



LEGAMBIENTE  
SICILIA



**SALVA  
LARTE**  
Sicilia

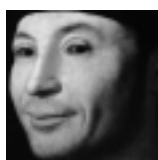
## SALVA ILMUSEO

nuove strategie culturali  
per i musei siciliani



# SALVA ILMUSEO

## nuove strategie culturali per i musei siciliani



**SALVA  
L'ARTE  
Sicilia**

*"Fatevi un bel panino con la Divina Commedia"*

Giulio Tremonti, Ministro dell'Economia del Governo italiano

*"La cultura è un bene comune primario come l'acqua.*

*I teatri, le biblioteche, i musei, i cinema sono come tanti acquedotti.*

*La cultura è come la vita e la vita è bella.*

*La cultura è bellezza, ci rende più belli, produce bellezza e fa bellezza"*

Claudio Abbado, direttore d'orchestra



*Per la realizzazione di questa pubblicazione si ringraziano per i loro contributi e i loro aiuti Rosaria Raffaele Addamo, Sergio Alessandro, Gioacchino Barbera, Mercedes Barès, Vincenzo Belfiore, Stefano Biondo, Teresa Campagna, Gesualdo Campo, Giovanna Cassata, Claudio Conti, Emilio Damiana, Graziella D'Acquisto, Giovanni Di Stefano, Lucrezia Fricano, Valentina Giacalone, Alessandro La Grassa, Francesco Mannuccia, Guido Mapelli, Massimiliano Martorana, Marco Monforte, Corrado Nastasi, Rosa Oliva, Biagio Pace, Antonella Purpura, Sebastiano Russo, Francesco Santalucia, Giuseppe Scuderi e Gabriella Tigano.*

**Pubblicazione curata  
da Gianfranco Zanna**

**Palermo, 12 aprile 2011**

Stampa Luxograph s.r.l. - Palermo

Prodotto realizzato impiegando  
carta Fedrigoni certificata FSC  
Mixed Sources COC-000010

ELEMENTAL  
CHLORINE  
**FREE**  
GUARANTEED

HEAVY METAL  
**FREE**  
ABSENCE  
CE 94/02



“La bellezza questo si dovrebbe insegnare alla gente...  
La bellezza contro la cupidigia, la bellezza contro il degrado,  
la bellezza contro la rassegnazione, la bellezza contro la paura...”

Peppino Impastato,  
dal film “I cento passi” di Marco Tullio Giordana



A volte mi viene da pensare che tutto sia inutile, anche perché leggo e rileggo quello che abbiamo scritto negli anni sullo stato e sulla realtà del nostro patrimonio culturale e noto in maniera troppo evidente che da tempo ci ripetiamo, come ormai vecchi grilli parlanti.

Inoltre, adesso, non ci appaiono più gli unici colpevoli dei ritardi e delle omissioni una politica distratta, degli amministratori poco sensibili o l'incultura dilagante. È forse colpa anche nostra, perché stiamo forse sbagliando approccio ai problemi che la crisi della gestione e della fruizione dei Beni culturali in Sicilia ci pone. Rincorriamo sogni, progetti, prospettive; avanziamo idee e proposte troppo lontane da quello che sono oggi i nostri tesori artistici, dallo stato in cui si trovano; da come la pensano i loro responsabili e che voglia hanno di impegnarsi; da quale interesse e amore oggi hanno i siciliani per la propria storia passata, per la propria eredità culturale.

I dati sulla fruizione dei nostri siti culturali sono più che pessimi. In tre anni abbiamo perso oltre 1.100.000 visitatori, pari al 25%; ci sono province che non vengono nemmeno sfiorate dai flussi del turismo culturale, malgrado abbiano nei propri territori testimonianze artistiche, archeologiche e architettoniche meravigliose; in Sicilia si visitano, bene o male, solo otto siti, che raccolgono da soli il 75% del totale delle presenze; gli oltre 30 musei e *antiquaria*, pari a più della metà delle nostre mete culturali, “raccattano”, è il caso di dirlo, poco meno del 13% delle presenze, malgrado conservino un patrimonio di indiscutibile pregio e valore, che il mondo ci invidia. E non sono serviti interventi di restauro e ammodernamento o il biglietto a un euro per i residenti: i visitatori dei nostri musei sono rimasti una ristretta cerchia, un'élite. Non che i nostri musei siano accoglienti e sappiamo coinvolgere e appassionare gli utenti, ma c'è da cambiare approccio, impostazione e capire perché le nostre straordinarie e eccezionali bellezze artistico-culturali sappiano “produrre” così poco, non nel senso stretto di reddito, cioè “fare cassa”, come prevede un approccio unicamente e stupidamente economicista applicato ai Beni culturali, ma come volano di crescita di un territorio, come attrattiva per innescare processi economici, opportunità, occasioni di sviluppo, di futuro.

Partiamo proprio dai musei. Prendiamo atto che inseguiamo modelli irreali, parliamo di sistemi, di reti museali, di marketing e se da un lato la verità è che scimmiettiamo modelli irreali e lontani dalla nostra cultura, dall'altro lato dimentichiamo che spesso i nostri musei, senza alcuna autonomia finanziaria, non hanno i soldi neanche per la carta igienica o per cambiare una lampadina fulminata. Per non parlare, con tutto il rispetto possibile, dei custodi assunti da qualche azienda in crisi che costruiva autobus o vendeva scarpe...

Non è forse il caso che invece, guardassimo anche e soprattutto realisticamente a quello che abbiamo, puntissimo al museo del *genius loci*, al museo locale che ci caratterizza meglio, che rappresenta l'identità di una comunità, di un popolo?

Questa è una scelta programmatica, che deve fare la politica e l'amministrazione, se farà mai delle scelte guardando oltre il contingente. Ma, anche se si trovasse questo coraggio, non basterebbe, serve qualcosa di più profondo e radicale.

È indubbio che in questi anni c'è stato un processo di crescita culturale, di maggiore sensibilizzazione dell'opinione pubblica, di coinvolgimento, di voglia di conoscere, capire, amare i Beni culturali: il successo di manifestazioni come l'annuale Settimana della Cultura, le Giornate di Primavera del FAI, gli studenti ciceroni in tantissime città, la nostra radicata, itinerante e, se permette, autorevole campagna *Salvalarte Sicilia*, ne sono solo alcuni esempi. Ma credo che abbia fortemente ragione Antonio Paolucci quando già nel 2004 scriveva che i musei devono avere un compito di *incivilimento*, ma per svolgere questo ruolo moderno, così lo definisce, biso-

gna fare "...della buona didattica, consolidiamo e diffondiamo nelle scuole l'insegnamento della storia dell'arte, offriamo a tutti materiali idonei per capire e per approfondire..."

Coltivare la memoria, quella più antica e quella più recente, far conoscere la nostra nobile storia, far vivere le pagine dei libri di testo nelle testimonianze vive ed emozionanti presenti in ogni angolo della nostra isola. Educare alla bellezza, "...la bellezza questo si dovrebbe insegnare alla gente...", far prendere consapevolezza che quello che abbiamo non è nostro ma di coloro che verranno dopo di noi. Di questa rivoluzione culturale abbiamo oggi bisogno in Sicilia!

Stabiliti questi due principi e queste due prospettive programmate al di là da venire, per i nostri musei servono risposte concrete, fattibili e immediate. Noi non vogliamo continuare a sprecare parole e farle portare via dal vento, così come siamo un po' stanchi di denunciare carenze e criticità.

Dal nostro *dossier* su emergenze e ritardi del sistema museale siciliano è passato oltre un anno e non è stato fatto nulla. Anzi, la situazione è per molti versi peggiorata: invece di organizzare e stabilire maggiore autonomia finanziaria delle strutture, di accentrare alcune spese per forniture e manutenzioni, si sono accorpati alcuni prestigiosi siti museali ad altri con diverso orientamento tecnico-scientifico, magari lontani fisicamente anche decine e decine di chilometri; per i musei non regionali avevamo chiesto più soldi nel bilancio della regione per rispondere alle tante richieste che erano un segno di attenzione e sensibilità, di chi crede nella propria identità e storia, invece altri tagli, che oggi lasciano cifre ridicole nei due capitoli di spesa; delle tante emergenze segnalate ne avevamo evidenziate cinque – il Museo del Satiro, il Baglio Florio a Selinunte, Il Varisano ad Enna, il Museo regionale a Messina e Palazzo Trigona a Piazza Armerina – forse le più significative e importanti, per dare una svolta, una scossa, un netto segnale di controtendenza e far capire che in un momento di crisi, di difficoltà per i Beni culturali sottoposti a continue mortificazioni, si decideva di investire e aprire nuove strutture, di allargare e migliorare l'offerta culturale. Invece, ovviamente, nulla! Il Satiro si "raffredda e suda" per i continui sbalzi di temperatura perché l'ex Chiesa di Sant'Egidio non è climatizzata; il Baglio Florio lo si usa solo per qualche convegno, mentre i reperti selinuntini sono posati nel porticato o in qualche magazzino; il Museo Varisano resta continua a restare chiuso da tre anni, così come la struttura nuova del Museo regionale di Messina, con una parte delle opere già trasferite e non fruibili; il sogno di avere il Museo della Città e del suo territorio a Palazzo Trigona di Piazza Armerina subisce ogni anno un rinvio. E per rispondere a queste emergenze non servono milioni di euro!

E se ciò non bastasse a farci deprimere, la *black list* si è ulteriormente allungata: il Museo archeologico Ibleo di Ragusa e il Museo delle Ceramiche di Caltagirone aspettano da anni che sia pronta la loro nuova sede, più moderna e funzionale, ma, visti i soldi che mancano per il loro completamento, dubito che questi trasferimenti avverranno in poco tempo; si continua ad aspettare la nuova sede anche per il Museo del Papiro di Siracusa; il Museo archeologico comunale di Taormina, ospitato alla Badia Vecchia, resta inesorabilmente chiuso, così come non sappiamo quanti altri lustri dobbiamo ancora aspettare per la Gipsoteca a Caltanissetta; a Palermo la perdurante chiusura del Museo Pitre grida vendetta e vergogna, così come lo scandalo dello stato in cui continua a trovarsi Castello Ursino a Catania, mai stato il museo della città e ormai testimonianza stravolta di una delle più belle e integre fortezze federiciane. Eppure tante cose sono chiare e scritte da tempo. Ma perché non si vuole intervenire? Perché l'unico messaggio che viene lanciato dall'Assessorato regionale dei Beni culturali e dell'Identità siciliana sembra che sia: "arrangiatevi a resistere!"

Nella nostra inchiesta che tre anni fa coinvolse 46 musei – regionali, comunali e privati – venivano fuori due/tre elementi chiarissimi: il 79% denunciava forti carenze di personale (restauratori e custodi); l'80% lamentava la mancanza di autonomia finanziaria e il non poter gestire in modo snello le poche risorse ricevute; il 70% non aveva un piano di emergenza per la messa in sicurezza delle opere in caso di calamità naturale. Solo per fare alcuni esempi, che restano attualissimi ancora oggi.

Non c'era abbastanza materia per avviare una politica di programmazione e di investimenti per migliorare e offrire standard adeguati e attirare nuovi visitatori e cultori nei nostri musei? E per quanto tempo dobbiamo ancora aspettare che ciò avvenga, che qualcosa finalmente si muova?

Malgrado tutto ciò, noi non perdiamo la fiducia e la speranza e insistiamo con le nostre proposte. In questo nuovo book ne troverete tante e diverse. Ci sono esempi positivi, buone pratiche e spunti di riflessione.

Non li voglio ricordare tutti, ma sono convinti che organizzare una vera azione di promozione e valorizzare

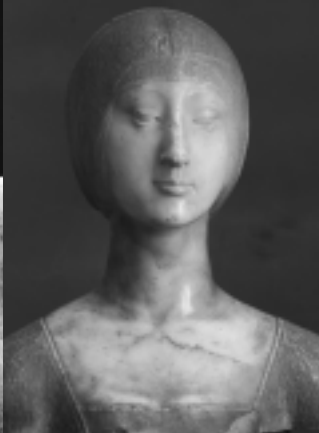
del patrimonio conservato nei nostri musei, anche solo per farlo conoscere, dire che c'è, esiste, e rimarcare la sua importanza, quindi mirare e puntare su questo forte contenuto quando si presenta negli spot televisivi, nelle pubblicità o nelle fiere, la nostra bella Sicilia, sarebbe già un grande passo in avanti che porterebbe sicuramente significativi risultati.

E ancora:

- riorganizzare il sistema museale siciliano, a partire dal coordinamento dell'offerta nelle tre grandi aree metropolitane;
- costruire, come si sta facendo nel Belice, l'esperienza delle Reti Museali, per una proposta culturale del territorio che cerca nuove strade per il suo sviluppo;
- puntare ad alcune particolarità ed eccellenze: da Firenze in giù il patrimonio naturalistico conservato nella miriade di strutture piccole e grandi, comunali o universitarie che siano, presenti in Sicilia non ha eguali. Ma chi lo conosce? Non sono uccelli o mammiferi imbalsamati o insetti incasellati, sono la base della nostra esistenza, i principi su cui si fonda la biodiversità, ma, ancora oggi, non hanno alcun legame, ad esempio, con i quattro parchi e le oltre ottanta riserve naturali presenti nell'isola;
- realizzare anche da noi l'esperienza degli ecomusei, intesi come modello di sviluppo locale sostenibile, dove conservare il patrimonio territoriale lì dove quel patrimonio è stato costruito e dove viene quotidianamente modificato, coinvolgendo inevitabilmente gli abitanti, senza il cui concorso sarebbe del tutto inefficace la loro realizzazione;
- istituire, come proponiamo da tempo, l'Osservatorio sul sistema museale siciliano, per monitorare costantemente il suo stato di salute, coinvolgendo pienamente nella gestione delle strutture le associazioni culturali che svolgono, sempre di più, un ruolo di rilievo nella tutela e nella valorizzazione dei Beni culturali;
- approvare con decreto assessoriale la “Carta dei diritti dell'utente dei musei” e il “Decalogo *Salvalarte*, codice di comportamento responsabile per la valorizzazione, tutela e fruizione dei luoghi e dei siti culturali”, perché chi visita i nostri musei e i nostri siti culturali deve avere riconosciuti dei diritti, ma deve avere, soprattutto, dei doveri verso questo patrimonio che è di tutti;
- infine, lasciare un segno a chi verrà dopo, non fermarsi a rincorrere le continue emergenze, il quotidiano spesso avvilente; progettare, sognare, puntare a qualcosa di nuovo, a qualcosa che manca e che serve:
  - 1) è sempre più maturo il tempo per realizzare un Museo della Memoria, che racconti la storia terribile, struggente, dolorosa e lancinante che ci ha fatto vivere la mafia in Sicilia. Un museo vivo, animato, che serva da monito, luogo di studio e conoscenza, per imparare a ricordare;
  - 2) un'isola come la nostra, con una storia millenaria, che quasi sempre ci è arrivata dal mare, non può non avere un vero e completo Museo del Mare: invasori, predatori, pirati, civiltà antichissime, popoli di tutte le razze e colori, vengono da lì, da questo luogo infinito, che abbiamo quasi sempre guardato e vissuto con diffidenza e ostilità. Riappropriamoci di questa risorsa e di questa altra nostra storia;
  - 3) un Museo della Città di Palermo, un museo essenzialmente storico, ma anche un luogo dove si riconosce la città, per raccontare i tanti passaggi e le tante traversie, anche urbanistiche e architettoniche, le continue trasformazioni avvenute, del capoluogo della regione.

Ecco, alla fine, indomiti sognatori, siamo tornati a sognare e a proporre nuove frontiere d'impegno e di azione, passando dal pessimismo della ragione all'ottimismo della volontà, perché restiamo fermamente convinti che il futuro ha radici antiche.

Gianfranco Zanna  
*responsabile per i Beni culturali  
di Legambiente Sicilia*



## C'era una volta l'"incivilimento"\*

di Antonio Paolucci

Una volta c'era la parola *incivilimento*; termine ottocentesco, moralistico, patriottico, con un certo non sgradevole retrogusto retorico. I musei, come le biblioteche, come le scuole dovevano servire ad *incivilire* il popolo, a trasformare la plebe in *cives*. Da ciò il termine *incivilimento*.

Si è cittadini quando si è consapevoli della propria identità, quando si è orgogliosi delle glorie patrie. Io sono italiano e fiero di esserlo per via di Giotto e di Leopardi. Un francese lo è per Poussin e per Proust, un tedesco per Dürer e per Goethe. Per questo la moderna Europa ha inventato e finanziato i suoi grandi musei, aprendoli al pubblico gratuitamente (come in Inghilterra) o assicurando (come da noi e fino a ieri) larghe fasce di esenzione e costi di accesso pressoché simbolici.

Ai nostri giorni le cose sono cambiate in modo piuttosto radicale. Nelle grandi città d'arte i musei sono stati espropriati dai turisti, il prezzo del biglietto d'ingresso non è più simbolico (entrare agli Uffizi costa come andare al cinema), l'*incivilimento* non interessa più. Interessa poco anche l'*educazione*, parola sgradita perché evoca la scuola, la fatica, lo studio. Il nostro è il tempo dell'*edutainment*, dell'*educare intrattenendo, divertendo*.

Del resto se, nel comune sentire e nei comportamenti sociali, l'uso del museo è ormai associato al tempo libero, allo svago, allo spettacolo, come si fa a parlare di *educazione*?

Meglio parlare di *edutainment*, una parola leggera e futile che sterilizza in partenza l'idea stessa di fatica, di impegno.

Questo è il primo fondamentale equivoco. Perché se noi pensiamo (come dovremmo pensare, come ci hanno insegnato) al museo come a una *biblioteca di figure*, allora deve essere chiaro a tutti che capire qualcosa dentro quella foresta di figure che chiamiamo *museo* non è, non può essere facile. Richiede impegno personale, metodo e quindi quella cosa sgradevole che si chiama *fatica*. Capire un quadro di Tiziano e di Velazquez è difficile come capire un sonetto di Shakespeare o una novella di Cervantes. Certo il quadro, a differenza del libro, è piacevole da guardare. Ci sono i colori, ci sono inusuali figure, come non si vedono, di solito, in televisione o nelle riviste illustrate. E poi è l'ambiente stesso del museo ad essere suggestivo: antichi palazzi, ori e stucchi, affreschi e statue, arredamenti sontuosi, grandi spazi. Ma guardare non significa capire. Al tempo di Berenson agli Uffizi entravano trentamila persone all'anno. Oggi ne entrano un milione e mezzo. Ebbene io sono convinto che il numero di persone che escono dagli Uffizi avendoci capito qualcosa e quindi con un reale arricchimento culturale, è rimasto lo stesso.

Quindi, per concludere, se vogliamo che il museo moderno sia reale strumento di educazione facciamo della buona didattica, consolidiamo e diffondiamo nelle scuole l'insegnamento della storia dell'arte, offriamo a tutti materiali idonei per capire e per approfondire. Evitiamo tuttavia la sciocca illusione, tipica del nostro tempo, che si possa imparare, nel campo dell'arte come in qualsiasi altro settore dell'umano sapere, semplicemente divertendosi. Senza personale impegno, senza personale fatica, non si ottiene nulla.

\* pubblicato nel volume "CULTURA IN GIOCO. Le nuove frontiere di musei, didattica e industria culturale nell'era dell'interattività" a cura di Pietro A. Valentino e L. Maria Rita Delli Quadri, Giunti Editore, 2004





## **La fruizione dei Beni culturali in Sicilia. La fruizione museale. Il caso del Complesso Monumentale Palazzo Reale di Palermo**

In Sicilia è localizzata una delle più elevate concentrazioni di patrimonio culturale d'Italia e dell'area del Mediterraneo: oltre il 9% dell'intero patrimonio nazionale, percentuale che sale a circa il 30% se si considerano i soli Beni archeologici; nell'isola sono inoltre presenti il 27,9% dei musei del Mezzogiorno (il 6,2% di quelli italiani) che conservano il 24,6% del materiale raccolto dai musei meridionali.

Secondo i dati di una catalogazione ancora non definitiva, e quindi correggibile al rialzo, esistono nell'isola 152 collezioni naturalistiche, 12.300 edifici di interesse architettonico nei centri urbani, 1950 siti archeologici, più di 212.000 reperti in collezioni archeologiche, più di 83.000 beni etno-antropologici, circa 48.000 beni storico-artistici, 950 biblioteche e 390 archivi comunali, di cui 73 di interesse storico. Per quanto riguarda i musei, le fonti nazionali contano 181 istituti museali nell'isola, di cui poco meno della metà di proprietà comunale.

Riguardo la rilevanza turistica attribuita a tali beni si evidenzia che nell'isola è concentrato il 12% circa dei Beni culturali nazionali contrassegnati con tre – quattro stelle nella guida del Touring Club Italiano.

I dati sulla fruizione dei Beni culturali in Sicilia sono raccolti e pubblicati dall'Assessorato regionale dei Beni culturali e dell'Identità siciliana e forniscono un quadro del numero degli ingressi durante l'arco di un anno dei siti gestiti dalla Regione suddivisi tra paganti e gratuiti.

Dal 2000 al 2010 i siti sotto la responsabilità della Regione sono cresciuti, per arrivare agli attuali 62, che si suddividono in: 14 aree archeologiche, 25 musei, 7 antiquaria, 4 case-museo, 4 ville romane e 8 altri monumenti (chiese, chiostri, castelli).

Abbiamo voluto analizzare i dati delle presenze dal 2000 al 2010 di questi siti, aggiungendo una riflessione a parte sul Complesso Monumentale di Palazzo Reale a Palermo, dove insiste la Cappella Palatina, gestito dal giugno 2004 all'aprile 2007 dall'Assessorato regionale dei Beni culturali, per poi passare sotto la responsabilità della Fondazione Federico II.

I dati sul numero delle presenze sono accompagnati dall'incasso totale e si riferiscono al periodo che va dal 2000 al 2010. C'è da far presente che, soprattutto negli ultimi anni, alcuni siti, in alcuni casi tra i più importanti (Villa Romana del Casale di Piazza Armerina, Chiostro di San Giovanni degli Eremiti e Palazzo Abatellis a Palermo, Galleria di Palazzo Bellomo a Siracusa), sono stati interessati da importanti interventi di restauro, che hanno causato chiusure parziali o totali, compromettendo ovviamente il numero complessivo delle presenze, ma non in modo eccessivo per le nostre considerazioni.

I dati del 2010 non sono ancora definitivi e ufficiali, mancano in alcuni siti, soprattutto quelli della provincia di Siracusa, i flussi del mese di dicembre.

L'anno più recente per il quale sono stati pubblicati i dati definitivi è il 2009, anno in cui, come si evince dalla Tabella 1, per i 59 beni presenti nella rilevazione si sono registrati 3.506.166 visitatori (suddivisi in 1.972.407 visitatori paganti, pari al 56,24%, e 1.533.759 non paganti). Mentre i dati non definitivi del 2010, con 62 siti, ci danno 3.322.155 presenze (suddivisi in 1.865.241 visitatori paganti, pari al 56,14%, e 1.456.914 gratuiti).

Purtroppo anche nel 2010 è confermato il preoccupatissimo calo di presenze già registrato nel 2008 e nel 2009, mentre tra il 2002 ed il 2007 il numero totale di visitatori si era mantenuto sostanzialmente costante ed intorno ai 4,5 milioni. Anche se volessimo proiettare il dato finale del 2010 ad una presenza totale di 3.350.000 visitatori avremmo, nel giro degli ultimi tre anni una perdita di circa 1.130.000 visitatori pari al 25%. Se volessimo aggiungere a questi dati le ottime presenze registrate dal Complesso Monumentale Palazzo Reale di Palermo, unico sito in controtendenza negli ultimi tre anni, la perdita calerebbe solo al 22%.

**Tabella 1 - Fruizione dei Beni culturali in Sicilia**

Anno	Numero visitatori			Flusso totale visitatori*	Incassi (in euro)
	Paganti	Gratuiti	Totale		
2000	2.540.750	1.382.285	3.923.035	4.003.450	9.054.449
2001	2.599.098	1.388.971	3.988.069	4.172.986	9.766.307
2002	2.660.057	1.813.095	4.473.152	4.635.088	11.036.041
2003	2.459.088	1.774.898	4.233.986	4.427.946	10.178.189
2004	2.710.953	1.874.231	4.585.184	4.814.649	11.313.126
2005	2.755.935	1.820.575	4.576.510	4.766.639	13.908.099
2006	2.813.031	1.765.546	4.578.577	n.d.	15.540.185
2007	2.533.999	1.946.669	4.480.668	n.d.	14.276.564
2008	2.225.977	1.600.880	3.826.857	n.d.	12.950.014
2009	1.972.407	1.533.759	3.506.166	n.d.	11.353.337
2010	1.865.241	1.456.914	3.322.155	n.d.	12.380.378

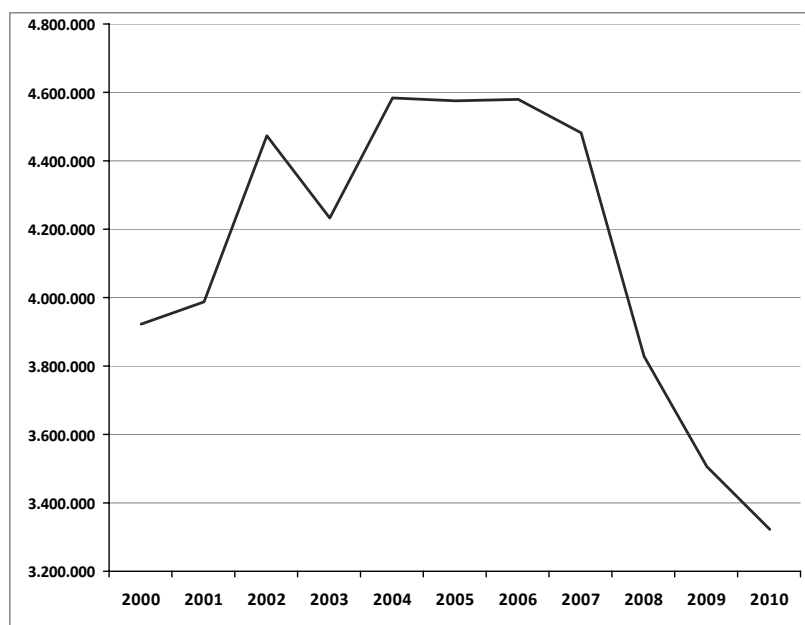
Fonte: Dati dell'Assessorato regionale dei Beni culturali e dell'Identità siciliana

\* Per flusso totale visitatori si intende il numero totale dei visitatori inclusi quelli che hanno acquistato il biglietto presso altri siti

Le cause di questa grave situazione non possono ricercarsi solo nei fattori di crisi che hanno condizionato i flussi turistici ma, sicuramente, in una tecnica di gestione e valorizzazione dei siti siciliani non ancora completamente messa a punto.

L'andamento nel numero di visitatori dei Beni culturali in Sicilia è sintetizzato dal Grafico 1 che mette in evidenza il calo sopra descritto, l'andamento pressoché costante dei cinque anni precedenti e le buone performance in crescita che si erano invece registrate nei primi anni dello scorso decennio.

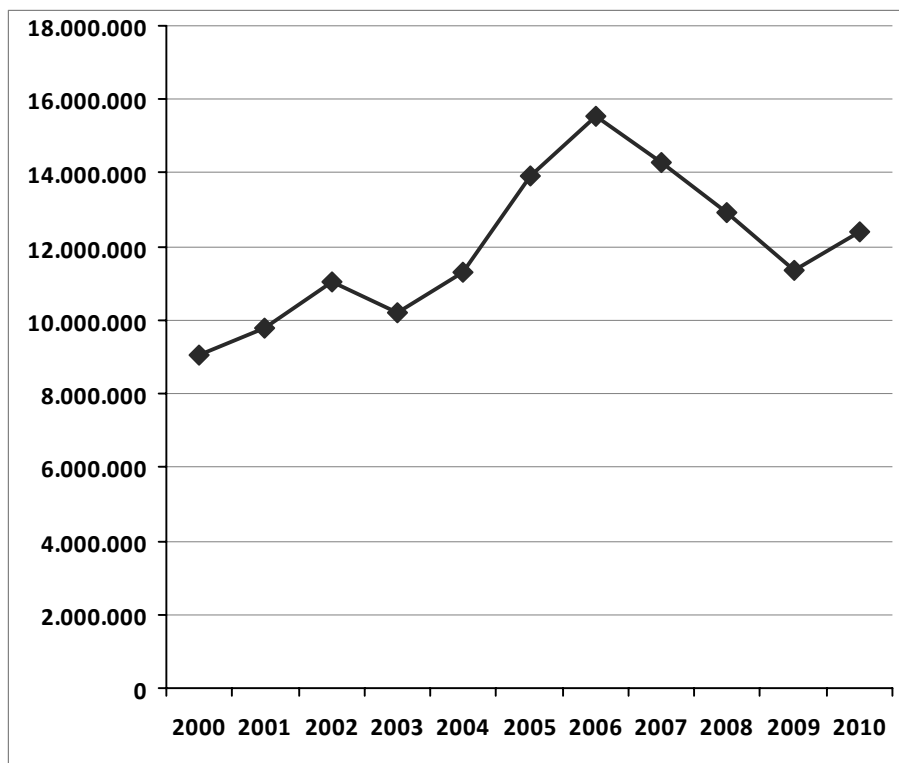
**Grafico 1 - Numero visitatori Beni culturali in Sicilia, anni 2000-2010**



L'analisi delle presenze non può dirsi completa senza qualche breve considerazione sull'ammontare corrispondente degli incassi, utile indicatore per valutare l'impatto "economico" sul territorio.

Il Grafico 2 mostra, per lo stesso periodo di tempo, tale andamento, evidenziando una quasi costante crescita, un calo pronunciato tra il 2007 e il 2009 e un leggero aumento nel 2010. Il raffronto col grafico precedente porta facilmente a concludere che tale andamento sia maggiormente dovuto ad un incremento nel prezzo dei biglietti piuttosto che a soddisfacenti tassi positivi nel numero dei visitatori.

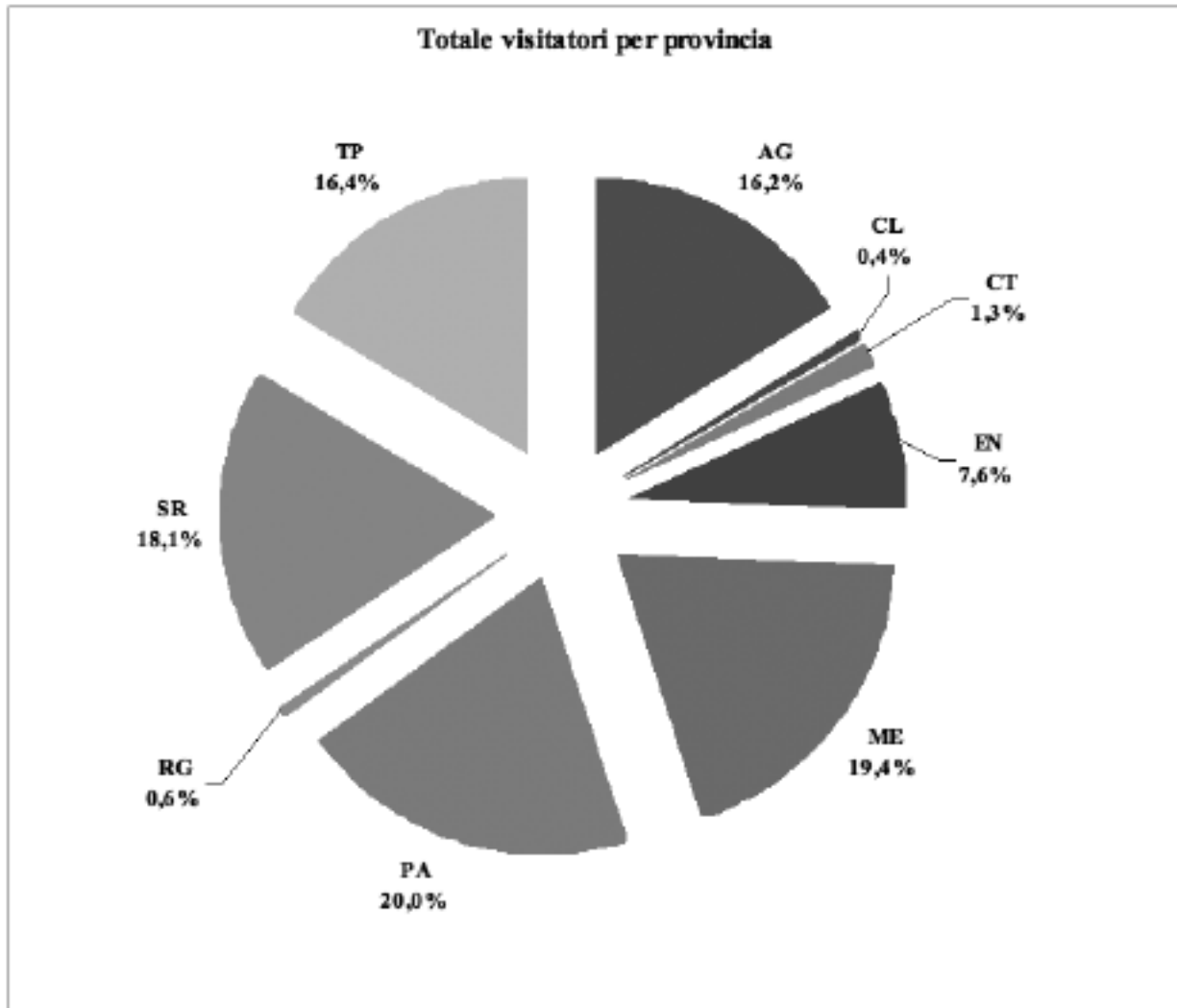
**Grafico 2 – Incassi di biglietteria Beni culturali in Sicilia, anni 2000-2010**



Il quadro quanto più recente possibile della fruizione dei Beni culturali in Sicilia deve completarsi con alcune considerazioni sulla suddivisione dei visitatori per provincia. Sempre tenendo in considerazione i siti gestiti dall'Amministrazione regionale e aggiungendo questa volta anche le presenze del Complesso Monumentale Palazzo Reale di Palermo, e pertanto ricordando la presenza in alcune province di un numero maggiore di siti rilevati che però d'altronde rispecchiano la presenza e la rilevanza dei siti stessi in termini di flussi di visitatori, il Grafico 3 rappresenta la suddivisione percentuale dei visitatori per provincia nel 2010.

Si mettono in evidenza maggiormente i visitatori dei beni situati nelle province di Messina (grazie soprattutto al Teatro Greco di Taormina), Agrigento (per la Valle dei Templi), Trapani (Aree archeologiche di Segesta e Selinunte su tutte) e Siracusa (ovviamente Neapolis e Orecchio di Dioniso). Mentre meno rilevante dal punto di vista dei visitatori rispetto alla sua estensione e importanza è la provincia di Palermo, malgrado il decisivo contributo portato dalla Cappella Palatina. Quasi del tutto irrilevante rispetto al totale il numero dei visitatori ai beni della provincia di Catania. Si può parlare di dati mortificanti per le province di Caltanissetta e Ragusa.

Grafico 3 – Visitatori ai Beni culturali in Sicilia per provincia del bene, anno 2010



D'altronde in Sicilia si continua a venire solo visitare e conoscere i "soliti siti". *Regola* che vige anche per noi siciliani. Ecco i dati degli otto siti più visitati in Sicilia:

**Tabella 2 – Dati visitatori degli otto siti culturali più visitati in Sicilia**

COMUNE	SITO	2006	2007	2008	2009	2010
Messina	Teatro Greco di Taormina	782.828	776.838	706.754	594.669	567.885
Siracusa	Area archeologica della Neapolis	588.161	591.793	537.018	471.302	473.792
Agrigento	Area archeologica della Valle dei Templi	672.955	663.889	601.867	542.675	460.452
Palermo	Complesso Monumentale Palazzo Reale	222.711	257.298	212.273	282.051	284.166
Calatafimi - Segesta	Area archeologica di Segesta	344.767	340.162	315.724	291.805	280.449
Piazza Armerina	Villa Romana del Casale	406.494	415.503	315.730	298.436	243.969
Castelvetro	Area archeologica di Selinunte	316.685	298.110	274.910	250.459	208.035
Monreale	Chiostro S. Maria La Nuova - Duomo	238.203	267.568	210.195	195.424	183.481
<b>Totale</b>		<b>3.572.804</b>	<b>3.611.161</b>	<b>3.174.471</b>	<b>2.926.821</b>	<b>2.702.229</b>



Questi otto siti, dove si può anche evidenziare il calo di presenze costante negli ultimi tre anni, raccolgono ogni anno intorno al 75% del totale dei visitatori dei siti siciliani.

Dunque, questi dati confermano quanto ripetuto più volte in sede scientifica e politica e cioè che il patrimonio siciliano rimane famoso nel mondo (e pertanto con un maggior numero di visitatori) soprattutto con riferimento alle aree archeologiche. Basti pensare che i 5 siti più importanti in tal senso (Teatro Antico di Taormina, Area archeologica della Neapolis di Siracusa, Zona archeologica della Valle dei Templi di Agrigento, Area archeologica di Segesta e Area archeologica di Selinunte) nel 2010 raccolgono 1.990.613 visitatori pari al 59,9% del totale. In questa speciale *top ten* culturale al nono posto, da quando è ritornato pienamente fruibile, si colloca il Chiostro di San Giovanni degli Eremiti a Palermo e solo al decimo posto troviamo finalmente un museo, con l'alternarsi negli ultimi anni tra il Museo archeologico "Paolo Orsi" di Siracusa e il Museo archeologico "Pietro Griffo" di Agrigento con i loro quasi 70mila visitatori annui.

### *La fruizione dei musei siciliani*

L'elenco dei 62 siti inclusi nella rilevazione della Regione Sicilia mette in risalto la presenza di ben 25 musei pari al 40,3% dei Beni culturali siciliani. Se ci aggiungiamo i 7 *antiquaria* la percentuale sale al 51,6%.

La situazione relativa alla gestione dei musei, ed in particolar modo dei musei archeologici, nel patrimonio della nostra regione, è evidenziata dal fatto che questi 25 siti raccolgono, nel 2010, 430.844 visitatori, pari solo al 12,96% dei visitatori totali. Come si è già detto i dati del 2010 non sono definitivi, e pur tenendo in conto che il Museo archeologico "A. Salinas" di Palermo è interessato da un intervento di restauro e il Museo Varisano di Enna continua a restare chiuso, facendo un confronto con gli stessi dati negli anni precedenti, le variazioni sono minime. Si è scelto, inoltre, di non considerare nel conteggio dei visitatori dei musei siciliani quelli degli *antiquaria* essendo le loro presenze inevitabilmente legate alle visite delle annesse aree archeologiche.

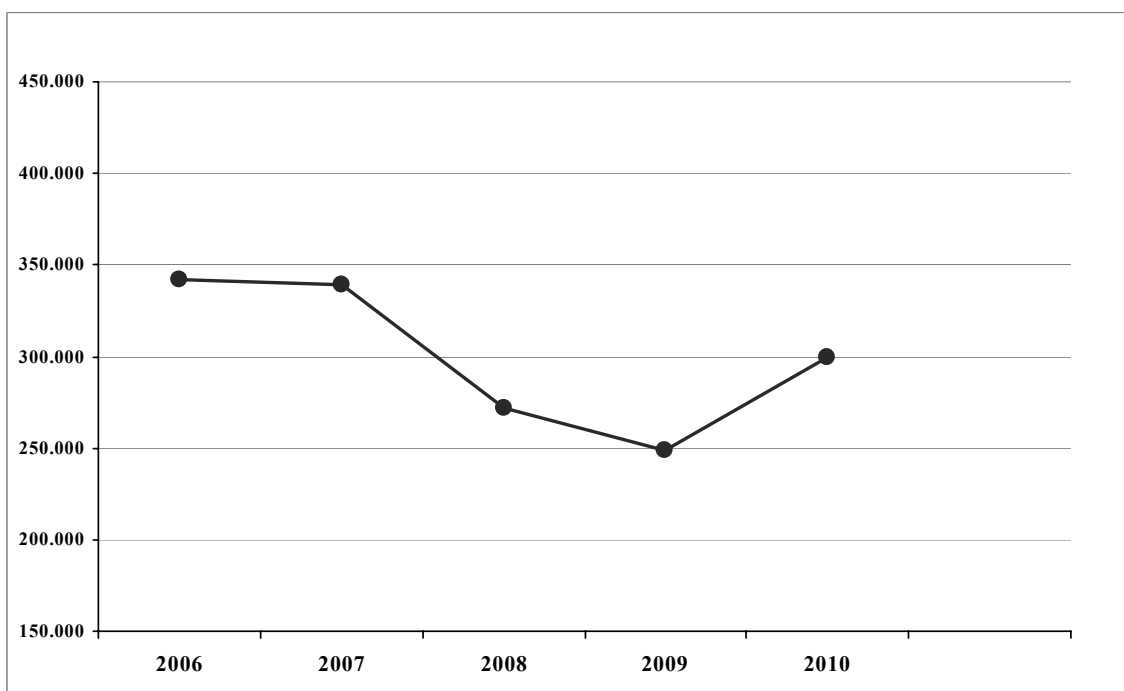
I musei pertanto, in termini di numero di visitatori sia paganti che non, non hanno mai rappresentato per la nostra regione un'attrazione rilevante. Tale considerazione è valida per tutti gli anni presi in considerazione dalla presente analisi. Tale limitata importanza in termini "quantitativi" non deve però ingannare: il patrimonio conservato nei musei siciliani è di notevole importanza ed una loro maggiore valorizzazione, nonché tecniche adatte di gestione e di marketing museale potrebbero contribuire a farne un'attrazione di importanza sempre più rilevante sia in termini turistici che per la cittadinanza locale.

Per meglio focalizzare alcuni aspetti relativi alla gestione museale si è concentrata l'attenzione sui visitatori relativi ai dieci musei maggiormente rappresentativi in Sicilia, che hanno avuto negli ultimi cinque anni questo l'andamento rappresentato nella successiva Tabella 3.

**Tabella 3 – Numero visitatori nei più rilevanti musei siciliani, anni 2006-2010**

COMUNE	SITO	2006	2007	2008	2009	2010
Agrigento	Museo archeologico "Pietro Griffo"	67.718	67.864	75.494	71.638	54.289
Caltagirone	Museo delle Ceramiche	22.525	19.131	13.704	17.557	16.407
Lipari	Museo archeologico "Bernabò Brea"	42.048	39.392	34.558	32.645	28.853
Messina	Museo regionale	32.038	17.013	16.705	33.823	15.787
Palermo	Museo archeologico "Antonino Salinas"	38.506	55.751	39.577	28.464	16.403
Palermo	Galleria di Palazzo Abatellis	45.396	40.537	1.081	9.039	48.705
S Croce Camarina	Museo archeologico di Camarina	14.568	12.976	9.809	8.986	8.508
Siracusa	Galleria di Palazzo Bellomo	chiuso	chiuso	chiuso	6.082	27.883
Siracusa	Museo archeologico "Paolo Orsi"	63.928	69.082	43.461	30.104	67.824
Trapani	Museo Conte "Agostino Pepoli"	15.345	17.147	37.116	10.596	14.934
	<b>Totale visitatori dei 10 musei</b>	<b>342.072</b>	<b>338.893</b>	<b>271.505</b>	<b>248.934</b>	<b>299.593</b>

**Grafico 4 – Totale visitatori ai musei della Tabella 3, anni 2006-2010**



La Tabella 3 ed il Grafico 4 mettono in evidenza l'andamento nel numero totale di visitatori negli ultimi 5 anni. Le perdite che, come in tutti gli altri siti, procedono dal 2007, si interrompono nel 2010, con un aumento di circa 50mila visitatori, pari a più 20,35%. L'inversione di tendenza è soprattutto legata alla riapertura, dopo gli interventi di restauro, della Galleria di Palazzo Abatellis di Palermo, del Museo archeologico "Paolo Orsi" e della Galleria di Palazzo Bellomo di Siracusa, mentre paga in termini di presenze il Museo archeologico "Antonino Salinas" di Palermo per gli attuali lavori in corso.

Ma questi dati non ci devono illudere, perché comunque, se guardiamo nel complesso i dati e la loro sequenza storica, l'andamento è tutt'altro che positivo.

### **Il Complesso Monumentale Palazzo Reale di Palermo**

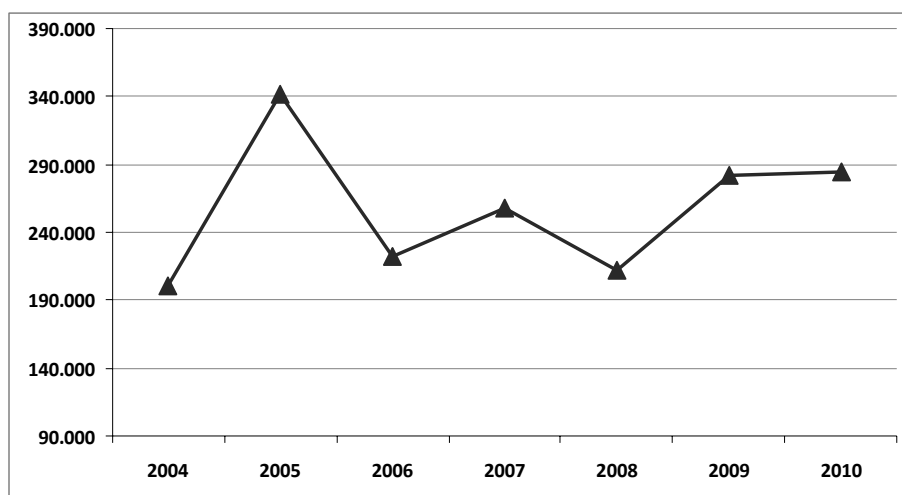
L'andamento nel numero totale dei visitatori alla Cappella Palatina negli ultimi sette anni non è coerente con l'andamento dei dati di tutti gli altri siti culturali siciliani.

Da quando sono verificate le presenze nel sito, cioè da quando è in vigore il biglietto d'ingresso – dal giugno 2004 a seguito di una convenzione tra la Regione Siciliana e la Curia di Palermo (dal maggio 2007 la gestione è passata alla Fondazione Federico II) – a parte l'inspiegabile e anomalo exploit del 2005, c'è stato un andamento di continua crescita, con solo un leggero calo nel 2008 causato dai lavori di restauro del tetto e dell'apparato musivo.

La crescita, lieve ma costante, è continuata anche in questi due ultimi anni di profonda crisi: mentre tutti gli altri siti culturali hanno perso, nessuno escluso, visitatori, il Complesso Monumentale cresce del 33,86% dal 2008 al 2010. E se venissero anche calcolati i tanti visitatori, non solo scolaresche, che "non passano" dalla biglietteria di piazza Indipendenza perché ospiti dell'Assemblea Regionale Siciliana, i dati in aumento sarebbero molto più significativi e importanti.

Inoltre, c'è da sottolineare che, anche se in leggero calo, la percentuale dei paganti è superiore alla media regionale attestandosi negli anni intorno al 63%.

**Grafico 5 – Totale dei visitatori Palazzo Reale di Palermo, serie storica anni 2004-2010**



I dati nella Tabella 4 confermano, inoltre, una forte stagionalità nell'andamento durante l'arco dell'anno, con picchi registrabili durante il periodo estivo e nel mese di maggio. Ma cominciano a essere significative, sempre di più, le presenze anche in mesi "non tradizionali" per il turismo in Sicilia (marzo), con un forte apporto dei croceristi.

**Tabella 4 – Visitatori Palazzo Reale di Palermo nell'arco dell'anno, dal 2004 al 2010**

Mese	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
gennaio				6.672	3.725	7.770	6.677
febbraio				10.159	4.677	8.997	6.941
marzo				26.051	5.746	17.941	20.503
aprile				48.257	15.893	36.926	35.879
maggio				37.317	11.973	43.697	41.868
giugno	17.026			21.577	10.213	24.502	27.021
luglio	28.142			19.715	20.610	22.399	23.198
agosto	49.893			25.649	42.951	38.255	38.337
settembre	47.077			25.953	40.545	35.391	37.296
ottobre	38.300			19.149	31.322	27.808	24.966
novembre	10.880			9.151	13.521	9.063	11.352
dicembre	8.841			7.648	11.097	9.302	10.128
<b>Totale visitatori</b>	<b>200.159</b>	<b>341.849</b>	<b>222.711</b>	<b>257.298</b>	<b>212.273</b>	<b>282.051</b>	<b>284.166</b>

Il Complesso Monumentale Palazzo Reale di Palermo si è giovato di una forte promozione, soprattutto dopo l'intervento di restauro che ci ha restituito i meravigliosi mosaici al loro antico splendore; di un sito internet aggiornato e in cinque lingue (esempio più che raro nel panorama nazionale delle presenze nel web dei siti culturali); di una serie ripetute di mostre temporanee nelle Sale Duca di Montalto che nel solo 2010 hanno visto la presenza di 150mila visitatori e di un rigore e controllo nella gestione dei servizi aggiuntivi, dalla biglietteria, all'accoglienza e perfino ai servizi igienici.



## Matrimonio al museo per salvare Picasso\*

di Salvatore Settis

Il Louvre ha lanciato con immediato successo un appello per la raccolta di un milione di euro, la cifra che mancava per acquistare *Le Tre Grazie* di Lucas Cranach. Che cosa ci insegna questa storia sullo stato di salute e sul destino dei musei, in generale e in Italia?

Raccogliere donazioni dai privati è solo un capitolo di quella “arte di arrangiarsi”, come esporre automobili ridosso dell’Ara Pacis? È importante distinguere, è importante capire. Accettare donazioni (in denaro o in opere d’arte) è una tradizione che ha radici lontane e gloriose, specialmente nei musei britannici e americani, e comporta un accresciuto senso di consapevolezza e di “proprietà” del patrimonio culturale pubblico da parte dei cittadini. Chi dona rinuncia a qualcosa di suo (un quadro, un euro) in nome del bene pubblico; il museo che lancia un appello come quello non conquista solo un quadro in più, ma anche la partecipazione dei cittadini alla sua vita, al suo futuro. È un meccanismo, questo, che funziona solo in presenza di evidenti sgravi fiscali, di là da venire nel nostro Paese. Nulla a che vedere con l’uso improprio dei musei come cornice per operazioni pubblicitarie, cene aziendali, matrimoni kitsch.

Ma perché tanti musei, invece, si rincorrono nella svendita di se stessi per fini contrari alla propria “ragione sociale”? Paul Valéry disse che “la nostra eredità è schiacciante. Il museo esercita un’attività costante su tutto quel che facciamo: dovremmo dunque soccombere? E come reagire? Diventando superficiali”. All’occhio acuto di Valéry era visibile già allora la crisi latente nell’istituzione-museo. Separando dal tessuto della città quanto è degno di esser “museificato”, il museo lo innalza su un piedistallo artificiale, ma lo chiude in uno spazio specializzato, diverso (salvo che per gli addetti ai lavori) da quello di ogni giorno. Quadri che l’occhio incontrava nelle chiese o nei palazzi, statue che ornavano piazze o tombe sono ora mute presenze dei musei: per vederli dobbiamo sceglierlo, anzi pagare il biglietto.

La viva funzione delle immagini si è così diluita proprio mentre appariva consacrata: si sono create professioni e regole della tutela, ma il patrimonio artistico ha cominciato ad apparire un peso, tanto più grande quanto più progrediscono le tecniche (e i costi) della conservazione. Qui, in questo nodo, è il divorzio tra chi intende il museo come luogo massimo dell’identità e della trasmissione culturale da una generazione all’altra, e chi lo vede come un fastidioso salvadanaio pieno di tesori, ma perpetuamente in passivo. Qui è la radice della perversa biforcazione fra “tutela” e “valorizzazione” che si è insediata nel gergo italiano, qui l’idea che il patrimonio artistico serve solo a far cassa, che i quadri in deposito sarebbe meglio venderli, che i piccoli musei vanno chiusi, e che in ogni caso non merita chi non sa far quadrare il bilancio; e siccome di solito storici dell’arte e archeologi non ci riescono, meglio far ricorso a manager, anche se esperti in tutt’altro. Qui è la spinta ad “arrangiarsi”, mettendo all’asta gli spazi del museo per eventi mondani e commerciali.

Ma che fare, per non “essere superficiali” davanti a uno schiacciante patrimonio artistico? Proviamo a rovesciare la frittata: anziché ripetere la litania sulla crisi economica che obbliga a tagliare le risorse, chiediamoci perché per troppe altre cose le risorse si trovano, come i 750 milioni di “arretrati” per l’Alto Adige, trovati in un fiato nel Consiglio dei Ministri di venerdì dopo il contributo dei deputati Svp alla fiducia al governo. Ricordiamoci che i musei sono in passivo in tutto il mondo (come le scuole), e che la loro funzione pubblica esige, proprio come per la scuola, un diretto impegno dello Stato (che negli Stati Uniti si esercita anche mediante enormi benefici fiscali per i donatori).



Proviamo a rilanciare la funzione del museo, facciamolo conversare con la città come essenziale nodo urbano che s'innesti sul tessuto civile e sociale. Facciamolo diventare, non con cene aziendali ma nemmeno con mostre pretestuose (ce ne sono già troppe), la proiezione della città, la distillazione e la vetrina della sedimentazione storica e della memoria collettiva, e non un *hortus conclusus* che facilmente si trasforma in ghetto, "cimitero delle arti", e subito dopo in deposito bancario di valori (in senso pecuniario) disponibili alla vendita, a cessioni più o meno dichiarate o mascherate. Richiamiamo noi stessi, e chi ci governa, al senso di responsabilità: parlare oggi dei musei non riguarda il passato, ma il futuro. Non possiamo permetterci di "essere superficiali".

\* Pubblicato da La Repubblica il 21 dicembre 2010

## Dal marketing museale al marketing del museo

di Stefania Zanna

### Introduzione

La gestione dei musei ha subito nell'ultimo decennio un profondo e radicale cambiamento che ne ha modificato le caratteristiche strutturali. Tale cambiamento è stato stimolato da una serie di fattori<sup>1</sup>:

- un aumento della competizione sia in senso orizzontale, ossia nei confronti di altre forme di intrattenimento, sia in senso verticale, cioè versus altri contenuti o luoghi di offerta culturale;
- un aumento delle opportunità (ad esempio una maggiore sensibilità delle imprese alla sponsorizzazione culturale), ma anche delle minacce (si pensi ad esempio all'aumento dei costi operativi o all'assenza di competenze manageriali);
- la maggiore importanza degli aspetti qualitativi di servizio nell'offerta museale;
- il riconoscimento dell'impatto economico che un'efficace gestione dei musei può implicare nell'area in cui sono insediati.

Fino agli anni Novanta tra l'altro, le politiche dedicate al settore erano prevalentemente rivolte all'esercizio delle funzioni di conservazione e di tutela dei beni. Questa attenzione, motivata con l'obiettivo di mantenere integra la risorsa a favore delle generazioni future, rendeva di fatto secondario l'obiettivo della valorizzazione.

Proprio nel corso dei primi anni Novanta si assiste a un cambiamento di rotta nella direzione di una maggiore attenzione verso la gestione dei musei e, allo stesso tempo, di una tendenza al coinvolgimento dei privati, sia *no-profit* che con finalità di lucro.

Tra le ragioni che hanno prodotto la tendenza alla sperimentazione di modelli alternativi alla gestione pubblica tradizionale possono essere evidenziate: la necessità di superare la scarsa efficienza ed economicità degli strumenti gestionali classici; la necessità di introdurre sistemi di controllo di gestione in grado di garantire un corretto monitoraggio dei costi e dei ricavi; l'opportunità di individuare formule di finanziamento alternative e aggiuntive; l'interesse ad allargare lo spettro dei soggetti chiamati a vario titolo a partecipare alle funzioni di valorizzazione; l'affermazione sempre più netta di strategie orientate alla sussidiarietà orizzontale.

Negli Stati Uniti ad esempio la maggior parte dei musei è costituita da enti privati finanziati in buona parte da aziende o cittadini per i quali i contributi a progetti culturali sono detraibili dalle tasse: in condizioni di ristrettezza di finanziamenti pubblici, situazione ormai comune alle istituzioni culturali di tutto il mondo, le strategie americane di *marketing* e di *fund-raising* sono diventate un modello di riferimento utile e interessante.

Pensando ad una realtà più vicina a noi, nell'autunno 1998 suscitò un certo scalpore la notizia che nel primo anno di vita il nuovo Museo Guggenheim di Bilbao aveva avuto 1 milione e 360 mila visitatori, che avevano contribuito ad aumentare dello 0,42% il prodotto lordo dei Paesi Baschi. Da allora il Museo è diventato una delle principali attrazioni in Spagna ed ha contribuito a cambiare sostanzialmente il volto di una città, prima legata essenzialmente al commercio portuale. La sua particolarità è quella, anche in que-

<sup>1</sup> Cuccurullo C., Tommasetti A. (2004). "Il management strategico nei musei: strumenti e tecniche di elaborazione di un piano strategico" in Sibilio Parri B. (a cura di), "Definire la missione e le strategie del museo", Franco Angeli, Milano

sto caso, di essere un organismo sovvenzionato da privati e gestito con principi ed approcci di tipo aziendale. Il Museo Guggenheim è forse una delle più chiare testimonianze di come una corretta gestione 'imprenditoriale' della cultura possa costituire uno strumento validissimo di valorizzazione dei beni e di incremento quantitativo nel numero dei visitatori.

Entrambi gli esempi, insieme a tanti altri che potrebbero aggiungersi, richiamano in qualche modo il binomio museo - mondo imprenditoriale da cui il museo mutua modelli organizzativi, gestionali e promozionali. Le tecniche di marketing, le formule di merchandising, la gestione della qualità nell'offerta museale, seppur legati a concetti tipici della realtà di mercato, possono pertanto essere adattati alla realtà dei musei e diventare in altri termini la base per la loro sopravvivenza, per l'efficienza nella loro gestione e per il loro sviluppo.

### **I principi del marketing applicati alla gestione museale**

Negli ultimi anni pertanto i musei hanno arricchito la propria valenza sociale di una connotazione economica che mira a renderli efficienti anche da un punto di vista gestionale. Al museo viene sempre più frequentemente chiesto di agire perseguendo comportamenti di tipo manageriale, idonei a garantire un corretto uso delle risorse che gli vengono messe a disposizione: si parla sempre più diffusamente dunque di "museo-azienda".

Ciò può essere oggetto di una doppia chiave di lettura. Da un lato, infatti, cresce la necessità di utilizzare in maniera efficace ed efficiente le risorse disponibili, sia che esse provengano dal settore pubblico che da quello privato; dall'altro, si può interpretare ed analizzare la presenza del museo quale *attore di sviluppo economico* di un territorio (così come avvenuto appunto con il Guggenheim di Bilbao).

Parallelamente, nel corso degli ultimi anni, si è assistito ad un crescente interesse mostrato da parte di studiosi e ricercatori che si sono proposti di analizzare le realtà del settore museale, utilizzando le categorie e alcuni modelli mutuati dall'economia aziendale.

In tale prospettiva sono state affrontate e studiate, con riferimento all'*unità organizzativa museo*, le tematiche legate al quadro normativo di riferimento, al rapporto impresa museo-ambiente esterno (con riferimento anche all'ambiente "competitivo" e alle "opzioni strategiche" a disposizione), all'assetto istituzionale, all'organizzazione del museo (struttura organizzativa, sistemi operativi, competenze professionali), al "processo produttivo" (ovvero al funzionamento e alle attività svolte dal museo in un'ottica di erogazione di servizi), ai processi di direzione aziendale, alle scelte di marketing, alla dimensione e alle scelte di natura economico-finanziaria, alle scelte di cooperazione orizzontale tra le stesse istituzioni museali (reti e sistemi museali).

In estrema sintesi, i musei vengono considerati, dagli studi sull'offerta culturale degli ultimi anni, quali aziende assimilabili a strutture erogatrici di servizi, alle quali è possibile applicare i principi di un marketing che, per le sue caratteristiche precipue, viene detto museale.

Fermo restando il principio irrinunciabile per cui il centro dell'offerta di un museo si fonda nell'accessibilità al pubblico, il prodotto di un museo può essere considerato la sua collezione permanente: per essa possono essere mutuati i principi di "marketing" e "vendita" aziendali. Al "prodotto" collezione vengono poi affiancati una serie di servizi a cui si aggiunge l'organizzazione interna, cioè l'insieme delle modalità di divisione del lavoro, di coordinamento e di gestione delle risorse finanziarie.

Secondo la definizione di Colbert<sup>2</sup> il marketing culturale è "l'arte di raggiungere quei segmenti di mercato che possono potenzialmente essere interessati al prodotto, adattando le variabili commerciali (prezzo,

<sup>2</sup> Colbert F. (2000). "Marketing delle arti e della cultura", Etas, Milano.

prodotto, distribuzione) al prodotto, al fine di metterlo in contatto con un sufficiente numero di consumatori e per raggiungere gli obiettivi coerenti con la missione dell'impresa”.

Nato per il settore *for profit*, il marketing è visto da molti operatori museali come una minaccia, poiché il contrasto con la missione dei musei sembra inevitabile. Ames<sup>3</sup> già negli anni Ottanta aveva sintetizzato il dibattito contrapponendo un museo *market-driven*, guidato cioè dalle forze di mercato, a un museo *mission-driven*, guidato dalla sua missione, tipicamente conservativa ed educativa. In estrema sintesi l'assioma è che, dalla prospettiva di mercato, più visitatori arrivano meglio è; dalla prospettiva della missione, quando il pubblico diventa folla il potenziale educativo di un museo diminuisce.

In realtà un museo può essere commercializzato senza rovinarne il potenziale educativo, senza quindi rinunciare ai vantaggi che il marketing può comunque portare anche alla funzione educativa stessa. L'elemento critico che numerosi studiosi propongono per evitare qualsiasi eccesso è l'esistenza di un enunciato della *missione* visibile, comprensibile e ricco di significato: tale enunciato deve contenere chiaramente quali segmenti di pubblico devono avere la priorità. Inoltre, qualsiasi nuova iniziativa deve essere sottoposta all'interrogativo di come si prefigga di contribuire alla missione del museo.

I principi del marketing museale potrebbero in tal modo essere applicati su tre principali fronti:

1. *conoscenza del pubblico*: sia da parte dello Stato, con ricerche su tutti i visitatori o sulla partecipazione, sia da parte dei singoli musei con ricerche sul proprio pubblico;
2. *avvicinamento al pubblico*: tramite il miglioramento dell'offerta di servizi, dell'accessibilità e delle modalità espositive;
3. *conoscenza istituzionale*: per lo sviluppo di strumenti rivolti ai potenziali donatori o volontari in modo da rendere la comunità più partecipe di un bene che già le appartiene.

Un museo orientato al marketing si caratterizzerà pertanto per una spiccata attenzione al pubblico, ai visitatori, visitatori che diventano il punto di partenza nel lavoro di pianificazione e di programmazione della struttura museale. Partendo da questo obiettivo i musei possono utilizzare, con i dovuti adattamenti, alcuni degli strumenti classici del marketing: il prodotto, il prezzo, la ricerca, la promozione, le politiche di raccolta delle risorse.

## **Il marketing del museo**

Il patrimonio museale italiano appare tuttora caratterizzato da due modelli di gestione museale: da un lato il “museo tradizionale”, cioè il museo contenitore; dall'altro lato il “museo impresa”, che mostra chiari riferimenti all'esperienza americana.

Il primo modello è chiaramente in crisi, nonostante l'aumento di interesse che i musei registrano, e nonostante le evidenti potenzialità in termini di visitatori. Quanto al secondo modello non sono poche le osservazioni critiche che si registrano soprattutto da parte degli addetti ai lavori.

Il museo tradizionale è sostanzialmente un museo *product oriented*, un'istituzione che si occupa di conservare, studiare, ricercare, inventariare, catalogare e tutelare oggetti, opere e collezioni. Nella logica dell'orientamento al prodotto “museo è dove esiste una raccolta di oggetti da conservare”.

Nel museo *market-oriented* è avvenuto il passaggio da museo oggetto che riconosce la funzione conservativa come nettamente prevalente rispetto alle altre, al museo soggetto che si pone come priorità l'erogazione del servizio museale in un'ottica di orientamento al consumatore propria della disciplina del marketing.

Il museo, anche in un'epoca fortemente caratterizzata da un post consumismo a cui si è assommato un diffuso potere massmediale, rimane in Italia, nonostante le derive verso “l'intrattenimento”, un'istituzione in cui vengono conservati ed esposti allo sguardo del pubblico beni che, usciti dal circuito economico-sociale in cui il loro valore era determinato dall'uso, hanno assunto una valenza ad alto contenuto simboli-

co, un luogo dove vengono esposti oggetti che costituiscono memoria collettiva della storia, dell'arte e dei valori su cui si regge una comunità.

Ciò non toglie che il marketing dei musei è ormai con certezza uno strumento fondamentale per raggiungere meglio i pubblici di riferimento, non solo allo scopo di aumentarne il numero ma anche di accrescerne le occasioni di crescita culturale, fatte salve le esigenze di conservazione e di ricerca.

Nonostante i problemi che ha trovato in Italia l'applicazione del modello di museo *market-oriented*, il marketing, soprattutto nell'ultimo ventennio, è stato adattato in maniera sempre più efficace al contesto peculiare dei musei e delle istituzioni culturali. Oggi anche i musei, è inutile continuare a negarlo, "sono sul mercato" e inoltre è finito il tempo degli stanziamenti assicurati. È necessario pertanto porre attenzione alla ricerca e all'uso delle risorse economiche che sono collegate, nella maggior parte dei casi, ad un dato essenziale: l'affluenza di pubblico.

Il marketing, se ben utilizzato, è utile per far crescere l'impresa museo, indicando una serie di proposte di comunicazione, gestione e sviluppo, senza far prevalere l'aspetto "consumistico" e senza snaturare la missione stessa di museo.

Il rischio di assimilare la gestione di un museo a quello di un supermercato può essere superato, se gli strumenti di marketing vengono utilizzati nel pieno rispetto della natura e dell'identità di ogni singolo museo. Ogni progetto di marketing deve cioè comportare l'impegno a calarsi nella realtà di ogni singolo museo, comprendendone qualità peculiari, assetto organizzativo, integrazione nel territorio, rapporto con gruppi di riferimento a livello locale, storia e desideri per il futuro: si deve cioè passare dal marketing museale al marketing del museo.

Il marketing può in altri termini valorizzare l'identità di OGNI museo rispecchiandone le condizioni storiche e locali nelle quali è nato ed il suo patrimonio espositivo, valorizzandone il legame con il territorio in termini di ambiente artistico e culturale e quale suo modello di lettura, trasformandolo nel punto di riferimento per tutto quanto esiste o accadrà relativamente alle attività culturali dell'area e luogo per la sua valorizzazione, fornendo infine ogni museo di uno "stile", cioè di una capacità di distinguersi e di caratterizzarsi con un proprio stile gestionale e di accoglienza.

Ogni museo potrà diventare in tal modo, attraverso questa nuova concezione di marketing, un luogo non comune, l'occasione per i visitatori di vivere un'esperienza unica ed irripetibile.



## Anche in Sicilia funzionano i musei di Antonio Gerbino

*“Il primo dovere del museo, il suo vero ed irrinunciabile compito istituzionale è l’educazione del pubblico; quella cosa molto difficile e molto importante che i nostri padri, con una bella parola oggi desueta, chiamavano incivilimento. Incivilimento è conoscenza del proprio passato (di città e di nazione) e orgoglio delle radici, è condivisione di una cultura comune, è assunzione di responsabilità. Significa attraversare i saperi e la storia per ritrovarsi, al termine del percorso, cittadini e cioè testimoni, costruttori e custodi di un progetto collettivo”*. Anch’io voglio citare Antonio Paolucci, direttore dei Musei Vaticani, che disegna un profilo dei musei irrinunciabile anche in un tempo in cui, per certi versi, essi sono diventati o aspirano a diventare parte integrante dell’industria del tempo libero.

I musei sono istituzioni complesse che svolgono la delicata funzione di luogo privilegiato dell’identità culturale e possono sempre più svolgere quello di promotori del dialogo tra culture diverse.

Per queste ragioni, per essere all’altezza di una missione così importante, tutte le attività di un museo moderno vanno adeguatamente e attentamente comprese all’interno di un progetto unitario senza il quale è difficile realizzare una gestione efficace e soddisfare le esigenze dei visitatori. E’ il pubblico l’elemento che più è cambiato negli ultimi decenni nella vita dei musei ed è proprio il pubblico che chiede ai musei di adeguarsi. Tra il 1992 e il 2002, con l’introduzione della cosiddetta *Legge Ronchey*, i visitatori sono aumentati del 100% e una nuova qualità dei servizi ha cambiato radicalmente la qualità della fruizione.

Nel sistema museale siciliano, pur in presenza di uno straordinario patrimonio e di autonomia legislativa, il processo di innovazione non è stato in linea col resto d’Italia proprio perché è mancato un progetto capace di guidarlo. Esistono però alcune esperienze significative che hanno raggiunto, nell’arco di alcuni anni, i risultati attesi dagli addetti ai lavori e il gradimento del pubblico.

La Civica Galleria d’Arte Moderna di Palermo quando nel 2006, dopo quasi un secolo di vita, trasferisce la sua sede dal Ridotto del Teatro Politeama al Complesso monumentale di Sant’Anna elabora il suo progetto di “museo nuovo” fondato su un nuovo ordinamento scientifico e su un nuovo modello di fruizione. La Direzione del Museo e l’Amministrazione comunale decidono di investire sulla nuova realtà museale e di affidare, con un bando pubblico, ad un partner privato i servizi museali del nuovo spazio espositivo come l’accoglienza e l’informazione, la biglietteria, il book & art shop, la didattica, l’editoria, la caffetteria e il ristorante, la comunicazione. Da quel momento, attraverso un confronto costante e rigoroso, direzione scientifica e direzione dei servizi museali hanno portato avanti un progetto condiviso con una vera logica di partenariato pubblico-privato.

Innanzitutto sono stati definiti e successivamente rispettati tutti gli standard qualitativi di base: la regolarità degli orari di apertura, l’accessibilità, la facilità di reperimento delle informazioni. Contestualmente sono stati identificati gli obiettivi più importanti da perseguire nel primo triennio di attività: valorizzare la funzione educativa del Museo e costruire un nuovo rapporto con la città e con la comunità nazionale dei musei.

L’attività didattica rivolta alle scuole e alle famiglie è stata e continua ad essere il vero cuore pulsante della Galleria d’Arte Moderna. Nel primo triennio hanno visitato la collezione 52.000 ragazzi di cui circa 15.000 hanno partecipato a circa 600 visite guidate o laboratori. L’offerta didattica, curata da un apposito

staff specializzato, viene rinnovata ogni anno con l'obiettivo di raggiungere fasce sempre nuove di pubblico giovanile ma anche tutti gli altri servizi sono concepiti e organizzati come un sistema integrato di accompagnamento della visita al Museo.

Anche la caffetteria-ristorante del Museo lavora in sintonia con il progetto generale. *GourmArt alla GAM* non è un ristorante *nella* Galleria ma *della* Galleria. La scelta dei prodotti, gli indirizzi della cucina, la struttura e la cadenza dei menù - fino al recupero filologico di piatti e ricette della tradizione - sono funzionali alla struttura espositiva e ispirate alle attività didattiche e culturali che vi si svolgono. Arte, agroalimentare di qualità e cultura gastronomica agiscono in maniera corale nei Menù *GourmArt*, proposte gastronomiche tematiche e mensili costruite attorno ad un movimento artistico, una corrente letteraria, un particolare contesto storico o una figura significativa della cultura siciliana di ieri o di oggi.

## L'Italia è "un paese per vecchi". Diamo spazi al contemporaneo di Giovanna Cirino

Vivere il presente significa comprendere il proprio tempo, avere lo stato d'animo adatto per guardare e sentire. Nell'anno delle celebrazioni per il 150° anniversario dell'Unità d'Italia, gli amministratori amano ricordare che il Belpaese "contiene" la più alta percentuale di capolavori al mondo. Un vanto tutto nostrano che continua a far vivacchiare di memoria e di "eredità", ma che – tranne in alcuni sparuti casi nel nord dello Stivale – non è adeguatamente sostenuto da investimenti alla cultura indispensabili per poterlo perpetuare.

Parlare di musei d'arte contemporanea significa necessariamente parlare di architettura contemporanea. Il *Centre Pompidou*, inaugurato a Parigi nel 1977, ha lanciato una generazione di nuovi musei "griffati", destinati ad accogliere quell'arte "freschissima". Il "contenitore", la "scatola" appositamente progettata, ha spinto le *archistar* a cimentarsi con il tema compositivo di maggiore interesse: il museo. Negli anni Ottanta, per molti paesi dell'Europa e del Nord America, l'affermazione in campo economico si è espressa – come accadeva nel Medioevo con la costruzione delle cattedrali e nell'Ottocento con i grandi teatri – attraverso la funzione simbolica affidata ai "super-musei" che da "Tempio dell'arte diventano cattedrali dei nostri tempi" in grado di attrarre milioni di "pellegrini".

La situazione italiana rappresenta un caso a sé: ha progressivamente perso forza propulsiva, divenendo incapace di proporre "nuove" architetture museali. Queste si sono limitate infatti – tra gli anni Cinquanta e Sessanta – ai musei archeologici sorti nelle aree di scavo del Meridione. E' Franco Minissi, in particolare, a realizzare, dopo il riallestimento del Museo etrusco di Villa Giulia a Roma, i musei di Agrigento, Gela e Siracusa. Il "modello italiano" viene piuttosto definito quale "museo interno", in quanto si configura come ri-funzionalizzazione di edifici monumentali risultato di sapienti restauri – il 90% dei nostri musei è infatti ospitato in contenitori storici – che vedono impegnati maestri della museologia nazionale: Franco Albini, Carlo Scarpa, i Bbpr, ma anche Giovanni Michelucci e Ignazio Gardella. Sebbene di grande eleganza formale firmata *made in Italy*, non sempre questa tipologia risulta congeniale alle esigenze dell'arte contemporanea.

Il deficit strutturale nella realizzazione "ex novo" di spazi museali svincolati dal recupero dell'architettura storica, pone il sistema-Italia in una condizione di disparità a livello internazionale. Gli esempi del *Mart* di Rovereto, della *Pinacoteca Agnelli* e della *Fondazione Sandretto Re Rebaudengo* di Torino, fino all'ambizioso e celebrato complesso del *MaXXI* a Roma, non sono sufficienti per poter parlare di un "unitario" aggiornamento del sistema espositivo nazionale destinato all'arte contemporanea.

E nell'isola felicissima di Sicilia qual è l'arte del presente? Come e dove è esposta? Esistono architetture dei nostri giorni per contenerla?

Seguendo gli esempi d'Oltralpe, ci si poteva aspettare che anche per ospitare il *Museo d'Arte Contemporanea della Sicilia* a Palermo e la *Fondazione Puglisi Cosentino* a Catania si investisse su firme internazionali del calibro di Frank Gehry, di Norman Foster o di Zaha Hadid, contando su una sicura ricaduta economica. Si è preferito invece puntare sulle due "stelle" più luminose dell'architettura dell'ultima "avanguardia" siciliana: Giuseppe Venanzio Marvuglia e Giovan Battista Vaccarini – la cui fama non è in discussione – rivisitati nell'ancora vigente modello del "museo interno". Come è noto, infatti, le due realtà sono state accolte nelle *fabbriche* settecentesche di Palazzo Belmonte-Riso e di Palazzo Valle, prestigiose ma non proprio di ultima generazione.

La *Fondazione Orestiadi* di Ghibellina, dopo il terremoto del '68, ha invece creato un grande museo a cielo aperto, un ponte tra il "Cretto" di Burri e il patrimonio espresso dalla città ricostruita.

Quella dell'esposizione *en-plain air* è una soluzione dinamica più volte utilizzata in Sicilia nella sfida del contemporaneo, come nel caso della *Fondazione Fiumara d'Arte*, che con una collezione di opere monumentali ha trasformato il territorio in un vero e proprio luogo simbolico.

Operazione *in progress* a Librino, con *TerzOcchio Meridiani di Luce*, dove percorsi artistici si snodano sulle facciate dei palazzi della periferia catanese, e nel Parco archeologico di Agrigento, che, per rispondere all'insaziabile appetito di novità, dissemina tra i templi greci opere scultoree in mostre temporanee. Il fervore nei confronti del contemporaneo ed una indubbia vivacità nello sperimentare nuove soluzioni spaziali per la creatività sono assai diffusi in tutta l'isola: come gli esempi di *Epicentro*, nella frazione di Gala, del comune di Barcellona Pozzo di Gotto, un'insolita collezione d'arte contemporanea di centinaia di "mattonelle d'autore" che documentano i maggiori movimenti e le tendenze artistiche, da Corrente fino alle ultime generazioni; ma anche del *MAACS-Museo di Architettura e Arte Contemporanea di Savoca*, in cui, in uno dei borghi più belli d'Italia, si sta per inaugurare un'iniziativa che si colloca nel più ampio progetto di "città-museo". A questi esempi si aggiunge a Palermo, il *Centro d'Arte Piana dei Colli*, giovane realtà espositiva, ospitato nelle sale di Villa Alliata-Cardillo.

In un panorama intimidito dal "nuovo" rappresentato nell'isola dalle arti figurative più che dalla letteratura o dal cinema, altro esempio di attenzione ancora embrionale verso i problemi e le forme dell'arte contemporanea è costituito dai numerosi musei gestiti dagli enti locali: la *Galleria Civica d'Arte Contemporanea* a Siracusa nell'ex convento di Montevergini in Ortigia (al momento priva di una direzione e in attesa di essere rilanciata dall'assessorato alla cultura); la *Galleria provinciale d'Arte Moderna e Contemporanea* a Messina, allestita all'interno del Palazzo dei Leoni; la *Civica Galleria d'Arte Moderna e Contemporanea Renato Guttuso* di Bagheria, a Villa Cattolica; l'*Ente Mostra di Pittura "Città di Marsala"*, con più di quarant'anni di attività, ed il *Museo di Arte Contemporanea* di Gibellina, costretto in un'ala al piano terra di un Istituto comprensivo, che per mancanza di spazi espone solo parzialmente, in ambienti privi di climatizzazione, la sua straordinaria collezione di circa millenovecento pezzi.

Ci chiediamo se utilizzando le ingenti risorse messe appositamente a disposizione da alcune linee di intervento del PO-FESR Sicilia 2007-2013, si riusciranno a realizzare "nuove" architetture pensate per interagire con l'arte contemporanea ed incoraggiarla.

## **La Rete dei Musei della Valle del Belice: l'identità di un territorio come nuova risorsa** di Enzo Fiammetta e Giuseppe Salluzzo

*Un museo: conserva, protegge e valorizza gli oggetti legati alla tradizione e alla memoria storica, culturale o sociale di un popolo, di un'etnia o di una comunità*

*...può raccogliere collezioni legate all'arte, storia, scienza, alle tradizioni popolari...*

*In un'accezione più nuova del concetto di museo, questo può essere inteso come spazio aperto, quando un territorio è fortemente caratterizzato da un tessuto urbano di particolare interesse o da un sistema di emergenze architettoniche, unitario e di particolare interesse.*

È trascorso un anno dai primi incontri, promossi da Legambiente Sicilia per la costituzione di una Rete dei Musei della Valle del Belice.

Tutti i Comuni della Valle del Belice: Castelvetro, Contessa Entellina, Gibellina, Giuliana, Menfi, Montevago, Partanna, Poggioreale, Roccamena, Salaparuta, Salemi, Sambuca di Sicilia, Santa Margherita Belice, Santa Ninfa, Vita, hanno deliberato con atto amministrativo, l'adesione al progetto e insieme a questi aderiscono la Provincia Regionale di Trapani, l'Azienda Foreste Demaniali di Trapani, la Fondazione Orestiadi di Gibellina, La Rotta dei Fenici, il CRESM, le Riserve Naturali: della Foce del Fiume Belice e Dune Limitrofe, della Grotta di Santa Ninfa e della Grotta di Entella. Le riunioni hanno visto la partecipazione del dirigente e dei funzionari del Servizio Polo Museale della Val di Mazara dell'Assessorato regionale dei Beni culturali e dell'Identità siciliana e della Direzione del Parco di Selinunte e Cave di Cusa "Vincenzo Tusa".

In tutti c'è la sensazione della necessità di dover percorrere tale strada, a fronte dell'attuale fragilità delle strutture museali, che oltre a dovere operare con fondi esigui, scontano la mancanza di un progetto culturale e di sviluppo comune.

C'è consapevolezza che l'identità di ogni luogo o piccolo centro del Belice, di cui i musei sono espressione, abbia la possibilità di consolidarsi solo in un sistema integrato a scala territoriale.

Per raccontare una storia, che non è solo quella dei singoli luoghi, ma quella di tutti i paesi della Valle del Belice, per riflettere sul concetto di appartenenza e di comunità nasce la Rete dei Musei della Valle del Belice.

La storia delle arti antiche, del suo territorio e paesaggio, delle sue modificazioni geologiche, dei grandi maestri del contemporaneo, è documentata in alcuni musei già fortemente strutturati e storicizzati e in altri di recente formazione.

Sorge oggi l'esigenza, a partire da croniche carenze strutturali, di tentare la formazione di un sistema di musei, comprendendo in essi anche le emergenze architettoniche e paesaggistiche del Belice.

Si ha la consapevolezza che solo attraverso la creazione di una rete dei musei si possano superare i limiti, per una significativa valorizzazione del ricchissimo e inestimabile patrimonio di cui siamo testimoni.

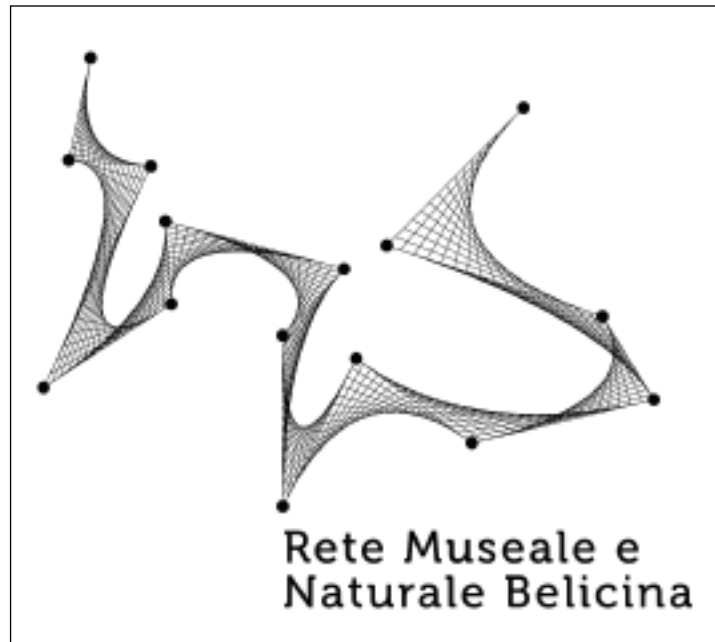
L'idea è quella di operare per un museo del territorio del Belice che, a partire dalle singole istituzioni, dia una lettura continua della storia, dell'arte, della cultura materiale, dell'architettura e del paesaggio e che ne consenta la conoscenza, conservazione e valorizzazione.

Alla Rete concorrono strutture con storie diverse, alcuni musei sono già ben organizzati e inseriti negli itinerari turistici, altri in fase di definizione perché di recente formazione. Si è detto che già la creazione della Rete, l'impegno delle Amministrazioni e degli enti, il bisogno di incontrarsi, di discutere sui temi legati al museo della città, è un primo successo se consideriamo la nostra comune indole. Ma non basta.



Nelle prossime settimane sarà ufficialmente presentata la Rete dei Musei della Valle del Belice: il logo, gli elementi grafici che contraddistinguono gli aderenti alla Rete e la stampa di una brochure con una breve descrizione delle singole strutture.

L'entusiasmo di tutti è un bene prezioso che merita il raggiungimento di più ampi obiettivi, come la formazione del personale per accogliere i visitatori e per la didattica museale; la creazione di laboratori per bambini; il merchandising, che apre i musei alle strutture produttive e artigianali del Belice; lo stimolo per la creazione di un'efficace rete di trasporti: queste sono alcune delle possibili direzioni di lavoro che la Rete dei Musei della Valle del Belice vuole percorrere, insieme alle strutture istituzionali, Soprintendenza, Amministrazioni locali, provinciali e regionali.



Il nuovo logo della neonata Rete Belicina

## **Belice/EpiCentro della memoria viva: un “percorso di visita” in continuo mutamento** di Giuseppe Maiorana

*“Se l’occhio non si esercita, non vede.  
Se la pelle non tocca, non sa.  
Se uomo non immagina si spegne”  
Danilo Dolci, da *Il limone lunare**

“Belice/EpiCentro della memoria viva” racconta diversi segmenti della storia, della memoria e della coscienza della Valle del Belice.

Ospitato in una porzione del piano terreno della struttura del CRESM (Centro Ricerche Economiche e Sociali per il Meridione), è caratterizzato da un percorso espositivo suggestivo ed esplorativo. Il fruitore curioso potrà scegliere di considerarlo come punto di partenza per tracciare il suo viaggio in questi luoghi e paesaggi attraversati dal tempo, dai movimenti popolari e dagli eventi naturali.

Il progetto di allestimento tiene in considerazione del come una determinata area territoriale possa riacquistare un diverso interesse turistico e culturale mediante un’operazione di salvaguardia e di valorizzazione specie se messo in relazione con “la coscienza e la memoria” dell’intero popolo belicino.

Il fruitore attraversando questo luogo potrà trovare informazioni, immagini, documenti e testimonianze dirette di chi ha vissuto e continua a vivere questi luoghi; avrà la possibilità di visionare l’archivio del Centro Studi e Ricerche per la Piena Occupazione, del Centro Studi Valle del Belice, del CRESM e del Centro Studi per lo Sviluppo Creativo Danilo Dolci (le iniziative di pianificazione popolare, la nascita delle cooperative, etc).

Lo spazio si propone di divenire luogo sempre più vivo al fine di dare la possibilità ai nuovi “viaggiatori” che arriveranno, ma anche e soprattutto ai cittadini di questa Valle, di contribuire a renderlo tale con la partecipazione attiva attraverso le testimonianze materiali o esperienze raccontate.

Lo spazio è suddiviso in sezioni: gli avvenimenti passati, presenti e futuri dell’area belicina:

### **– Passaggio nel Belice: marce, scosse naturali ed umane**

il pre-Sessantotto: dall’arrivo di Danilo Dolci in Sicilia alle prime mobilitazioni popolari;

il Sessantotto: le prime scosse naturali, il freddo e la paura per la perdita della propria città e della propria identità;

il post-Sessantotto: città distrutte, città ricostruite, città utopiche e l’incontro con l’arte e l’architettura contemporanea.

### **– Passaggio delle coscienze**

un ideale passaggio composto dai ritratti di uomini noti e meno noti che hanno permesso lo sviluppo di questa Valle.

### **– Voci in movimento**

la memoria o le memorie autobiografiche: il racconto dei fruitori dello spazio, esperienze condivise utili per la diffusione e la conservazione delle coscienze. Un video box permette di raccogliere le testimonianze volontarie dei cittadini che vivono in questa Valle o dei visitatori che transitano in questi territori.

### **– Sala Video**

scoprire la Valle del Belice attraverso un’ampia selezione di video documentari e trasmissioni televisive.

### **– Spazio didattico e multimediale**

pannelli integrativi didattici, postazioni multimediali con informazioni per il viaggiatore...



## **I musei naturalistici come scrigno di biodiversità**

di Fabio Lo Valvo

Grazie all'impegno di numerose realtà didattico-museali presenti in Sicilia e di docenti delle scuole siciliane, la parola biodiversità è ormai diffusa e nota ad un gran numero di studenti e al grande pubblico desideroso di cultura e fruitore dei Beni culturali. Ma, nonostante tutto, continuano ad essere molte le persone che ignorano la presenza nell'isola di realtà istituzionali, grazie alle quali viene garantita la tutela e valorizzazione di un patrimonio naturalistico che ammonta a diverse centinaia di migliaia di reperti tra farfalle, conchiglie, fossili, uccelli, ecc.

Per vari motivi, sia etici ma soprattutto giuridici, è quasi impossibile, o comunque molto difficile, riuscire a realizzare nuove collezioni paragonabili a quelle del passato, sia per quantità che per qualità. Ciò è dovuto al fatto che molte specie sono oggi poco diffuse e con popolazioni sempre più ridotte vicine alla scomparsa locale, se non malauguratamente all'estinzione. Per scongiurare tale pericolo il legislatore, infatti, è dovuto intervenire - in linea con trattati, direttive e convenzioni internazionali - promulgando provvedimenti specifici orientati alla protezione di animali e piante, con misure sempre più rigide finalizzate alla salvaguardia delle popolazioni selvatiche, anche regolamentandone il loro commercio.

Questo patrimonio, che la legge regionale identifica come beni naturalistici, è raccolto in classiche collezioni sistemate secondo rigide classificazioni scientifiche con un elevato valore per la ricerca biologica, o organizzato e inserito in contesti espositivi, prevalentemente con scopi didattici, come teche corredate da didascalie o diorami in cui sono ricostruiti scorci di ambienti naturali. Il tutto diligentemente inventariato e conservato con cura. Ciascun reperto raccolto in Sicilia è testimone di quella che è, o è stata, la storia naturale dell'isola su cui si fonda la sua identità.

Le suddette istituzioni, nonostante le ridottissime risorse finanziarie ed umane specializzate, con grandi sforzi organizzativi riescono ad offrire ad un pubblico sempre più vario, una serie di servizi culturali, anche di elevato livello scientifico, sempre alla portata di tutti. Laboratori didattici, corsi di formazione, convegni e conferenze, partenariati, dottorati di ricerca, consulenze per altre istituzioni, borse di studio, ecc. hanno contribuito, e forse lo continueranno a fare, alla crescita culturale e alla diffusione della cultura scientifica.

A questa realtà istituzionale va aggiunta anche quella custodita dai privati, non meno importante e di elevato valore. La speranza è che queste non facciano la fine della collezione ornitologica Whitaker o della collezione entomologica La Greca che per lungaggini burocratiche e una grave indifferenza mostrata dall'Amministrazione regionale per i beni naturalistici sono andate fuori dalla Sicilia, aggiungendo un grande valore ad altre realtà museali italiane e straniere.

Già nel 1991 il legislatore aveva evidenziato il valore di questo patrimonio, di vario genere, custodito nei musei individuando una serie di istituzioni diffuse sul territorio regionale che dovevano essere dei poli culturali di riferimento. Con riferimento ai beni naturalistici, l'istituzione nel 2000 del Museo regionale di Storia Naturale e mostra permanente del carretto siciliano aveva aperto grandi speranze viste le potenzialità della sede e delle collezioni. Sono trascorsi dieci anni e questa volontà non si è manifestata concretamente, perché l'Amministrazione non si è preoccupata di avviare parallelamente tutto ciò che era necessario. È, purtroppo, i numeri riportati nella Tabella 1 riportata alla fine sul numero dei visitatori al Museo dal 2003 al 2010 ne sono una tragica testimonianza. Ad esempio, per quanto riguarda il personale tecnico, la regione alla fine degli anni Novanta aveva bandito dei concorsi per l'assunzione di vari tecnici fra archeo-

logi, geologi, architetti, storici dell'arte e naturalisti. Ad oggi tutti sono stati conclusi ad eccezione di quello per 11 naturalisti che, come è comprensibile, certo non è in linea con le volontà espresse dal legislatore venti anni fa e attualmente il Museo è sprovvisto di tecnici naturalisti!! Inoltre, i fondi assegnati annualmente sono insufficienti per la programmazione e la normale gestione delle manifestazioni e mostre. Difficile pertanto risulta attivare collaborazioni e partenariati con altre istituzioni, non solo regionali, per l'avvio di iniziative culturali di grande interesse o inserirsi in circuiti di divulgazione scientifica in ambito nazionale. Solo i cittadini del nord (Milano) e centro Italia (Roma) hanno avuto la possibilità di visitare la grande mostra su Darwin che, se pur realizzata per girare in tutto il mondo, non è stato possibile farla vedere anche ai cittadini del sud!!

Alle suddette carenze, che limitano la fruizione di questo patrimonio, vanno aggiunte anche le assurde discriminazioni che pongono questi beni ad un livello di serie B rispetto ad altri Beni culturali. Ad esempio, mentre ai beni storico-artistici, archivistici, archeologici, ecc. sono destinate somme per la conservazione ed il restauro dei reperti, la stessa opportunità non è data ai beni naturalistici. Insetti, uccelli, essiccati con più di 100 anni, essendo costituiti da materiale biologico facilmente deteriorabile, hanno bisogno di regolari interventi di manutenzione conservativa. Non si comprende perché le piume di struzzo che adornano un cappellino di una dama dell'Ottocento hanno più possibilità di attenzione e cura di quelle che adornano un magnifico esemplare di *Struthio camelus* inserito in un diorama che illustra la biodiversità di uno degli habitat più affascinanti del pianeta nel continente africano: il Sahara.

Vista la molteplicità delle realtà e la loro diversità si rende necessaria la costituzione di una rete dei musei naturalistici siciliani, con lo scopo di mettere in atto diverse attività per la valorizzazione del proprio patrimonio culturale.

In particolare la potenziale rete potrà:

attivare prestiti tra le varie sedi per la migliore fruizione del patrimonio culturale ovunque esso si trovi custodito;

permettere, attraverso la realizzazione di mostre itineranti, la diffusione della cultura scientifica;

realizzare una moderna banca dati di tutti i reperti anche per la ricerca scientifica in Italia e all'estero;

formare e aggiornare il personale tecnico delle amministrazioni pubbliche riguardo le problematiche connesse alla conservazione, gestione e cura del patrimonio naturale e naturalistico;

promuovere e sostenere la nascita di attività e siti culturali diffusi in tutto il territorio regionale, evitando una forte centralizzazione e valorizzando l'identità locale.

**Tabella 1 - Visitatori del Museo regionale di Storia Naturale, anni 2003-2010**

Anno	Numero visitatori		
	Paganti	Gratuiti	Totale
2003	1.929	7.598	9.527
2004	1.681	9.061	10.742
2005	1.515	8.997	10.512
2006	1.518	7.044	8.562
2007	1.980	7.420	9.400
2008	1.989	9.714	11.703
2009	1.668	8.578	10.246
2010	1.681	8.418	10.099

## IPOTESI DI RETE DEI MUSEI NATURALISTICI SICILIANI

Museo regionale di Storia Naturale e mostra permanente del carretto siciliano, Terrasini	PA
Erbario Mediterraneo, Palermo	PA
Esposizione naturalistica Finestrelle, Riserva Naturale Grotta di S.Ninfa	TP
Esposizione naturalistica Parco Naturale dei Nebrodi, Alcara Li Fusi	ME
Esposizione naturalistica Riserva Naturale Zingaro	TP
Museo civico di Storia Naturale, Comiso	RG
Museo civico Minà Palumbo, Castelbuono	PA
Museo civico, sezione naturalistica, Termini Imerese	PA
Museo di geologia e paleontologia “Gemmellaro” dell’Università di Palermo	PA
Museo di Storia Naturale I.T.G. Parlatore, Palermo	PA
Museo di Storia Naturale, Randazzo	CT
Museo di zoologia “Cambria” dell’Università di Messina	ME
Museo di zoologia “Doderlein” dell’Università di Palermo	PA
Museo di zoologia dell’Università di Catania	CT
Museo Didattico di Storia Naturale, Niscemi	CL
Museo Mandralisca, Cefalù	PA
Museo Mineralogico, Paleontologico e della Zolfara	CL
Museo naturalistico “Rizzo”, Longi	ME
Museo Ambientale Madonita, Polizzi	PA
Museo naturalistico, Gratteri	PA
Museo naturalistico, Prizzi	PA
Museo paleontologico, Catania	CT
Osservatorio Paleontologico Siciliano	PA
Raccolta ornitologica “Burgio”, Mazara del Vallo	TP
Raccolta ornitologica Assessorato regionale Agricoltura e Foreste	PA
Raccolta ornitologica Seminario Arcivescovile Messina	ME
Raccolta ornitologica, Chiaramonte Gulfi	RG
Raccolta zoologica Educandato Maria Adelaide, Palermo	PA
Raccolta zoologica Liceo Empedocle, Agrigento	AG
Raccolta zoologica Scuola Piazza, Palermo	PA



## **L'ecomuseo, patrimonio di una comunità\*** di Carlo Petrini

Non esistono soltanto musei che si possono visitare entrando in un edificio, ma ci sono anche gli ecomusei. La loro è una storia iniziata negli anni Settanta in Francia, ma che ha trovato terreno fertilissimo in Italia in anni più recenti, con la loro istituzione mediante leggi regionali. Si tratta di musei aperti, viventi, che al contenitore classico (l'edificio) sostituiscono un intero territorio, alla collezione esposta il patrimonio materiale e immateriale della comunità, mentre il pubblico che ne fruisce è in primis la popolazione stessa e poi chi ha il piacere di visitare quelle zone.

L'ecomuseo è quindi un concetto, complesso che si può tradurre in miriadi di attività diverse in grado di acquistare ancor più valore se messe in rete. Ci sono ecomusei dedicati al paesaggio, ad antichi mestieri o a produzioni locali storiche, alla memoria, a minoranze culturali o a interi ecosistemi plasmatis da secoli di attività agricola. La lista è infinita e spesso diverse cose si combinano tra loro. Essi rappresentano un territorio e la sua specificità, ma alla staticità dell'esposizione museale classica sostituiscono la vitalità di un progresso continuo, espressione della comunità, di ciò che è stato e ciò che potrà essere un luogo.

Da qualche anno si è arrivati a una definizione condivisa: "Un patto con il quale la comunità si prende cura di un territorio". Cura: una parola fondamentale per chi vuole esprimere amore per qualcosa, e che viene troppo spesso ignorata da chi dovrebbe tutelare il nostro patrimonio ambientale e culturale.

Un ecomuseo è un orizzonte spazio-temporale in cui ritrovare i ritmi del passato, i quali si ricombinano in pratiche che dialogano con il presente. Uno spazio in cui si può individuare nella tradizione un percorso comune per ricostruire un futuro di umanità. È un nuovo modello di sostenibilità, che protegge e patrimonializza tanto la biodiversità quanto la nostra etnodiversità.

La rete in Italia è partita nel 1995 dal Piemonte, che oggi fa da capofila. In tempi di crisi questi progetti sono tra i primi a soffrire della scarsità di risorse pubbliche, ma ormai sono una realtà importante del Paese e siccome i progetti sono affidati alle comunità stesse, a tanti volontari, siamo sicuri che continueranno a sopravvivere e a proliferare.

Gli ecomusei sono un modo esemplare di vivere slow la propria terra; messi tutti insieme sono un catalogo della ricchezza del nostro Paese e una risorsa turistica non indifferente.

Oltre alla varietà di esperienze del Piemonte, che vanta il sedici per cento del territorio regionale sotto forma di ecomuseo, vorrei citare su tutti l'ecomuseo del Casentino in provincia di Arezzo. Esso permette di leggere nella sua completezza e ricchezza una zona un po' fuori dalle rotte turistiche più battute, e dimostra come l'ecomuseo sia un ottimo strumento per valorizzare zone ritenute marginali. Raccoglie, nel contesto dei comuni della Comunità Montana Casentina, diversi sistemi che fanno capo ad altrettanti centri documentali o laboratori: il sistema dei castelli, i sistemi del bosco e dell'acqua, quello agro-pastorale ma anche quelli manifatturiero e archeologico. C'è una "banca della memoria" a testimonianza di quanto le esperienze passate siano importanti e cruciali per il nostro sguardo rivolto in avanti, ma è bellissimo come si sviluppi attraverso i temi portanti degli insediamenti in questa regione, curando tanto le attività dell'uomo, quanto la natura circostante e le continue interazioni tra di loro.

Gli ecomusei sono un baluardo di cui si parla poco in un Paese che oggi sembra franare: meritano sostegno perché sono un modo di avere cura dell'Italia, nonché una via concreta al turismo sostenibile.

\* pubblicato da La Repubblica il 24 novembre 2010

## La nascita degli ecomusei, come modello di sviluppo sostenibile

Gli ecomusei sono nati all'inizio degli anni Settanta del secolo scorso come conseguenza di spinte diverse verso la "Nuova Museologia", una corrente di pensiero nata fra la fine degli anni Sessanta e l'inizio del decennio successivo, e che ha avuto un ruolo fondamentale nella elaborazione del concetto di ecomuseo.

Un momento di passaggio simbolico e importante è rappresentato dalla conferenza dell'ICOM a Santiago del Cile nel 1972. Qui i delegati dei musei di tutto il mondo stabiliscono i contorni del nuovo museo.

La riforma necessaria, si disse allora, è basata su pochi semplici principi: il museo è al servizio dell'uomo e non viceversa, tempo e spazio non devono essere imprigionati all'interno di muri e porte, l'arte non è la sola espressione dell'umanità (nel senso che esiste anche ciò che oggi definiamo "cultura materiale"); il professionista museale è un essere sociale, un attore del cambiamento, al servizio della comunità; il visitatore non è un consumatore passivo ma un essere creativo che può e deve partecipare alla costruzione del futuro, ossia all'attività di ricerca del museo.

L'intenzione dei delegati era quella di applicare questi principi a tutti i musei, di qualsiasi tipologia, ma furono soprattutto teorizzati dai museologi George Henry Rivière e Hugues de Varine gli ecomusei, le cui prime realizzazioni si vedono in Francia.

Ecco allora che, per rispondere alla visione della "Nuova Museologia", l'ecomuseo non è confinato fra le quattro mura di un edificio, ma comprende emergenze culturali sparse sul territorio, come impianti produttivi di una volta, dai mulini alle fornaci per la calce, come immobili tradizionali o opere di trasformazione del terreno, quali canali o terrazzamenti o anche fortificazioni.

Comprende in genere itinerari attrezzati per permettere una fruizione diversa da quella di un museo tradizionale.

E questo non basta perché, come si diceva, esiste anche un aspetto immateriale del patrimonio che va considerato e sarà quindi necessario farlo vivere e non solo difenderlo; ciò rende necessaria la partecipazione convinta degli abitanti di oggi del territorio dell'ecomuseo.

L'ecomuseo, secondo la definizione dell'IRES (Istituto di Ricerche Economiche Sociali del Piemonte), è un modello di sviluppo locale sostenibile fondato su un patto con il quale una comunità si impegna a prendersi cura del proprio territorio:

- per "patto" si intende non come un insieme di norme che obbligano o proibiscono qualcosa, ma un accordo non scritto e generalmente condiviso;
- la "comunità" intesa come un insieme di soggetti protagonisti costituiti non solo dalle istituzioni, i quali hanno un ruolo propulsivo importantissimo, ma anche dai cittadini e dalla società locale;
- con il termine "prendersi cura" si intende conservare ma anche saper utilizzare, per oggi e per il futuro, il proprio patrimonio culturale, in modo da aumentare il valore anziché consumarlo;
- "territorio" inteso non solo in senso fisico, ma anche come storia della popolazione che ci vive e come segni materiali e immateriali lasciati da coloro che lo hanno abitato nel passato.

L'ecomuseo, inteso come modello di sviluppo locale sostenibile, deve conservare il patrimonio territoriale lì dove quel patrimonio è stato costruito e dove viene quotidianamente modificato (ovviamente cercando di governare queste attività di trasformazione). In queste attività l'ecomuseo non può fare a meno di coinvolgere gli abitanti, senza il cui concorso sarebbe del tutto inefficace la sua realizzazione.

Sono previste anche attività di ricerca che non sono mirate a un generico aggiornamento delle conoscenze sul patrimonio ma sono finalizzate a specifiche azioni che l'ecomuseo decide di compiere consapevolmente per valorizzare un determinato aspetto del territorio e per favorirne lo sviluppo.

Queste azioni sarebbero tuttavia inefficaci se non venissero decise e svolte *in situ* all'interno di un quadro condiviso localmente (abitanti e amministrazioni).

Ci sono dei requisiti minimi per la nascita di un ecomuseo e, in quanto istituzione museale, deve svolgere determinate funzioni:

- cura delle collezioni;
- ricerca;
- comunicazione culturale.

Il patrimonio dell'ecomuseo sono il territorio e la cultura dei suoi abitanti. Le costruzioni e le infrastrutture legate alle attività tradizionali che nel corso del tempo ne hanno modificato il paesaggio saranno, dunque, i suoi reperti principali, insieme a oggetti di lavoro e di uso quotidiano utili a descrivere gli stili di vita della popolazione così come elementi immateriali quali racconti, aneddoti, canti, tradizioni culinarie, dialetti e così via.

La volontà di alcuni abitanti di impedire la sparizione di questo tipo di patrimonio, unitamente alla disponibilità di un immobile di qualche valore storico, spingono alla costituzione di un ecomuseo, tuttavia non è detto che questa strada sia la migliore e neppure che sia percorribile.

Nel caso del patrimonio territoriale non è possibile preservare se contemporaneamente non si rende consapevole la società locale del valore del territorio che abita. A che servirebbe conservare perfettamente un immobile tradizionale se nel frattempo i residenti, inconsapevoli della ricchezza che quelle architetture rappresentano, ristrutturano, ampliano gli edifici o ne costruiscono di nuovi secondo canoni che alterano in modo irreversibile il carattere del luogo? Un museo che non sia integrato nel proprio territorio o sia avulso dalla società locale è un cattivo museo, una istituzione elitaria e poco utile.

Un ecomuseo lontano dal territorio e senza un consenso locale che vada oltre la ristretta cerchia dei funzionari pubblici, semplicemente non può esistere come tale.

La consapevolezza dell'impegno e delle responsabilità a lungo termine che ci si assume con la costituzione di un ecomuseo deve essere ben presente nella fase iniziale del suo progetto e deve condurre innanzitutto a prendere in esame tutte le possibili alternative.

La sua realizzazione è una scelta forte, che impegna una comunità, amministratori e cittadini, in un lavoro serio e costante nel tempo.

Il 27 gennaio 2010 l'on. Concetta Raia ha presentato all'Assemblea Regionale Siciliana il disegno di legge n. 511 "Istituzione degli ecomusei della Sicilia". Anche se l'impostazione di questa proposta legislativa appare incentrata sul riconoscimento di strutture già esistenti e non sulla promozione dal basso, dal territorio, dalle comunità, di queste inedite e particolari esperienze museali, ci sembra un buon terreno di discussione e di confronto. E se, finalmente, si iniziasse anche in Sicilia, e nelle sedi istituzionali in maniera specifica, questo dibattito, con l'obiettivo di definire e approvare una legge regionale sugli ecomusei, già questa sarebbe una bella e utile notizia.

## La proposta di una Carta dei diritti dell'utente dei musei

*Il pubblico che visita i musei è diventato, anche in Sicilia, sempre più esigente e alla ricerca di una proposta culturale differenziata e di qualità.*

*I musei siciliani, mantenendo i loro fondamentali compiti di conservare, tutelare e diffondere la conoscenza dei Beni culturali in essi raccolti, valorizzando le testimonianze di una cultura collettiva di cui tutti hanno diritto di godere, devono adesso essere considerati, prima di tutto, un'istituzione al servizio della società e del loro pubblico.*

*Senza alcuna intenzione di relegare in secondo piano l'alto profilo scientifico che è e resta alla base dell'idea di museo, si vuole, con la proposta di definire una Carta dei diritti dell'utente dei musei, porre il problema della qualità della gestione di un museo e quello della soddisfazione del visitatore.*

*La sua definizione e diffusione avrebbe un valore prevalentemente etico e avrebbe lo scopo principale di dare una rinnovata consapevolezza all'attenzione che l'intero staff museale normalmente rivolge alle persone che utilizzano il museo per piacere estetico, per godimento del tempo libero, per turismo, per studio, per arricchimento delle proprie conoscenze e per lavoro.*

*Riteniamo che una Carta dei diritti dell'utente dei musei permetterebbe una migliore erogazione del servizio pubblico, compatibilmente con le risorse umane, materiali ed economiche di cui il museo dispone.*

*Il museo deve, in ogni modo, proporsi e deve essere sentito dall'utente come un bisogno primario della società, come il luogo dove sono offerte pari opportunità a tutti i visitatori per trovare la propria identità, per vedere accolte le proprie esigenze di formazione culturale, di ricerca scientifica, di godimento del tempo libero, di piacere estetico, di relax psicologico.*

*Dunque, una Carta dei diritti dell'utente dei musei per delle strutture culturali moderne e innovative.*

*Ecco in dieci punti i contenuti e gli obiettivi della nostra proposta:*

### **L'utente del Museo ha diritto:**

- 1.** a conoscere la ragion d'essere del museo: la storia della sua istituzione e delle sue collezioni, il motivo della sua collocazione nel contesto urbano e territoriale, la sua missione e la politica culturale attuata;
- 2.** ad avere e a vedere chiaramente espressi: gli orari di apertura, possibilmente differenziati per facilitare le esigenze di diverse fasce d'utenza; la condizione giuridica del museo; la composizione dello staff e le modalità di accesso ai colloqui con il direttore, il conservatore e i tecnici del museo; i servizi offerti, di accoglienza e di supporto intellettuale alla visita; le attività culturali permanenti e temporanee; i servizi utili alla ricerca e le modalità di fruizione;
- 3.** a poter pagare, se previsto da specifico atto amministrativo o norma, il biglietto d'ingresso differenziato in corrispondenza dell'appartenenza ad una particolare categoria sociale, della quantità e qualità dei servizi offerti dal museo, dell'effettivo consumo di tali servizi, dello stato di accessibilità alle collezioni;
- 4.** a sentirsi all'interno del museo in un luogo accogliente sul piano fisico, sul piano umano, sul piano etico, sul piano intellettuale, sul piano psicologico, sul piano culturale;
- 5.** a poter partecipare chiaramente e poter valutare la qualità delle esposizioni e a comprendere il messaggio, i messaggi espositivi, i criteri intellettuali dell'allestimento, il valore culturale e l'importanza degli oggetti esposti, il rigore scientifico delle presentazioni;

6. a sentire come importanti le proprie emozioni e i propri pensieri critici di fronte agli oggetti esposti; a ricevere stimoli alle emozioni, ai sentimenti e alla loro espressione, purché nel rispetto degli altri utenti e degli oggetti esposti; a vedere da parte dello staff museale rispettate e considerare le proprie opinioni e le proprie riflessioni; ad interagire in modo dinamico e creativo con gli oggetti esposti; di sentirsi coinvolto emotivamente dall'allestimento, dalla qualità degli oggetti esposti, dalle attività didattiche e culturali;
7. ad esprimere e a veder presi in considerazione i propri giudizi e le proprie valutazioni sulla gestione del museo ed i servizi offerti;
8. a veder rispettate le collezioni per il loro valore culturale in quanto espressione di un'identità collettiva e in quanto patrimonio dell'umanità; a sentirsi parte in causa in ogni tipo di tutela delle collezioni; a vedere rispettata la dignità di Bene culturale degli oggetti, siano esposti o no, e la memoria di coloro che hanno devoluto alla comunità le loro collezioni; a non vedere confuso l'oggetto esposto con il prodotto commerciale; a non vedere confusa la valorizzazione con la mercificazione delle opere.
9. L'utente visitatore usufruisce di tutti i diritti dei punti succitati e s'impegna ad effettuare una visita al museo in modo "consapevole e responsabile" e s'impegna a rispettare il regolamento di visita del museo.
10. I diritti assicurati agli attuali utenti dei musei dovranno essere garantiti in considerazione della presenza di generazioni future di visitatori.

## **Decalogo *Salvalarte*, codice di comportamento responsabile per la valorizzazione, tutela e fruizione dei luoghi e dei siti culturali**

*Considerato che la fruizione del patrimonio culturale, legata a un turismo “irresponsabile”, può spesso determinare effetti molto negativi sulle stesse risorse culturali e sul territorio, Legambiente ritiene utile, ai fini di uno sviluppo sostenibile del settore turistico, condividere impegni e responsabilità tra i visitatori, operatori e il settore (tour operator, agenzie, guide turistiche, enti gestori dei siti museali) e comunità locali (enti locali), con l'intento di porre in atto comportamenti appropriati per una corretta fruizione, tutela e valorizzazione dell'immensa ricchezza di arte, natura e cultura custodita dal nostro Paese.*

*Con questo intento promuoviamo questo Decalogo i cui principi generali fanno riferimento a numerosi autorevoli documenti prodotti negli ultimi anni a livello nazionale e internazionale e in particolare alla “Carta Italia” del turismo sostenibile stilata da AITR (Associazione Italiana Turismo Responsabile).*

### **I 10 punti del Decalogo *Salvalarte*:**

1. Prima di visitare un Bene culturale, è importante richiedere e ricevere informazioni sulla storia del sito, sul suo contesto territoriale e antropologico e su tutte le emergenze note e meno note.
2. Quando si sceglie un accompagnatore preferire operatori e guide locali, considerandone i vari livelli di approccio.
3. I visitatori hanno diritto di conoscere preventivamente, attraverso appositi comunicati e avvisi, l'eventuale chiusura di sale e se una o più opere d'arte siano in prestito o in restauro; analogamente, il prezzo d'ingresso e gli orari di apertura e chiusura devono essere affissi in modo chiaro e visibile. Se è prevista la consegna di zaini, borse, sacche, vanno evitate inutili opposizioni: tali regole rientrano a pieno titolo nelle azioni di tutela dei beni.
4. Graffiti e scritte su opere d'arte e su muri costituiscono danni gravi al patrimonio culturale e rappresentano gesti incivili e idioti.
5. Non usare mai flash per fotografare opere d'arte. Prima di fotografare o di filmare chiedere sempre l'autorizzazione al personale di vigilanza.
6. Qualsiasi problema riscontrato va segnalato alle autorità competenti (Direttore del Museo, Soprintendente, Conservatore, Sindaco...). Ogni segnalazione è un contributo alla salvaguardia e alla corretta fruizione dei Beni culturali.
7. Tutte le volte che si visita un sito culturale bisogna tenere a mente che questo stesso diritto alla fruizione appartiene ai “compagni” di visita e, soprattutto, alle future generazioni. Evitare, dunque, qualsiasi azione “molesta” (schiamazzi, movimenti inadatti, vociare eccessivo) o inidonea al luogo.
8. La gastronomia di un luogo è parte integrante della sua storia. Scegliere sempre prodotti locali e piatti tipici. Non consumare i pasti nei luoghi d'arte (Musei, Chiese, Complessi monumentali...). Non gettar mai a terra cartacce, cicche di sigaretta o gomme da masticare: molte delle macchie nere che si possono osservare su marmi e pietre sono i segni indelebili di tale incivile abitudine.
9. Per raggiungere i siti culturali preferire i percorsi pedonali o i mezzi pubblici: il traffico automobilistico è una delle fonti principale di degrado dei Beni culturali.
10. Dopo la visita diventare *Ambasciatori del luogo*: riferire a parenti, amici, conoscenti sulle opere e le architetture visitate, nonché sulla cultura, le abitudini, gli aspetti naturali, storici, antropologici, enogastronomici della realtà in cui è inserito il sito.

## **Elenco del perché con la cultura si mangia**

di Andrea Camilleri

1. Eva quando prese la mela dall'albero e la offrì ad Adamo, fece cultura.
2. La prima madre che svezzò il suo bambino con delle bacche che aveva scoperto commestibili, fece cultura.
3. Il primo uomo che appuntò un sasso per cacciare e quindi mangiare, fece cultura.
4. Il primo uomo che incise sulla roccia un bufalo per comunicare che lì c'era da cacciare e quindi da mangiare, fece cultura.
5. Il primo uomo che si rese conto che la carne di animale era gustosa, fece cultura.
6. Il primo uomo che fece due buchi su un uovo di dinosauro, lo bevve e consigliò al suo clan di fare lo stesso, fece cultura.
7. Il primo uomo che sfregando due legnetti provocò una scintilla con la quale accese un fuoco su cui cucinò la carne dei bufali, fece cultura.
8. Il primo uomo che, arrabbiato per il bufalo che gli era appena scappato, maciullò con le mani alcune olive e si accorse che potevano essere un buon condimento per la carne di bufalo, fece cultura.
9. Il primo uomo che dopo un'indigestione di carne di bufalo, provvide ad avvertire gli altri che non bisognava mangiarne troppa, fece cultura.
10. Il primo africano e il primo indoeuropeo che si scambiarono i loro diversi cibi, fecero cultura.
11. Dal che si deduce, contrariamente a chi afferma l'opposto, che con la cultura si mangia eccome, talvolta meglio talvolta peggio ma si mangia.