

IRPET

Istituto
Regionale
Programmazione
Economica
Toscana

REGIONE
TOSCANA



Dipartimento delle Politiche Formative
e dei Beni Culturali

SINTESI

Musei in Toscana: un patrimonio diffuso, un sistema da governare

**Presentazione del volume dell'IRPET. Antonio Floridia, Massimo Misiti
Musei in Toscana: beni culturali e sviluppo regionale, Franco Angeli editore**

*Mercoledì 29 ottobre ore 16.00
Museo Stibbert, Via Stibbert 26. Firenze*

Prima dell'incontro, alle ore 15.30, la direttrice del Museo Stibbert Cristina Aschengreen Piacenti illustrerà ai presenti, nel corso di una visita guidata, i recenti lavori di ampliamento e ristrutturazione del museo, realizzati con i finanziamenti della Regione Toscana.

ARGOMENTO E CONTENUTI DELLA RICERCA

Il volume presenta i risultati di una ricerca, condotta dall'Irpet su incarico del Dipartimento delle politiche formative e dei beni culturali della Regione Toscana, dedicata in particolare al patrimonio museale della Toscana. La ricerca si articola in tre parti: **nella prima parte**, curata da Antonio Floridia, vengono dapprima analizzati ed elaborati i dati relativi **all'insieme dei musei toscani**, grazie alla disponibilità di un Archivio informativo curato dalla Regione Toscana. Vengono poi presentati i risultati di un'indagine diretta, condotta attraverso interviste ai responsabili di 37 responsabili di musei e attraverso un questionario a cui hanno risposto oltre 500 visitatori, in 25 musei toscani: in particolare, si tratta in prevalenza di musei civici, proprietà di enti locali o di altri soggetti, **comunque non statali**. Con questa scelta, si è voluto porre al centro dell'analisi uno spaccato peculiare del patrimonio museale della regione, a cui in genere si presta una minore attenzione, rispetto alle più note e grandi istituzioni museali. Infine, sono proposte alcune prime valutazioni sulle strategie che è possibile perseguire perché il sistema dei musei della Toscana possa sempre meglio elevare la qualità della sua offerta, rafforzare la sua capacità di proiezione esterna e, nello stesso tempo, irrobustire i legami con le comunità locali. **Nella seconda parte**, curata da Massimo Misiti, vengono presentati due casi di studio, riguardanti la Fondazione Scienza e Tecnica di Firenze e il Sistema Museale di San Miniato (Pisa), con una dettagliata analisi delle attività, delle forme di gestione e delle strategie adottate da queste due istituzioni.

Nell'ampia **Introduzione**, curata da Antonio Floridia, viene svolta una riflessione di ordine più generale, e di grande attualità, sul rapporto tra beni culturali e sviluppo economico. In

particolare, viene proposto un quadro di riferimento teorico **per un corretto approccio al tema della valorizzazione economica del patrimonio culturale**, muovendo dall'assunto che le relazioni tra beni culturali e sviluppo non possono essere fondate su una visione riduttiva e strumentale, viziata da economicismo o, ancor peggio, sull'idea che dal patrimonio culturale possano essere ricavate risorse utili a rimpinguare le casse vuote dello Stato. La visione che deve ispirare una giusta concezione del ruolo della cultura nei processi di sviluppo regionale è un'altra: la consapevolezza, cioè, che le forme attraverso cui il patrimonio culturale interagisce con lo sviluppo di un territorio non sono solo quelle legate immediatamente alle attività e alle funzioni connesse alla gestione dei beni culturali (pure importanti), ma investono anche una dimensione più ampia, che potremmo definire simbolica e immateriale, ma non perciò irrilevante: **i beni culturali di una regione sono un vettore di identità e di memorie collettive, rappresentano un luogo di accumulazione del capitale sociale e del capitale culturale di una regione, ed anche per questa via essi entrano nel circuito vivo dello sviluppo e ne condizionano la qualità complessiva. Insomma, la cultura è componente essenziale perché si affermi una reale qualità e sostenibilità dello sviluppo.** L'esperienza della Toscana, da questo punto di vista, assume un valore paradigmatico e può offrire insegnamenti e termini di confronto che vanno ben al di là dei confini della regione.

ALCUNI DATI TRATTI DALLA RICERCA: UN PROFILO GENERALE DEI MUSEI IN TOSCANA

Il complesso legame tra beni culturali e territorio trova nel patrimonio museale della Toscana un esemplare campo di verifica.

- In primo luogo viene presentata una panoramica sull'universo dei musei toscani, grandi e piccoli: alla fine del 2002, **sono 463 i luoghi e gli spazi museali** censiti dalla Regione Toscana, distribuiti territorialmente e per tipologie secondo i dati e le percentuali indicate **dal grafico 1 e dalla tabella 1.**

Grafico 1
MUSEI IN TOSCANA - Distribuzione percentuale nelle province. Ottobre 2002

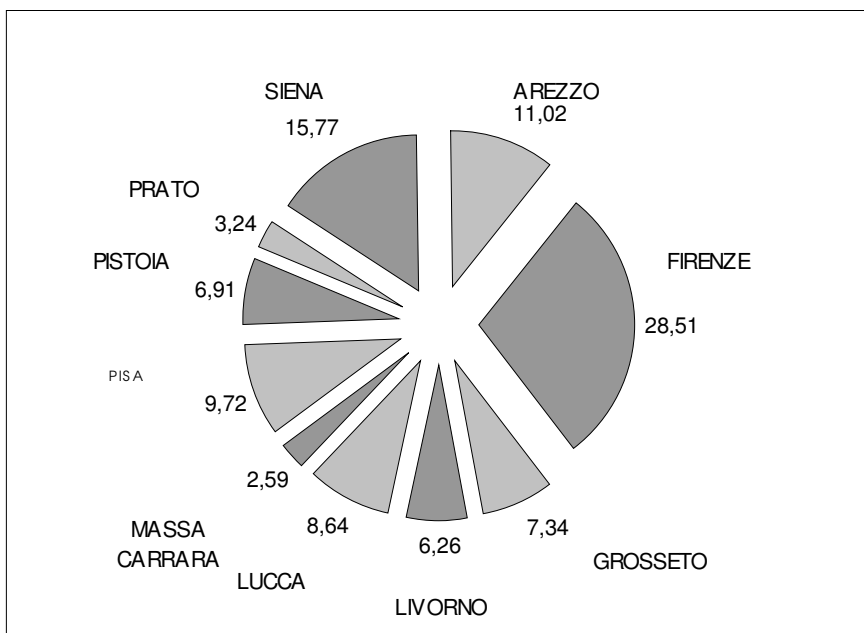


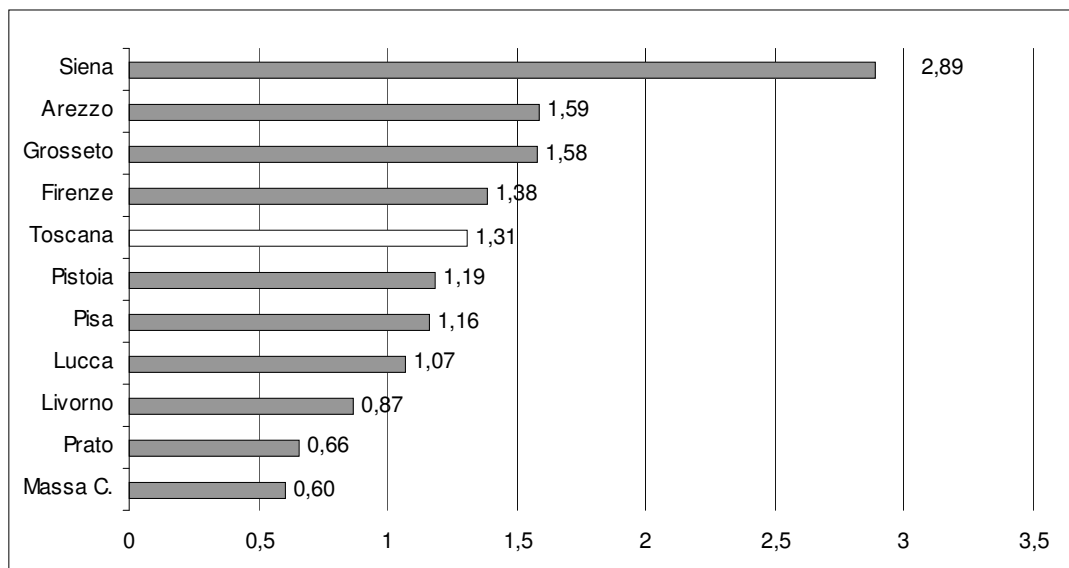
Tabella 1
MUSEI IN TOSCANA PER PROVINCIA E TIPOLOGIA

	ALTRO	ANTROPOLOGIA	ARCHEOLOGIA	ARTE	ETNOGRAFIA	SCIENZA E TECNICA	SPECIALIZZATO	STORIA	STORIA NATURALE E SCIENZE NATURALI	TERRITORIALE	Totale complessivo
AREZZO	1		9	26	6		4	3	2		51
FIRENZE	2	1	11	82	7	2	12	8	6	1	132
GROSSETO			13	6	5		8	1	1		34
LIVORNO			9	6	1		1	8	4		29
LUCCA			9	10	6		1	9	4	1	40
MASSA CARRARA			1	3	2		1	2	2	1	12
PISA			7	21	1	2	8	3	3		45
PISTOIA	1		1	16	1		7	2	3	1	32
PRATO			2	9			2	1	1		15
SIENA			10	31	4	1	22		5		73
Totale complessivo	4	1	72	210	33	5	66	37	31	4	463

	ALTRO	ANTROPOLOGIA	ARCHEOLOGIA	ARTE	ETNOGRAFIA	SCIENZA E TECNICA	SPECIALIZZATO	STORIA	STORIA NATURALE E SCIENZE NATURALI	TERRITORIALE	Totale complessivo
AREZZO	2,0	0,0	17,6	51,0	11,8	0,0	7,8	5,9	3,9	0,0	100,0
FIRENZE	1,5	0,8	8,3	62,1	5,3	1,5	9,1	6,1	4,5	0,8	100,0
GROSSETO	0,0	0,0	38,2	17,6	14,7	0,0	23,5	2,9	2,9	0,0	100,0
LIVORNO	0,0	0,0	31,0	20,7	3,4	0,0	3,4	27,6	13,8	0,0	100,0
LUCCA	0,0	0,0	22,5	25,0	15,0	0,0	2,5	22,5	10,0	2,5	100,0
MASSA CARRARA	0,0	0,0	8,3	25,0	16,7	0,0	8,3	16,7	16,7	8,3	100,0
PISA	0,0	0,0	15,6	46,7	2,2	4,4	17,8	6,7	6,7	0,0	100,0
PISTOIA	3,1	0,0	3,1	50,0	3,1	0,0	21,9	6,3	9,4	3,1	100,0
PRATO	0,0	0,0	13,3	60,0	0,0	0,0	13,3	6,7	6,7	0,0	100,0
SIENA	0,0	0,0	13,7	42,5	5,5	1,4	30,1	0,0	6,8	0,0	100,0
Totale complessivo	0,9	0,2	15,6	45,4	7,1	1,1	14,3	8,0	6,7	0,9	100,0

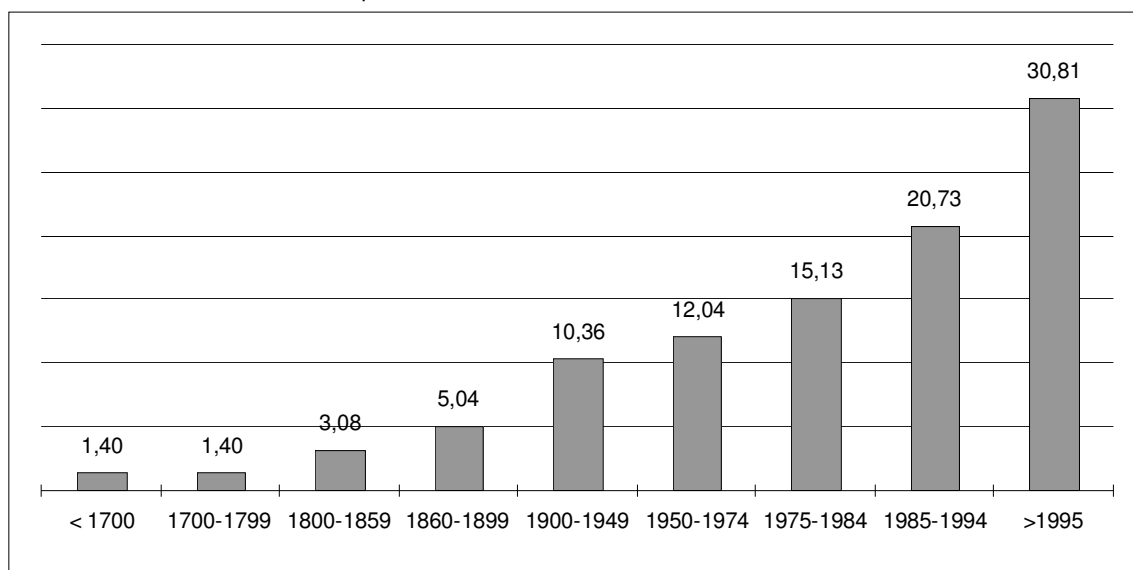
- Si tratta di un patrimonio diffuso, ricco non solo in valori assoluti, ma anche in termini relativi, se rapportato alla popolazione: il rapporto medio in Toscana è di 1,3 musei ogni 10 mila abitanti (Graf. 2), con una diffusione abbastanza omogenea tra le varie province (solo Siena si stacca nettamente, con 2,9 musei ogni 10 mila ab.).

Grafico 2
TOSCANA - Numero dei musei ogni 10.000 abitanti



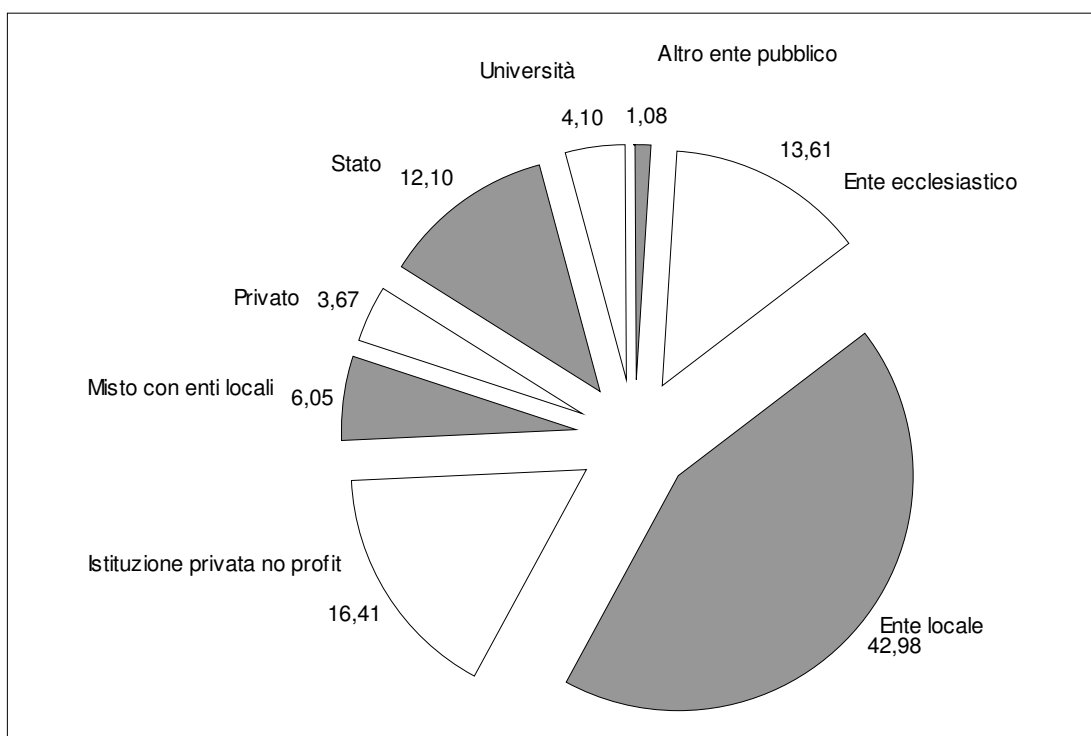
- Si tratta poi di un patrimonio dinamico: i dati disponibili sconfessano un'immagine dei musei della Toscana proiettata all'indietro, come mero frutto dell'eredità del passato. I musei toscani sono sì figli di una complessa stratificazione storica, ma hanno visto negli ultimi decenni un'impressionante e progressiva accelerazione nel saper allargare la propria offerta museale: il 30% è stato aperto dopo il 1995, il 20% tra il 1985 e il 1994, il 15% tra 1975 e il 1984 (Graf. 3). Una dinamicità che vede protagoniste le comunità e le istituzioni locali, attente alla valorizzazione del proprio patrimonio culturale: ma che certo ha visto anche, a partire degli anni Settanta, il ruolo molto attivo della Regione.

Grafico 3
MUSEI IN TOSCANA - Anno di apertura



- Si tratta di un patrimonio museale molto complesso dal punto di vista istituzionale e normativo, che vede una notevole varietà e pluralità di soggetti proprietari e gestori, ma soprattutto un grande ruolo degli enti locali: la metà dei musei toscani è proprietà degli enti locali; il 16% è proprietà di istituzioni o associazioni no profit; il 14% di enti ecclesiastici; mentre il 12% dei musei toscani sono statali e il 4% delle Università (Graf. 4). Questa ricchezza e varietà di forme proprietarie e gestionali sono insieme una ricchezza e un problema: da una parte, sono molteplici i soggetti interessati alla tutela e alla gestione del patrimonio; dall'altra, rende più difficile e complesso perseguire politiche integrate di valorizzazione dei beni culturali di un territorio.

Grafico 4
MUSEI IN TOSCANA – Enti e soggetti proprietari



- Si tratta di un **patrimonio diffuso**, ma anche, per certi versi, **frammentato**: oltre il 50% dei musei censiti non ha più di 4 sale; oltre un terzo ha una superficie espositiva che non supera i 200 mq. Queste caratteristiche vanno attentamente valutate: da una parte, la diffusione territoriale è un'eredità della storia, ma anche il frutto di una consapevole scelta strategica delle politiche culturali locali: i musei, anche i più piccoli, sono "sentiti" dalle comunità locali come un'espressione dell'identità locale, attorno ad essi si coagula una "cura della memoria" collettiva, che non è possibile liquidare in nome di astratte esigenze efficientistiche; dall'altra parte, si pone comunque il problema di un uso efficace delle risorse disponibili e di una qualificazione dell'offerta museale. Da qui, una scelta strategica già avviata e che appare, per il futuro, come un'indicazione per certi versi obbligata: ossia, la via della costruzione di **reti museali (già oggi sono 21 i sistemi museali in vario modo istituiti)** e di **circuiti integrati di offerta culturale** che vedano insieme la valorizzazione del patrimonio culturale e di quello ambientale e paesaggistico.
- Questi caratteri di diffusione territoriale e di relativa frammentazione si riflettono anche nei dati relativi alla disponibilità di alcuni servizi ai visitatori: è evidente infatti che la piccola dimensione impedisce di raggiungere quella necessaria soglia di capacità organizzative e di

redditività che possono favorire l’offerta di alcuni servizi aggiuntivi: sono circa un quarto del totale i musei toscani che hanno un bookshop e solo il 4% registra la presenza di una caffetteria.

- Questi caratteri del patrimonio museale toscano si riflettono anche nei dati sui visitatori: da una parte, un volume impressionante di presenze. La ricerca tenta una stima del volume complessivo dei visitatori (come è noto, i sistemi informativi in questo campo sono piuttosto disomogenei e non esiste una fonte unitaria di rilevazione): su 357 musei, per i quali disponiamo di informazioni, si può valutare un **numero totale di visitatori annui di oltre 15 milioni**. Naturalmente, com’è facilmente prevedibile, vi è uno squilibrio notevole tra i luoghi e i musei più noti e affollati e quella fetta di piccoli musei che non superano anche solo le 500 presenze. Tuttavia va notato come vi sia una quota significativa di musei “medi” che registrano almeno 20 mila visitatori annui: in particolare, sono 73 i musei toscani che registrano tra i 20 e i 200 mila visitatori annui (Tab. 2).

Tabella 2
MUSEI PER CLASSI DI NUMERO DEI VISITATORI

	Numero musei	Percentuali	Totale numero visitatori	Percentuali
Fino a 200 visitatori	17	4,8	1.544	0,01
200-500	30	8,4	9.350	0,06
500-1.000	39	10,9	26.486	0,17
1.000-2.000	40	11,2	55.586	0,36
2.000-5.000	69	19,3	236.453	1,53
5.000-10.000	48	13,4	334.600	2,17
10.000-20.000	28	7,8	381.942	2,48
20.000-50.000	39	10,9	1.312.319	8,51
50.000-100.000	16	4,5	1.049.286	6,81
100.000-200.000	18	5,0	2.767.069	17,95
200.000-500.000	9	2,5	3.320.436	21,54
> 500.000	4	1,1	5.921.616	38,41
Totale musei rilevati	357	100,0	15.416.687	100,00

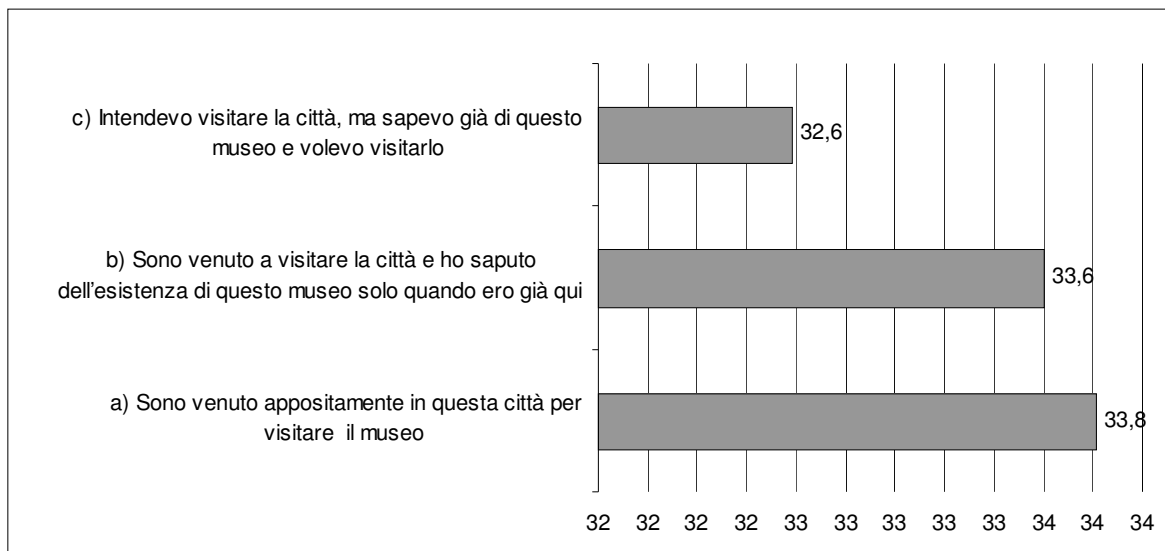
L’INDAGINE DIRETTA

L’indagine diretta, svolta attraverso interviste a responsabili di musei e questionari distribuiti ai visitatori, ha messo al centro dell’attenzione il rapporto tra museo e territorio.

- Le interviste ai responsabili dei musei (ricordiamo, scelti tra i musei non statali, in prevalenza musei di proprietà degli enti locali), hanno toccato tutti gli aspetti legati alla gestione e all’organizzazione dell’offerta: il personale, il circuito di vendita dei biglietti, la disponibilità di una guida del museo, i supporti informativi per i visitatori, i punti vendita all’interno dei musei, l’inserimento in un circuito museale e in un percorso turistico. Nel complesso, emerge un dato: il rapporto con il territorio è un campo in cui vi sono ancora numerose potenzialità inesprese, sia in termini di una più efficace comunicazione e promozione, sia per quanto riguarda l’integrazione con altri elementi di offerta turistica e culturale che emergono dal contesto locale in cui un museo è inserito.
- I risultati dei questionari distribuiti ai visitatori di 25 musei (selezionati con i criteri sopra ricordati) vanno valutati innanzi tutto sulla base delle stesse caratteristiche che ha avuto l’indagine: non si tratta di un campione che rispecchia l’universo dei visitatori, ma di una fetta del pubblico che si è, per così dire, “auto-selezionata”, mostrandosi interessata alla compilazione del questionario distribuito all’ingresso dei musei. Quindi, possiamo dire che si tratta di un segmento del pubblico dei musei che si può definire altamente motivato e, come mostrano i dati raccolti sul livello di istruzione, che possiede un elevato capitale

culturale. Quindi, una visione parziale del pubblico dei musei toscani, che tuttavia, proprio per questo, rende particolarmente significative alcune risposte ottenute. Ne segnaliamo qui, in particolare, una che tocca ancora una volta il tema del rapporto tra il museo e il territorio (Graf. 5) : **come e perché si visita un museo (e la città in cui si trova?)**. La risposta è per certi versi sorprendente: un terzo degli intervistati risponde che era “venuto a visitare la città e ha appreso dell’esistenza di questo museo solo quando era già qui”.

Grafico 5
LA DECISIONE DI VISITARE IL MUSEO (e/o LA CITTA')



Possiamo definirli i “visitatori per caso”, visitatori colti e curiosi, certo, ma che “incontrano” occasionalmente un museo e decidono di dedicargli un po’ del loro tempo. Accanto a questi, vi sono poi i visitatori “motivati” e quelli “informati”: un altro terzo degli intervistati risponde cioè che era venuto “appositamente” in quella città per visitare quel museo e il restante terzo che aveva già programmato, all’interno della visita in città, una visita anche a quel museo. **Sono risposte che sottolineano ancora una volta l’importanza di una costruzione più consapevole delle strategie di offerta, soprattutto per i musei più piccoli e meno noti al grande pubblico, con un’articolazione degli strumenti e dei canali informativi:** dalle risposte ad un’altra domanda (“come è venuto a conoscenza dell’esistenza di questo museo?”) emerge come siano influenti (oltre alla segnalazione nelle guide turistiche) gli uffici turistici presenti sul territorio, ma anche la semplice diffusione di depliant informativi (graf. 6). Infine, le risposte sugli acquisti compiuti nel corso della visita: qui i dati mostrano come sia ampio ancora lo spazio per un’offerta più varia e articolata: il prodotto più venduto rimane pur sempre la classica cartolina, acquistata da oltre la metà dei visitatori, mentre solo il 5% acquista oggetti di artigianato artistico. (Graf. 7).

Grafico 6
COME HA SAPUTO DELL'ESISTENZA DI QUESTO MUSEO?

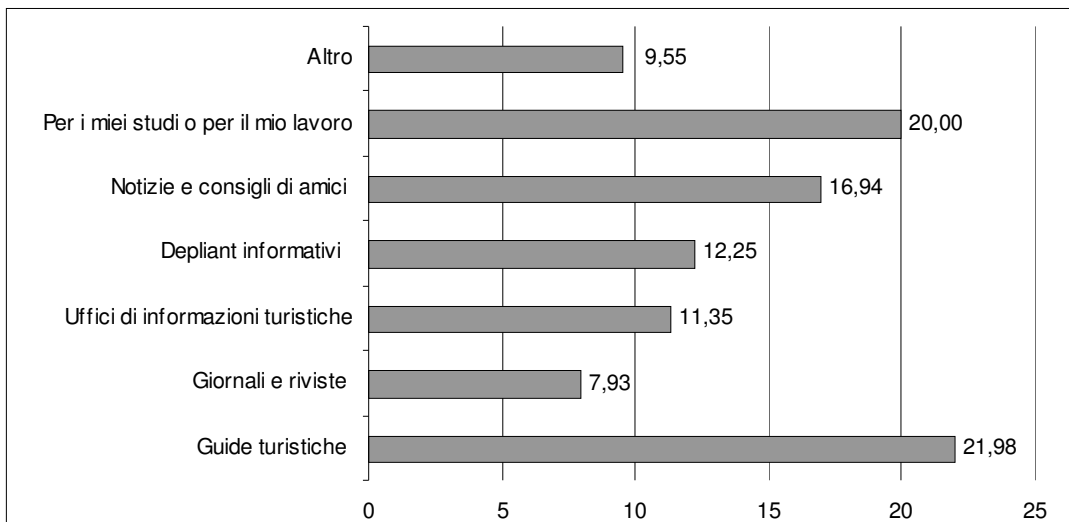


Grafico 7
PRODOTTI ACQUISITI

