioni di enti pubblici e privati, svolge servizi integrati. L'attività didattica è uno dei principali tra questi servizi ed è integrata, appunto, con altri servizi strategici, come il servizio di prenotazione, il servizio di biglietteria, la promozione dell'attività didattica. C'è una visione a tutto tondo di quest'area di attività.

CIVITA è anche impegnata nella produzione e nell'organizzazione di molti eventi espositivi, che di per sé hanno una valenza didattica intrinseca. Nell'ambito

del coinvolgimento di diversi *target* di pubblico — quindi, anche nelle mostre — c'è una particolare attenzione verso il pubblico dei giovani, a partire, naturalmente, dalla politica tariffaria, come anche per tutte le iniziative che vengono rivolte in maniera specialistica ai giovani.

Oggi vorrei citare, tra le numerosissime iniziative, alcuni casi che ci stanno dando molta soddisfazione. A Milano siamo i concessionari per un museo privato di Intesa Sanpaolo che si chiama Gallerie d'Italia-Piazza Scala e che raccoglie in piazza Scala una selezione di circa quattrocento opere della fondazione Cariplo e di Intesa Sanpaolo, che sono state restituite a partire dal 2011 alla fruizione del pubblico.

Per questo museo svolgiamo tutti i servizi al pubblico: la guardiana, il *bookshop*, le prenotazioni, le audioguide, insomma, tutti i servizi. In questo senso la didattica, grazie a una visione che ha la direzione museale, assolve un ruolo di vera e propria valorizzazione. Questa sintonia che abbiamo con la direzione museale ci ha consentito, a partire dalla fine del 2011, lo sviluppo di moltissime attività che sono rivolte a *target* molto differenziati. Accogliamo in museo bambini del nido — sono venuti qualche settimana fa — ma anche ragazzi degli ultimi anni della scuola superiore, con dei progetti speciali che li portano a sperimentare il mondo del lavoro. Si tratta di progetti specifici che, naturalmente, si rinnovano continuamente, perché vivono di un rapporto continuativo, in questo caso con il mondo della scuola, quindi, di scambio; coinvolgiamo, inoltre, le diverse fasce di età, nell'ambito di un rapporto con i docenti, un rapporto costante, quotidiano, di continuo scambio, ma anche un rapporto con altre istituzioni.

Molti di questi progetti nascono proprio dalla collaborazione con una rete di istituzioni non solo museali; molti progetti coinvolgono anche la Pinacoteca di Brera. L'offerta didattica accoglie le scuole alle Gallerie d'Italia, ma anche al Poldi Pezzoli, alla Pinacoteca di Brera, quindi c'è una rete museale che soddisfa le esigenze di

formazione. Ci sono anche altre realtà, magari non specializzate nella cultura. Vi faccio un esempio: abbiamo sviluppato in questi anni un progetto per gli ipovedenti avvalendoci della collaborazione del Museo Omero di Ancona, naturalmente, con il patrocinio dell'Istituto dei ciechi e della Fondazione Cariplo. Questa collaborazione tocca naturalmente competenze specialistiche, non solo di formazione e di divulgazione, ma anche tecniche, per offrire dei supporti efficaci e funzionali anche per la libera fruizione da parte degli ipovedenti, quindi senza dover essere necessariamente accompagnati da un mediatore. Inoltre — qui non parliamo direttamente di giovani ma di famiglie, che è un altro *target* determinante in questa accoglienza — abbiamo elaborato con la Fondazione Manuli, su iniziativa di Intesa Sanpaolo, un progetto rivolto ai malati di Alzheimer. Non parliamo proprio di giovani, però, come sappiamo, questa malattia, che è incurabile e si può solamente affiancare e sostenere, coinvolge tutta la famiglia. Quindi, l'accoglienza e l'offerta di un'attività didattica all'interno di un museo con contenuti recepibili e utilizzabili in maniera unitaria dal nucleo familiare, che naturalmente coinvolge anche le generazioni più giovani, è sicuramente una delle iniziative più importanti. Non parliamo, naturalmente, di quantità di pubblico — è evidente che le scuole rispondono in maniera molto consistente a livello numerico — ma parliamo di un'attenzione specifica all'accoglienza e ad un'offerta per alcuni specifici *target*.

Sulle Gallerie d'Italia, lo ripeto, abbiamo la facilità della visione della direzione museale, ma anche il fatto che tutte queste iniziative sono offerte gratuitamente, proprio perché intese come un'attività di valorizzazione. Ciò, naturalmente, abbatte a monte una serie di barriere di capacità di fruizione. Abbiamo anche un altro aspetto che vorrei evidenziare, cioè il modello di gestione. Parliamo di una didattica che coinvolge i giovani — non mi dilungo su tutta l'offerta, molto variegata — non solamente come fruitori, ma anche come attori. Ad esempio — per noi è una

sperimentazione che sta riuscendo bene — gli addetti alla sorveglianza sono gli stessi giovani neolaureati, i quali conoscono le lingue e hanno formazioni anche *post* universitarie e progettano, quindi, la didattica. Abbiamo superato una differenziazione di ruoli che è piuttosto diffusa a livello di strutture museali. Queste nuove figure professionali sono particolarmente efficaci, innanzitutto perché giovani, poi perché vivono il museo quotidianamente e, quindi, hanno la possibilità di metabolizzare e di riproporre una serie di stimoli che arrivano direttamente dal pubblico stesso. Si tratta — lo ripeto — di una modalità di gestione che ha molti benefici.

Vorrei sottolineare che questa attività ha un potenziale di capacità occupazionale rispetto ai giovani — visto che li percepiamo certamente come fruitori strategici per le realtà museali — ma, nell'attività della valorizzazione e della didattica, sicuramente ci sono delle potenzialità occupazionali per i giovani stessi. Fin qui ho accennato a esperienze in cui i giovani sono condotti, dall'insegnante o dalla famiglia, con iniziative dove spesso cerchiamo di mettere a contatto la scuola con la famiglia, perché a volte, invece, si tratta di iniziative che non dialogano tra di loro. Per esempio, in un altro museo, il Museo del Novecento di Milano, abbiamo sperimentato un'iniziativa rivolta alle scuole materne, « Artopolis ». Parlo di un'iniziativa reiterata nel tempo, con diversi momenti didattici, sia di visita al museo, sia di rielaborazione in classe, ma anche di ritorno al museo con le famiglie, a cavallo degli ultimi due anni della scuola materna, dove il rapporto con la famiglia e con la scuola deve essere particolarmente fluido (come anche negli anni successivi). Infine, si è concluso con una mostra, in occasione di *BookCity*, un evento molto forte che a Milano catalizza moltissima attenzione, un'iniziativa che ha toccato, in questo percorso didattico, anche altre discipline, come la lettura delle fiabe e la creazione artistica.

Il museo è in tutto e per tutto — almeno, cerchiamo di farlo diventare tale — un luogo di relazione, un luogo di

relazione fisica di chi partecipa alle iniziative, di relazione fra le istituzioni che, come ho già detto prima, pur venendo da diversi ambiti scientifici e di specializzazione, si trovano a collaborare per sviluppare questa offerta didattica. I giovani partecipano spesso condotti dalla famiglia o dalla scuola. La sfida è renderli partecipi spontanei, a cavallo dell'adolescenza o anche più avanti, in modo che trovino spontaneamente, senza essere stimolati da terzi, un modo di espressione e di fare propria la cultura che il museo può trasmettere, vivendola in prima persona. Questa è la vera sfida, su cui stiamo sperimentando una serie di iniziative naturalmente di carattere trasversale.

Non riteniamo che la tecnologia nuda e pura sia uno strumento che risolve la questione; sicuramente, è uno strumento utile perché è molto diffusa e può essere un canale di comunicazione molto efficace. Abbiamo sperimentato ciò, per esempio, proprio per il Museo del Novecento, inserendo sul sito ufficiale un *link* per costruirsi una mappa in autonomia prima di andare al museo (l'iniziativa si chiama « Percorsi liberi »). Le centinaia di opere del Museo del Novecento, che potrebbero incutere un po' di timore o addirittura essere respingenti per l'impegno che richiedono nella fruizione, vengono invece presentate in maniera dinamica e divertente, con una serie di associazioni tra un'opera e l'altra molto semplificate, con la possibilità di navigare per costruirsi la propria mappa, quindi, recandosi al museo già consapevoli, in parte, di che cosa si può trovare, per vivere quest'ultimo in una maniera molto più personale. Un'altra iniziativa è chiamata « Assaggi d'arte », laddove puntiamo sulla gola e anche sulla volontà di socialità che c'è tra i giovani. Si parte da un aperitivo molto nutrito, che gioca sul colore bianco del Canova, oppure sul *fast food* che rievoca la Pop Art, con una serie di analogie, a volte anche un po' azzardate e criticabili, che però stuzzicano l'attenzione. L'aperitivo — a Milano l'*happy hour* è ormai molto diffuso — è comunque un'occasione importante di socializzazione; dopo l'aperitivo si ha anche l'occa-

sione di visitare una, due o tre opere al massimo di un grande museo e di gustarsele in una maniera più informale e più sociale.

Le iniziative di Gallerie d'Italia, anche quelle del Museo del Novecento, sono molto gratificanti a livello numerico, cioè a livello di ritorno del pubblico. Ci sono situazioni anche più complesse e sfide più alte che stiamo intraprendendo. Adesso gestiamo la Villa Reale di Monza, un monumento che è stato restituito a settembre del 2014, pur senza arredi, al suo splendore: dalle decorazioni, ai pavimenti, agli stucchi. Il corpo centrale della villa è stato ristrutturato da un'impresa che ha vinto un *project financing* di Infrastrutture lombarde e che ne ha la gestione per vent'anni. Noi abbiamo costituito una società con questa impresa proprio per la gestione della pianificazione culturale e della valorizzazione della villa. La prima mostra che vi abbiamo portato, che ha aperto a ottobre, è stata dedicata a Steve McCurry, un fotografo che, come abbiamo già sperimentato in edizioni precedenti della medesima mostra, ha un seguito di giovani strepitoso. La mostra è una delle poche in cui prevalgono i giovani, dai liceali agli universitari, in maniera preponderante rispetto a un pubblico più consapevole e più abituato a girare per le mostre, che magari ritroviamo nell'arte antica o in altri tipi di iniziative.

La Villa Reale ha accolto un pubblico numerosissimo che, come si legge su *TripAdvisor*, è andato per visitare la mostra di McCurry e ha scoperto un bellissimo monumento. Quindi, la mostra ha aiutato a diffondere la conoscenza di questa bellissima opera.

Per le scuole stiamo avviando un progetto didattico seguendo i medesimi principi. La Villa si colloca in un parco e non si può prescindere dal contesto culturale e territoriale, quindi è indispensabile la collaborazione con il CREDA (Centro Ricerca Educazione Documentazione Ambientale), un'altra realtà che opera nella ricerca e nella documentazione dell'ambiente, per costruire un'offerta didattica integrata. In tale occasione abbiamo toccato con mano

la grandissima curiosità e il grandissimo interesse da parte dei docenti, ma anche una difficoltà ad aderire per via dei costi un po' alti del biglietto. Per il prossimo anno scolastico abbiamo deciso di investire in tal senso, proponendo gratuitamente tutte le attività didattiche (laboratori didattici rivolti alle scuole e itinerari tematici), considerandole come un nostro investimento, perché il pubblico dei giovani, tramite le scuole e le famiglie, determina, poi, anche la valorizzazione di tutto il complesso monumentale. Si tratta di un'altra sfida che stiamo iniziando in questi mesi e che ci coinvolge moltissimo.

Concludo la mia rapida panoramica – poi vi lascerò un po' di documentazione sulle molte iniziative – ribadendo che, per assolvere a tutte queste funzioni e quindi nell'ottica della piena vitalità e della piena valorizzazione del museo, cioè nell'ottica di ridargli una vita non solo come luogo di conservazione, è necessario che il museo sia dotato strutturalmente di spazi adeguati. Ad esempio, alle Gallerie d'Italia avevamo un solo laboratorio didattico, mentre oggi viaggiano in sincronia tre laboratori. Certo, ci sono altri aspetti che determinano la volontà di partecipazione, quindi gli obiettivi che ci prefiggiamo sono influenzati anche da altre componenti, che però ormai pensiamo di conoscere e che dobbiamo necessariamente affrontare, pur come concessionari, con le direzioni museali con cui collaboriamo. Vi ringrazio.

PRESIDENTE. Noi ringraziamo lei. Do ora la parola alla dottoressa Biglino.

ROBERTA BIGLINO, *direttore generale di ZETEMA*. Grazie. Buongiorno a tutti e grazie per questo invito, che ci onora e ci emoziona. Pensando a cosa raccontarvi rispetto alla fruizione dei giovani del patrimonio artistico, mi sono ricordata che, nel 2002 e nel 2006, come ZETEMA – l'ente strumentale del comune di Roma che gestisce musei, attività culturali e servizi turistici – abbiamo fatto un'indagine sui non visitatori dei musei. Ci siamo chiesti per quale motivo molti nostri concittadini e connazionali non visitassero i

musei. Ho portato l'ultima indagine, che ho consegnato agli atti, ma da cui ho estrapolato le risposte selezionate per età, visto che parliamo dei minori (in particolare, abbiamo una fascia d'età inferiore a 14 anni e una di 15-19 anni). I risultati dell'indagine sono interessanti perché, in generale, il 30 per cento dei non visitatori dice che il museo è interessante ed è bello, cioè si ha un po' di pudore nel dire che non interessa. Intervistati su quale sia l'attività culturale che preferiscono, tutti dicono il cinema: lo dice l'ISTAT, lo dicono i visitatori, insomma lo sappiamo. Gli unici che preferiscono un'altra attività — nel rispetto di questa nostra piccolissima indagine — sono gli anziani, ossia gli *over 65*, che come prima attività vanno al parco. Alla domanda « perché non visiti il museo », gli *under 14* rispondono « perché è noioso », mentre i ragazzi rispondono « per mancanza di tempo ». Ricordo anche che, sempre in quegli anni, abbiamo fatto un *focus group* specifico sugli adolescenti i quali, alla stessa domanda, hanno risposto « perché costa troppo ». Come vedremo in seguito, i ragazzi sotto i 18 anni non pagano, quindi era una risposta non tanto appropriata.

Vorrei fare una brevissima presentazione di ZETEMA, che opera dal 2005 come ente strumentale di Roma Capitale in diversi settori, che ho già elencato rapidamente. Gestiamo i musei civici del comune di Roma, compresi i servizi di didattica che, nel nostro caso, diversamente da quello che raccontava la dottoressa Morelli, sono programmati dalla Soprintendenza (quindi noi li eseguiamo ma, di fatto, la pianificazione e la programmazione vengono fatte direttamente dalla Soprintendenza). Abbiamo i sistemi di informazione turistica, gestiamo le mostre, gli eventi, le manifestazioni, spazi culturali come le Case del Comune di Roma o il *Globe Theatre*, le biblioteche (in alcuni servizi), servizi per la Soprintendenza e il servizio Informagiovani.

Oggi vi vorrei parlare dei servizi di didattica, ma anche delle varie attività culturali che in questi anni abbiamo organizzato, pensato e gestito per conto del

Comune di Roma. Si tratta di dati riferiti al 2014, ma che servono per farvi capire il nostro bacino di riferimento. Noi lavoriamo solo per il Comune di Roma, quindi, di fatto, anche il patrimonio artistico nel quale ci viene richiesto di intervenire è quello del Comune di Roma, e non di tutta la città.

Nell'ambito dei servizi che gestiamo abbiamo la possibilità di offrire, gratuitamente, 2.000 visite e 160 laboratori all'anno per le scuole di Roma; quindi, ogni anno, ospitiamo circa 64.000 studenti che possono fruire gratuitamente della nostra didattica. Si è parlato del prezzo, che è un fattore importante nella definizione dell'offerta. Vi ho elencato piuttosto analiticamente tali fattori ma, di fatto, parlando sempre di giovani, i musei sono tutti gratuiti per gli *under 18*, ancora oggi, nonostante le tariffe siano state molto differenziate (la gestione delle tariffe dei musei comunali è dell'Assemblea capitolina).

In merito alla didattica museale, di cui parlava già la collega Morelli, ci rivolgiamo a due pubblici, quello scolastico e quello non scolastico, suddiviso per varie fasce, per le scuole di ogni ordine e grado. Ci rivolgiamo anche ai docenti e, come vedrete successivamente, il Comune di Roma — non noi, ma l'iniziativa è ospitata nei nostri spazi — si rivolge ai docenti delle scuole primarie e secondarie per informarli del catalogo di didattica dell'anno successivo e incoraggiarli a pianificare le loro uscite extrascolastiche verso i nostri musei e le nostre aree archeologiche.

Naturalmente, sono importanti la formazione, la preparazione e la specializzazione degli operatori che curano la didattica. Nel nostro caso selezioniamo dei soggetti, associazioni o società, che su diversi lotti dei musei del comune di Roma, selezionati per tipologia, possono offrire, in maniera quantitativamente e qualitativamente differenziata, a seconda della richiesta, la didattica necessaria.

Sinteticamente, noi ci rivolgiamo a tre *target* diversi con la nostra didattica: alle scuole, alle famiglie e ai bambini. Leggendo l'intervento del professor Solima,

che ci ha precedute in questa sala, sostanzialmente ho ritrovato questi concetti di interazione, condivisione e sperimentazione, quindi molte delle cose che ci diciamo oggi sono di pubblico dominio e sono largamente condivise, il che è in un certo senso confortante. Sia nel prodotto che offriamo, sia nella promozione ci rivolgiamo, in maniera differenziata, alle scuole e alle famiglie perché, come diceva Gaia Morelli, non possiamo delegare tutto alla scuola. La scuola può iniziare ma, naturalmente, la famiglia deve sostenere e partecipare a questo percorso di fruizione. Insomma, i bambini sono anche dei « decisori d'acquisto », come li chiamano gli uomini di *marketing*. Addirittura sono i bambini che tornano a casa e dicono ai genitori di essere stati alla mostra di Matisse, consigliando anche a loro di visitarla! È quindi importante coinvolgerli, farli uscire dal museo o dal monumento mediante curiosità e con una voglia di proseguire: una delle risposte alla domanda « vogliamo andare al Museo Borghese? », è « no, ci sono già stato ».

Ogni anno la Soprintendenza costruisce un catalogo, confezionato per essere accattivante, secondo la linea tematica del conoscere, che viene presentato agli insegnanti. Ho messo in cartellina anche tre diversi cataloghi. Ci sono i musei, i laboratori e gli itinerari tematici, perché l'offerta è ampia e variegata, quindi si può anche uscire dal museo.

Questo è il progetto di cui ho parlato prima: « Educare alle mostre, educare alla città ». Si tratta di un progetto di formazione, che dà anche un punteggio curricolare agli insegnanti — quindi riscuote un certo successo — ed è un momento importante per consentire la loro pianificazione rispetto all'offerta didattica museale. Per quanto riguarda le famiglie, ci rivolgiamo loro e le teniamo informate prevalentemente con la *newsletter* « Musei in famiglia », un prodotto di quest'anno, che viene lanciata dal nostro sito *web*, in maniera semplice, efficace e poco costosa. Una delle cose che non abbiamo detto è che le attività che facciamo sono sofisticate e costose. Di fatto, noi abbiamo

operatori che hanno studiato trentacinque anni per prepararsi a un momento la cui visita dura un'ora, un'ora e mezza, e che si rivolge a venti, venticinque bambini. Quindi, il ricorso alla tecnologia e la ricerca continuativa di strumenti che aumentino la capacità di diffusione è fondamentale. Ora, il *web*, i *social network* e le tecnologie ci aiutano molto in tal senso. Vi mostro la *newsletter* — non so quanto riusciate a leggerla — che indica l'offerta, argomento per argomento: in basso a destra si legge « Laboratori », « Visite guidate ». La *newsletter* consente di scegliere tra le varie offerte. Come vedete, siamo nei giorni di sabato e domenica, nel fine settimana, in cui la famiglia può decidere di uscire insieme ai ragazzi.

Tra gli altri prodotti, cito l'audioguida per i bambini ai Musei Capitolini, uno strumento che individualmente il bambino può utilizzare per seguire il proprio percorso nei punti più famosi e più suggestivi dell'enorme collezione dei Musei Capitolini, che disorientano anche un adulto. Di fatto, questo consente ai genitori di fare il loro percorso, mentre il bambino ascolta e ha anche un suo momento di autonomia. Come dicevo prima, l'offerta non riguarda solo i musei. Di fatto, parlando di fruizione culturale, nel patrimonio artistico siamo dentro i musei, sul territorio, nei monumenti e nei parchi. A Roma ci sono le ville storiche e, come ha già detto la collega Morelli, bisogna radicarsi sul territorio per generare un senso di appartenenza, una curiosità o una continuità di rapporto che spesso viene a mancare a un certo punto. Tra le varie attività che negli anni la nostra società ha potuto curare, c'è quella dell'editoria, ma questo è tra i temi che svilupperò con delle *slide* successive, quindi vado un po' più veloce. C'è, per esempio, il laboratorio all'Ospedale pediatrico Bambino Gesù, fuori dal museo; ci sono manifestazioni specifiche come « Roma, una città a misura di bambino », il progetto « Bruno Munari », il progetto di arte pubblica « SanBa » a San Basilio.

Infine — non l'ho detto prima, parlando degli spazi culturali — gestiamo due ludoteche, a Villa Torlonia e Villa Borghese: si

tratta di *Technotown*, dedicata ai ragazzi, e della Casina di Raffaello, dedicata ai bambini più piccoli. In libreria — questo è uno dei ruoli delle società che supportano gli enti locali e le Soprintendenze — offriamo un'ampia gamma di prodotti rivolti ai bambini, che possono aiutarli a completare e rendere più gradevole la propria visita, oppure ad approfondire il tema tornati a casa. Per i bambini abbiamo fatto queste poche cose, però sono piuttosto curate e alcune le ho portate.

Da moltissimi anni, forse dal 2006 o dal 2007, insomma da quasi dieci anni, abbiamo una presenza all'Ospedale pediatrico Bambino Gesù, dove facciamo un laboratorio di oreficeria che piace molto alle ragazzine degenti. I bambini sono supportati in un laboratorio da un archeologo e un operatore culturale che è anche un orafo, con cui costruiscono dei pezzi basati su dei modelli che in qualche modo si rifanno alla nostra storia.

Il laboratorio che potete osservare nella slide che segue si chiama « Pronto soccorso dello zucchero filato » ed è stato realizzato durante la manifestazione « Città dei bambini e delle bambine ». Vi sono poi — slide successiva — i laboratori che sono stati fatti durante le giornate « Città dei bambini e delle bambine ». Questa è una mappa che è stata data in quell'occasione e che indica ai bambini, per esempio, Castel Sant'Angelo, i Musei Capitolini, il Vaticano o Villa Borghese. I bambini potevano costruirsi un percorso con delle mete che erano già indicate.

Nel 2008 — cito un'esperienza importante, partita da Milano — c'è stata una mostra antologica su Bruno Munari, uno dei grandi maestri della didattica, rivolta soprattutto ai più piccoli, durante la quale abbiamo offerto moltissimi laboratori ai bambini che sono stati accompagnati dalle famiglie e dalle scuole. Alla mostra ha fatto seguito la partecipazione al programma europeo « Comenius », che ha consentito degli scambi internazionali con la Spagna e dal quale, poi, è derivato un programma di formazione che il dipartimento servizi educativi e scolastici offre ai propri docenti sulla didattica munariana.

C'è, quindi, un riversamento delle competenze tra il patrimonio culturale e la scuola che è sicuramente importante ed efficace.

Un altro esempio importante è un'esperienza dell'anno scorso. A San Basilio sono stati coinvolti due artisti internazionali che hanno dipinto dei *murales* — uno dei quali vedete nella *slide* — su due facciate cieche delle case del quartiere. In quella occasione, agli stessi bambini è stato chiesto di costruire dei *murales* e delle targhe, che poi hanno appeso sui muri; siamo quindi potuti in qualche modo intervenire proprio sulla loro quotidianità. Credo che sia un'esperienza che non dimenticheranno e che consenta loro di fare la guardia al *murales*.

Infine, abbiamo due ludoteche che offrono un programma non necessariamente correlato al patrimonio artistico della città, ma che comunque sono inserite in una villa storica cinquecentesca. Nel corso delle mostre che vengono organizzate, i bambini sono in grado di giocare già inserendosi in un contesto bello. A Villa Torlonia, *Technotown* ci consente di fare un ragionamento interessante sulle tecnologie, perché la scelta didattica è stata quella di costruire dei laboratori sulla musica, sulla robotica e sul 3D che fossero divertenti, ma che consentissero anche di capire come funziona questa tecnologia. Di fatto, siamo proprio in una didattica avanzata, non fine a sé stessa: non un passatempo. Siccome ci rivolgiamo ai ragazzi dagli 11 ai 17 anni, naturalmente, il fatto che loro intendano ritornare per noi è importante, perché è la misura del nostro successo.

L'ultimo elemento su cui vorrei svolgere un breve ragionamento è la promozione, cioè come promuoviamo queste nostre attività. Ho fatto una distinzione fra la promozione della didattica scolastica e la promozione *tout court*. Chiaramente, come dicevo prima, queste attività sono costose. Spesso, quando una mostra non funziona o quando un museo non è visitato, si dice che dipende dal fatto che non si fa comunicazione. La radio, la televisione, i manifesti sono molto costosi e, se non si

ha qualcosa di particolare da comunicare, sono tendenzialmente inefficaci. Chiaramente, tutti noi usiamo le mostre come un cavallo di Troia: ad esempio, « attenzione, ai Musei Capitolini c'è Leonardo », come se fosse l'unico motivo per venire a visitarli. Questo, però, rinfresca la memoria sulle cose che si potrebbero fare.

È chiaro che ormai i portali, i *social network*, le *mailing*, insomma una promozione che non è fisica ma è comunque molto efficace, tempestiva e aggiornata, può aiutare molto. Per le scuole, abbiamo una promozione che passa, anche in questo caso, attraverso i portali, le *mailing*, ma c'è anche un'attività informativa. Insomma, mandiamo ancora qualche fax alle scuole, ma ormai quasi tutti hanno le *mail*. Infine, vorrei fare qualche modesta considerazione su quello che ho detto finora. La promozione è importante perché, a volte, in una città come Roma, l'offerta è anche corposa e, in generale, parliamo l'uno sopra l'altro. Il *web* e i *social media* ci consentono una promozione più mirata e più interattiva: questa è sicuramente una delle chiavi. Le tecnologie sicuramente sono più vicine ai bambini e ai ragazzi, sono più immediate e anche più divertenti: sono la loro chiave di lettura, quindi tutti possiamo fare di più su questo. Come risulta dalle diverse indagini e anche da quello che diceva prima Gaia Morelli — tutti gli operatori del settore lo sanno — una proposta di una fruizione diversa del museo, dell'area archeologica, della piazza, della villa, piace sempre. Quindi, piace di più andare a vedere un concerto dentro il museo piuttosto che all'Auditorium: è inspiegabile, ma è così. Se poi, comunque, visito il museo perché c'è il concerto, l'obiettivo è raggiunto. Allo stesso modo, quando lo chiediamo in queste indagini, oppure ogni anno nelle nostre campagne di *customer satisfaction*, su tutte le attività che facciamo, ci viene risposto che farebbe piacere vedere dei film sulla terrazza o dentro il museo, ma anche fare visite notturne. Abbiamo un grandissimo successo

nelle manifestazioni « Notte nei musei ». Avendo anche il Comune di Roma introdotto la gratuità nella prima domenica del mese, abbiamo tantissimi romani che vengono nei musei che sono altrettanto gratuiti negli altri giorni, quindi, di fatto, l'idea di una fruizione diversa piace.

Naturalmente, come dicevamo, la famiglia va supportata, aiutata, ingaggiata. La multiculturalità è uno dei grandi temi e su questo noi abbiamo anche investito un po' nel passato sul nostro modo di pensare la didattica, tenendo anche presente che le classi sono fortemente multiculturali, quindi ha senso progettare la didattica per far sì che i bambini riconoscano reciprocamente un patrimonio culturale e delle radici.

Circa l'arte pubblica, l'esempio che ho fatto prima è, secondo noi, illuminante. Si tratta di progetti che non sono mastodontici, ma che possono lasciare un segno, quindi possono incoraggiare il senso di appartenenza. Grazie.

PRESIDENTE. Grazie davvero per questa illustrazione di un lavoro grandioso di valorizzazione che state facendo. È bellissimo l'avvicinamento dei giovani mediante idee ed iniziative che permettano di non limitarsi solo agli aspetti più attrattivi per costoro, altrimenti rischiamo di seguire solo le loro inclinazioni. Il nostro compito, invece, è proprio di affascinarli e renderli partecipi di qualcosa che forse spontaneamente non ricercerebbero. Non essendovi richieste di intervento, ringrazio ancora gli auditi e dichiaro conclusa l'audizione.

La seduta termina alle 15.

IL CONSIGLIERE CAPO DEL SERVIZIO RESOCONTI
ESTENSORE DEL PROCESSO VERBALE
DELLA CAMERA DEI DEPUTATI

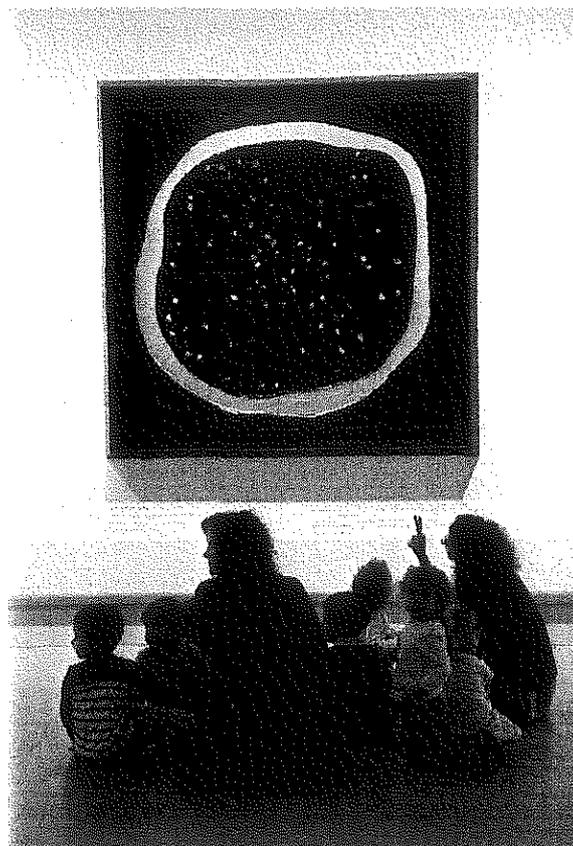
DOTT. RENZO DICKMANN

Licenziato per la stampa
l'11 maggio 2016.

ALLEGATO 1: Documentazione presentata dall'Associazione Civita

“I giovani e i musei. L'esperienza di Civita”

**“INDAGINE CONOSCITIVA SUL DIRITTO DEI MINORI
A FRUIRE DEL PATRIMONIO ARTISTICO E CULTURALE NAZIONALE”**



**I GIOVANI E I MUSEI:
L'ESPERIENZA DI CIVITA**


CIVITA
ARTE
A TE

I GIOVANI E I MUSEI: L'ESPERIENZA DI CIVITA

INDICE

- **PRESENTAZIONE DI CIVITA**

 - ASSOCIAZIONE CIVITA

 - CIVITA CULTURA

- **MUSEI E GIOVANI**

 - PRIMA PARTE:

 - LE ATTIVITA' DIDATTICHE NEI MUSEI

 - SECONDA PARTE:

 - I PRIMI PROGETTI SPECIALI: LE ESPERIENZE PIONIERISTICHE
RICERCHE ED INDAGINI SU I GIOVANI E I MUSEI

- **CONSIDERAZIONI FINALI**

PRESENTAZIONE DI CIVITA

Civita opera da venticinque anni nel mondo dei beni culturali. È nata e prosegue il suo impegno nel settore mossa dalla convinzione che esiste un connubio tra economia e cultura, tra mondo delle imprese e salvaguardia del patrimonio culturale del nostro Paese. Ma al centro della sua azione pone anche la questione della valorizzazione dei beni culturali e la loro "scoperta" da parte dei cittadini italiani e stranieri.

Civita è oggi costituito da due diverse realtà, ognuna delle quali possiede una propria specializzazione e funzionalità operativa: l'Associazione Civita e Civita Cultura. Una configurazione questa, che garantisce un efficace sistema integrato di competenze e servizi e consentono, grazie anche alla ricca e articolata compagine sociale e associativa, di sviluppare nel miglior modo la propria azione nel settore dei beni culturali.

Nei suoi venticinque anni di attività, celebrati al Maxxi a gennaio 2013 alla presenza di oltre 2000 persone, tra le quali molti autorevoli esponenti della cultura e della politica italiana, Civita ha assistito e partecipato ai grandi cambiamenti che si sono verificati nel mondo dei beni culturali, conseguendo importanti risultati che ne hanno accresciuto la notorietà e il prestigio, mentre nello stesso tempo contribuiva all'innovazione nella gestione dei beni culturali.



A partire degli anni Novanta, quando si cominciò ad avvertire la necessità di un rapporto diverso tra pubblico e beni culturali, Civita ha interpretato questo processo come un'opportunità, traducendo l'esigenza di sperimentare nuove modalità di fruizione nell'istituzione delle aperture serali in alcuni siti archeologici romani e organizzando manifestazioni culturali volte alla loro promozione. Nel contempo, anche sulla scia dell'offerta culturale internazionale, si faceva strada la richiesta di servizi alla fruizione sempre più diversificati e articolati. Anche in questo caso, Civita avvertì le premesse di un cambiamento ineludibile. Una serie di studi e di ricerche aprì la strada alla proposta di una nuova offerta di servizi aggiuntivi in molti musei italiani, così da contribuire a differenziarne l'offerta.

Tra le sue attività possiamo ricordare:

- › lo sviluppo delle **attività di ricerca e di valorizzazione** del patrimonio culturale, capaci di presentare i beni nel loro contesto territoriale, in una logica di integrazione delle risorse (beni culturali, beni ambientali, cultura materiale, cultura immateriale) con il duplice obiettivo di costruire un'immagine di qualità del prodotto culturale e sostenere attività legate ad una strategia di crescita economica del territorio;
- › l'**attività di ricerca sui temi dell'economia della cultura** con l'obiettivo di individuare proposte che favoriscano una crescente integrazione tra il mondo delle imprese e della cultura, ma anche in grado di formulare, attraverso lo studio delle imprese culturali e le caratteristiche dei visitatori, le soluzioni migliori per far crescere la fruizione e i proventi per le istituzioni della cultura;
- › la **gestione dei servizi museali**, ambito nel quale Civita vanta un'esperienza ormai consolidata, essendo presente, direttamente o attraverso società partecipate, in circa 70 (?) siti distribuiti in tutta la Penisola;
- › sviluppo di iniziative per la fruizione del patrimonio ed **esperienze innovative nel campo della didattica**;
- › l'organizzazione di **mostre ed eventi culturali**, attraverso l'impegno continuativo delle imprese, in virtù della loro responsabilità sociale sempre più consapevolmente orientata al settore;
- › la creazione di partnership con enti, Istituzioni pubbliche ed organizzazioni private, in **progetti di cooperazione** con analoghe realtà operanti nel settore culturale e con associazioni di categoria;
- › l'attribuzione di una particolare attenzione alle **tecnologie informatiche** e allo sfruttamento dei risultati raggiunti nel campo dell'acquisizione digitale delle immagini, nella georeferenziazione dei beni e nelle ricostruzioni virtuali, nonché nell'utilizzo del web per la promozione culturale.

L'Associazione Civita

L'Associazione, organizzazione non profit con oltre 160 Associati è fortemente impegnata nella "promozione della cultura" attraverso ricerche, convegni, eventi, pubblicazioni e progetti. Questa missione si traduce da un lato nel fornire occasioni di sviluppo del dibattito culturale sulle tematiche emergenti del settore, dall'altro nel realizzare iniziative che coniughino la valorizzazione degli spazi culturali con modelli innovativi di fruizione (convegni e incontri, manifestazioni, laboratori didattici, progetti e prodotti per l'*edutainment*, ecc.).

Il Centro Studi e Ricerche dell'Associazione è lo strumento che accompagna con riflessione critica i principali avvenimenti del settore e indaga i temi del *rapporto fra impresa e cultura, valorizzazione dei beni culturali e turismo, nuove tecnologie e beni culturali per la conservazione, tutela e fruizione*.

Per assicurare la condivisione delle riflessioni sui temi dell'economia e della cultura e per diffondere i risultati del suo lavoro di ricerca l'Associazione si avvale anche di diversi strumenti editoriali: oltre al *Rapporto Civita*, indagine realizzata in collaborazione tra il "Centro Studi Gianfranco Imperatori" e autorevoli esperti del settore un Rapporto annuale "Arte di produrre l'Arte" su il comparto delle industrie culturali e creative, la collana *I Quaderni*. Una particolare attenzione, inoltre, è riservata dall'Associazione Civita all'organizzazione di eventi culturali.

Civita Cultura

Civita Cultura s.r.l. (già Civita Servizi s.r.l.) è stata costituita nel 1999, su iniziativa dell'Associazione Civita, per cogliere le nuove opportunità di intervento da parte di soggetti imprenditoriali nel settore dei beni culturali e con l'obiettivo di dar vita ad un "operatore globale" capace di offrire servizi integrati nel settore dei beni culturali. La società ha maturato un'esperienza in ambito organizzativo, gestionale e promozionale con un intervento caratterizzato da un'offerta integrata di servizi su tutto il territorio nazionale in una logica di società multiservizi, sia attraverso le sedi operative di Roma, Milano e Napoli che le società regionali Civita tre Venezie e Civita Sicilia che operano in precisi ambiti territoriali come il Triveneto e la Sicilia. Sempre in quest'ottica si inquadrano l'operazione di integrazione societaria con il Gruppo Abete che consente di rafforzare, attraverso la partecipata Gebart, la presenza nel Lazio e nelle Marche, e la recente acquisizione della maggioranza del capitale di Opera Laboratori Fiorentini, che diventa una delle società controllate da Civita Cultura s.r.l. e garantisce la presenza di Civita in Toscana.

Civita Cultura è Member of IEN – ITALIAN ENTERTAINMENT NETWORK, una holding che racchiude sotto di sé le migliori eccellenze nel settore della produzione, dell'en-

tainment culturale, della creatività e degli eventi. La holding nasce da un progetto di aggregazione delle attività dei brand Filmmaster, Civita Cultura e CineDistrict Entertainment. Un progetto che mette a fattor comune la creatività, l'internazionalità e la capacità produttiva del brand Filmmaster con l'eccellenza nella gestione delle attività museali e culturali di Civita Cultura e il marchio e le locations di Cinecittà Studios con Cine District Entertainment ed attivando il pieno potenziale di sinergie e di opportunità di sviluppo delle differenti aree di attività aggregate: dalla produzione di contenuti media, alla promozione ed organizzazione e gestione di eventi culturali, pubblici, corporate e privati all'ampio mondo dei servizi e a prodotti spettacolari destinati al B2C.

MUSEI E GIOVANI

Per Civita è stato sempre importante affrontare da vari punti di vista il tema della frequentazione dei musei da parte delle giovani generazioni. Nella presente nota si è inteso fornire anche una descrizione breve dell'esperienza maturata nel campo didattico e di alcune indagini condotte da Civita nel corso degli ultimi anni.

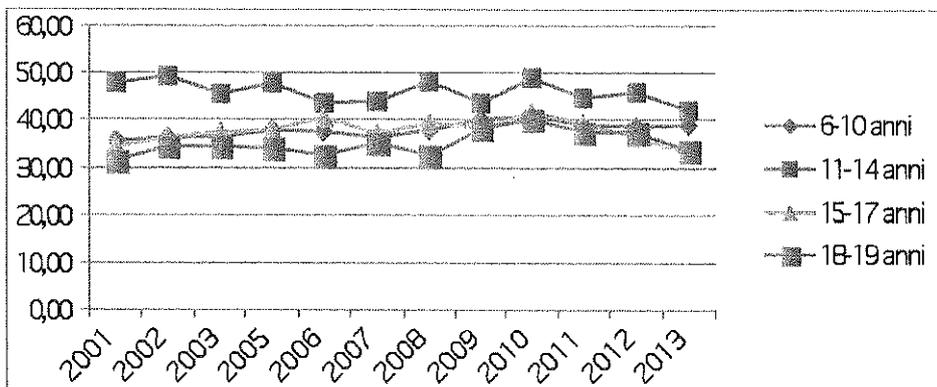
I comportamenti di consumo delle famiglie riflettono, ovviamente, lo stato di benessere di un paese, per questo assume particolare importanza seguirne l'evoluzione temporale e le variazioni territoriali.

La base informativa per questo tipo di analisi è costituita dall'indagine sui consumi delle famiglie, attraverso la quale è possibile disegnare, valutare ed interpretare i comportamenti di spesa delle famiglie italiane. L'indagine è condotta, anche se con periodicità estremamente variabile, da tutti gli istituti nazionali di statistica e, negli ultimi anni, è stata armonizzata in ambito europeo.

In Italia, è disponibile una lunga serie storica di informazioni sui consumi, in quanto tale indagine è stata, insieme a quella sulle forze di lavoro, una delle prime rilevazioni campionarie condotte dall'ISTAT.

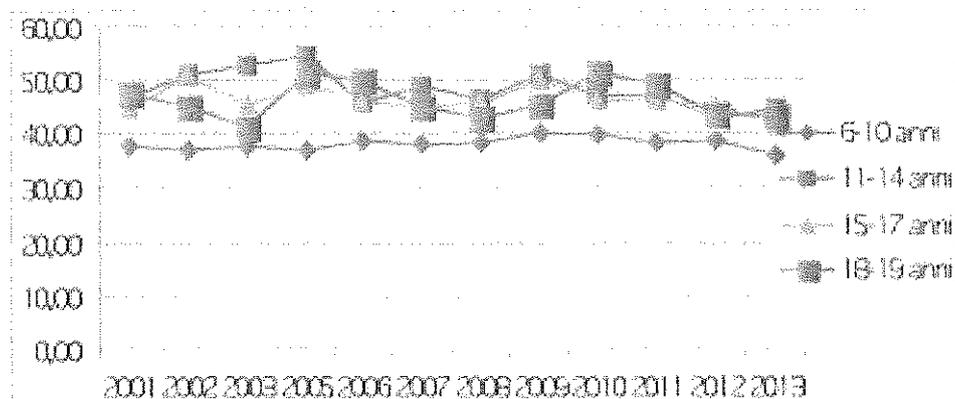
I dati dell'Istat che risultano dalla serie storica delle indagini sui consumi delle famiglie italiane dimostrano un dato purtroppo non positivo, ossia la stabilizzazione del numero di visitatori di musei, mostre, aree archeologiche di età compresa tra 0 e 24 anni intorno ad un valore del 50%. Il numero delle persone di sesso maschile è più basso di quello femminile e via via che cresce questo divario di incremento. Solo per fare un esempio nel 2013 gli uomini fra i 18 e i 19 anni che dichiara di aver visitato musei o siti archeologici almeno una volta nell'ultimo anno è di circa il 34% mentre le donne sono circa il 40%.

Insieme ai dati: Percentuale di persone di 6 anni e più che dichiara di aver visitato musei o siti archeologici almeno una volta nell'ultimo anno (maschi)



Fonte: Istat, Indagine sul comportamento degli italiani (2014)

Insieme di dati: Percentuale di persone di 6 anni e più che dichiara di aver visitato musei o siti archeologici al-meno una volta nell'ultimo anno (femmine)



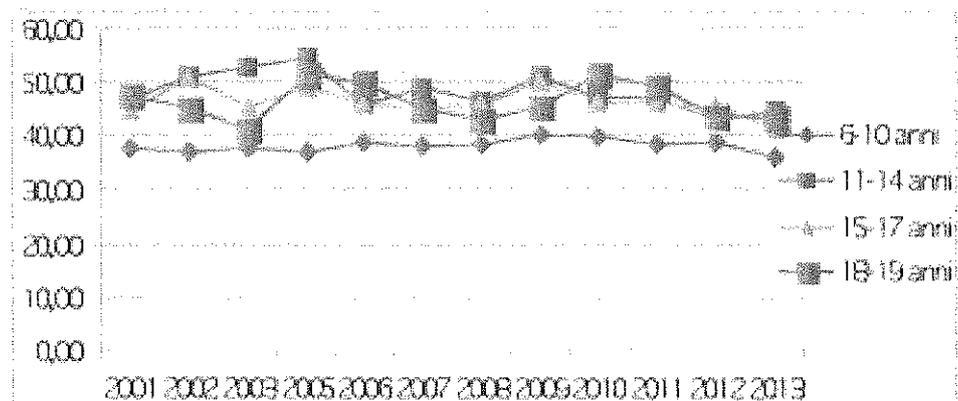
Fonte: Istat, Indagine sul comportamento degli italiani (2014)

La fascia di età con una maggiore frequentazione è quella tra gli 11 e i 14 anni e ciò è spiegabile con il ruolo che svolge la scuola. Non molto distanti le performance per le età comprese tra i 15 e i 19 anni. Molto al di sotto la percentuale per i più piccoli che nell'arco di 13 anni non hanno, ha raggiunto il 40%.

Come si vede bene dai grafici il trend si mantiene costante in tutti questi anni. Questi dati ci dicono quindi che c'è ancora molto da fare e che questo problema deve interessare sia i musei, ma soprattutto il mondo della scuola nel quale l'insegnamento della storia e della storia dell'arte deve essere accompagnata dalla frequentazione dei musei.

Nelle pagine successive, dopo aver presentato alcune delle esperienze di Civita, si indicheranno alcuni dei problemi che dovrebbero essere affrontati da tutti i soggetti interessati.

Insieme di dati: Percentuale di persone di 6 anni e più che dichiara di aver visitato musei o siti archeologici al-meno una volta nell'ultimo anno (totale)



Fonte: Istat, Indagine sul comportamento degli italiani (2014)

Prima parte

LE ATTIVITÀ DIDATTICHE NEI MUSEI

Civita ha sviluppato negli ultimi 15 anni una professionalità accreditata a livello nazionale nell'ambito delle gestioni museali che si contraddistingue grazie ad un **approccio integrato dei servizi**, cioè a tutte quelle funzioni e a quegli strumenti che rendono la visita al museo o alla mostra un'esperienza unica di arricchimento: dall'accoglienza, ai supporti multimediali, dall'assistenza alla visita in sala al servizio informativo e di prenotazioni, dalla didattica all'organizzazione di eventi aziendali.

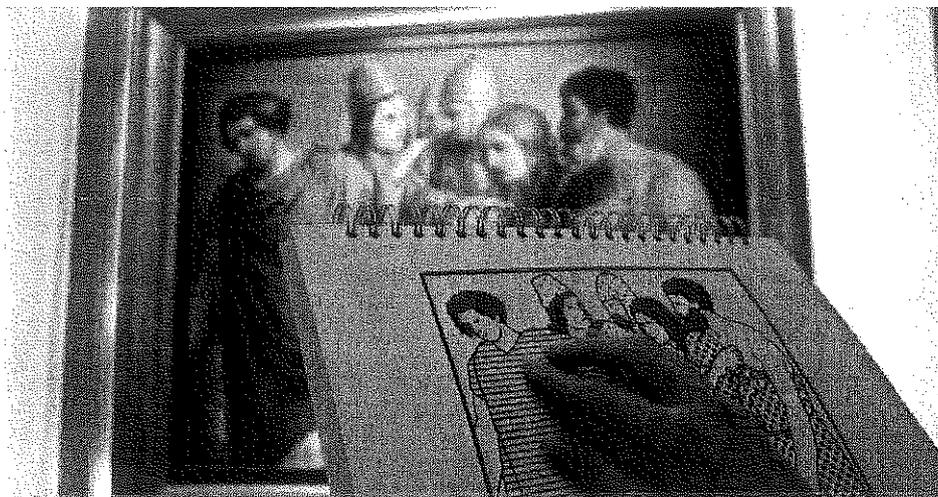
Questo approccio si integra con una contestuale disponibilità a affiancare e a supportare le direzioni museali nell'organizzazione di eventi espositivi temporanei.

Questo ambito di attività rientra a pieno titolo nella cosiddetta **valorizzazione** del patrimonio artistico e culturale; e la didattica in particolare ne è uno strumento di grande efficacia e potenzialità.

Civita svolge attività didattiche in ambito museale ed espositivo in qualità gestore o meglio di **concessionario dei servizi al pubblico**, per lo più in maniera integrata con i servizi di accoglienza, biglietteria, audioguide e supporti multimediali, prenotazioni. Intrattiene pertanto da un lato un rapporto con la direzione museale e dall'altro con il pubblico.

Funge così da cerniera indispensabile tra museo e pubblico per tradurre, comunicare e pro-muovere i contenuti, le istanze scientifiche, gli obiettivi strategici. Un ruolo quindi molto stimolante ed estremamente delicato, che richiede competenze scientifiche, esperienza didattica, capacità comunicativa, e una grande professionalità gestionale.

Non solo: richiede una sorta di **formazione continua**, perché la didattica si alimenta di contenuti scientifici ma ancor di più dei riscontri e degli stimoli forniti dal pubblico stesso.



Nell'ambito del rapporto con le istituzioni museali e/o promotrici di eventi culturali ed espositivi, il nostro impegno sulla didattica di contraddistingue per diverse attività, che generalmente gestiamo in maniera integrata e unitaria, che sintetizziamo di seguito e di cui presenteremo a seguire alcuni esempi di attività svolte.

Progettazione

La progettazione fa capo ad un nucleo di collaboratori interni ed esterni a Civita che interloquiscono in maniera sinergica e con un continuo confronto con la direzione museale.

Per la progettazione sono indispensabili competenze diversificate e specialistiche che Civita sviluppa sia nel proprio organico sia attivando collaborazioni con realtà specializzate nei singoli ambiti; pensiamo soprattutto alle proposte per i pubblici speciali (portatori di disabilità, comunità straniere, ecc.).

Selezione e formazione degli operatori didattici.

L'efficacia e la qualità dell'offerta didattica è garantita in gran parte dalla professionalità degli operatori didattici, che coniugano una formazione curriculare pertinente, una specifica predisposizione alla divulgazione e una formazione continua rispetto a contenuti e metodologia didattica. La loro relazione con il pubblico soprattutto dei giovani riveste un ruolo determinante non solo per la mediazione dei contenuti ma soprattutto per la capacità di coinvolgimento e l'aggiornamento continuo. Civita oggi conta su un nutrito gruppo di operatori specializzati nelle singole realtà museali dove siamo presenti.

Formazione e aggiornamento dei docenti.

Per tutte le attività didattiche sia museali sia per le mostre Civita programma incontri di presentazione e formazione dei docenti, finalizzate da un lato a informare sulle iniziative e dall'altro a cogliere stimoli e suggerimenti che possano rendere le attività stese coerenti con le discipline e i programmi scolastici.

Promozione e divulgazione

È un'attività strategica e determinante, che viene svolta attraverso numerosi canali mirati e per la quale ci avvaliamo della collaborazione di enti e istituzioni di diversi ambiti. Il pubblico cui si rivolgono le attività didattiche museali deve essere infatti il più ampio possibile.

Dalle scuole, dove l'esperienza museale è formativa e di approfondimento nell'ambito delle discipline scolastiche, alle famiglie, dove la visita al museo si avvicina di più all'intrattenimento, dai gruppi organizzati del mondo associazionistico, ai giovani stu-

denti universitari; e naturalmente un'attenzione specifica è dedicata alle tipologie di pubblico che richiedono progetti didattici mirati.

Interloquiamo direttamente con i docenti attraverso gli incontri formativi e l'invio alle scuole di materiale informativo strutturato con diversi livelli di approfondimento; con le famiglie attraverso i canali stampa e web di riferimento (dalla stampa ai siti specializzati ai blog dei genitori); con istituzioni di diverso ambito impegnate nella formazione; attivando partnership con enti e istituzioni territoriali e/o mirati in ambiti di competenze e attività specialistiche.

Politica tariffaria

La politica tariffaria dell'offerta didattica museale coniugata a quella relativa il biglietto di ingresso influenza in maniera sensibile la possibilità dell'adesione o meno del pubblico scolastico innanzitutto ma anche delle famiglie e dei giovani in generale.

Diversamente dalle voci precedenti in questo ambito non sempre ci sono le condizioni per intraprendere le scelte che favoriscono l'affluenza di questi potenziali visitatori. Certamente la gratuità o le tariffe particolarmente agevolate dei biglietti di ingresso sono di grande aiuto. Al contrario, in assenza di contributi pubblici o privati, i costi dell'attività didattica (operatori didattici in primis, promozione, gestione organizzativa, materiali didattici) restano a carico dei partecipanti, costituendo talvolta un vero e proprio discrimine.

Esemplifichiamo di seguito alcuni progetti didattici che ci hanno visto e ci vedono tutt'ora coinvolti, per testimoniare la gamma ampia dell'accezione che conferiamo alla didattica, inclusiva, partecipata e finalizzata alla valorizzazione, rimandando ai materiali allegati per una panoramica più completa.

Nella esemplificazione andremo a inquadrare il nostro specifico apporto rispetto al contesto di concessione in cui operiamo. Il contesto formale condiziona infatti molte scelte strategiche e operative, e spesso influisce in maniera sensibile sull'efficacia, come andremo ad affrontare nelle considerazioni finali.

GALLERIE D'ITALIA – PIAZZA SCALA, MILANO

Questa istituzione museale, aperta al pubblico nell'autunno del 2011, è una delle sedi museali di Intesa San Paolo - insieme con le sedi di Vicenza, Napoli, Pistoia -, per le quali Civita gestisce tutti i servizi museali: accoglienza, biglietteria, assistenza alla visita, prenotazioni, bookshop, e soprattutto didattica.

La didattica è intesa di concerto con l'Istituzione in tutto e per tutto come una **attività di valorizzazione delle Collezioni museali**, e questo approccio ne determina il significativo sviluppo nonché i risultati molto gratificanti.

Le Gallerie di Piazza Scala, attraverso l'attività di Civita, propongono una ampia offerta di itinerari e laboratori didattici gratuiti dedicati alle **scuole dell'infanzia, primarie e secondarie**, con attività multidisciplinari ispirate alle collezioni d'arte di Ottocento e Novecento. Si spazia dal racconto con teatralizzazione per i più piccoli all'esperienza in laboratorio, usufruendo di un attrezzato laboratorio didattico. Alcuni percorsi sono inoltre dotati di supporti multimediali, fra cui iPad, che vengono utilizzati dalla guida lungo alcuni itinerari, con filmati e materiali cinematografici, letterari, storici e artistici. L'offerta didattica si struttura in percorsi e attività di **valorizzazione delle raccolte permanenti** (Grammatica dell'arte, Natura, Teatro, Percorsi di Lettura, Letterature), in attività collegate alle **mostre temporanee** ospitate negli spazi museali (in corso la mostra celebrativa de La Grande Guerra), cui spesso vengono dedicate **pubblicazioni/guide per l'infanzia** distribuite gratuitamente, percorsi tematici legati ai principali **eventi cittadini** (quest'anno EXPO 2015 naturalmente).

Nell'ambito delle collaborazioni con gli istituti scolastici - che aderiscono in maniera numerosissima alle proposte didattiche - vengono sempre più spesso realizzati progetti specifici. Citiamo a titolo esemplificativo i più recenti. La collaborazione con



l'Istituto Cervantes di Milano ha portato alla costruzione di percorsi e attività specifiche che mettono a confronto Italia e Spagna, attraverso interviste, aneddoti e curiosità e letteratura; il racconto di Don Chisciotte è la linea guida di un percorso visionario all'interno delle sale museali; la lettura di alcuni brani del testo e la contemporanea visione di opere selezionate coinvolgono i ragazzi in un avvincente viaggio tra arte e letteratura.

Infine il Museo attraverso la collaborazione strutturata con istituti scolastici milanesi superiori, sta sempre più diventando un luogo di sperimentazione, opportunità formativa e **contatto con l'esperienza lavorativa**: brevi stage estivi e opportunità di vere e proprie collaborazioni professionali consentono ai ragazzi di misurarsi in questo settore, sia nell'ambito della creatività sia nelle mansioni dei servizi museali.

Oltre all'offerta rivolta alle scuole, sono state sviluppate **iniziative didattiche speciali** finalizzate da un lato ad accogliere i pubblici che richiedono una mediazione specifica.

Per i gruppi con **disabilità cognitiva e sensoriale** sono stati ideati percorsi specifici, consultabili sul sito www.gallerieditalia.com, scrivendo alla mail accessibilmente@gallerieditalia.com o ritirando in biglietteria il pieghevole "Ospiti speciali".

A titolo esemplificativo **Per altri occhi** è un percorso dedicato a persone con minorazione visiva realizzato da Anna Pericoli di Civita in collaborazione con il Centro di Riabilitazione Visiva di Pavia dell'IRCCS Fondazione Salvatore Maugeri ed il Museo Omero di Ancona, patrocinato dall'Unione Nazionale Ciechi sezione Lombardia. Grazie alla mediazione di una guida specializzata, i visitatori l'opportunità di conoscere le opere attraverso la semplificazione delle stesse con il supporto di tavole a rilievo e l'esplorazione alcune sculture della collezione.

Due passi nei Musei di Milano è un percorso di Arte Visiva e Arte Terapia specificamente studiato per gli utenti affetti da Malattia di Alzheimer e per i loro *care givers*. Il principale obiettivo è consentire la piena esperienza sociale e relazionale dei malati di Alzheimer attraverso la fruizione di opere d'arte presso le sedi museali, in contesti che appartengono a una memoria di vita comune.

Il progetto è frutto delle sinergie tra Fondazione Manuli Onlus e Civita Cultura, con la supervisione dell'arteterapeuta Emanuela Galbiati, con il patrocinio di Fondazione Cariplo, e la collaborazione di altre due importanti istituzioni museali, il Museo Poldi Pezzoli e la Pinacoteca di Brera.

Elemento significativo di questa esperienza è il coinvolgimento di tutto il contesto familiare dei malati di Alzheimer, che conferisce all'arte e alla mediazione didattica museale un fondamentale ruolo e mezzo per un'esperienza catartica e relazionale.

Le Gallerie d'Italia propongono un programma di attività accessibili a visitatori con **disabilità cognitiva e sensoriale**. I percorsi si dividono in quattro tematiche con diverse possibilità di fruizione: visita singola o serie di incontri per approfondirne i diversi aspetti.

Particolare attenzione è rivolta al pubblico delle **famiglie** e dei **giovani** con un calendario di attività ludico-didattiche, svincolate dal contesto scolastico e programmate per il fine settimana e per le festività. Tra queste l'adesione ai **campus estivi** organizzati in collaborazione con altre istituzioni culturali milanesi, dove lo spazio delle Gallerie costituisce un appuntamento nell'arco di una settimana di uscite didattiche, culturali, di intrattenimento e naturalmente sportive.

Tra le iniziative di maggior successo dedicate ai giovani ci sono i corsi di disegno, che registrano ogni anno il tutto esaurito.

Quest'anno il corso di disegno è stato incentrato sul **Manga**; pensato per adolescenti (età 11-17 anni) si è articolato in tre fasi di lavoro da ottobre a maggio, per insegnare ai ragazzi le tecniche per la realizzazione dei tre personaggi indispensabili per la costruzione di una storia: eroe, eroina ed antagonista. Dalla tecnica per realizzare la figura umana e la sua gestualità allo sviluppo di un breve racconto.

E sempre per attirare in Museo un pubblico giovane per scelta autonoma e non per "obbligo" scolastico Civita ha ideato gli **Assaggi d'arte**, dove le opere esposte vengono illustrate di fronte ad aperitivi tematici e talvolta provocatori; se la Pop Art si concilia con il fast food, l'iconografia del Canova riporta alla Magna Grecia; se l'Aerobanchetto futurista "Lotta schiaffo e pugno" è un aperitivo all'insegna dei dettami imposti dal Manifesto marinettiano, la Grande Guerra riconduce alla quotidianità più dura e al pasto del soldato.

Ci sono due aspetti che caratterizzano questa positiva esperienza e che contribuiscono in maniera determinante al suo sviluppo e crescita.

Da un lato la visione strategica di Intesa Sanpaolo che investe costantemente nella valorizzazione non solo realizzando mostre temporanee all'intero delle collezioni per-



manenti ma anche nella didattica vera e propria; le attività sono infatti **gratuite per il pubblico scolastico e per i pubblici speciali** e i relativi oneri sono sostenuti dall'istituzione museale.

Dall'altro la **formula di gestione del personale** di Civita addetto ai servizi delle Gallerie d'Italia - piazza Scala a Milano, che può definirsi un paradigma nel contesto culturale nazionale.

Si distingue rispetto ad altre gestioni perché innovativa e perché mette in atto una importante prospettiva di sviluppo delle professionalità nel settore dei Beni Culturali. Questo modello supera la tradizionale impostazione della gestione museale fondata sulla netta separazione dei ruoli tra gli "addetti alla sorveglianza", formati in termini di sicurezza ma totalmente svincolati dalla conoscenza e relazione con i contenuti museali, e figure professionali, spesso esterne all'istituzione museale che, in una logica di consulenza, assolvono a funzioni di carattere didattico.

La vecchia impostazione ha sempre presentato un doppio ordine di criticità fortemente limitative dell'efficacia della gestione: la difficoltà da parte degli addetti alla sorveglianza a rispondere alle aspettative di informazione e conoscenza dei visitatori italiani e stranieri, e l'inadeguato aggiornamento sui contenuti delle consulenze esterne per la didattica, dovuto all'occasionalità dei rapporti.

Oggi si aggiunge una ulteriore evidente criticità. Il modello tradizionale non è allineato all'evoluzione del mercato del lavoro nel settore dei Beni culturali.

Gli istituti universitari formano giovani con competenze di carattere scientifico, gestionale, didattico, comunicativo, che non trovano adeguata collocazione né negli addetti alla semplice sorveglianza né nelle consulenze esterne, sporadiche e occasionali.

Il nuovo modello avviato alle Gallerie d'Italia rivoluziona la gestione tradizionale, in una logica di sintesi e ottimizzazione dei servizi, con un risultato di effettivo miglioramento della loro efficacia ed efficienza.

I ruoli un tempo distinti si sintetizzano in **una nuova figura professionale**, qualificata per tutte le funzioni che la gestione museale contempla, dalla sicurezza all'assistenza al visitatore in più lingue, dalla progettazione alla realizzazione dell'offerta didattica per le diverse tipologie di pubblico di cui sopra.

Gli addetti impiegati da Civita presentano un curriculum formativo ed esperienziale individuale costituito da studi universitari e post universitari in ambito umanistico, artistico (teatro, design, architettura, fotografia, restauro), soggiorni all'estero ed esperienze formative conseguite in diversi ambiti che costituiscono la base di elaborazione e sviluppo di progetti di valorizzazione museale. Gli stessi addetti hanno inoltre l'opportunità di una formazione permanente in loco, stimolata da una strettissima sinergia tra la Direzione Museale e il concessionario, con un molteplici e continuo scambio per ampliare l'offerta didattica tesa a coinvolgere il più ampio bacino

d'utenza; la formazione permanente degli addetti coinvolge in maniera attiva altre importanti istituzioni culturali milanesi e nazionali (a titolo esemplificativo la Pinacoteca di Brera, il Museo Poldi Pezzoli, la Cineteca Italiana, l'Istituto dei Ciechi, la Fondazione Manuli).

Oggi l'organico di questo Museo coinvolge in maniera stabile 40 giovani con età compresa tra i 27 e i 38 anni, oltre a studenti e neolaureati tra i 20 e i 24 anni per le collaborazioni più occasionali e ulteriori collaborazioni esterne.

Possiamo concludere che questa esperienza presenta un **bilancio molto positivo rispetto ai giovani**, sia come autori che come fruitori dell'offerta didattica; in termini occupazionali assorbe, forma e qualifica decine di giovani laureati, i quali, grazie alla formazione e professionalità, a loro volta coinvolgono, appassionano e formano ogni anno decine di migliaia di bambini e ragazzi.

In termini di risultati numerici oggi l'affluenza alle Gallerie d'Italia dei giovani e giovanissimi che aderiscono all'offerta didattica costituisce circa il 25% del numero complessivo di visitatori museali, con un costante incremento annuo.

PALAZZO DUCALE — MANTOVA

L'attività didattica che Civita svolge nel contesto monumentale di Palazzo Ducale a Mantova rientra in un contratto di Concessione statale dei servizi museali della durata di 8 anni, determinato da una gara che l'RTI costituito da Mondadori Electa, Charta e Civita Cultura si è aggiudicata nel 2008.



Nella ripartizione di competenze, a Civita fanno capo le visite guidate e le attività didattiche.

Il Palazzo Ducale di Mantova vanta una significativa esperienza pluriennale in ambito di offerta didattica, in capo alla sezione didattica della Soprintendenza, che deve però fare i conti con le risorse economiche di cui dispone.

Lo scorso anno scolastico Civita ha deciso di investire in quest'area di attività, di darvi un apporto sostanziale, dedicandovi una propria risorsa e mettendosi a disposizione per tutti gli aspetti operativi, promozionali e amministrativi correlati. L'esperienza che stiamo vivendo in questo contesto è inusuale nel panorama delle nostre attività e per questo emblematica.

Grazie alla stretta e sinergica collaborazione tra la sezione didattica interna al Museo e Civita sul fronte della progettualità, promozione e formazione degli addetti, **l'offerta per le scuole** è stata potenziata.

Tutti i percorsi ideati dai Servizi Educativi del Museo di Palazzo Ducale in collaborazione con Civita sono rivolti alle diverse tipologie di pubblico, dalla scuola dell'infanzia fino alle superiori, con la possibilità di progettare itinerari particolari su richiesta dei docenti e sono realizzabili anche con bambini / ragazzi disabili.

A partire dalla storia, l'architettura, le decorazioni e l'iconografica del Palazzo sviluppano attraverso percorsi tematici e attività laboratoriali tematiche differenti: un percorso spaziale nei nuclei delle fabbriche gonzaghesche diventa un viaggio nel tempo dal Medioevo al Rinascimento, leggendo gli stemmi, le imprese, le decorazioni murali, i ritratti; i muri del Palazzo si animano di grottesche, l'astronomia si legge nel cielo stellato nella Stanza dello Zodiaco in Corte Vecchia; la visita del Giardino Pensile, del Cortile d'Onore, del Giardino segreto di Isabella e del Giardino dei Semplici consente di esperire diverse tipologie di giardino, imparando a riconoscere le piante e le caratteristiche delle essenze; e poi la cultura alchemica ed esoterica di Vincenzo e Ferdinando Gonzaga; agli ipovedenti è dedicato un viaggio tattile e mentale nell'appartamento dell'Imperatrice e nell'appartamento di Isabella d'Este, per esperire una visita tattile, sensoriale, uditiva.

A svolgere queste attività, oltre al nostro incaricato, sono gli **operatori museali statali**, ossia i custodi; una parte del personale di custodia si è infatti spontaneamente dato disponibile a svolgere attività didattiche durante il proprio orario di lavoro. Questa riorganizzazione del servizio, anche per noi sperimentale, ha determinato un sensibile e immediato incremento della risposta del pubblico scolastico.

VILLA REALE DI MONZA

Un caso ancora diverso è la Villa Reale di Monza.

A settembre 2014 la Villa Reale di Monza è stata di recente restituita al suo antico

splendore grazie a un esemplare intervento di restauro che ha coinvolto il corpo centrale. Il restauro è stato realizzato nell'ambito di un esemplare esperimento di *project financing* dall'impresa Italiana Costruzioni, con cui Civita ha costituito una società per la gestione dei servizi al pubblico - tra cui la didattica - e la programmazione culturale ed espositiva.

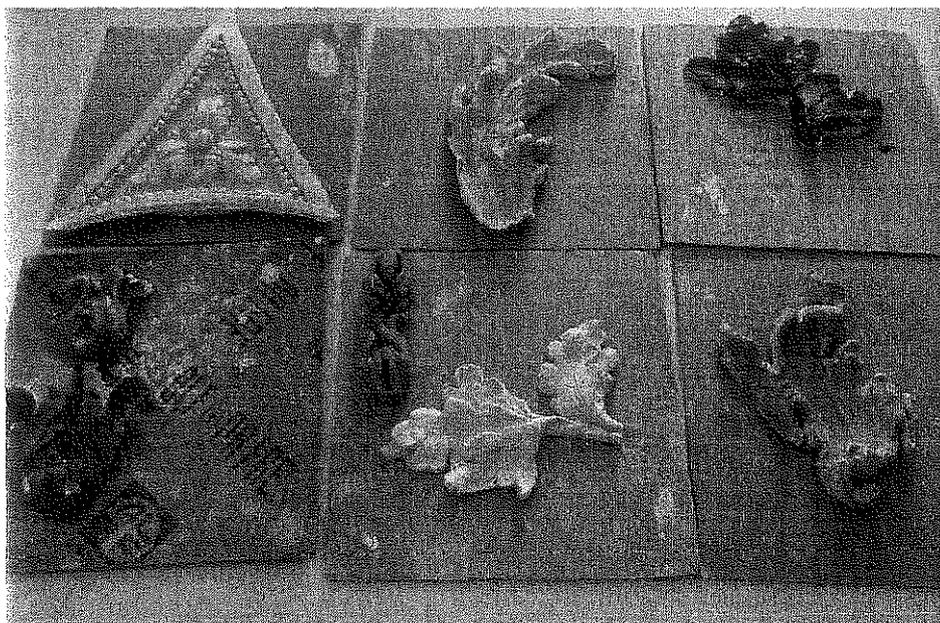
Queste attività sono dunque regolamentate e condivise a monte con il Concedente (Consorzio Villa Reale e Parco di Monza che accorpa le istituzioni proprietarie della Villa - MIBACT, Regione Lombardia, Comune di Monza, Comune di Milano) oltre ad altre istituzioni che hanno aderito (Camera di Commercio di Monza e la Brianza, Provincia di Monza e Brianza, Confindustria Monza e Brianza) ma fanno capo in termini di pianificazione strategica e contenuti, oltre che rischio d'impresa, al Concessionario.

Con la riapertura della Villa abbiamo sentito prioritaria la necessità di restituirla al pubblico in generale ma soprattutto a quello dei giovani e giovanissimi.

Da qui la programmazione del primo evento espositivo in Villa dedicato al fotografo **Steve McCurry** che vanta un seguito eccezionale nel pubblico dei giovani.

Contestualmente abbiamo avviato il primo anno scolastico (2014-2015) un'**offerta didattica per le scuole**, impostata come un laboratorio di attività, iniziative e approfondimenti dedicati al mondo della scuola, alle famiglie e al pubblico dei visitatori, impostata con molteplici linguaggi, modalità di visita sempre nuove e differenziate e attività coinvolgenti e interattive per conoscere e vivere in prima persona questa eccezionale testimonianza del nostro patrimonio storico, artistico e culturale.

Una serie di **percorsi tematici** per ricostruire e rivivere la storia e gli inquilini reali di



questa Villa si affiancano a **laboratori didattici** per approfondire la vita di corte, per ritrovare i fasti dei Savoia, per realizzare con le proprie mani le mirabili decorazioni in stucco, tappezzerie colorate e intarsi lignei.

L'offerta didattica include inoltre percorsi specifici progettati in occasione delle attività espositive ospitate dalla Villa.

In programma vi sono infine laboratori di restauro per avvicinare i giovani e giovanissimi a un'esperienza recentissima che ha riportato la villa all'antico splendore.

Per la progettazione e realizzazione di queste attività è determinante promuovere una rete di collaborazioni, innanzitutto con le realtà locali che operano con le scuole il pubblico delle famiglie, ma anche con enti e istituzioni che competenze specifiche sui contenuti; abbiamo dunque instaurato collaborazioni con il CREDA - il Centro di Ricerca Educazione Documentale Ambientale - per attività coordinate con il Parco della Villa Reale; con il Centro di Documentazione Residenze Reali Lombarde attività e iniziative inerenti le sale degli Appartamenti Reali; con la sezione didattica della Triennale per attività che coinvolgono il Belvedere della Villa, oggi sede del Museo del Design della Triennale.

La risposta dei docenti è stata molto positiva anche se in parte limitata dai costi di adesione, che si compongono del biglietto di ingresso oltre all'attività vera e propria. Per questa ragione stiamo valutando di investire in questa attività; per favorire l'adesione delle scuole, che com'è noto soffrono di una ridotta disponibilità economica per le uscite scolastiche - l'ipotesi in corso di esame è di farci carico della totalità dei costi delle attività didattiche. Lo consideriamo un vero e proprio investimento a favore del pubblico giovane e della valorizzazione del monumento stesso e delle sue collezioni.



MUSEO TEATRALE ALLA SCALA - LABORATORI SCALA ANSALDO

Dal 2003 Civita coordina l'ideazione, l'organizzazione, la prenotazione e l'esecuzione delle attività didattiche e le visite guidate per le scuole al Museo teatrale alla Scala su incarico della Fondazione Teatro alla Scala e in collaborazione con lo staff del Museo stesso. Svolge dunque visite guidate per gruppi e scuole e percorsi didattici tematici e interattivi grazie ad un gruppo consolidato di giovani esperti di storia del teatro e dello spettacolo, storici dell'arte e musicisti. Tra i percorsi più richiesti dalle scuole citiamo "Note Parlanti", che prevede, durante la visita, l'ascolto di brani che illustrano il suono dei rari e preziosi strumenti musicali esposti in museo e che, una volta esaminati con l'aiuto del musicologo nelle varie componenti - altezza, intensità, timbro, durata -, vengono associati alle atmosfere evocate dai bozzetti delle scenografie e dai costumi esposti in Museo; "Dietro le quinte del Teatro alla Scala", dove viene illustrato il mondo dell'Opera teatrale, attraverso i suoi protagonisti, dall'autore allo scenografo, dal direttore d'orchestra alle molteplici maestranze, attraverso la ricca collezione di bozzetti, costumi e ritratti contenuti nel Museo e con il supporto di materiali didattici.

Civita collabora inoltre con la Fondazione per iniziative speciali tra cui meritano una particolare attenzione "**Tableau vivant**", che si sviluppa in un percorso guidato intervallato da momenti di animazione teatrale, dove gli attori interpretano personaggi legati alla storia de teatro ed in particolare a quella della Scala e visite guidate al Museo e al Teatro (foyer, platea e palcoscenico), progettate per i bambini nell'ambito di un'iniziativa speciale rivolta ai giovanissimi, "Grandi Opere per piccoli". Le visite di **Porte aperte alla Scala per bambini** sono percorsi ludico didattici gratuiti e illustrano una breve storia della Scala e origine del suo nome, quali spettacoli vanno in scena in teatro, funzione del Foyer; nell'Ingresso sala/Platea la descrizione di specchi, il lampadario, la Scala messa a nuovo, spiegazione del teatro all'italiana, le usanze del '700, i Palchetti e la Galleria; poi cosa succede nella buca dell'orchestra e sul Palcoscenico la grandezza del palcoscenico, l'acustica, il punto Callas, gli arredi e le usanze dei palchi storici e del Palco Reale per concludere con i giochi d'azzardo e la figura di Toscanini nel ridotto dei Palchi.

Con questa iniziativa la Scala promuove un'opera realizzata espressamente per il pubblico scolastico e dei giovanissimi e generalmente riscuote un *sold out* immediato con necessità di repliche.

Dal 2004 la Fondazione Teatro alla Scala ha aperto al pubblico i propri **Laboratori** dove le maestranze costruiscono scenografie e strutture, preparano e archiviano costumi di scena, affidando a Civita la conduzione delle visite. I laboratori, poiché visibili in orario di lavoro, sono accessibili sono con visite guidate di Civita che per i laboratori gestisce visite guidate per gruppi, scuole e individuali (con visite fisse) e iniziative didattiche speciali rivolte ai giovani e alle famiglie, per istituzioni private di

diverso ambito. Queste visite, a pagamento, sono richiestissime dalle scuole che spesso vi abbinano la visita al Museo teatrale o la partecipazione ad uno spettacolo.

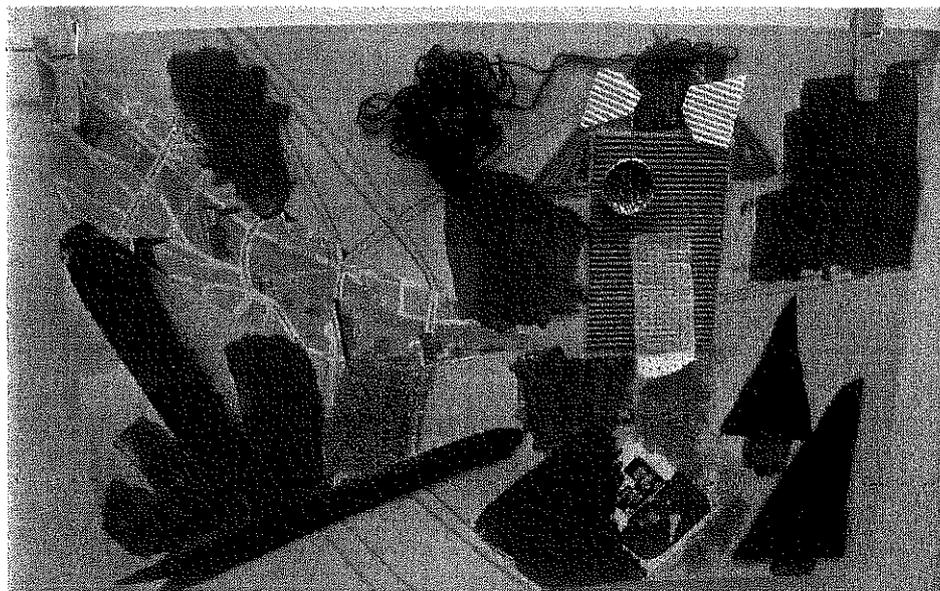
MUSEO DEL NOVECENTO

Civita ha avviato e gestito la didattica del Museo del Novecento di Milano per 4 anni, dalla sua apertura (dicembre 2010) fino a gennaio 2015, in virtù della concessione tramite la gara indetta dal Comune per la gestione dei servizi didattici e delle audioguide. Civita ha creato un marchio riconoscibile e identitario per l'offerta didattica (EDU900) e ha programmato un'offerta didattica partecipata, inclusiva e il più ampia possibile, anche qui per coinvolgere l'infanzia e gli adolescenti. **Edu900 - la sezione didattica del Museo del Novecento** - ha proposto per ogni anno scolastico un programma di visite guidate, laboratori, workshop e progetti speciali è pensato per offrire alle **scuole di ogni ordine e grado** esperienze creative e formative, per stimolare la curiosità, favorire la conoscenza, accompagnare nella sperimentazione individuale e collettiva sulla produzione artistica del Novecento.

La specificità del Museo del Novecento consiste nella sua ampiezza e ricchezza e la sua conoscenza richiede e merita di essere visitato più volte.

Per conseguire questo obiettivo tra i numerosi **percorsi tematici** sulle collezioni e l'architettura, particolarmente significativo è **Il 900 si fa in quattro**, articolato in quattro appuntamenti in Museo, di cui tre dedicati ai segmenti storico artistici e quello finale di rielaborazione e attività

Si tratta di un progetto interdisciplinare che mette in relazione la produzione artistica con quella letteraria e musicale e stimola l'approfondimento, a partire dalle opere, del



contesto politico, storico e sociale del Novecento. I tre periodi storico artistici - Avanguardie e Futurismo / Novecento, Postimpressionismi e Arcaismi / Spazialismo, Informale, Arte Cinetica e Povera - sono affrontati in visite guidate supportate dal medium del disegno e attività di laboratorio che si svolgono con la lettura di testi letterari, ascolto di brani musicali, racconto di eventi storici, illustrazione di progetti architettonici: come in un collage gli studenti scelgono e assemblano concretamente su di una linea del tempo immagini, testi e musiche.

Il momento finale è di rielaborazione e di produzione artistica e corale da parte degli studenti: gli schizzi degli studenti proiettati, le letture scelte proclamate, la musica selezionata, gli spazi architettonici come vedute, la storia come contenitore vanno a comporre una nuova opera d'arte, un'installazione ambientale e umana nella forma tridimensionale, che coinvolge e propone la compenetrazione delle discipline e delle dimensioni temporali e spaziali.

In uno spazio dedicato e attrezzato i **laboratori didattici** di EDU900 hanno sviluppato attività creative e didattiche per approfondire la conoscenza attraverso il coinvolgimento e la partecipazione. Sono articolati in tre aree: "**mi avvicino**" per un pubblico scolastico più giovane (scuole infanzia e primarie) e portatori di disabilità, per un approccio iniziale ai temi e alle tecniche dell'arte; "**approfondisco**" per favorire una continuità di relazione e un approccio più sfaccettato al Museo; "**cresco**" attività interculturali, che individuano nel Museo una luogo privilegiato di incontro, scambio, comunicazione tra culture e identità differenti. Tra questi, progettati e realizzati in collaborazione con la cooperativa ABCittà Officine del futuro, citiamo **Le parole per dirlo**, un laboratorio linguistico di italiano per stranieri ha l'obiettivo di arricchire il vocabolario a partire dalle opere del Museo, usando lo strumento della descrizione e **Lo saprei fare anch'io!** che individua nell'"ignoranza diffusa" di fronte all'arte contemporanea un'uguaglianza fra i membri del gruppo, livellando le differenze e azzerando gli imbarazzi e le timidezze; in questo senso lo strumento della Peer Education (educazione "da pari a pari") è particolarmente efficace con gli adolescenti perché garantisce uno scambio libero e intuitivo, che non si preoccupa delle informazioni di partenza personali e favorisce l'ascolto e il confronto.

Alle scuole sono stati indirizzati anche progetti sperimentali e mirati, realizzati in stretta collaborazione con la Direzione museale.

Tra questi citiamo **Artopolis**, un progetto pilota destinato alle **scuole materne** (bambini di 4 e 5 anni) e le loro famiglie, impostato sull'interazione tra Scuola, Museo e Famiglie che si realizza in un calendario di incontri e attività distribuiti nell'arco dell'anno.

Con uno sguardo poliedrico i bambini, sia con la scuola che con le proprie famiglie, hanno incontrato le opere del Museo del Novecento, scoprendone la materia (quanti e quali materiali ci sono nell'Arte? Come sono fatti? Opere di polistirolo, di metallo e di luci... si possono toccare?), la storia, la poetica e la vita dell'artista che le ha

fatte. L'attività è proseguita in classe con i suggerimenti appresi in Laboratorio, per la preparazione al ritorno in Museo.

La chiave giocosa è stata ispirata dalla letteratura, dalle pagine illustrate da Leo Lionni compare il topino Matteo, che ha accolto i bambini e li ha guidati per le sale del Museo in tutte le tappe del percorso.

Anche il tema del colore è stato affrontato e interpretato con personaggi dei fumetti (Matì e Dadà di RAI Yo-Yo in una loro avventura scoprono la tavolozza del pittore Kandinsky) e nelle illustrazioni di Bob Gill per essere rielaborato dai bambini in lavori autonomi, che stati esposti esposti in museo in una vera e propria mostra conclusiva di questo appassionante percorso.

Civita ha inoltre sviluppato ogni anno numerose iniziative per coinvolgere il **pubblico dei bambini e delle loro famiglie**, che sintetizziamo di seguito:

Campus estivi: un ricco programma di attività narrative e ludico-creative tra giugno e settembre di ogni estate per condurre i bambini alla scoperta delle tecniche e dei materiali dell'arte del Novecento, con la realizzazione di personali creazioni artistiche contemporanee.

Campus natalizi Happy900 vacanze creative al Museo.

Famiglie al Novecento. Programmi di attività tematiche nei fine settimana per bambini e accompagnatori, con laboratori, in lingua italiana e inglese, coordinati con la rete cittadina del Chiostro dei Bambini

Attività ludiche in occasione delle mostre temporanee ospitate al Museo, da Bruno



Munari (laboratori didattici in collaborazione con l'Associazione Bruno Munari), a Klein e Fontana, a Pellizza da Volpedo)

Iniziative speciali in occasione delle ricorrenze nazionali e cittadine, dalla Giornata mondiale dei diritti dell'infanzia e adolescenza, al Carnevale Ambrosiano a Book-city. Tutte queste iniziative sono state inserite e promosse, oltre ai canali stampa, web e social, anche nell'ambito della **Card900 e della CardOttoNoveCento**, un programma di fidelizzazione del pubblico ideato e realizzato da Civita e Storyville per il Museo.

Un museo così ricco e ampio richiede e merita anche una preparazione alla visita, la possibilità di personalizzarla e di farla propria, nell'ottica della partecipazione e del protagonismo.

Civita ha pertanto realizzato uno strumento di visita "in remoto" accessibile dal sito web del Museo per consentire al pubblico di prendere le misure prima di mettervi piede e per sentirsi a proprio agio tra scale mobili che collegano centinaia di strepitose opere d'arte: **Liberi percorsi** <http://museodel900.mi.it/edu/mappa900/>

Con questo sito il Museo del Novecento ha sostanzialmente un nuovo ingresso, un accesso virtuale alle collezioni, che dà la possibilità di entrare e di muoversi liberamente tra le opere.

Stimolati da una fitta rete di intersezioni tematiche, i visitatori virtuali incontrano le opere, hanno la possibilità di approfondirne la conoscenza di collegarle le une alle altre attraverso informazioni e suggestioni di diverso ambito: iconografiche, stilistiche, individuate nella tecnica o nella provenienza, nel genere o nel movimento artistico.

La Mappa Interattiva può dunque essere uno strumento per prepararsi alla prima visita del Museo, ma anche per approfondire il percorso già svolto nelle sale o addirittura uno stimolo divertente per tornarvi con un itinerario "personalizzato".

In quattro anni la didattica del Museo del Novecento ha accolto e coinvolto oltre 100.000 bambini e ragazzi di scuole di ogni ordine e grado e gruppi familiari.

Per queste attività Civita ha costruito un gruppo di lavoro composto da giovani esperti in storia dell'arte, arte terapia, didattica museale, architettura, arte contemporanea che ha contribuito in maniera partecipata a tutte le fasi, dalla progettazione alla realizzazione e comunicazione delle iniziative.

L'impostazione formale della concessione, disgiunta dalle attività di valorizzazione e dagli altri servizi museali diversamente dagli esempi portanti in precedenza, ha talvolta reso più complessa l'organizzazione e a nostro avviso meno efficace lo sforzo progettuale e di realizzazione. La componente economica inoltre ha inibito a molte scuole l'adesione; è questa infatti la situazione dove gli oneri di tutte le attività connesse alla didattica (progettazione, personale addetto, materiali, attrezzature, comunicazione) sono in capo al Concessionario che ne assume il rischio e deve necessariamente ribaltarne una parte sull'utenza.

MOSTRE

Concludiamo questa sintetica panoramica con una nota sulle **mostre**.

Civita è impegnata ogni anno nell'organizzazione di numerose mostre in ambito nazionale, prevalentemente di ambito storico artistico, ma anche fotografico, di arte contemporanea.

Data la intrinseca finalità didattica di un evento espositivo, Civita presta generalmente una grande attenzione al pubblico dei giovani visitatori, attraverso di versi canali:

- › ove possibile, mette in atto una **politica tariffaria particolarmente agevolata**; il pubblico delle scuole e dei giovani oggi è notoriamente uno dei più penalizzati per le scarse risorse economiche di cui dispone, mentre costituisce un target di pubblico di primaria importanza ed è fondamentale che possa partecipare e beneficiare di occasioni di formazione culturale dentro e fuori l'impegno scolastico;
- › sviluppa e sperimenta strategie e **canali di comunicazione** che possano essere più immediati e diretti, a partire dal web e dai canali social;
- › sviluppa e promuove specifiche **iniziative didattiche** rivolte al pubblico scolastico e alle famiglie, per tradurre la visita alla mostra in occasione di formazione ma anche di intrattenimento;
- › in ambito allestitivo prevede strumenti e **supporti multimediali** di supporto alla visita, che possano essere coinvolgenti e stimolanti vivere la visita in maniera più emozionale e coinvolgente; dalle semplici audioguide ai tablet, dalla realtà aumentata ai filmati e video;
- › esegue in monitoraggio qualitativo della risposta del pubblico; in occasione di diverse mostre (ma anche per alcune gestioni museali) attiviamo la **customer satisfaction** attraverso la compilazione di questionari da parte del pubblico, per registrare informazioni di diverso genere: dati sul pubblico (sesso, età, provenienza, istruzione, ecc.), sull'efficacia della comunicazione, sull'impatto economico che la mostra determina sul territorio (consumi, servizi utilizzati e beni acquistati in occasione della mostra), indice di gradimento sulla mostra stessa e i suoi servizi, tra cui la didattica. I dati così raccolti vanno a costituire un patrimonio di conoscenza eccezionalmente interessante di per sé ma soprattutto un contributo indispensabile per definire le linee strategiche della programmazione espositiva e orientare le modalità di coinvolgimento del pubblico con particolare riferimento a quello giovanile.

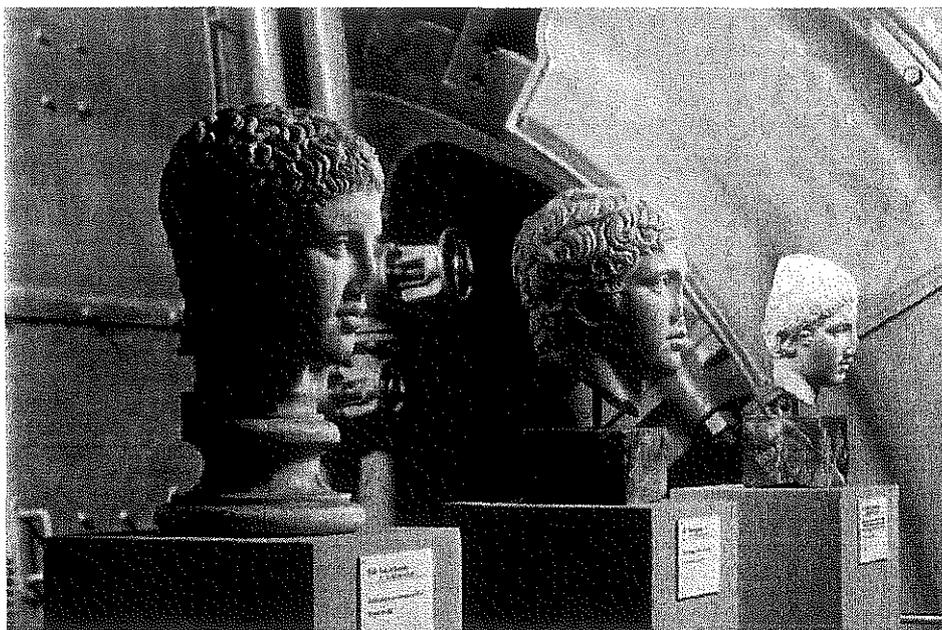
Seconda parte

I PRIMI PROGETTI SPECIALI: LE ESPERIENZE PIONIERISTICHE

A partire dalla fine degli anni Novanta Civita si è impegnata nella ideazione, organizzazione e realizzazione di iniziative di edutainment finalizzate a stimolare la conoscenza e la sensibilità dei più giovani nei confronti del patrimonio culturale. Di seguito se ne descrivono alcune.

DISEGNARE LE MACCHINE E GLI DEI

Progetto organizzato tra il 1997 e il 1998 in collaborazione con la Soprintendenza ai Beni culturali del Comune di Roma prevedeva la possibilità, per bambini fino ai dodici anni, di visitare gratuitamente le collezioni di scultura ospitate all'interno della Centrale di Montemartini sulla Via Ostiense. Il polo espositivo dei Musei Capitolini collocato nella ex Centrale Termoelettrica Giovanni Montemartini, straordinario esempio di archeologia industriale riconvertito in sede museale, ha avuto inizio nel 1997 con il trasferimento di centinaia di sculture in occasione della ristrutturazione di ampi settori del complesso capitolino. In un suggestivo gioco di contrasti accanto ai vecchi macchinari produttivi della centrale sono stati esposti capolavori della scultura antica e preziosi manufatti rinvenuti negli scavi della fine dell'Ottocento e degli anni Trenta del 1900, con la ricostruzione di grandi complessi monumentali e l'illustrazione dello sviluppo della città antica dall'età repubblicana fino alla tarda età imperiale. Seguiti da operatori specializzati, i bambini potevano esercitarsi nel disegno delle opere e in attività ludica orientate a favorire la conoscenza dell'arte antica.



LA CENTRALE DI MONTEMARTINI, DOVE LE STATUE AMANO METTERSI IN MOSTRA

Sulla base della precedente esperienza fra il 1998 e il 1999 la sede museale della Centrale di Montemartini si è posta nuovamente a disposizione dei ragazzi, attraverso un progetto che prevedeva visite guidate gratuite per i giovani delle scuole medie e superiori, organizzate secondo moduli atti a stimolarne l'interesse e l'apprendimento. Al termine della visita, a ciascun giovane fu consegnato uno speciale CD che illustrava in forma multimediale aspetti della Roma Antica e che svolgeva la funzione di biglietto gratuito per le successive visite al museo.

Le attività didattiche nella Centrale Montemartini proseguono ancora oggi con la gestione diretta del Comune di Roma, tramite le proprie aziende partecipate.

GIRA E GIOCA

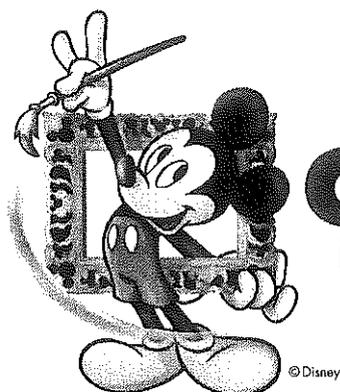
Iniziativa realizzata nell'anno 2000, che ha previsto la possibilità di visitare gratuitamente i Musei Capitolini, il Museo della Civiltà Romana e il Museo Barracco, fruendo di una apposita visita ludica con audio-guida, per giovani fra i sei e i dodici anni.

GIOCA L'ARTE: IL MUSEO INCONTRA I BAMBINI

L'iniziativa è stata quella più importante realizzata dall'Associazione: fu realizzata per la prima volta a Roma nel 2001, in collaborazione con la Walt Disney, allo scopo di avvicinare i più giovani ai musei attraverso visite-gioco, attività espositive e laboratori didattici specificatamente a loro dedicati. Sposare divertimento ed educazione è quello che si è cercato di ottenere. Partendo dal presupposto che i bambini visitano i musei in modo passivo, spesso su invito e sotto la guida di genitori e insegnanti, nel 2001 la Disney in collaborazione con Associazione Civita, a cercato di ribaltare la situazione e rendere i bambini protagonisti della visita grazie ad un itinerario studiato appositamente per loro trasformando per un intero mese il museo rendendolo a "misura di bambino", sviluppando un percorso ad hoc per gli under 14 con una vasta gamma di attività. L'obiettivo è stato quello di avvicinare i bambini all'arte, non solo in qualità di spettatori, ma anche in veste di *artefici*, trasmettendo loro l'idea che l'arte non è uno sterile patrimonio nozionistico da studiare e ripetere, ma qualcosa "da vivere". La risposta dei bambini all'iniziativa è stata assolutamente positiva. Alla redazione di Topolino giunsero moltissimi disegni ispirati alla opere d'arte viste al museo, ma reinterpretate e reinventate secondo la fantasia e la sensibilità di ognuno. Il successo dell'iniziativa è stato tale da spingere Disney e Civita a ripetere la manifestazione anche l'anno successivo, estendendola ad altri due importanti musei italiani: il Museo Bagatti Valsecchi di Milano e il Museo di Capodimonte di Napoli. Il secondo anno l'affluenza ai musei è stata di gran lunga superiore alle aspettative: nel solo

mese di dicembre 2002, durante il periodo di allestimento di Disney Gioca l'Arte, sono state addirittura 24 mila i bambini che hanno affollato le sale dei Musei Capitolini di Roma. A Napoli il Museo di Capodimonte ha accolto più di 27 mila bambini! Queste iniziative hanno messo in evidenza alcuni elementi:

- a) l'esperienza museo viene vissuta meglio dai più piccoli (tra i 6 e i 12 anni) se la si combina con una dimensione ludica;
- b) è possibile prevedere, ed è anzi auspicabile, una dimensione di rete dei musei, in cui l'attività didattica si compone di più momenti ludico-formativi che si sviluppano in più sedi museali;
- c) è importante ricercare la collaborazione con imprese che operano verso un pubblico di bambini e adolescenti: l'esperienza di Gioca l'Arte che ha permesso di utilizzare i personaggi più amati (Topolino, Pippo, Paperino, etc.) dimostra quanto sia importante la ricerca di queste collaborazioni;
- d) le attività didattiche possono realizzarsi se si costruisce un rapporto positivo tra l'istituzione museo e le imprese della cultura che operano nel settore dell'edutainment. Soprattutto oggi che le risorse pubbliche, sia in termini di risorse economiche che umane, sono ridotte, il coinvolgimento del privato assume un particolare rilievo;
- e) deve essere sottolineato il ruolo centrale della scuola che può consentire di superare le divisioni sociali e culturali tra gli ambiti in cui i ragazzi vivono e favorire il loro avvicinarsi al museo;
- f) già in queste prime esperienze si palesò il valore delle tecnologie da parte dei più giovani, i cosiddetti nativi digitali.



GIOCA L'ARTE
il museo incontra i bambini

RICERCHE ED INDAGINI SU I GIOVANI E I MUSEI

RAPPORTO CIVITA 2004: "CULTURA IN GIOCO: LE NUOVE FRONTIERE DI MUSEI, DIDATTICA E INDUSTRIA CULTURALE NELL'ERA DELL'INTERATTIVITÀ"

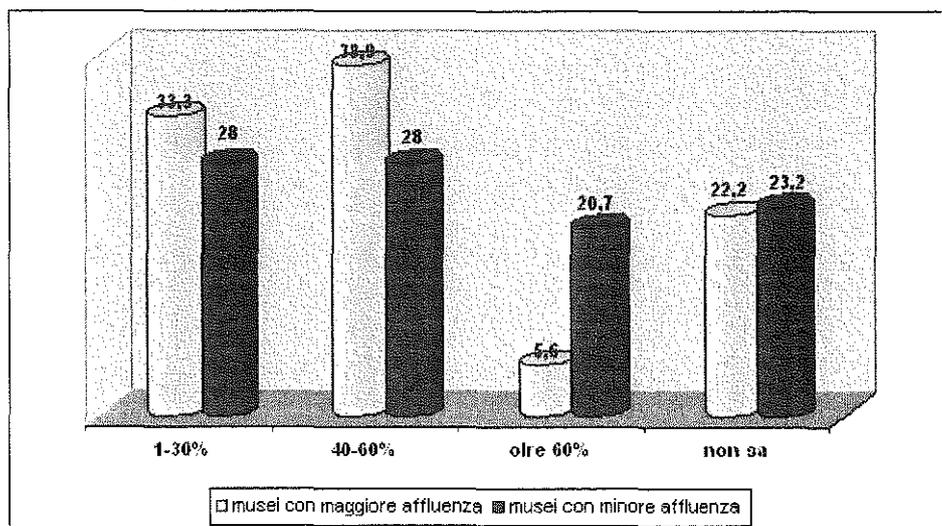
Nell'ambito delle sue attività Civita ha sviluppato alcune ricerche sul tema dell'edutainment. Nel 2004 Civita ha pubblicato il volume "Cultura in gioco: le nuove frontiere di musei, didattica e industria culturale nell'era dell'interattività" in cui, oltre a numerosi saggi sulle esperienze in atto in Italia e nel mondo, pubblicava un'indagine rivolta alle scuole, alle famiglie e ai musei.

Da quell'indagine emerge il **ruolo fondamentale della scuola** per tutto ciò che riguarda le attività ludico formative (il 70% degli intervistati dichiarava di svolgere queste attività).

Le famiglie dichiaravano per il 77% che i loro figli avevano l'opportunità di partecipare a visite presso musei, mostre ed altri eventi culturali, mentre solo il 57% dichiarava di accompagnare i propri figli di persona. Quest'ultimo dato è fortemente influenzato dal titolo di studio dei coniugi con una differenza di oltre 10 punti tra chi ha la laurea e chi si è fermato alla scuola dell'obbligo.

Dalle interviste ai Musei risultava invece che solo il 40% offriva attività ludico-formative ai suoi visitatori. Erano in prevalenza i musei con una maggiore affluenza ad offrire servizi, spesso resi impossibili nei musei più piccoli dalla mancanza di spazi e di risorse. Questa attività consiste prevalentemente in laboratori didattici e visite guidate. Da quell'indagine sui musei risultava infine la seguente percentuale di affluenza delle scuole nei musei distinti in due grandi gruppi.

Affluenza delle scuole nei musei



Fonte: Indagine Civita-Unicab(2004)

INDAGINI SU I GIOVANI E LE MOSTRE

Nell'ambito della realizzazione delle attività espositive, Civita ha condotto una serie di indagini sul pubblico che alle mostre partecipa. Queste indagini ci mettono a disposizione alcuni dati sull'età e ci permettono di svolgere alcune considerazioni anche sul pubblico più giovane¹.

Delle molte indagini sviluppate ne abbiamo considerate tre dislocate in aree diverse del paese:

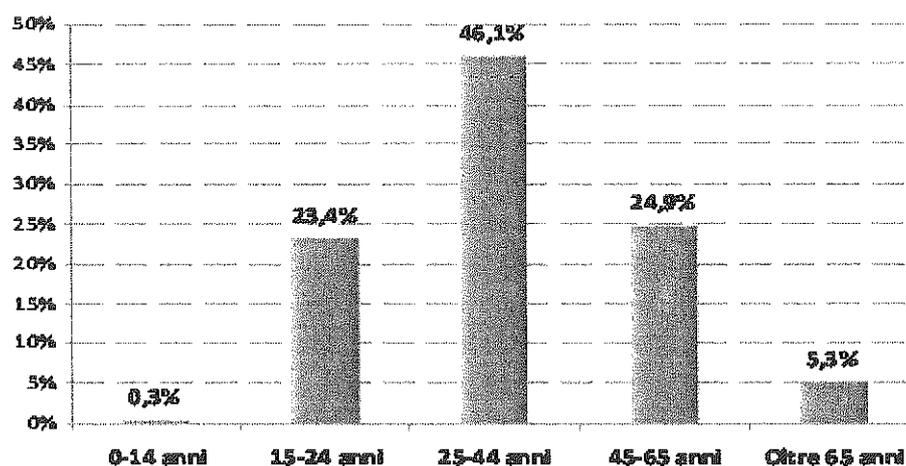
- a) la mostra sul fotografo Robert Doisneau;
- b) le mostre tenutesi a Forlì in un arco di tempo di circa 5 anni;
- c) le esposizioni della GAM di Palermo.

La comparazione con i dati dei visitatori delle mostre permette di comprendere le dimensioni della presenza dei giovani nei musei ma si deve tener conto con cautela delle molteplici variabili possibili (peso della popolazione locale, impegno delle scuole, offerta didattica della mostra).

L'ETÀ DEL PUBBLICO DELLA MOSTRA SU ROBERT DOISNEAU

La mostra su Doisneau che si è tenuta a Milano dal 20 febbraio al 5 maggio 2013 proponeva un percorso espositivo, organizzato per aree tematiche, ripercorrendo i soggetti più cari al fotografo, e conducendo il visitatore in un'emozionante passeggiata nei giardini di Parigi, lungo la Senna, per le strade del centro e della periferia, e poi nei bistrot, negli atelier di moda e nelle gallerie d'arte della capitale francese.

Il grafico che segue mostra la distribuzione per età dei visitatori della mostra



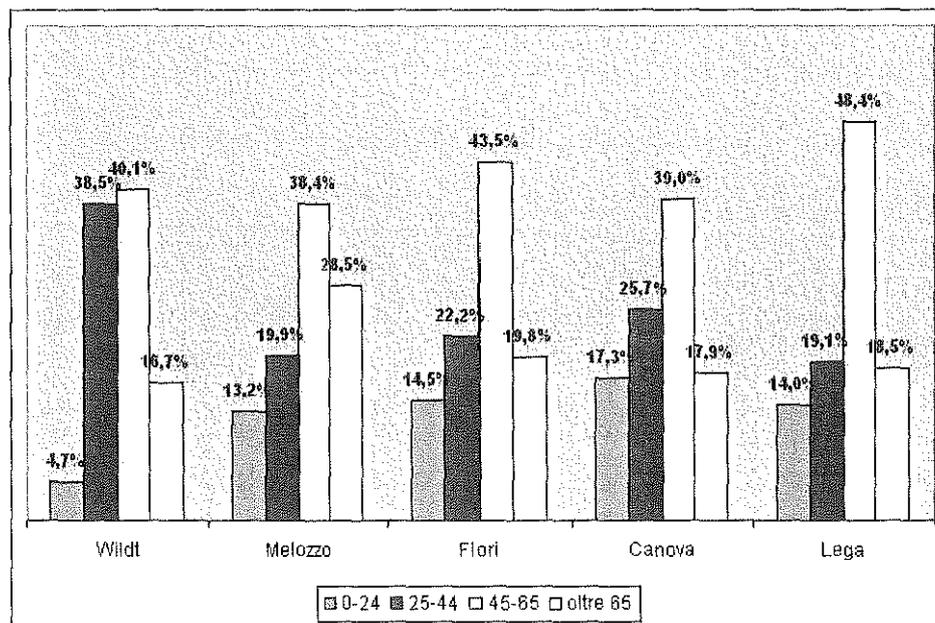
Fonte: Centro Studi G. Imperatori della Associazione Civita

¹ Per avere una visione chiara del peso delle diverse fasce di età, secondo la ripartizione Istat, sulla percentuale della popolazione italiana compresa tra 0 e 24 anni è pari al 23,50 del totale della popolazione. Di seguito si riportano i seguenti dati: tra i 0-4 anni di età 2.724.106 pari al 4,50%; tra i 5-9 anni di età 2.869.864 pari al 4,70%; tra i 10-14 anni di età 2.854.163 pari al 4,70%; tra i 15-19 anni di età 2.858.519 pari al 4,70%; tra i 20-24 anni di età 2.992.466 pari al 5,10%.

È evidente che la percentuale di visitatori giovani e giovanissimi è piuttosto alta. Ciò è probabilmente dovuta al carattere della mostra e alla notorietà del fotografo nel mondo delle nuove generazioni.

L'ETÀ DEL PUBBLICO DI ALCUNE MOSTRE DI FORLÌ

Si tratta dei dati di 5 mostre tenutesi a Forlì?



Fonte: Centro Studi G. Imperatori della Associazione Civita

Per quanto riguarda i visitatori più giovani, con l'esclusione di Wildt che vede una scarsa partecipazione (3000 circa i giovani sul totale) e una maggiore presenza delle fasce più alte di età, le altre mostre vedono presenze del 13,2% (Melozzo), 14,5% (Fiori), 17,3% (Canova), 14% (Lega), quindi numeri più che significativi considerato il totale dei visitatori: dai 25 mila di Canova, ai 12 mila di Melozzo.

Ed è un dato interessante che mostra una certa stabilità negli accessi a questa tipologia di eventi culturali che, come vedremo più oltre è una costante nel paese.

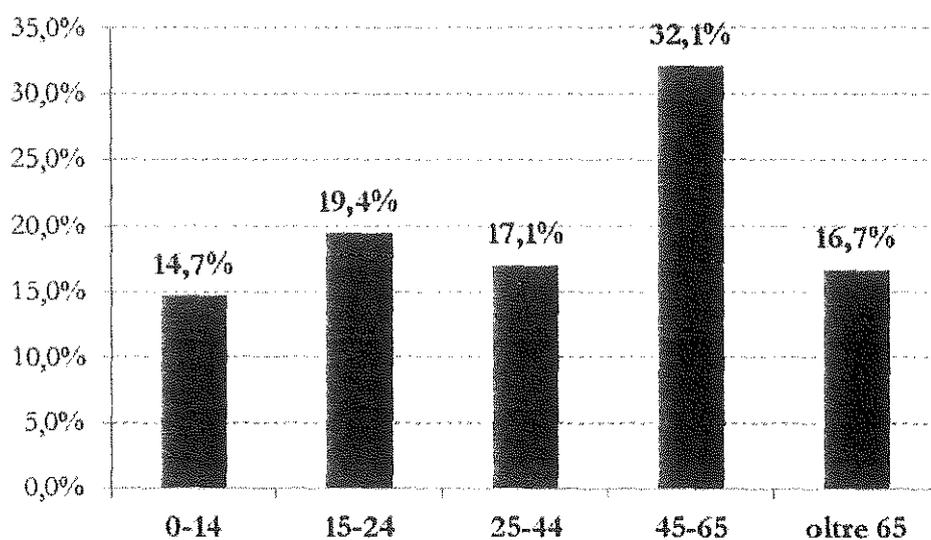
2 Adolfo Wildt *l'anima e le forme da Michelangelo a Klimt* (visitatori 60 mila), Forlì, Dal 28 gennaio al 17 giugno 2012; Melozzo da Forlì, *l'umana bellezza tra Piero della Francesca e Raffaello* (visitatori 90 mila), Forlì, dal 29 gennaio al 12 giugno 2011; Fiori: *dal Seicento a Van Gogh* (oltre 80 mila visitatori), Forlì, dal 24 gennaio al 20 giugno 2010; Canova: *l'ideale classico tra pittura e scultura*, Forlì, dal 21 gennaio al 29 giugno 2009 (visitatori 151 mila); Silvestro Lega, *i macchioli e il Quattrocento* (visitatori 86 mila), Forlì, dal 14 gennaio al 24 giugno 2007.

L'ESPOSIZIONE DELLA GALLERIA D'ARTE MODERNA DI PALERMO

L'indagine condotta nel 2012 (dal 18 Dicembre 2012 al 2 Febbraio 2013) presenta un dato leggermente più alto del pubblico tra 0 e 24 anni (34,1%) che si spiega con la predilezione fra i giovani per i musei d'arte contemporanea come già risultava in una indagine condotta da Civita su questo tipo di musei nel 2007.

In quella indagine³ il pubblico risultava prevalentemente femminile, in linea con il dato sulla popolazione italiana) e molto giovane: per il 38,70% compreso in una fascia di età tra i 25 e i 44 anni e per il 18,24% tra i 15 e i 24 anni ; dunque, oltre il 56% del pubblico si colloca sotto i 44 anni.

La più recente indagine sul museo di Palermo evidenzia come il pubblico giovanile sia molto frequente nel museo: il 14,7% tra 0-14 anni e 19,4% tra 15 e 24 anni. Un dato in linea con quanto sin qui esposto.



Fonte: Centro Studi G. Imperatori della Associazione Civita

³ Per avere una visione chiara del peso delle diverse fasce di età, secondo la ripartizione Istat, sulla percentuale della popolazione italiana compresa tra 0 e 24 anni è pari al 23,50 del totale della popolazione. Di seguito si riportano i seguenti dati: tra i 0-4 anni di età 2.724.106 pari al 4,50%; tra i 5-9 anni di età 2.869.864 pari al 4,70%; tra i 10-14 anni di età 2.854.163 pari al 4,70%; tra i 15-19 anni di età 2.858.519 pari al 4,70%; tra i 20-24 anni di età 2.992.466 pari al 5,10%.

CONSIDERAZIONI FINALI

Molte considerazioni relative al tema del rapporto giovani-musei sono già state sviluppate in relazione alle singole esperienze illustrate. Proviamo a raccogliere e darvi un ordine più organico.

L'attività didattica è da intendersi quale vera e propria attività di valorizzazione, alla stregua delle attività espositive, incontri, convegni e alle iniziative che alimentano la vivacità e vitalità dei Musei.

Rispetto alle mostre, che oggi costituiscono le iniziative più efficaci e diffuse di valorizzazione e attrazione di una raccolta museale, ma anche quelle più impegnative sotto il profilo economico, le attività didattiche si contraddistinguono perché puntano al coinvolgimento di una target particolarmente sensibile - i giovani - e perché assorbono un impegno economico molto più contenuto a fronte di risultati numerici e strategici molto significativi.

L'attività didattica infatti contribuisce in maniera determinante alla vitalità di un museo quando coinvolge in maniera partecipe i giovanissimi e i giovani, rendendoli i principali protagonisti.

Oggi dunque il museo, senza snaturare in alcun modo la propria missione di conservazione di opere e capolavori, diventa un **luogo preferenziale di relazione**.

I giovani lo frequentano infatti in compagnia, della scuola, della famiglia, degli amici. Le attività didattiche sono l'occasione per sperimentare queste relazioni attraverso i contenuti e stimoli culturali, che vengono assimilati attraverso iniziative ludico-didattiche di vario genere, molto spesso di gruppo.

La didattica è anche occasione di relazione tra istituzioni culturali e di altro genere. Fondamentale infatti che alla progettazione didattica contribuiscano gli istituti culturali ma anche enti e realtà che si occupano di altre discipline. Il progetto di Arte Terapia delle Gallerie d'Italia è nato dalla collaborazione con la Fondazione Manuli specializzata nella assistenza ai malati di Alzheimer; quello di coinvolgimento delle comunità straniere al Museo del Novecento ha visto l'apporto determinante della Cooperativa ABCittà.

Il Museo è anche luogo di relazione strettissima tra il mondo della scuola e la famiglia; spesso sono i bambini che nell'ambito o a seguito di attività didattiche svolte nel contesto scolastico vi ritornano con la famiglia; e viceversa spesso sono le famiglie che per motivi professionali o di semplice interesse si fanno promotori verso la scuola della partecipazione a attività didattiche museali.

Il Museo è un luogo privilegiato di relazione tra giovani, che interpretano ruoli diversi: giovani i partecipanti e giovani i mediatori culturali. Abbiamo già evidenziato come

la didattica possa giocare un ruolo significativo in termini occupazionali nel settore dei beni culturali. Il beneficio si riscontra anche nell'efficacia della didattica stessa quanto viene progettata, condotta e promossa da esperti di giovane età, che più facilmente dialogano con bambini e ragazzi con cui condividono sensibilità, linguaggi e modalità di comunicazione.

Il Museo diventa infine opportunità di relazione con il proprio territorio. Dai risultati delle indagini di *customer satisfaction* si conferma costantemente che l'adesione dei giovani alle attività didattiche (vuoi con la scuola, vuoi con la famiglia) ha una provenienza fortemente territoriale, circoscritta prevalentemente all'ambito provinciale e regionale.

Per assolvere pienamente a queste funzioni strategiche entrano in gioco fattori diversi di cui abbiamo già accennato tra cui, oltre alla discriminante economica dell'offerta, la predisposizione dei musei ad accogliere e soddisfare il pubblico dei giovani, attraverso spazi dedicati per le attività didattiche vere e proprie ma anche per trascorrere il proprio tempo libero con servizi e aree adeguati.

ALLEGATO 2: Documentazione presentata da Zètema

NE

zetema
progetto cultura

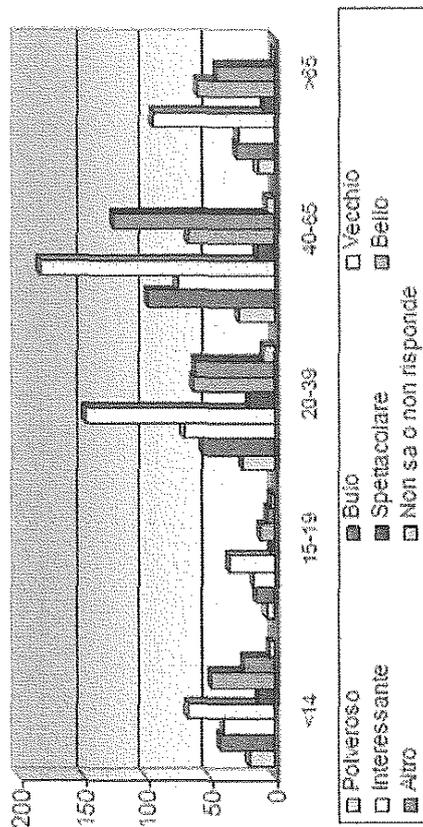
Indagine sui non-visitatori dei musei (2006)

Zè

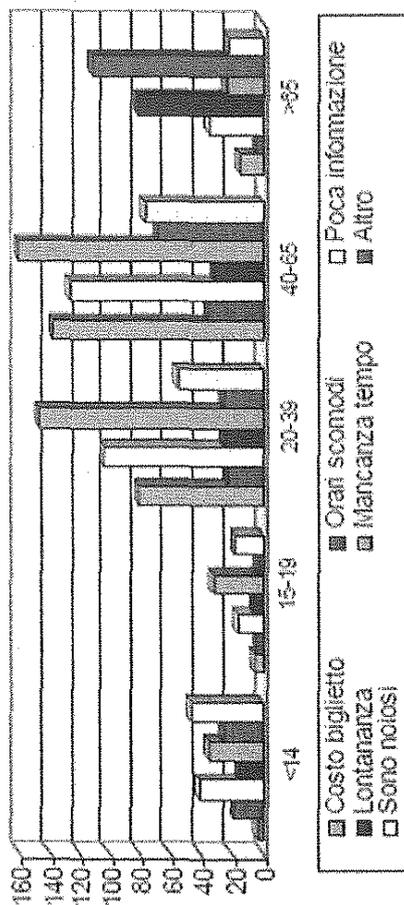
Roma, 23 giugno 2015

Nel 2002 e 2006 Zètema ha condotto indagini sui non-visitatori dei musei per conoscerne gli interessi, al fine di poterli intercettare con una programmazione *ad hoc*. I risultati del 2006:

Immagine del museo dei non-visitatori per fasce d'età



Fattori rilevanti la non visita per fasce d'età



- Il 30% definisce il museo **interessante** e il 15% **bello**
- I piccoli (<14) non lo visitano perché **noioso** e i ragazzi (15-19) per **mancanza di tempo**

Una società di Roma Capitale

Zè

Roma, 23 giugno 2015

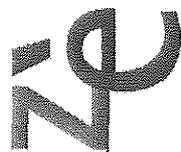
Zètema è un ente strumentale di Roma Capitale che opera nel settore beni culturali:

1. gestione in esclusiva del “**Sistema Musei Civici di Roma**”
2. **gestione del sistema di informazione turistica e integrazione** dei servizi turistici e culturali
3. supporto alla organizzazione e gestione di **mostre, eventi e manifestazioni**
4. gestione dei servizi e delle manifestazioni degli **spazi culturali**
5. attività di **progettazione, conservazione e catalogazione**
6. gestione servizi e progetti per l’Istituzione **Biblioteche** e servizio **Informagiovani**.

**Servizi di didattica e attività culturali
per i ragazzi**

Sistema Musei Civici : 22 musei

Roma, 23 giugno 2015

The logo for Zètema, featuring the letters 'Zè' in a stylized, bold, serif font.

Dal 2005 Zètema gestisce i servizi del Sistema Musei Civici di Roma Capitale.

The logo for 'musei in Comune', with 'musei' in a serif font, 'in' in a smaller font, and 'Comune' in a larger serif font. A stylized building icon is integrated into the letter 'i' of 'Comune'.

Alcuni numeri del 2014: oltre 1,5 milioni di visitatori, 55 mostre, 37.600 audioguide, 2,9 milioni di contatti al portale www.museiincomuneroma.it

La didattica gratuita, con 2.000 visite e 160 laboratori alle scuole:

ogni anno circa 64.000 studenti

Agevolazioni tariffarie : prezzo del biglietto per i minori

Zè

Roma, 23 giugno 2015

- gratis per tutti fino a 6 anni;
- gratis fino a 18 anni ai cittadini residenti nel territorio di Roma Capitale (tranne il Planetario);
- ingresso ridotto per cittadini non residenti di età compresa tra i 6 e i 25 anni; cittadini residenti nel territorio di Roma Capitale di età compresa tra i 18 e i 25 anni;
- tariffa famiglia: gruppo composto da un genitore con 1 o 2 figli di età inferiore ai 18 anni - un ingresso a tariffa intera.

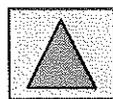
gratis per tutti i romani under 18

Destinatari didattici museali

Zè

Roma, 23 giugno 2015

La proposta didattica rivolta ai bambini nel Sistema Musei Civici e nei siti del territorio è programmata dalla Sovrintendenza, gestita da Zètema e articolata in 2 canali:



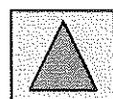
Pubblico scolastico

Scuola dell'infanzia (3-6 anni)

Scuola primaria (6-11 anni)

Scuola secondaria di I e II grado (11-19 anni)

Docenti e studenti
universitari (formazione)



Pubblico non scolastico

Famiglie

Bambini e ragazzi

Operatori specializzati selezionati con procedure di evidenza pubblica

ZC

Roma, 23 giugno 2015

La didattica museale è attuata da associazioni o società selezionate tramite un bando pubblico, in base alle competenze specifiche per il lotto da curare, al potenziale innovativo della proposta, ai curricula degli operatori.



Metodologia didattica museale

Zè

Roma, 23 giugno 2015

La **didattica museale** nasce con l'obiettivo di avvicinare i piccoli visitatori all'arte ed alla cultura, attraverso visite, laboratori ed itinerari tematici secondo i più moderni principi della museografia, ma soprattutto sviluppare il senso di appartenenza.

Alle *scuole*, dai bambini della scuola dell'infanzia fino agli studenti universitari, l'offerta didattica propone un approccio interattivo e coinvolgente.



INTERAZIONE

Per le *famiglie*, la proposta è basata sulla condivisione, affinché grandi e piccoli lavorino insieme condividendo l'esperienza creativa.



CONDIVISIONE

Per i *bambini*, la proposta è basata sul gioco e sulla sperimentazione dei materiali e delle tecniche.



SPERIMENTAZIONE

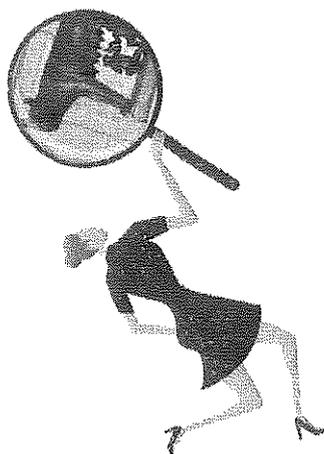
Offerta per le scuole

Roma, 23 giugno 2015

Zè

L'offerta didattica riservata alle scuole è ampia e variegata. In ogni museo e sito del territorio la Sovrintendenza Capitolina ai Beni Culturali ha previsto un'attività didattica di conoscenza e scoperta, secondo questa linea tematica del "CONOSCERE".

CONOSCERE

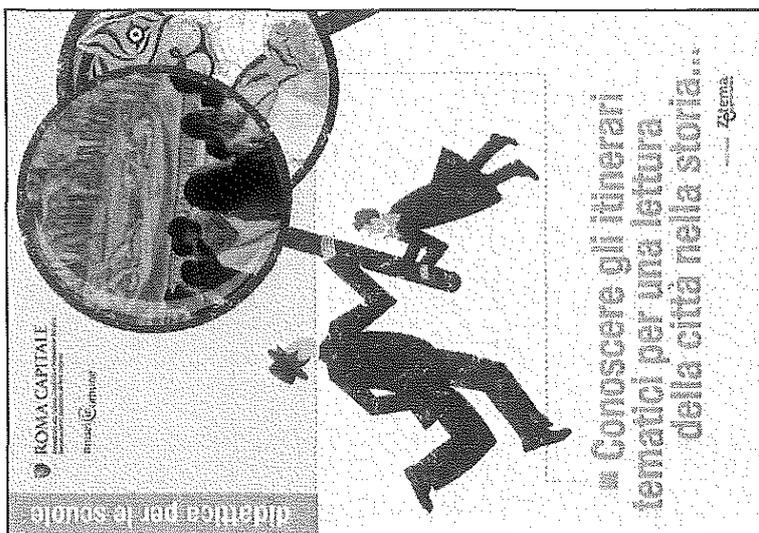
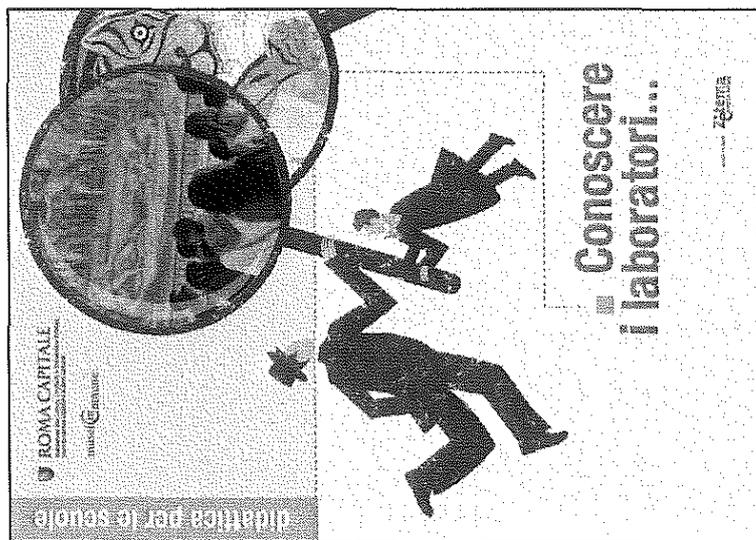
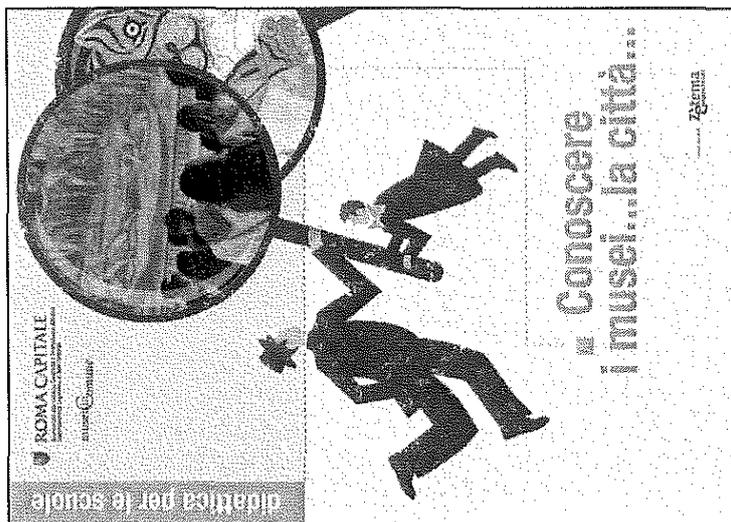


Tutte le attività infatti sono connotate da questa grafica, riconoscibili ai docenti e presentate attraverso un evento aperto ad inizio anno scolastico e la distribuzione di un catalogo dei servizi educativi e didattici contenente tutta l'offerta.

Offerta per le scuole: Il Catalogo

Zè

Roma, 23 giugno 2015



Offerta per le scuole: Formazione degli insegnanti

ZE

Roma, 23 giugno 2015

Ogni anno ha luogo la rassegna “*Educare alle mostre educare alla città*”, promossa dall’Assessorato alla Cultura e dalla Sovrintendenza Capitolina ai Beni Culturali.

E’ un progetto informativo per docenti e studenti universitari, propone visite alle mostre, incontri su aspetti particolari delle collezioni, approfondimenti per una lettura ragionata della storia della città dal centro alla periferia.



Offerta per le Famiglie

Roma, 23 giugno 2015

Zè

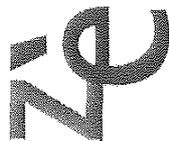
La didattica prevede attività anche per le famiglie, per stimolare la condivisione e l'emozione ludica del tornare bambini per i grandi e sentirsi grandi per i bambini.

Scoprire, collaborare, creare, sfidarsi, partecipare: sono solo alcune delle esperienze didattiche che offriamo alle famiglie, da vivere insieme, in visita ai musei.

Dal 2015 la redazione web di Zètema invia la newsletter Musei in famiglia a oltre 36.500 contatti iscritti al servizio informativo.

Offerta per le famiglie: Newsletter

Roma, 23 giugno 2015



Newsletter Musei in famiglia

CONOSCERE

Laboratori e visite didattiche per adulti e bambini

ROMA **musei@comune.roma.it**

MUSEI in famiglia

Laboratori per adulti
Visite guidate per adulti
Laboratori per bambini
Visite guidate per bambini

PER INFORMAZIONI CONTATTATE
WWW.MUSEIROMA.COMUNE.IT

VEDI 4 APRILE 2015 ORE 10.30 Museo di Scultura Antica Giovanni Battista
Un giorno da scrivere
Laboratorio di scrittura geroglifica e cuneiforme.
 Laboratorio per bambini dai 6 anni in su

La visita alle sezioni egizia e assira del Museo Barracco sarà seguita da un laboratorio nel corso del quale gli operatori, con l'aiuto di schede didattiche appositamente preparate, presenteranno ai bambini e ragazzi partecipanti i concetti di base dei sistemi di scrittura in uso nell'antico Egitto e in Mesopotamia, mostrando inoltre come si procede per la traslitterazione e la lettura. L'attività si articola in una visita alla parte del Museo che ospita esemplari di scrittura egizia e assira, seguita da una parte pratica in cui i bambini si cimenteranno con le scritture utilizzate da queste antiche civiltà. Facendo riferimento alle opere del Museo con testi in geroglifico e in cuneiforme i ragazzi conosceranno i principali segni geroglifici e ricostruiranno la progressiva stilizzazione dei segni cuneiformi. Guidati dagli operatori, decifreranno le iscrizioni, arrivando a leggere da soli. Al termine del laboratorio potranno scrivere il proprio nome coi segni antichi e svolgere semplici operazioni aritmetiche utilizzando i segni numerici geroglifici e cuneiformi.

VEDI 12 APRILE 2015 ORE 16.30 Palazzo di Venezia - Museo di Arte Antica
Costruttori e ricostruttori
 Visita didattica itinerante per famiglie

La visita alle sezioni egizia e assira del Museo Barracco sarà seguita da un laboratorio nel corso del quale gli operatori, con l'aiuto di schede didattiche appositamente preparate, presenteranno ai bambini e ragazzi partecipanti i concetti di base dei sistemi di scrittura in uso nell'antico Egitto e in Mesopotamia, mostrando inoltre come si procede per la traslitterazione e la lettura. L'attività si articola in una visita alla parte del Museo che ospita esemplari di scrittura egizia e assira, seguita da una parte pratica in cui i bambini si cimenteranno con le scritture utilizzate da queste antiche civiltà. Facendo riferimento alle opere del Museo con testi in geroglifico e in cuneiforme i ragazzi conosceranno i principali segni geroglifici e ricostruiranno la progressiva stilizzazione dei segni cuneiformi. Guidati dagli operatori, decifreranno le iscrizioni, arrivando a leggere da soli. Al termine del laboratorio potranno scrivere il proprio nome coi segni antichi e svolgere semplici operazioni aritmetiche utilizzando i segni numerici geroglifici e cuneiformi.

VEDI 3 APRILE 2015 ORE 11.00 Museo Pio-Clementino - Villa Borghese
Una sorpresa a villa Borghese:
la casa museo di Pietro Canonica
 visita didattica e laboratorio per famiglie

Visita guidata e laboratorio didattico per famiglie alla scoperta della casa museo di Pietro Canonica e alla sua collezione permanente. La visita per famiglie al Museo Canonica è pensata come visita-gioco alla scoperta della casa dove viveva e lavorava Pietro Canonica. Dal piano inferiore si passa dai ritratti di aristocratici a persone meno note, una rassegna di emozioni e vissuti colti e interpretati dallo scultore Canonica. Essegue visita al piano superiore del museo che ci introduce nell'intimità dell'esistenza dell'artista che qui visse. Durante il laboratorio genitori e figli insieme saranno così stimolati ad ideare la giornata tipo di Pietro Canonica, attraverso un racconto per immagini, attraverso disegni, vignette o tramite collage di materiale fotografico e cartaceo (es. elementi di arredo, statue, elementi relativi al parco di Villa Borghese, attrezzi da lavoro, manno da sbalzare, la sua famiglia) a comporre, con sequenzialità cronologica, una giornata dello scultore.

Offerta per famiglie: Audioguida per bambini ai Musei Capitolini

Roma, 23 giugno 2015

1 **benvenuti**
welcome

2 **Musei Capitolini kids tour**

3 **Spinaro**
Spurra

4 **Bruto Capitolino**
Capitoline Brutus

5 **Lupa capitolina**
Capitoline She-wolf

6 **Busto di Metello**
Bust of Metellus

7 **Statua di Venere Esquilina**
Statue of the Esquiline Venus

8 **Busto di Commodo come Eroe**
Bust of Commodus as Hercules

9 **Leone che sconfigge il cavallo**
Lion attacking a horse

10 **Statua equestre di Marco Aurelio**
Equestrian statue of Marcus Aurelius

11 **Statua colossale di Costantino**
Colossal statue of Constantine

12 **Statua di Maria**
Statue of Mary

13 **Pannello in opus sectile con tigre che assale un vitello**
Panel in opus sectile with tiger assaulting a calf

14 **Ritratto di Giocostomano**
Portrait of Gordianus

15 **Statua colossale restaurata come Oceanos "Marfisa"**
Colossal statue restored as Oceanus "Marfisa"

16 **Statua di Ercole in bronzo dorato**
Statue of Hercules in gilded bronze

17 **Romolo e Remo**
Romulus and Remus

18 **GALLERIA LAPIDARIA**
GALLERIA LAPIDARIA

19 **Statua di Ercole in bronzo dorato**
Statue of Hercules in gilded bronze

20 **Statua colossale restaurata come Oceanos "Marfisa"**
Colossal statue restored as Oceanus "Marfisa"

21 **Statua colossale restaurata come Oceanos "Marfisa"**
Colossal statue restored as Oceanus "Marfisa"

22 **Mosaico dell'Isola di Egeo**
Mosaic of the Egeus

23 **Statua di Sisto a torso**
Statue of Sistrus

24 **Statua di "Vecchia ebria"**
Statue of "Drunk old woman"

25 **Sala degli Imperatori**
Hall of the Emperors

26 **Sala dei filosofi**
Hall of the Philosophers

27 **Statua di Antone e Psiche**
Statue of Cupid and Psyche

28 **Statua di Sisto a torso**
Statue of Sistrus

29 **Statua di Sisto a torso**
Statue of Sistrus

30 **Statua del "Capitolino Giallo"**
Statue of "Capitoline Gial"

31 **Statua del "Capitolino Giallo"**
Statue of "Capitoline Gial"

ROMA CAPITALE **museiComune** **Zetema** **Zetema progetto cultura**

Offerta per bambini e ragazzi: non solo musei

Zè

Roma, 23 giugno 2015

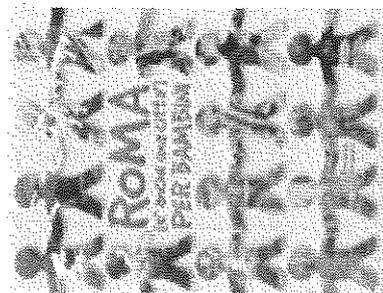
Un'ampia offerta didattica – anche fuori dal museo - viene pensata per i bambini, oltre alle attività in calendario:

- editoria e materiali dedicati;
- laboratori creativi alla Ludoteca dell'Ospedale pediatrico Bambin Gesù di Roma e Palidoro;
- manifestazioni specifiche e progetti speciali: Roma una Città a misura di bambine e bambini, il progetto Bruno Munari, il progetto di arte pubblica SAMBA;
- attività presso le Ludoteche Technotown a Villa Torlonia e Casina di Raffaello a Villa Borghese.

Offerta per bambini e ragazzi: in libreria

Roma, 23 giugno 2015

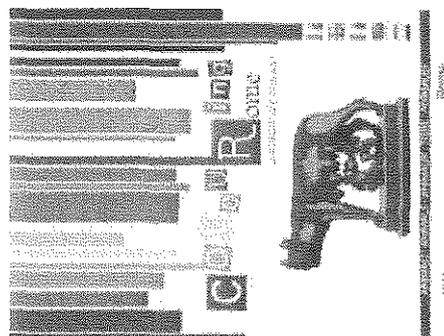
Zè



Ogni museo e ludoteca ha uno spazio provvisto di libri dedicati ai ragazzi (guide turistiche, libri/gioco didattici e interattivi, libri illustrati, favole, letteratura adolescenziale, testi sulla storia dell'antica Roma).

Le pubblicazioni fatte da Zètema per i bambini:

- Orma Roma Ramo Amor di Roberto Piumini;
- L'album da colorare Colouring Rome, caccia al tesoro per trovare e colorare gli animali nelle principali opere dei Musei;
- Roma e i suoi luoghi d'acqua, guida sulla città di Roma per ragazzi.



Offerta per bambini e ragazzi: in ospedale

Roma, 23 giugno 2015

Zè

Laboratori creativi possono anche essere fruiti in situazioni di disagio.

Zètema organizza alla Ludoteca dell'Ospedale pediatrico Bambin Gesù di Roma e Palidoro il laboratorio di oreficeria "La Bottega di Re Mida".



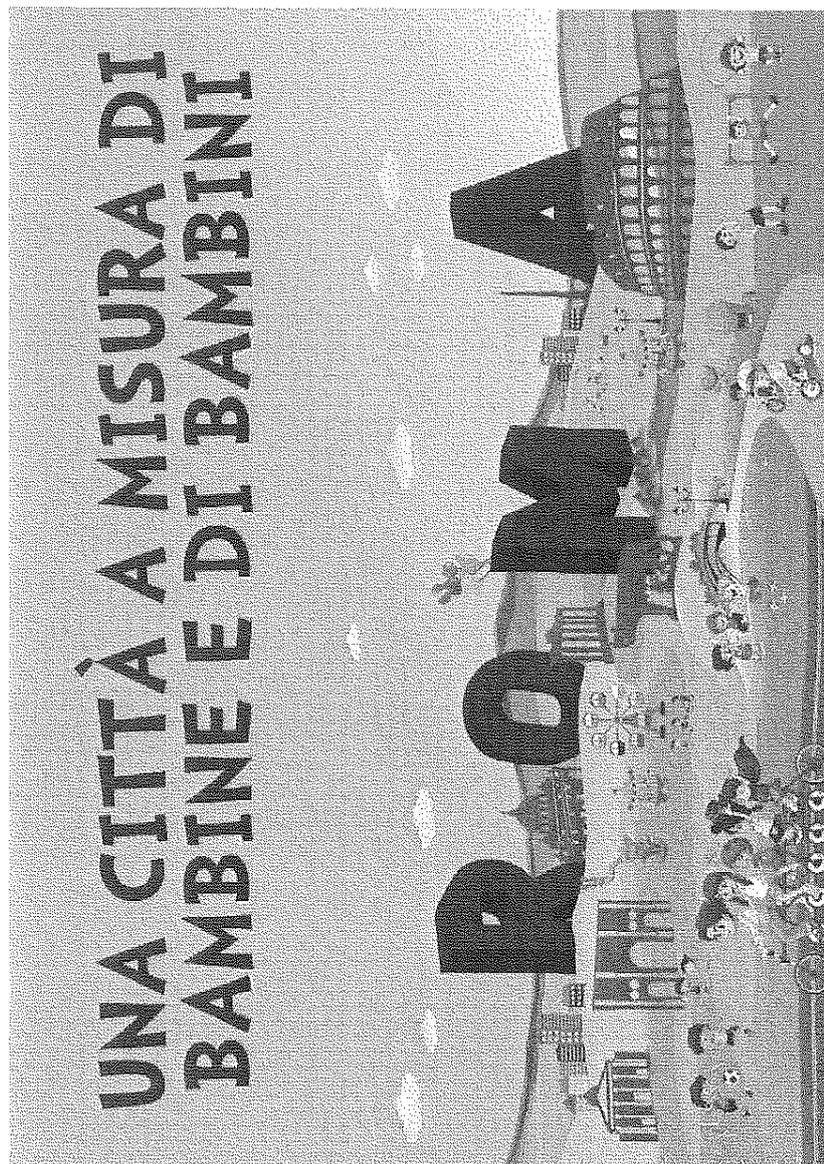
Manifestazioni:

Una città a misura di bambini e bambine

Roma, 23 giugno 2015

ZC

Roma Capitale organizza manifestazioni e progetti per favorire la cittadinanza attiva da parte dei più piccoli.



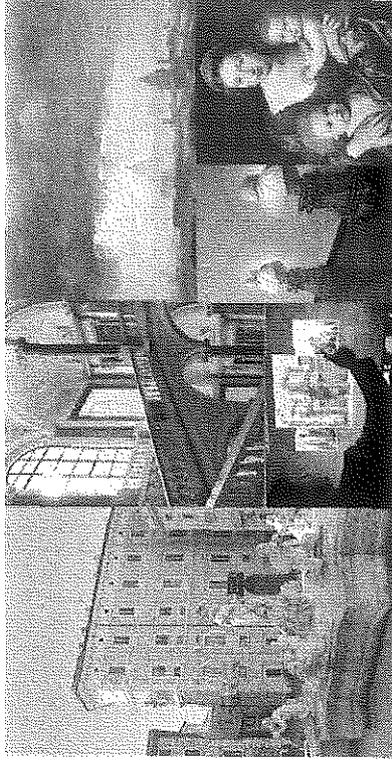
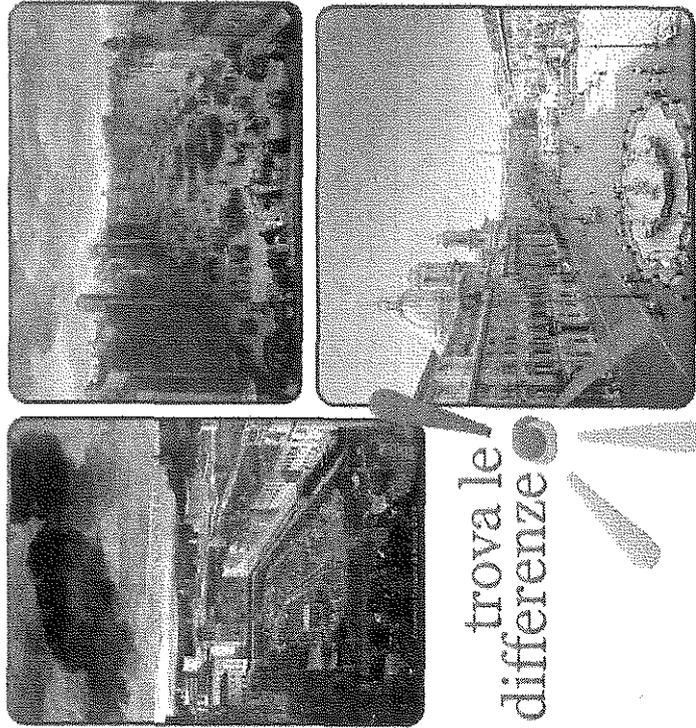
Laboratori: una città a misura...

ZE

Roma, 23 giugno 2015

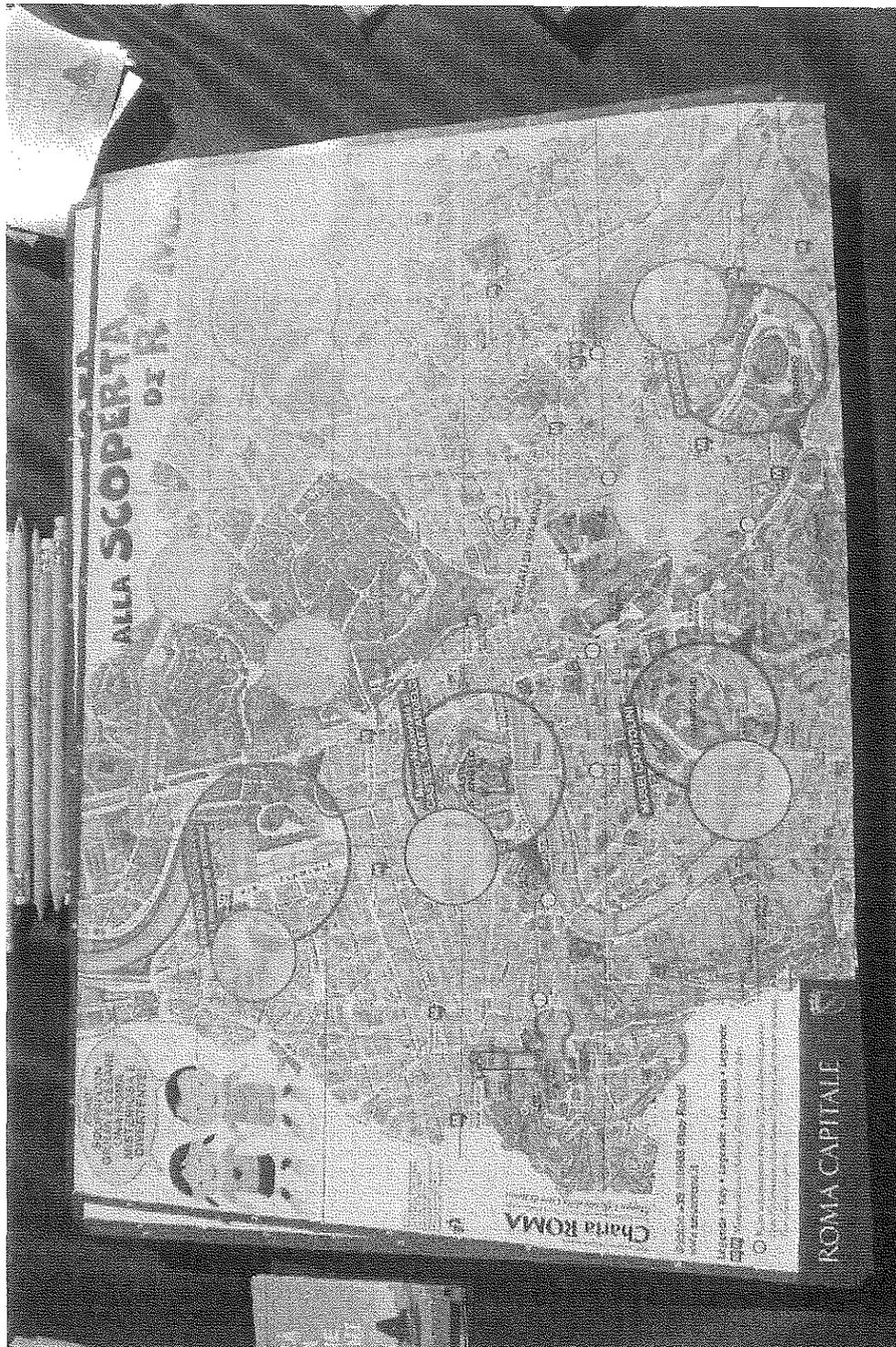
musici@comuni.it
25 Maggio 2014
UNA CITTÀ A MISURA
DI BAMBINI E DI BAMBINI

Aguzza
la vista e...



Mappa alla scoperta di Roma: una città a misura.ze

Roma, 23 giugno 2015



Bruno Munari e il progetto Activart

Zè

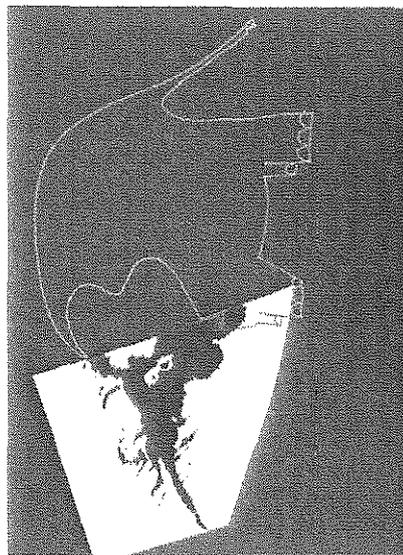
Roma, 23 giugno 2015

Nel mese di ottobre 2008, dalla mostra “Antologica” su Bruno Munari all’Ara Pacis nasce un progetto pluriennale finanziato dal programma europeo Comenius, *Lifelong Learning Programme*, dal titolo:

Migliorare l’offerta e l’efficacia dell’educazione scolastica, attraverso il metodo Bruno Munari®

Le attività hanno contribuito a sviluppare la creatività dei bambini e delle insegnanti, hanno arricchito i metodi di insegnamento e creato uno scambio virtuoso tra le scuole e i musei.

Roma Capitale ha quindi dato seguito a questo progetto con un programma di formazione continua degli insegnanti sul metodo Munari.



Un esempio in periferia: Arte pubblica a San Basilio

Roma, 23 giugno 2015



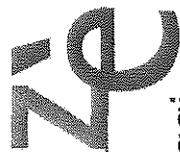
Realizzato nel 2013-14, il progetto SAMBA ha coinvolto le scuole del

quartiere con:

- incontri con tutti gli studenti della scuola media e gli alunni della scuola elementare;
- laboratorio di murales con gli studenti delle medie, durante il quale è stato realizzato un murales per la scuola;
- laboratorio di serigrafia e di ceramica per realizzare il murales tridimensionale installato a via Fabriano con gli alunni delle elementari;
- laboratori di design urbano con gli studenti di scuola superiore.

Ludoteche: Casina di Raffaello

Roma, 23 giugno 2015



Aperta nel 2006 a Villa Borghese, Casina Raffaello ha ospitato ad oggi oltre **48.000 visitatori** e sono state organizzate 22 mostre.

La ludoteca offre ai più:

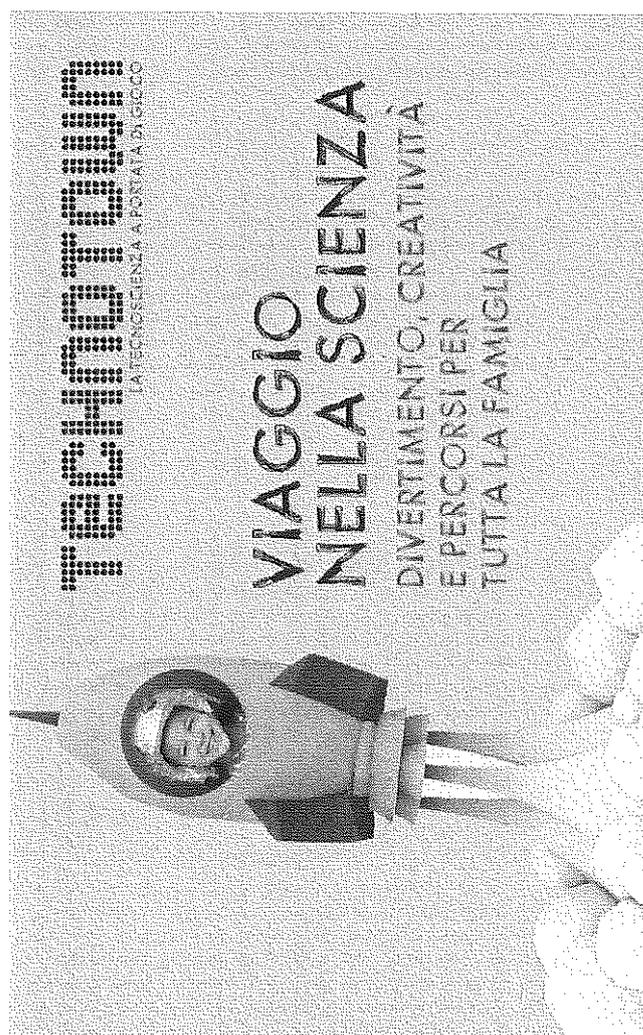
- laboratori di manualità
- letture ad alta voce
- pic-nic letterari
- area di gioco libero per trascorrere il tempo con amici e compagni di scuola
- giochi all'aria aperta.

In **libreria** numerosi testi e giocattoli di varia tipologia a complemento alle numerose iniziative e mostre per la prima infanzia.

Ludoteche: Tecnotown

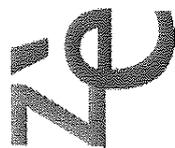
Roma, 23 giugno 2015

ZE
La ludoteca di Villa Torlonia (140.000 visitatori dal 2006) offre ai ragazzi più grandi in famiglia, ai singoli partecipanti e alle scuole, due percorsi completi, un'esperienza immersiva nelle tecnologie di circa due ore, tra proiezioni tridimensionali, giochi di gruppo, realtà virtuali ed interattive.



In libreria si può trovare una vasta gamma di titoli scientifici per ragazzi.

Promozione



Roma, 23 giugno 2015

La promozione a cura di Zètema della didattica e delle iniziative rivolte a bambini e ragazzi è articolata in:

- informazione aggiornata in tempo reale sui portali;
- mailing al personale docente e alle famiglie;
- presenza sui social network;
- distribuzione di materiali negli spazi culturali e nelle Biblioteche, nei Punti informativi turistici, presso i Municipi.

Promozione scuole

Roma, 23 giugno 2015

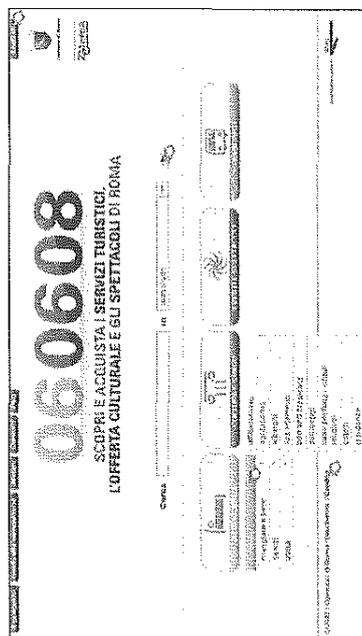
Zè

L'offerta didattica gratuita è rivolta alle scuole di ogni ordine e grado di Roma e provincia.

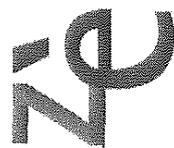
Viene lanciata ad inizio anno scolastico con un evento aperto in cui si presenta il catalogo a cui ogni anno partecipano circa 400 docenti.

Parallelamente alla presentazione inizia una campagna di comunicazione via mail, via fax e via posta che raggiunge circa 30.000 contatti.

Il web, con la sua redazione ed il servizio 060608 pubblicano il catalogo e le relative schede di progetto e rendono così l'offerta fruibile e prenotabile da parte delle scuole



Maggiore fruizione del patrimonio artistico da parte dei minori: innovazione dell'offerta



Roma, 23 giugno 2015

Alcune considerazioni finali sul possibile miglioramento dell'offerta:

- una **promozione** più capillare ed efficace è possibile su web e social media;
- maggiore ricorso alle **tecnologie**, più vicine a bambini e ragazzi;
- proporre una **fruizione diversa** dei musei, ad es. concerti, cinema, visite notturne;
- supporto e coinvolgimento della **famiglia**, per dare seguito al progetto scolastico;
- condivisione della **multiculturalità** per la lettura del patrimonio;
- arte pubblica per sviluppare il **senso di appartenenza** sul territorio.

PAGINA BIANCA

PAGINA BIANCA



17STC0016900