

BANDO VALORE MUSEO

Formazione: percorso di allineamento iniziale

c/o Fondazione Libreria

ondazione Cr Firenze – Via Bufalini 6, Firenze

Per la formazione dei giovani professionisti e del personale dei musei vincitori del bando è previsto un modulo iniziale di **sei giornate**, di cui **due** di inquadramento generale, tre di approfondimento dell'ambito individuato e una di presentazione del percorso e di preparazione alla residenza;

Giorno	Mattina	Pomeriggio	Docenti	
	10.00 -13.00	13.30 – 17.30		7h/d
Uno Mer 5/04	Presentazione del corso Cos'è un museo	Gli standard museali: introduzione generale	Daniele Jalla	ICOM ITALIA
Due Gio 6/04	Il museo come istituto: attori, assetti, forme L'accessibilità museale: valori e pratiche (Daniele Jalla)	I pubblici dei musei: un approccio storico (Claudio Rosati)	Daniele Jalla Claudio Rosati	ICOM ITALIA
Tre Mar 11/04	L'analisi dei pubblici: Introduzione generale	L'analisi dei dati interni (13.30 – 16.30)	Alessandro Bollo	FITZCARRALDO
Quattro Mer 12/04	Le indagini qualitative	Esercitazione	Alessandro Bollo	FITZCARRALDO
Cinque Mar 18/04	Il rapporto annuale di customer (Claudio Rosati)	Le indagini osservanti (Ludovico Solima)	Claudio Rosati Ludovico Solima	FITZCARRALDO ICOM ITALIA
Sei Merc 19/04	Presentazione del progetto e del percorso	Organizzazione della residenza	Tutti i partner coinvolti	

Giornata 1. Presentazione del corso. Cos'è un museo

Nella mattinata, dopo una sintetica presentazione del corso e dei suoi obiettivi, l'unità dedicata al museo sarà così sviluppata (da Daniele Jalla):

- Il museo: le definizioni correnti e quelle istituzionali,
- con una riflessione sul 'campo museale' e sulle sue caratteristiche,
- analizzando le principali tipologie di museo
- e riflettendo sulla eterogeneità formale e istituzionale delle sue componenti.

Il pomeriggio sarà invece dedicato (da parte di Adele Maresca Compagna) a un inquadramento generale degli standard museali:

- prendendo a riferimento il *Codice etico per i musei* dell'ICOM,
- confrontando alcune esperienze europee di riconoscimento/accreditamento di musei ed esaminando in particolare il sistema di *accreditation* del Regno Unito aggiornato nel 2014
- per proseguire con un'analisi dell'*Atto di indirizzo* ministeriale del 2001,
- e con una rassegna delle esperienze regionali di accreditamento dei musei,
- concludendo con la descrizione della situazione attuale e delle prospettive aperte dalla creazione del Sistema Museale Nazionale.

Giornata 2. Il museo come istituto: attori, assetti, forme. L'accessibilità museale: valori e pratiche. I pubblici dei musei: un approccio storico

Nella seconda giornata, al mattino, Daniele Jalla esamina il museo come istituto:

- le forme di esistenza giuridica dei musei,
- gli assetti e i modelli organizzativi,
- i ruoli e le funzioni degli addetti

Nel pomeriggio, l'unità dedicata all'accessibilità si propone di analizzare il concetto da più angolazioni:

- l'accessibilità fisica
- l'accessibilità economica
- l'accessibilità culturale

L'unità dedicata alla storia dei pubblici dei musei (Claudio Rosati) affronta:

- l'evoluzione del concetto di pubblico nella storia del museo,
- ...il museo nella cultura di massa e la scomposizione del pubblico,
- ...nuovi bisogni di conoscenza e dislivelli di cultura;
- ...dalla collezione alla persona.

Giornata 3. L'analisi dei pubblici, introduzione generale. L'analisi dei dati interni

La giornata (Alessandro Bollo) affronterà i seguenti temi:

- inquadramento del tema dello studio dei pubblici e dei *visitor studies* in una prospettiva storica internazionale e italiana (dagli *audience studies* ai *visitor studies*, pubblico e non pubblico)
- Riflessione sull'importanza della conoscenza dei pubblici dei musei in relazioni alla *mission* e agli obiettivi istituzionali, al perseguimento di una migliore sostenibilità sociale ed economica
- Dati interni: dal sistema informativo di bigliettazione, all'analisi del registro delle visite all'analisi di trip advisor
- Strumenti e modelli di analisi, tecniche ed esercitazione pratica

Giornata 4. Le indagini qualitative sul pubblico

La giornata (Alessandro Bollo) affronterà i seguenti temi:

- L'approccio quantitativo per l'analisi del pubblico. Il questionario: metodo, strutturazione piano di campionamento (numerosità campione, piano di somministrazione, metodi di distribuzione, etc.), preparazione del questionario (domande aperte, chiuse e scale)
- Analisi di *template* modulare per la realizzazione di un questionario di profilazione del pubblico, aspetti motivazionali, efficacia della comunicazione, valutazione della *customer experience*.
- Esercitazione pratica e indicazioni per l'implementazione durante il progetto
- Introduzione all'analisi dei non-pubblici: obiettivi, condizioni di fattibilità, strumenti

Giornata 5. Le indagini osservative

La giornata, al mattino (Ludovico Solima) affronterà i seguenti temi:

- Le tecniche di analisi non-standard: le analisi osservative, storia ed evoluzione
- La metodologia, le applicazioni pratiche, gli strumenti, casi studio

Nel pomeriggio (Claudio Rosati) si affrontano:

- il tema dell'autovalutazione. Fini e modalità del rapporto annuale sui risultati delle osservazioni dei visitatori, tramite anche un'esercitazione.

Giornata 6. Giornata conclusiva di presentazione del progetto

La giornata finale consiste in una prima parte di presentazione del progetto e del percorso aperta ai soggetti coinvolti e a tutti coloro che possono essere interessati. Nella seconda parte (a partecipazione

ristretta) sarà dato spazio per domande e risposte e per definire gli aspetti organizzativi, logistici e di risultati legati al progetto.

Riferimenti bibliografici (in ordine cronologico):

- Bourdieu e Darbel (1972), *L'amore dell'arte. I musei d'arte europei e il loro pubblico*, Guaraldi, Milano.
- Ministero per i beni e le attività culturali, Decreto 10 maggio 2001, *Atto di indirizzo sui criteri tecnico-scientifici e sugli standard di funzionamento e sviluppo dei musei (Art. 150, comma 6, D.L. n. 112/1998)*.
- Bollo (2004), *Il museo e la conoscenza del pubblico. Gli studi sui visitatori*, IBC, Bologna
- MIBACT – Ufficio Studi (2005), *Strumenti di valutazione per i musei italiani. Esperienze a confronto*, a cura di Adelaide Maresca Compagna, Gangemi, Roma.
- MIBACT – Ufficio Studi (2008), *Musei di qualità. Sistemi di accreditamento dei musei d'Europa*, a cura di Adelaide Maresca Compagna e Margherita Sani, Gangemi, Roma.
- MIBACT – Ufficio Studi (2008), *Musei, pubblico, territorio. Verifica degli standard nei musei statali*, a cura di Adelaide Maresca Compagna, Silvana Carmen Di Marco, Elisa Bucci, Gangemi Roma.
- Bollo (2008), *I pubblici dei musei. Conoscenza e politiche*, Franco Angeli, Roma
- *Codice etico dell'ICOM per i musei*, (2009), Milano/Zurigo.
- Regione Toscana (2010), *Il museo che accoglie. Il ruolo degli addetti al pubblico*, a cura di Alessandro Andreini, Regione Toscana, Firenze.
- *Manifesto di Matera*, (2014) http://www.icom-italia.org/index.php?option=com_phocadownload&view=category&id=31:documenti&Itemid=103
- Regione Toscana (2015), *Rapporto Musei, 2014*, Regione Toscana, Firenze.
- ICOM – ICOMOS (2016), *Concetti chiave della museologia*, IBC Bologna.
- Bollo (2016), *Il monitoraggio e la valutazione dei pubblici dei musei. Gli Osservatori dei musei nell'esperienza internazionale*, MIBACT-Quaderni della Valorizzazione N.S. 2, Roma.
- UK Museums Association, *Ethical guidelines 4 – Access*.
<https://www.museumsassociation.org/download?id=8352>.
- *Accreditation Scheme e Accreditation Guidelines* in www.artscouncil.org.uk