

TAVOLI TEMATICI

REPORT DEI MODERATORI

16 NOVEMBRE 2019

Università degli Studi Roma Tre
Aula Magna della Scuola di Lettere e Filosofia

16 Novembre 2019, Roma

ASSEMBLEA STRAORDINARIA

votazione modifiche Statuto

CONVEGNO NAZIONALE

Il Museo oggi. Le professioni
del patrimonio culturale:
formazione, esperienze,
prospettive.



ICOM international
council
of museums
Italia

**ROMA
TRE**
UNIVERSITÀ DEGLI STUDI

CON IL CONTRIBUTO DI

Antonia **Caola**
Giovanna **Capitelli**
Maddalena **D'Alfonso**
Alessandra **De Nicola**
Marco **Faccini**
Manuel Roberto **Guido**
Michela **Marchiori**
Silvia **Mascheroni**
Antonella **Nonnis**
Sarah Dominique **Orlandi**
Antonella **Poce**
Claudio **Rosati**
Francesca **Rossi**
Valerio **Villoresi**

Ultimo aggiornamento

Milano
19 febbraio 2019

Documento a cura di
Segreteria di ICOM Italia



CURA E GESTIONE DELLE COLLEZIONI

Giovanna **Capitelli** | Francesca **Rossi**



Dalle relazioni e dal dibattito tra i partecipanti al tavolo tematico sono emerse le seguenti osservazioni e indicazioni di principio:

- La cura e lo studio delle collezioni richiedono un approccio di **studio multidisciplinare** per essere approfondite e adeguatamente comunicate. Il lavoro di squadra a questo proposito è essenziale.
- Le collezioni di un museo/territorio vanno fatte interagire tra loro, sulla base dei comuni valori identitari che rappresentano. **Valorizzare le collezioni per valorizzare il territorio** e lavorare sull'identità della comunità che lo abita. A questo proposito sono stati presentati casi interessanti sui lavori in corso ai Musei Reali di Torino e al Museo Etnografico e Antropologico dell'Università di Torino.
- Nel cambiamento in atto nelle modalità di gestione dei Musei, diventa essenziale rileggere in chiave dinamica i percorsi con **rotazioni periodiche** degli allestimenti di opere/collezioni.
- Promuovere percorsi per le **comunità periferiche e multietniche** (esemplare a questo riguardo la sperimentazione dei Musei Reali di Torino).
- Fondamentale che il Museo disponga di un alto livello di **competenze tecnico-scientifiche dedicate**. Con il direttore, il conservatore e il curatore, si è sottolineata l'importanza della figura del registrar, da intendersi come regista, ossia "colui che fa muovere tutti gli altri per far muovere le opere". Mancano per questo profilo in realtà percorsi formativi adeguati. Si auspica che il fabbisogno delle professionalità museali sia inserito nei programmi universitari, anche con corsi di laurea specifici.
- Sull'importanza dello studio e dell'interpretazione multidisciplinare delle collezioni: incrociare una trasversalità di saperi e competenze diverse nell'approccio alla **lettura delle collezioni**.
- Proporre **relazioni tra collezioni** di tipologie di ambiti diversi.

Al termine del tavolo, il gruppo di lavoro ha tenuto a ribadire che collezioni non sono solo il cuore del Museo, sono l'identità stessa del Museo. Senza le collezioni (intese come patrimonio materiale e immateriale) il museo non ha ragione di esistere. Resta il fatto che le collezioni sono al servizio della società, i responsabili del museo devono pertanto operare con un forte senso etico affinché i contenuti delle collezioni siano trasmessi alle comunità di riferimento nei modi più accessibili.



EDUCAZIONE E MEDIAZIONE

TAVOLO 1 - Silvia Mascheroni



I contributi presentati hanno riguardato alcuni aspetti rilevanti, inerenti il **cambiamento del ruolo del museo** che si confronta con la contemporaneità, mettendo al centro i pubblici, le loro esigenze e specificità. In questi ultimi anni un ambito di ricerca e di interesse ha riguardato l'azione che il museo può svolgere con ricadute significative per promuovere il **benessere delle persone**. I dati di realtà riguardano quella rete capillare di piccoli e medi Istituti museali che caratterizzano il nostro territorio, attivando **legami di senso con le comunità di prossimità**, con un'attenzione particolare per le persone più fragili, sovente isolate dalle relazioni sociali. Si impone l'urgenza di affrontare con rigore e strumenti adeguati il problema delle evidenze, mettendo a punto studi qualitativi.

Per intercettare e realizzare pratiche che rispondano a specifiche richieste, risulta efficace il metodo delle **Visual Thinking Strategies (VTS)**. La prospettiva, confortata dalle esperienze intraprese con l'adozione di questo metodo, è quella di realizzare spazi museali come **ambienti di apprendimento** e proporre la costituzione di **team multidisciplinari** nell'ambito del settore museale, in relazione a una maggiore inclusione degli aspetti pedagogici, utili nel settore dell'educazione al patrimonio.

Il tema di fondo emerso durante i lavori è il coinvolgimento delle comunità e la loro partecipazione attiva anche nelle **pratiche di co-produzione** dei contenuti museali, basato sulla collaborazione tra professionisti e cittadini: è il caso del Museo del Palio di Legnano che sta adottando questa strategia per accogliere e sistematizzare un ricco patrimonio, sia materiale sia immateriale. Un'attenzione particolare deve essere dedicata ai **"nuovi linguaggi"** per sollecitare una mediazione e un'interpretazione del patrimonio culturale sempre più attuale. In questo senso, la **narrazione** si sta rivelando non solo strumento duttile e congeniale alla mediazione delle collezioni, ma vera e propria risorsa per rendere "prossimo" il patrimonio, farlo risuonare con la vita delle persone, avvicinando pubblici normalmente assenti e nel contempo sollecitando nuovi punti di vista nei fruitori abituali.

Una riflessione importante è stata condotta sulla presenza (e l'accoglienza) di **testimoni di culture altre**: dato di realtà emergente nel nostro contesto storico-politico-culturale. I musei stanno mettendo a punto iniziative e progetti per dare **cittadinanza culturale** anche a questi nuovi cittadini, sostenendone l'inserimento sociale e la partecipazione, rafforzando il valore dell'educazione al patrimonio in chiave interculturale.



EDUCAZIONE E MEDIAZIONE

TAVOLO 2 - Antonella Poce



Il tavolo ha avuto ad oggetto argomenti diversi centrati sulla **figura dell'educatore, la formazione, l'organizzazione dei servizi educativi**. Sono stati presentati esempi di progetti educativi con ricaduta sulla formazione e l'aggiornamento professionale che hanno evidenziato come sia sempre più necessario coinvolgere nell'azione educativa tutti i soggetti interessati, dai fruitori, ai mediatori, ai decisori politici.

Paradossalmente, nell'ultimo periodo, l'incremento dei visitatori nei musei italiani ha, di fatto, evidenziato una vera **emergenza educativa** nel settore; infatti, con l'aumento della complessità sociale e delle nuove esigenze degli utenti, i musei hanno assunto numerosi ruoli: dalla promozione allo sviluppo, all'inclusione sociale, al coinvolgimento della comunità di appartenenza, al supporto del progresso scientifico, alla formazione permanente. Di fronte a questa forte domanda in ambito educativo, il personale museale risulta spesso sprovvisto di formazione professionale adeguata e in molti casi del riconoscimento della posizione lavorativa rivestita e delle tutele conseguenti. I visitatori sono diventati sempre più consapevoli del potenziale dei musei nell'offrire opportunità di apprendimento e hanno alte aspettative al riguardo; l'unica risposta possibile a queste crescenti richieste è l'**innovazione dei servizi**, inserita in programmi coerenti di sviluppo professionale e garanzia dei diritti degli addetti.

Si manifesta la necessità di integrare l'educazione museale nei corsi di studio universitari e soprattutto di adottare un uso sempre più consapevole delle **collezioni universitarie per la didattica** e la crescita professionale.

Il museo conserva la memoria ma offre la possibilità di facilitare la creazione di **una nuova memoria condivisa** che possa far superare barriere di ogni tipo, sostenendo lo sviluppo di quelle competenze di cittadinanza attiva che, con sempre maggior vigore, dobbiamo facilitare se vogliamo combattere la regressione culturale alla quale assistiamo con sempre maggiore preoccupazione.

Gli interventi dedicati al tema della comunità patrimoniale, della città e della memoria hanno messo in luce quanto sia necessario recuperare il rapporto della comunità con la memoria attraverso il luogo museale, dove è possibile vivere esperienze coinvolgenti che consentano il **dialogo interculturale e intergenerazionale**. Emerge dunque quanto sia centrale coinvolgere pubblici diversi per raggiungere obiettivi educativi di sostanza, anche attraverso stru-

menti "non convenzionali", ma che siano adottati in modo critico, portando valore nel senso più alto del termine. Appare urgente **promuovere il valore sociale del museo** e ICOM può svolgere un ruolo strategico essenziale, perché gli obiettivi descritti possano essere raggiunti con efficacia in tempi brevi e con un impatto a lungo termine.



MARKETING E FUNDRAISING

Antonia **Caola** | Michela **Marchiori**



NOTE SUL FUNDRAISING

- **sempre meno risorse pubbliche** e in caduta libera (es. contributo del Comune di GE dimezzato negli ultimi 5 anni)
- ruolo rilevante dei **finanziamenti** da sponsorship e privati (fino al 70% del budget) anche in forma di **sponsorizzazione «tecniche»** (fornitura di servizi o copertura di costi vivi)
- **crowdfunding** strategia presente ma difficile e spesso fallimentare se la campagna non viene pianificata e comunicata adeguatamente
- forme speciali di sponsorizzazioni da parte di **comunità imprenditoriali (associazione «amici del museo»)** favoriscono e sostengono nascita e sviluppo di musei dedicati, con forme che ricordano il mecenatismo
- **circuitazione di mostre con opere provenienti da singoli musei** a livello nazionale o internazionale (in Cina nascono più di 1.000 musei all'anno; Russia; Giappone) generano >5 M€ /anno
- **reti corte:** accordi tra piccole realtà per un programma comune, che possa raccogliere l'interesse di sponsor e partner significativi
- ma anche **reti lunghe** (accordi tra musei regionali – es. i musei Regione Marche - o accordi internazionali tra più Paesi – es. Musei del Mediterraneo)

NOTE SUL MARKETING

- **programmazione mostre:** è necessario aggiornare la visione strategica rispetto a territori in continua evoluzione, diversificare la programmazione geograficamente e contenutisticamente a seconda dei Paesi, pensare out of the box (es. mostra sull'identità di genere)
- può essere molto positivo, ma anche difficile e faticoso

- presenza museo può avere **impatto positivo su territorio locale**, creare nuove attività economiche, nuova attrattività turistica
- per aumentare l'interazione tra attività e cultura occorre conoscere: **indagini qualitative e quantitative** sul fruitore per non disperdere ciò che un anno speciale è riuscito ad attrarre e valorizzarlo nel tempo
- l'appello della Fondazione Lungarotti a ICOM «aiutate i **musei privati** e - dopo verifica e valutazione della loro efficacia - sosteneteli»
- **reti** come strumenti di marketing (i grandi possono aiutare/facilitare i piccoli)

NUOVE PROFESSIONI / NUOVE ORGANIZZAZIONI / NUOVI MODI DI GESTIRE I MUSEI

- **«curatore di mostre»** = figura esterna al museo per ideare e programmare mostre internazionali
- **«analista economico culturale»** = promotore olistico, interviene sul fundraising e sul programma; ha competenze multidisciplinari oltre che artistico-culturali; è preparato in materie economico-giuridiche e tecnologiche... è il direttore di oggi e di domani?
- Mondo Mostre si occupa di **strategia e management delle mostre per conto di istituzioni pubbliche/private**



ACCESSIBILITA'

Manuel Roberto **Guido** | Maddalena **D'Alfonso**



Le esperienze presentate sono state accomunate seguendo un filo conduttore riconducibile alle seguenti tematiche:

- A: **Musei e collezioni: valorizzazione attraverso l'accessibilità**
- B. **Casi di inclusione applicati in mostre temporanee**
- C. **Prospettive e linee guida per l'inclusione e l'accessibilità**
- D. **Altre idee di inclusione e accessibilità sanitaria**

Il tema dell'accessibilità è stato dunque affrontato partendo da concrete esperienze che hanno messo in luce importanti successi sul fronte della **sensibilizzazione e individuazione di soluzioni** da adottare per alcune esigenze specifiche di fruizione. Sono parallelamente emersi indicazioni per **risolvere criticità** che si sono manifestate nel corso della realizzazione dei progetti illustrati. In particolare è stata condivisa l'indicazione che il tema dell'accessibilità deve rientrare tra le **attività permanenti di ogni museo** e non deve quindi essere limitato a singoli progetti spot. Anzi tale attività di tipo ordinario deve essere presente anche nei rapporti che il museo sviluppa con il suo territorio.

Altro tema trasversale agli interventi è stato quello della **formazione del personale**. È diffusamente emersa l'esigenza di poter disporre in ogni museo di figure professionali nuove, in grado di sviluppare un **approccio multidisciplinare**, con capacità di interagire con i diversi pubblici e di comunicare loro, con il linguaggio di volta in volta più adeguato, i contenuti del patrimonio e le connesse attività di ricerca scientifica.

A fronte della complessità del tema, che non riguarda la sola comunicazione per la quale si auspicano momenti di formazione per tutto il personale, si sono esaminate **due prospettive di lavoro**. Tenuto conto delle competenze diversificate necessarie, si è ipotizzato che l'esigenza di disporre in ogni museo della **figura del "referente per l'accessibilità"** fosse di fatto soddisfatta dalla presenza di una squadra dedicata.

È tuttavia sembrato molto più efficace individuare un unico soggetto, con le necessarie competenze trasversali, eventualmente condivise all'interno delle reti o dei sistemi museali esistenti o in via di realizzazione ai sensi del DM.113-21.02.2018. Tale soggetto dovrà essere in grado di **interloquire costantemente con il Direttore e con i curatori** per apportare un necessario contributo specialistico per la soluzione dei problemi connessi alla accessibilità in ogni attività del museo. Tenuto conto di quanto condiviso sulla complessità del tema dell'accessibilità, alla luce della variegata composizione delle esigenze di fruizione di chiunque, in relazione all'età e ad una situazione temporanea o permanente di ridotte capacità motorie, psicosensoriali e cognitive, è sembrato utile il richiamo ad un recente documento prodotto dalla DG Musei del MiBACT, in collaborazione tra gli altri con ICOM Italia. Si tratta delle **"Linee guida per la redazione del Piano di eliminazione delle barriere architettoniche (P.E.B.A.) nei musei, complessi monumentali, aree e parchi archeologici"**, che forniscono un pratico supporto ai direttori dei musei nell'avvio di un percorso graduale indirizzato a garantire, in tempi programmati e con una visione organica, l'eliminazione di ogni ostacolo alla piena fruibilità dei musei.



ACCOGLIENZA E SERVIZI PER IL PUBBLICO

Alessandra **De Nicola**



Il tavolo tematico è stato condotto in un clima informale e collaborativo, nell'ambito del quale i presenti sono stati messi in condizione di poter fornire un contributo in chiave dialogica, parallelamente all'intervento di tipo frontale.

In particolare si è cercato di trarre beneficio dalla presenza di **professionalità eterogenee**, che nell'ambito delle proprie esperienze lavorative si sono confrontate a vario titolo sul tema proposto.

La presentazione dei lavori dei relatori è stata preceduta dall'intervento delle due coordinatrici che hanno introdotto l'argomento intrecciando un punto di vista esecutivo, con l'illustrazione da parte della d.ssa Faini, della progettualità e delle competenze maturate da Ales nella progettazione e gestione dei servizi di assistenza al pubblico per i musei e le esperienze di ricerca nel campo dell'educazione al patrimonio e nella formazione del personale in questo ambito d.ssa De Nicola (ricercatrice presso il Centro interdipartimentale di Ricerca sul Patrimonio Storico Artistico Culturale -Bi-PAC e il Dipartimento di Scienze Umane per la Formazione "Riccardo Massa").

I relatori hanno fornito in merito spunti di riflessione di diversa natura, ed in particolare sul **progetto di accoglienza del Museo Valtellinese di Storia ed Arte** del Comune di Sondrio (Alessandra Baruta); l'analisi del **pubblico dei luoghi di culto** come la basilica di Santa Maria Novella (Maria Elena Bardini); la **panoramica internazionale** con riferimento alla custodia dei beni e la figura dell'addetto alla vigilanza (Marco Turini).

Tutti i presenti concordano sull'assunto che **il museo è un servizio pubblico**, il cui personale ha un ruolo strategico nel garantire l'accoglienza, il confort e la corretta informazione, nel determinare la qualità dell'esperienza museale del visitatore e la conoscenza dei propri pubblici, dalla discussione sono emersi i seguenti elementi:

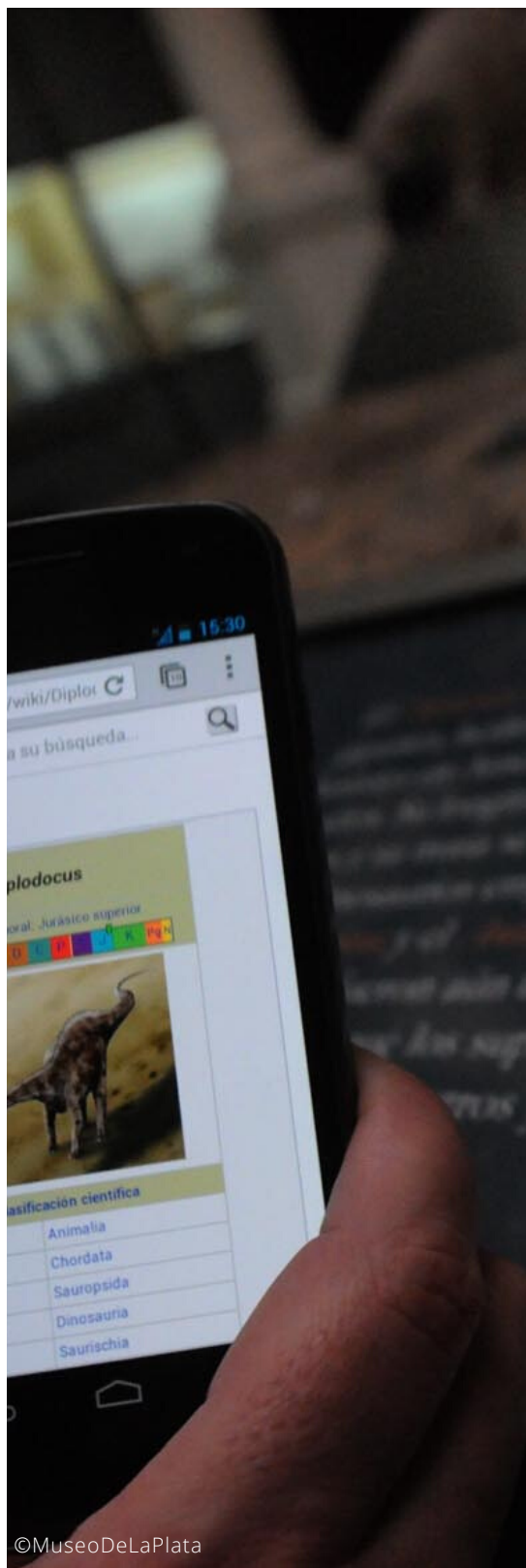
È opportuno **investire dal punto di vista formativo sui servizi di accoglienza e custodia**, la prima e concreta interfaccia del museo con i visitatori; La convivenza a stretto contatto, all'interno del settore dell'accoglienza, di numerosi soggetti (pubblico, privato, no-profit etc.); La percezione della direzione del museo come distante dal contesto dei servizi del museo, da cui la necessità di **condividere una visione olistica del museo**; In tema di abbattimento delle barriere d'accesso alla cultura non si può non tenere conto dell'fondamentale apporto che i servizi d'accoglienza possono dare. Se il primo contatto con i pubblici non è adeguato al linguaggio dell'istituzione museale; se gli addetti all'accoglienza non sono coordinati con i mediatori e educatori, l'esperienza che deriverà da questo incontro sarà penalizzata; Esempi di assistenti/mediatori che potrebbero essere indagati come casi studio per ripensare ai servizi per il pubblico.

Le conclusioni condivise hanno ribadito la **necessità di un cambio di prospettiva** per quanto attiene una diversa visione del Museo che preveda **un atteggiamento collaborativo e non gerarchico**; dei servizi di accoglienza e vigilanza che potrebbero essere "qualificati" nei loro aspetti contenutistici ed etici al fine di rendere il personale impiegato maggiormente protagonista della vita e dello sviluppo del Museo, anche in funzione della ormai diffusa esigenza di relazione del museo con i diversi pubblici.



COMUNICAZIONE

Claudio Rosati



"Il museo è un'istituzione permanente (...) che effettua ricerche sulle testimonianze materiali ed immateriali dell'uomo e del suo ambiente, le acquisisce, le conserva, le comunica e specificatamente le espone per scopi di studio, educazione e diletto".

Nella definizione (ancora in vigore) di Museo, la comunicazione ha una specificità museografica. Occorre declinarla, per capirne meglio il senso, alla luce dello sviluppo storico del Museo e soprattutto del ruolo che il pubblico è andato via via assumendo con la centralità della relazione con le collezioni.

La comunicazione del museo non può quindi che **nascere dall'ascolto, dall'osservazione** che dà vita a una museografia dinamica alla ricerca del punto più alto di **equilibrio tra emittente e destinatario del messaggio**.

Più che una grande bocca, il Museo dovrebbe avere due grandi orecchi per ascoltare quello che si muove al suo interno e all'esterno. Non è un impegno facile perché spesso sembrano più immediate ed efficaci le strategie dell'advertising e dell'engagement. Da notare che nella definizione di Museo di ICOM la comunicazione precede, in un ordine di conseguenze, l'esposizione.

Il tavolo ha dato conto della **polisemia del termine** e della molteplicità di **progetti ed esperienze in campo**. Da una campagna di ascolto – inclusa meritoriamente la considerazione di quello che si definisce il "cliente interno" – per ripensare il Museo in occasione della ricorrenza del centocinquantenario – a una comunicazione attenta alla centralità dei **valori** e della **missione** del Museo. Si distingue in questo orientamento chi si serve della comunicazione per sostenere un **approccio empatico alle differenze**. In un caso la **relazione con il vicinato** promuove una mediazione di prossimità con il museo. C'è poi chi vede nella specializzazione e nell'articolazione delle professioni museali la necessità di una **figura di raccordo e di sintesi** che si avvicina a quella dell'editor. Non manca il richiamo alla **necessità di un lessico controllato** per non introdurre nel Museo, anche inconsapevolmente, stereotipi e pregiudizi. Una pratica di igiene della lingua. Fino alla necessità etica di dare, nell'informazione con il pubblico che valuta spesso con la misura dell'autenticità, un'**informazione corretta dei restauri subiti da un'opera**. Un obiettivo reso difficile dagli specialismi della materia e che la comunicazione dovrebbe restituire in modo comprensibile.

E' emerso **un quadro composito, con esperienze interessanti ma a sé stanti**, che dovrebbe trovare una sintesi nella comunicazione complessiva del Museo considerata come vera e propria pratica museografica.



TECNOLOGIE DIGITALI

Marco **Faccini** | Sarah Dominique **Orlandi**



Due i punti principali affrontati e condivisi: le **professionalità museali** coinvolte e il **ruolo di “nuovo linguaggio”** che assume sempre più la tecnologia all'interno dei Musei.

Le relazioni presentate, molto eterogenee, hanno mostrato come **le tecnologie operano in modo trasversale sulle funzioni principali del Museo**. Sono stati presentati progetti realizzati con tecnologie integrate per: dar vita a momenti di **inclusività e partecipazione** (Museo Malle); promuovere la **condivisione di pratiche in ambito educativo** (Gamec); sperimentare **strumenti di supporto alla visita** (Fondazione Ferrara Arte); realizzare **mostre immersive** (Maicc); utilizzare le fonti e trasmettere contenuti scientifici (Fondazione Giuliani); **narrare la ricerca archeologica** (Museo Egizio, Torino); progettare cataloghi *open* (Museo della scienza, Milano); esplorare i nessi tra terza missione e musei (Statale di Milano); etc.

In questo panorama è apparso evidente come non si possa parlare di una sola professione di “esperto di tecnologie”, ma del lavoro di **team di progettazione interdisciplinari**, che vedono la collaborazione tra personale interno al museo e professionisti esterni.

I pubblici attuali dei Musei sono sempre più partecipi della narrazione e sempre più “maturi” nell'affrontare una visita al museo.

In questo contesto, la tecnologia diviene un nuovo linguaggio, necessario ed indispensabile per poter rispondere ai *perché* dei visitatori. Oggi il visitatore, ha sì voglia di essere educato e ingaggiato dall'esposizione e dallo storytelling del Museo, ma ha forse ancora più **bisogno / voglia di comprendere l'invisibile** dietro l'oggetto musealizzato. Non importa se si tratta di opere d'arte, di sarcofagi egizi o caschi di piloti di F1, la narrazione dei processi invisibili interni ai Musei diviene il tema di maggiore interesse per i moderni visitatori. Ricerca scientifica, restauri e conservazione delle opere, ricerca sul campo e restituzione dell'artefatto, risultano tutti aspetti che interessano e coinvolgono sempre di più i diversi pubblici museali. I lavori e le mansioni di chi vive quotidianamente la dimensione museale divengono sorpresa e meraviglia e svelano al pubblico la complessità dei Musei.

Le nuove tecnologie sono quindi **uno strumento e non il fine**, aiutano la promozione e la divulgazione dei progetti interdisciplinari e diventano un nuovo legante tra visitatore e Museo.

Ulteriore punto di riflessione è stato fatto rispetto alla **sperimentazione tecnologica**. Molti progetti adottano strumenti innovativi, testano la loro capacità di creare nuovi scenari di condivisione ed interazione con i pubblici, al fine di comprenderne la reale efficacia. La ricerca del Museo ha integrato lo studio, sperimentazione e valutazione delle opportunità dell'ambito NT.



PROCEDURE AMMINISTRATIVE ED ECONOMICHE FINANZIARIE, ASPETTI LEGALI

Valerio **Villoresi**

Sono emerse alcune necessità di chiarimento e confronto su aspetti legati ad attività commerciali e libero professionali, in particolare:

Cristina Miedico, Civico Museo Archeologico e Diffuso di Angera

Le professioni Museali sono oggi talmente diversificate, trasversali e interdisciplinari che appare sempre più difficile definirle in aree specifiche. Le figure interne alle strutture museali di enti pubblici sono limitate rispetto alla quantità di consulenti e collaboratori, che assumono sempre più anche ruoli di direzione scientifica e artistica, curatela, coordinamento, restauro, comunicazione, fotografia, rilievo, social media, didattica, accoglienza, etc. Urge riflettere sui **sistemi di reclutamento e di valutazione delle consulenze**, chiarezza nella normativa di riferimento su **contratti** sotto soglia, mercato elettronico, affidamenti diretti, comparazioni, progettazioni di finanziamento, etc. Urge al contempo riflettere sul ruolo del **volontariato**, risorse importanti ma non a costo zero, I volontari non sono mai autonomi e il loro coinvolgimento, dall'alternanza scuola-lavoro, al volontariato del servizio civile e altro, richiede grossi investimenti nella formazione da parte del personale, investimenti spesso a perdere quando il volontario cessa la sua collaborazione; viste le richieste qualitative chieste ai professionisti, anche ai volontari devono essere richieste competenze adeguate.

Glenda Giampaoli, Museo della Canapa Nera

Il Museo della Canapa Nera, che offre servizi e realizza prodotti commerciali, vede ambiti inconsueti per un Museo, esperienze che offrono un ottimo esempio di sviluppo e crescita di una struttura attiva.

Si cerca di comprendere come **inquadrare le attività commerciali che si possono realizzare all'interno di un Museo di ente pubblico**, in che modo realizzare la **vendita dei manufatti** prodotti, con o senza IVA, senza esternalizzazione del servizio. Altro punto fondamentale è la creazione, all'interno di ICOM, di una rete di professionisti museali inseriti all'interno dell'ente per condividere esperienze nell'ottica di una formazione tra pari.





SICUREZZA

Antonella **Nonnis**



Il tavolo *Sicurezza* si è svolto in modo **congiunto al tavolo Strutture Impianti e Allestimenti** per scelta dei moderatori degli stessi. L'alternarsi di un intervento sulla *Sicurezza* e uno sugli *Allestimenti* ha dato esiti interessanti, mettendo in luce **molti punti di contatto e di criticità** dei professionisti coinvolti su questi due fronti dell'attuale gestione museale.

Si è evidenziato la scarsa partecipazione dei colleghi professionisti al dibattito sulle tematiche *Allestimento e Sicurezza* e la parallela necessità di avere **più occasioni d'incontro** per poter crescere ed acquisire competenze trasversali in questi due settori affini della professione museale: chi allestisce non può prescindere dal farlo secondo i canoni della sicurezza delle opere e del personale che opera all'interno del Museo.

Quattro le parole che maggiormente sono state pronunciate o evocate dal Tavolo "Sicurezza": **Sicurezza, Cura, Persone, Lavoro di Gruppo**.

La Sicurezza come parola d'unione di entrambi i tavoli: una sicurezza che non può essere demandata alle sole nuove tecnologie ICT (Information and Communications Technology). Così come testimoniato dagli esempi riportati dai relatori, sempre più **urge la presenza umana**, a garanzia della cura e dell'attenzione puntuale verso gli oggetti esposti e le utenze/visitatori. Una presenza umana che deve essere **qualificata**, capace di intervenire e formata in modo specifico. Competenze e capacità che si acquisiscono solo attraverso un **lavoro di gruppo**, un lavoro che può essere sintetizzato attraverso il **Piano di Sicurezza ed Emergenza Museale (PSEM)** che ICOM Italia e la sua relativa Commissione hanno da sempre promosso e che oggi deve essere posto come uno strumento necessario all'**attuazione delle normative vigenti**.

Altro tema trasversale ai due tavoli, assolutamente prioritario per la Commissione Sicurezza ed Emergenza, sono i **depositi**, intesi come **riserva fruibile** dai visitatori, ma anche come **luogo sicuro** dove conservare le opere. Un luogo sicuro misurato sui reali rischi del contesto ambientale e urbano in cui le opere sono raccolte. Un luogo sicuro ed accogliente, capace di accogliere il visitatore, ma anche altre opere provenienti dal territorio in caso di emergenza. Quindi si pone nuovamente la doppia questione dell'Allestimento e della Sicurezza che nel caso del Deposito diviene un unicum inscindibile.

Come attuale Coordinatore della *Commissione Sicurezza ed Emergenza di ICOM Italia* farò in modo che quanto emerso dalla proficua discussione diventino obiettivi da affrontare nel prossimo mandato: i temi della formazione, il confronto dei professionisti museali e l'attuazione del PSEM e dell'allestimento dei depositi.

Note redazionali

Nell'ambito del Convegno **Il Museo oggi. Le professioni del patrimonio culturale: formazione, esperienze, prospettive** hanno avuto luogo 14 tavoli tematici. Ad oggi, 19 febbraio 2019, sono disponibili i resoconti dei seguenti tavoli:

- CURA E GESTIONE DELLE COLLEZIONI
- EDUCAZIONE E MEDIAZIONE
- MARKETING E FUNDRAISING
- ACCESSIBILITA'
- ACCOGLIENZA E SERVIZI PER IL PUBBLICO
- COMUNICAZIONE
- TECNOLOGIE DIGITALI
- PROCEDURE AMMINISTRATIVE ED ECONOMICHE FINANZIARIE, ASPETTI LEGALI
- SICUREZZA (congiunto con Strutture, Impianti e Allestimenti)

Compatibilmente con gli impegni dei moderatori, saranno successivamente condivise anche le note degli altri tavoli, ovvero:

- DIREZIONE
- DOCUMENTAZIONE
- CONSERVAZIONE
- PRESTITI E MOVIMENTAZIONE OPERE



WWW.ICOM-ITALIA.ORG

info@icom-italia.org