MUSEUM BEYOND ITS WALLS

adria MUSE

MUSEUM BEYOND ITS WALLS

COLOPHON

Museum beyond its walls
A cura di Laura Carlini, Giulia Pretto

Un sentito ringraziamento a tutti i musei e ai partner del progetto che hanno gentilmente collaborato predisponendo i testi e fornendo le fotografie.

Progetto grafico e impaginazione
Laura Bortoloni

Stampato nel mese di maggio 2013
da Centro Stampa Regione Emilia-Romagna

IBC
Via Galliera, 21 40121 Bologna
Tel. 0039 051/527 6631
Fax 0039 051/ 232599
musei@regione.emilia-romagna.it
www.ibc.regione.emilia-romagna.it

Le attività del progetto Adriamuse sono realizzate da:
Provincia di Rimini, Lead Partner
IBC – Istituto per i Beni Artistici Culturali
e Naturali della Regione Emilia-Romagna
Regione Veneto
IUAV – Università di Venezia
Provincia di Pesaro-Urbino
Provincia di Campobasso
Skupa
Museo Nazionale del Montenegro
Comune di Scutari
Business Service Center del Cantone di Zenica-Doboj
Regione Istriana

Il progetto è co-finanziato dall'Unione Europea, Programma di Cooperazione Transfrontaliera Ipa Adriatico. I contenuti sono responsabilità dei partner e non riflettono in alcun modo le opinioni delle autorità del Programma di Cooperazione Transfrontaliera Ipa Adriatico.

www.adriamuse.org

INDICE

IL PROGETTO ADRIAMUSE 6

IL MUSEO FUORI
DALLE PROPRIE MURA 8

TAG CLOUD 11

PER UN LINGUAGGIO COMUNE 12

MUSEI FUORI DALLE MURA: ESPERIENZE TRA
LE DUE SPONDE DELL'ADRIATICO 15

ANTICO/PRESENTE 16
IX EDIZIONE DEL FESTIVAL
DEL MONDO ANTICO DI RIMINI

CORSO DI ARCHEOLOGIA
E STORIA NAVALE 20
MUSEO DELLA REGINA – CATTOLICA
(RIMINI)

LA MEMORIA DEI CONTADINI 24
SANTARCANGELO DI ROMAGNA (RIMINI)

UN ROMANZO SOTTO L'OMBRELLONE 28
LA CASA ROSSA DI ALFREDO PANZINI
BELLARIA IGEA MARINA (RIMINI)

ECOMUSEI IN FIERA 30
ARGENTA (FERRARA)

SALINARO PER UN GIORNO 34
MUSA MUSEO DEL SALE DI CERVIA
(RAVENNA)

FESTIVAL DELLA MARINERIA DI CESENATICO 38
MUSEO DELLA MARINERIA DI CESENATICO (FC)

SCUOLA DI VELA E DI NAVIGAZIONE STORICA 40
MUSEO DELLA MARINERIA DI CESENATICO (FC)

ARCHEOCAMP 42
MUSEO DELLA MARINERIA DI CESENATICO (FC)

CON LE MANI NELLA STORIA 44
MUSEO DEI GRANDI FIUMI DI ROVIGO

IL PALIO DEL RUZANTE 46
MUSEO DELLA NAVIGAZIONE FLUVIALE
DI BATTAGLIA TERME (PADOVA)

REMADA A SECONDA 48
MUSEO DELLA NAVIGAZIONE FLUVIALE
DI BATTAGLIA TERME (PADOVA)

TERRA DI STORIA 50
MUSEO DELLA CENTURIAZIONE ROMANA
DI BORGORICCO (PADOVA)

VACANZE DI NATALE AL MUSEO 52
MUSEO DELLA CENTURIAZIONE ROMANA
DI BORGORICCO (PADOVA)

VISUALIZING VENICE 54
UNIVERSITÀ IUAV VENEZIA

VENERDÌ PESCE 58
MUSEO DELLA MARINERIA WASHINGTON
PATRIGNANI PESARO

SCIENZA E DINTORNI 60
MUSEO DEL BALÌ DI SALTARA (PESARO-URBINO)

PERCORSI LUDICO-DIDATTICI 64

MUSEO SANNITICO DI CAMPOBASSO

SEPOMAIA VIVA 66
MUSEO CIVICO DI UMAGO (ISTRIA)

ARTERIJA 70
MUSEO CIVICO LAPIDARIO
DI CITTANOVA-NOVIGRAD (ISTRIA)

GIOSTRA 74
MUSEO NAZIONALE DI PARENZO-POREČ (ISTRIA)

MUSEO IN FIERA 78
MUSEO DI TEŠANJ

MUSEO CIVICO DI ZENICA
FUORI DALLE PROPRIE MURA 80
MUSEO CIVICO DI ZENICA

SCUTARI DURANTE IL RINASCIMENTO
ALBANESE 84
MUSEO STORICO DI SCUTARI

DREAMS ON THREAD – LIFE&LOVE
IN BALCANS 86
MUSEO STORICO DI SCUTARI

I PROTAGONISTI 88

I LUOGHI 92

ANALISI SWOT 96

BIBLIOGRAFIA 102

SITOGRAFIA 102

IL PROGETTO ADRIAMUSE

Adriamuse è un progetto nato nell'ambito del programma di cooperazione transfrontaliera IPA Adriatico 2007-2013, co-finanziato dall'Unione Europea. Nel progetto sono coinvolti 11 partner provenienti da cinque nazioni su entrambe le sponde dell'Adriatico. Insieme alla Provincia di Rimini, che è il partner capofila, partecipano: l'Istituto per i beni artistici, culturali e naturali della Regione Emilia-Romagna (IBC), la Regione Veneto, l'Università di Venezia IUAV, la Provincia di Pesaro e Urbino, la Provincia di Campobasso, Skupa (Italia), il Museo Nazionale del Montenegro, il Comune di Scutari (Albania), il Cantone di Zenica e Doboj (Bosnia ed Erzegovina) e la Regione Istriana (Croazia).
Gli obiettivi principali del progetto Adriamuse sono il consolidamento dei rapporti tra i partner e il sostegno allo sviluppo sostenibile della regione adriatica: per realizzarli i partner coordineranno le loro attività nell'ambito del turismo culturale, concentrandosi in particolare sulla promozione dei musei dell'area. I musei potranno avere accesso alla rete Euromuse.net, uno spazio espositivo internazionale che raccoglie le informazioni sui musei e le mostre più importanti in Europa. AdriaMuse intende anche organizzare una serie di eventi mirati a collegare i musei adriatici e a coinvolgere sempre più visitatori, trasformando i musei in centri culturali pieni di vita.
Il progetto mira ad attirare nei musei i pubblici che di solito non li frequentano. Le reti informative già esistenti verranno consolidate e integrate con una serie di nuovi servizi di informazione e comunicazione. Ne risulterà un piano di lavoro concepito insieme e un'infrastruttura comune per lo scambio di conoscenze, esperienze e idee tra le regioni partner. Tutto ciò va collegato alla facilitazione dello scambio culturale transfrontaliero, e dell'integrazione degli eventi culturali, per aumentare nei cittadini il livello di consapevolezza delle potenzialità culturali e di sviluppo della regione adriatica. In conclusione, l'obiettivo di AdriaMuse è quello di contribuire significativamente al prolungamento della durata della stagione turistica sulla costa adriatica, tramite una nuova simbiosi tra la cultura e il turismo, supportata dalle storie dei musei che escono nelle strade per attirare nuovi visitatori.
La varietà, la ricchezza culturale e l'esperienza che costituiscono il patrimonio delle regioni partner del progetto AdriaMuse rappresentano un'eccellente piattaforma per la creazione di un valore aggiunto nell'offerta culturale e turistica della regione adriatica. Un tema comune ca-

ratterizzerà l'arricchimento della vita dei musei facendoli uscire dalle loro mura e favorendo lo scambio di programmi fra i musei partner del progetto. AdriaMuse mette a disposizione di questa rete di scambi e cooperazione le preziose esperienze di Rimini nell'integrazione di eventi culturali e turistici, così come quella dei musei del cantone di Zenica e Doboj, i cui programmi sono usciti dall'ambito ristretto della cultura d'élite per diventare parte integrante della vita sociale. A ciò si aggiungono le competenze dell'Istituto Beni Culturali della Regione Emilia-Romagna, la ricca esperienza turistica del Veneto e le conoscenze dell'università veneziana IUAV, come pure le attività promozionali della Regione istriana, per favorire l'integrazione di turismo e cultura ed un più agevole scambio di informazioni. L'elaborazione di nuovi percorsi museali a favore dei visitatori più esigenti sarà sostenuta dalla Provincia di Pesaro e Urbino tramite la sua esperienza nella definizione di itinerari culturali tematici e nella promozione degli avvenimenti turistici tradizionali, offrendo nuove possibilità di scoperta del territorio. La stessa ispirazione caratterizza il dialogo tra le istituzioni culturali, che è il contributo portato ad AdriaMuse dalla provincia di Campobasso e da Skupa, che intendono imprimere una forte accelerazione della collaborazione interculturale. Il Museo nazionale del Montenegro porta ad AdriaMuse una ricca esperienza nell'organizzazione di mostre ed eventi culturali e il comune di Scutari le sue conoscenze in tema di cooperazione culturale internazionale.

Tutti insieme sono impegnati nel percorso progettuale comune di AdriaMuse per lo sviluppo di una nuova concezione del turismo culturale, con al centro il patrimonio museale.

IL MUSEO FUORI DALLE PROPRIE MURA

Il museo è “un’istituzione permanente, senza scopo di lucro, al servizio della società e del suo sviluppo. È aperto al pubblico e compie ricerche che riguardano le testimonianze materiali e immateriali dell’umanità e del suo ambiente; le acquisisce, le conserva, le comunica e, soprattutto, le espone a fini di studio, educazione e diletto” (ICOM – International Council of Museums 2004).

Il progetto Adriamuse intende focalizzare l’attenzione su alcuni dei caratteri del museo che emergono dalla definizione ICOM, in particolare l’apertura al pubblico e la comunicazione attraverso le attività che il museo svolge al di fuori delle proprie mura.

La definizione “museo al di fuori delle proprie mura” comprende tutte le attività che il museo organizza al di fuori della propria sede per coinvolgere pubblici sempre più ampi: festival, rievocazioni storiche, mostre itineranti, installazioni nella città, flash mob, laboratori, attività didattiche, conferenze, letture animate, proiezioni, degustazioni, visite guidate fuori dal museo, realtà aumentata, app per dispositivi mobile …

L’elenco delle attività proposte sotto l’etichetta “fuori dalle mura” è molto ampio, ma tutte queste iniziative sono accomunate dal fatto che il museo porta “fuori” una parte delle sue competenze e/o delle sue collezioni per instaurare un dialogo più diretto con la città, le altre istituzioni e le persone.

I musei presentano collezioni e storie molto interessanti e coinvolgenti che, in molti casi, non vengono adeguatamente valorizzate: uscire dalle proprie mura significa comunicare la propria identità, interagire con la città e con la comunità, consentire la partecipazione delle persone e costruire nuove relazioni.

L’organizzazione di eventi fuori dalle proprie mura consente, infatti, al museo di coinvolgere molte persone potenzialmente interessate, portandole poi “all’interno delle mura”. Per rispondere alle aspettative che si creano “fuori dalle mura” occorre presentare contenuti semplici e accattivanti ma non per questo banali, cercando di invogliare il visitatore a ritornare al museo.

In particolare l'organizzazione di eventi "fuori dalle mura" dei musei rappresenta un'occasione importante per valorizzare i contenuti del museo e farlo conoscere nelle località a destinazione turistica, arricchendo l'offerta delle destinazioni e, in alcuni casi, consentendo l'allungamento della stagione turistica canonica.

IBC, con la collaborazione di tutti i partner del progetto Adriamuse e dei musei della regione Emilia-Romagna, ha raccolto una serie di "buone pratiche" che illustrano possibili modalità per portare i musei nella città e nelle comunità. Il repertorio di casi di seguito illustrati ha fornito poi lo spunto per alcune riflessioni sugli attori e i luoghi dei "musei al di fuori delle proprie mura", nonché per realizzare un'analisi SWOT di queste attività, evidenziando i punti di forza e di debolezza, le opportunità e le minacce. IBC ha selezionato 25 "storie" di successo tra i numerosi eventi che sono stati segnalati, diffuse sul territorio dei partner del progetto e che possono servire da stimolo e da esempio per gli altri musei.

Il repertorio appare molto variegato e illustra festival di vario genere, corsi di formazione e informazione, attività ludico didattiche per bambini e ragazzi, rievocazioni storiche, fiere e seminari, mostre itineranti, percorsi turistici reali e virtuali, letture e degustazioni enogastronomiche.

Il "museo fuori dalle proprie mura" è un museo "aperto" e in dialogo costante con il territorio, la città, le comunità e gli operatori economici e le istituzioni culturali, senza però rinunciare alla propria identità e alla propria mission. Il museo contribuisce alla formazione dei valori di un territorio, attraverso le "testimonianze materiali e immateriali dell'umanità" che ne compongono le collezioni e il patrimonio.

Il percorso parte dalla provincia di Rimini, proseguendo poi nei territori di tutti i partner del progetto: il volume racconta numerose azioni "fuori dalle mura dei musei" nella provincia di Rimini e in Emilia-Romagna quali il *Festival del Mondo Antico* di Rimini, il *Corso di archeologia e storia navale* organizzato dal Museo della Regina di Cattolica (RN), il progetto *La Memoria dei contadini* del MET, Museo degli Usi e Costumi della Gente di Romagna di Santarcangelo (RN), le letture in spiaggia realizzate dalla Casa Rossa di Alfredo Panzini attraverso *Un Romanzo sotto l'Ombrellone* a Bellaria Igea Marina (RN), la *Fiera degli Ecomusei* di Argenta (FE), le esperienze di *Salinaro per un giorno* organizzate da MUSA – Museo del Sale di Cervia (RA) e le numerose attività promosse dal Museo della Marineria di Cesenatico (FC), il *Festival della Marineria*, la *Scuola di vela e di navigazione storica*, l'*Archeocamp*.

L'analisi dei casi procede con le esperienze del Veneto, partendo dal Museo dei Grandi Fiumi di Rovigo, che propone l'esperienza di *Con le mani nella Storia*; attraverso il Museo della Navigazione Fluviale di Battaglia Terme (PD), che organizza eventi legati al fiume come il *Palio del Ruzante* e *Remada a seconda*; il Museo della Centuriazione Romana di Borgoricco (PD) propone invece attività di rievocazione storica con i progetti *Terra di storia* e *Vacanze di Natale al museo*; l'università IUAV di Venezia presenta poi un punto di vista innovativo attraverso *Visualizing Venice*.

Altre esperienze italiane vengono dalla provincia di Pesaro Urbino, che racconta il progetto *Venerdì Pesce. Un pesce al mese* realizzato dal Museo della Marineria Washington Patrignani di Pesaro e l'esperienza del Museo del Balì di Saltara *Scienza e dintorni*, percorsi turistici al museo tra scienza, arte, gusto e territorio. La provincia di

Campobasso illustra i *Percorsi ludico-didattici* realizzati dal Museo Sannitico di Campobasso.

Il racconto prosegue poi in Croazia, dove la regione Istria propone tre casi di studio: *Sepomaia Viva*, festival internazionale dell'antichità organizzato dal museo civico di Umago; *Arterja* festival di arte visiva contemporanea organizzato dal Museo Civico Lapidario di Cittanova e *Giostra*, il festival storico organizzato dal Museo Nazionale di Parenzo.

Il Cantone di Zenica Doboj propone l'esperienza *Museo in fiera*, realizzata dal Museo di Tesanj e le numerose attività "fuori dalle mura" proposte dal Museo Civico di Zenica, ovvero il festival fantasy *Regno Bosniaco*, la mostra *Vita medievale* presso il castello di Vradnduk, la mostra Lei e lui organizzata nell'ambito di *Love&Life in Balcans* e le numerose mostre itineranti.

Infine il Museo Storico di Scutari illustra le sue esperienze attraverso le mostre *Scutari durante il rinascimento albanese* e *Dreams on thread*, anche questa nell'ambito di *Love&Life in Balcans*.

TAG CLOUD

Tutti i casi raccolti da IBC per l'analisi delle buone pratiche dei musei al di fuori delle proprie mura sono stati inseriti in diversi software disponibili on line per creare "nuvole di parole", *tag cloud*, e consentire alcune osservazioni complessive sugli eventi al di fuori delle mura. In particolare sono stati utilizzati *Wordle* e *infogr.am*: sono stati inseriti solamente sostantivi, verbi e aggettivi significanti per il contesto e normalizzati (verbi all'infinito, singolare/plurale, maschile/femminile…). Le parole contenute nella nuvola aumentano di dimensione in base alla frequenza con cui sono ripetute nei testi analizzati, mettendo così in luce le parole più ripetute.

Si è scelto, inoltre, di caratterizzare le parole attraverso i colori: il colore ARANCIO rappresenta i protagonisti delle azioni del museo al di fuori delle proprie mura, in particolare il **museo** stesso, le **associazioni**, i **volontari**, il **pubblico**. Ai protagonisti e ai luoghi delle azioni "fuori dalle mura" sono dedicate le infografiche di analisi dei 25 casi illustrati.

Il colore ROSSO, invece, caratterizza le azioni e le modalità con cui il museo opera in contesti esterni. Le parole più evidenti sono arte e festival, che rappresentano le modalità di dialogo con il territorio più diffuse. I *case study* che seguono raccontano, tra gli altri, il *Festival del Mondo Antico* di Rimini, il *Festival della Marineria* di Cesenatico, i festival della regione Istria (*Sepomaia Viva* di Umago, la *Giostra* di Parenzo e *Arterja* di Cittanova) e il *Festival Regno Bosniaco* di Zenica (Bosnia-Herzegovina). A seguire, in ordine di importanza compaiono altre parole chiave quali **mostra** e **attività**.

Risultano molto interessanti alcune parole che compaiono con una frequenza minore, ma che introducono modalità particolare di interazione con il territorio e la comunità, interpretando lo spirito dei "musei fuori dalle mura" e i principi che hanno ispirato l'intero progetto Adriamuse: **interattivo**, **multimedia**, **scienza**, **sport**, **viaggio** forniscono spunti e suggestioni per creare nuove azioni e nuove interazioni tra la comunità, i musei e gli stakeholder.

Infine il colore AZZURRO individua una serie di concetti e di valori che rappresentano l'ispirazione e/o il risultato delle azioni dei musei al di fuori delle proprie mura. Le parole che ricorrono più spesso nei testi analizzati sono:

PER UN LINGUAGGIO COMUNE

social-media
imparare
vecchio
museo
tempo
preservare
pesce
arte
locale
spirituale
piattaforma
workshop
consapevolezza
sviluppo
scienza
volontari
tradizione
visivo
stile
fiera
realtà
intangibile
festival
interattivo
city-marketing
rinascimento
storia
viaggio
marittimo
sogno
costumi
musica
cambiamento
mondo
danza
medievale
scrittori
conoscenza
turismo
antico
media
processo
materiale
etnografia
sezione
moderno
periodo
semplicità
pubblico
giostra
intersezione
romani
tecniche
multiculturalità
urbanizzazione
flusso
scavo
teatro

cultura, **storia**, **tradizione** in un'ottica di **sviluppo**, culturale e territoriale. Questa categoria è quella più numerosa nella nuvola poiché illustra le motivazioni che spingono un museo, una comunità, un territorio a collaborare per la realizzazione di un evento di tipo culturale.

Analizzando poi le altre parole chiave presenti nella *tag cloud* possiamo notare come spesso ci siano concetti tra loro opposti come antico-moderno, materiale-immateriale, locale-internazionale, cambiamento-tradizione, semplicità-complessità, reale-fantastico. È interessante sottolineare come nella maggior parte dei casi queste coppie di contrari siano equivalenti nelle dimensioni, ovvero la frequenza con cui sono ripetuti è piuttosto simile.

La nuvola delle parole è una rappresentazione grafica della complessità del lavoro dei musei, in particolare delle attività svolte per uscire dalle proprie mura e confrontarsi con un territorio. Ciò che emerge è che il museo si propone come attivatore di relazioni tra oggetti, tradizioni, persone, territori, comunità, passato, presente e futuro.

I casi illustrati sono tra loro molto diversi per tipologia di pubblico, dimensioni territoriali e durata, ma sono accomunati dalla consapevolezza che il museo rappresenta un luogo dell'identità della comunità e un punto di partenza per lo sviluppo territoriale.

MUSEI FUORI DALLE MURA: ESPERIENZE TRA LE DUE SPONDE DELL'ADRIATICO

ANTICO/ PRESENTE

IX edizione
del Festival del Mondo Antico di Rimini

Nome del progetto	Antico/Presente. IX edizione Festival del Mondo Antico 2007
Museo/ Istituzione	Musei Comunali Rimini
Città/ Paese	Rimini – Italia
Luoghi	Rimini, Cattolica, Mondaino, Montefiore Conca, San Leo, San Mauro Pascoli, Verucchio
Tempistica	A partire da ottobre 2007: richieste patrocini e finanziamenti, coinvolgimento partner e definizione gruppo lavoro, determinazione palinsesto dettagliato degli eventi, piano esecutivo del progetto, promozione e predisposizione materiale informativo; 14-17 giugno 2007 giornate del Festival; Giugno/luglio 2007: Verifica risultati e relazione finale
Attori coinvolti	Comune di Rimini/Settore Cultura; Provincia di Rimini; Comuni della Provincia di Rimini (Rimini, Cattolica, Mondaino, Montefiore Conca, San Mauro Pascoli, Verucchio); Comune di San Leo; MIBAC- Direzione Regionale per i Beni Culturali e Paesaggistici dell'Emilia-Romagna; Regione Emilia-Romagna, Istituto Beni Culturali della Regione Emilia-Romagna; Istituto Superiore di Scienze Religiose di Rimini; Polo Scientifico Didattico di Rimini; Ministero dell'Istruzione
Target di riferimento	Turismo culturale e turismo balneare

SITUAZIONE INIZIALE

Antico/Presente si è proposto per il nono anno, non solo a Rimini, ma anche in diversi siti del territorio provinciale, come *Festival del mondo antico*, un tempo e un luogo per immergersi nella cultura delle origini con il gusto dei contemporanei. Il festival ha offerto una rete fitta di occasioni che ognuno, a proprio gusto, ha potuto fruire lungo un itinerario che ha interessato i musei e diversi luoghi della cultura della città di Rimini: Biblioteca Civica Gambalunga, Cineteca Comunale, Teatri, Università e librerie, monumenti come l'anfiteatro romano, piazze e parchi cittadini. Nei centri della Provincia il festival ha coinvolto i Musei di Cattolica e di Verucchio, la Rocca malatestiana di Mondaino, il teatro comunale di Montefiore, Casa Pascoli di San Mauro Pascoli e il castello Mediceo di San Leo. La struttura della rassegna Antico/Presente, nata nel 1998 e trasformata nel 2005 in Festival del Mondo Antico, ha raccolto sempre lusinghieri riscontri da parte del pubblico e degli organi di informazione, restando fedele a se stessa pur con significative varianti nei contenuti specifici in ogni singola edizione. Temi letterari, filosofici, storici, archeologici, antropologici, religiosi, giuridici, economici, scientifici, trattati in presentazioni di novità editoriali, "Commenti magistrali", happening poetico-musicali, giochi, laboratori,

seminari, proiezioni cinematografiche, iniziative gastronomiche hanno visto coinvolti alcuni dei più importanti studiosi e operatori che si occupano a vario titolo non solo del mondo greco e romano, ma anche del vicino e lontano Oriente, letti sempre alla luce del contemporaneo. Un posto di rilievo è occupato dai "Commenti magistrali" che hanno visto la partecipazione di protagonisti della scena culturale italiana come Alberto Angela, Maurizio Bettini, Luciano Canfora, Massimo Cacciari, Umberto Eco, Marc Fumaroli, Umberto Galimberti, Silvia Ronchey.
Rimini e il suo territorio, ricchi di tesori antichi, costituiscono uno scenario particolare, fuori dagli schemi più banali. Il Festival, negli ultimi anni, ha contribuito a promuovere importanti opere di musealizzazione che riguardano l'antico, come l'inaugurazione del complesso archeologico della Domus del chirurgo, avvenuta nel dicembre 2007, o l'allestimento della nuova sezione archeologica del Museo della Città, realizzata nel 2010 all'interno dell'XI edizione di ANTICO/PRESENTE.

OBIETTIVI DEL PROGETTO

- Valorizzare il patrimonio archeologico e storico-artistico non solo custodito dentro i musei, ma anche quello presente nella città e nel territorio. Il Festival permette alla città di Rimini di riappropriarsi in modo anche non convenzionale di luoghi e monumenti storici, sottolineando il rapporto vivo fra antico e presente.
- Coinvolgere un pubblico quanto più vasto ed eterogeneo proponendo soluzioni raramente percorse che hanno il pregio di portare il museo fuori di sé: nelle piazze, nei teatri con i Commenti magistrali; nei parchi, con ricostruzioni di archeologia sperimentale quale l'accampamento di una legione romana; intorno ai monumenti, come nel caso della navigazione sotto le arcate del ponte di Tiberio o del Processo e dei Commenti magistrali nell'arena dell'Anfiteatro.
- Entrare nel tessuto vivo del centro storico coinvolgendo le librerie negli incontri e i ristoranti, con menu a tema concordati con la direzione del Festival.
- Uscire dai confini provinciali per coinvolgere realtà limitrofe come San Leo (dal 2010 in provincia di Rimini) e San Mauro Pascoli, realizzando eventi nelle Rocche, nei palazzi storici e nei teatri.delle fonti e dei reperti archeologici.

METODOLOGIA

Il Festival è una manifestazione ricca di avvenimenti pensati per un pubblico variegato e attento.
Il calendario prevede iniziative rivolte a un pubblico adulto e altre specificatamente rivolte a bambini e ragazzi.
I temi affrontati spaziano dall'archeologia alla storia, dall'antropologia alla scienza, dalla religione alla politica, dall'arte alla cucina, dalla letteratura alla filosofia, per un totale di diciotto rubriche articolate in circa 120 appuntamenti che si svolgono nell'arco di tutta la giornata.
Il numero elevato degli incontri, molti dei quali in orari coincidenti e la volontà di coinvolgere la città hanno portato a dislocare numerosi appuntamenti fuori dai musei, individuando oltre tredici location, di cui nove nella città di Rimini, a cui si aggiungono i nove ristoranti che hanno partecipato alla rubrica *L'antico nella cucina odierna*.
Molte delle proposte sviluppano la formula della conferenza oltre i canoni tradizionali, coinvolgendo i partecipanti nell'esperienza dentro e fuori dal museo, fra laboratori, visite guidate animate e archeologia sperimentale.
Il modello del Festival consente al singolo partecipante di costruirsi il calendario della giornata, scegliendo fra le proposte, per comporre un itinerario che lo porta nei diversi luoghi della città.

Il Festival, che nasce da un'idea di Marcello Di Bella, dirigente del Settore Cultura del Comune di Rimini, è gestito da un gruppo di lavoro formato prevalentemente da personale interno e limita le collaborazioni esterne al supporto alla segreteria organizzativa, all'ufficio stampa, alla grafica e alla stampa del materiale promozionale.
Fra le rubriche che compongono il programma del Festival, hanno un ruolo di rilievo i Commenti magistrali: letture di testi antichi di grande pregnanza per il presente, illustrati da grandi commentatori e attori in scenari d'eccellenza quali la centrale Piazza Cavour e l'Anfiteatro romano, capaci di ospitare un pubblico molto numeroso; i dialoghi su temi antichi di attualità e gli appuntamenti con le novità editoriali dell'anno; i giochi e laboratori per adulti, ragazzi e bambini; i menu storici e una nutrita scelta di film insieme ad alcune realizzazioni audiovisive e digitali.

Tra le novità di successo che hanno portato il museo fuori di sé ricordiamo la simulazione di un processo romano del I secolo nel suggestivo Anfiteatro di Rimini e la ricostruzione di un accampamento di soldati romani del I secolo, a cura dell'Associazione Legio XXX Ulpia Traiana Victrix di Roma. Con questa iniziativa, svolta nel parco XXV Aprile in un'ambientazione d'eccezione, sullo sfondo del Ponte di Tiberio, che da un lato rievoca con forza la Rimini antica e dall'altro anima il cuore della città attuale, si è voluto proporre un approccio alla cultura romana nuovo e coinvolgente, ma nel contempo serio e rigoroso, capace di unire i moderni sistemi di ricerca scientifica e le valenze divulgative dell'archeologia sperimentale e ricostruttiva ai tradizionali studi storici.

Durante il Festival sono state allestite mostre come quella nel Museo Civico Archeologico di Verucchio *Le ore e i giorni delle donne*, o quella, nella Galleria dell'Immagine di Rimini, *L'Antico a fumetti*, con le tavole di Sergio Tisselli. Per far conoscere la Rimini antica che continua a vivere nel tessuto cittadino e sottolineare il rapporto museo-città, il Festival offre itinerari a piedi o in bicicletta e una visita particolare al ponte di Tiberio a bordo di una scialuppa per osservare le arcate da un'originale prospettiva. L'iniziativa dal titolo *Suggestioni notturne di Ariminum*, comprende un itinerario animato dall'incontro con l'imperatore Augusto, che prende le mosse dal Museo per proseguire nella visita ai principali monumenti legati alla sua figura, con lettura di brani letterari di autori antichi, in sinergia con il gruppo teatrale del Liceo Classico Giulio Cesare di Rimini.

PRODOTTI, RISULTATI

Pur mantenendo all'interno del programma i Commenti magistrali - nucleo originario della precedente esperienza di Antico/Presente - come momento di particolare valenza per le personalità coinvolte, la manifestazione ha visto moltiplicarsi sul territorio di Rimini le occasioni di incontro con le tante e diverse espressioni delle civiltà antiche.
Grazie al Festival luoghi e dei monumenti sono stati valorizzati e ripensati in ottica contemporanea unendo le loro funzioni passate ad attività attuali, come è successo per l'Anfiteatro romano, spesso emarginato dai circuiti di visita tradizionali per la sua collocazione decentrata.
Riuscire a radicare il Festival sul territorio, allargando collaborazioni e partecipazioni, è stato un obiettivo pienamente raggiunto con risultati interessanti anche in termini di pubblico: numerosi Comuni hanno ospitato importanti iniziative, ideate anche allo scopo di valorizzare il loro patrimonio storico come, per esempio, la mostra *Le ore e i giorni delle donne* presso il Museo di Verucchio.
Il Festival si è dimostrato capace di accendere l'attenzione di un pubblico vasto e diversificato (dal mondo della scuola all'utenza degli archeoclub, dalle famiglie con bambini agli studenti universitari, dagli specialisti del settore a semplici curiosi e appassionati) attratto da una proposta innovativa che si rivolge anche ai più giovani parlando

Contatti

Musei Comunali Rimini
via Cavalieri, 26 47921 (RN)
tel. 0039 0541 704421

musei@comune.rimini.it
antico.comune.rimini.it
www.museicomunalirimini.it

il linguaggio della contemporaneità dell'antico. Le presenze sono quasi raddoppiate, passando dalle 5.000 dell'edizione 2006 alle 8.350 dell'edizione 2007. Un incremento considerevole tenuto conto che molte iniziative si sono svolte in contemporanea in luoghi diversi, molti dei quali all'aperto, per cui la partecipazione del pubblico è stata quantificata per difetto, in base all'agibilità degli spazi stessi.
L'iniziativa ha il pregio di unire le diverse realtà del territorio dal punto di vista culturale e artistico permettendo al turista di fruirle nella loro eterogeneità e, nel contempo, nella loro coesione, sottolineando l'identità del distretto culturale e turistico. Il Festival arricchisce, quindi, la tradizionale offerta turistica con un notevole ritorno di immagine per la città di Rimini che si apre ad un turismo più qualificato e culturalmente più attento.
La manifestazione è positivamente messa in risalto dalla stampa nazionale, dai principali mensili e delle riviste specializzate nel campo del turismo culturale, dell'archeologia e dei viaggi e attira l'attenzione di una vasta gamma di testate settimanali e di importanti quotidiani.

CORSO DI ARCHEOLOGIA E STORIA NAVALE

Museo della Regina – Cattolica (Rimini)

Nome del progetto	Corso di Archeologia e Storia Navale 1995/2006
Museo/ Istituzione	Museo della Regina
Città/ Paese	Cattolica (Rimini) – Italia
Luoghi	Cattolica, Centro Culturale Polivalente; Museo della Regina
Tempistica	La durata del corso è di una settimana all'anno per un totale di 12 edizioni (1995-2006)
Attori coinvolti	Comune di Cattolica; ISTIAEN di Venezia; NAUSICAA; Ministero per i Beni Culturali; Centro per l'Archeologia delle Acque del settore orientale italiano. Patrocini e collaborazioni occasionali: Istituto Beni Culturali della Regione Emilia-Romagna; Soprintendenza per i Beni Archeologici dell'Emilia-Romagna; Soprintendenza per i Beni Archeologici del Veneto; Soprintendenza per i Beni Archeologici delle Marche; Soprintendenza per i Beni Archeologici del Friuli Venezia Giulia; Accademia del Mediterraneo e sponsor privati
Target di riferimento	Studenti e studiosi di archeologia, storia navale, antropologia; ricercatori, giornalisti e studiosi che si occupano del mare e che conducono ricerche sulle imbarcazioni e sulla navigazione tradizionali; velisti; modellisti navali.

SITUAZIONE INIZIALE

Il Corso di Archeologia e Storia Navale si è svolto annualmente l'ultima settimana di agosto per sei giorni, da lunedì a sabato, ed è aperto ai corsisti e a un pubblico di uditori. Le lezioni teoriche del mattino sono dedicate a un tema monografico, per il quale sono previste due lezioni al giorno della durata di due ore ciascuna, tenute da alcuni tra i maggiori specialisti della materia; il pomeriggio invece l'attività consiste in uscite in mare con imbarcazioni tradizionali da lavoro, naviganti con vele al terzo, secondo una tecnica che a tutt'oggi è la più vicina a quella della navigazione antica. Le barche presenti provengono dai porti della costa romagnola: per lo più lance, lancioni e lancette a cui si uniscono, in occasione del raduno, bragozzi e barchetti.
L'idea nasce da una fitta serie di incontri tra la Direzione del Centro Culturale Polivalente e Presidente e Vicepresidente dell'ISTIAEN di Venezia. È al dottor Stefano Medas che si deve l'idea del nucleo originario della manifestazione. L'idea prese forma definitiva in concomitanza con l'ingresso presso l'allora Antiquarium di Cattolica dell'archeologa Maria Luisa Stoppioni e nell'estate del 1995 prende forma il corso, che sin dalla prima edizione è organizzato nei modi e nei tempi che restano poi definitivi. Premessa essenziale all'avvio

fu, contestualmente agli accordi con l'ISTIAEN, il lavoro di collegamento, sfociato poi frequentemente in collaborazioni attive, con le Soprintendenze dell'Adriatico centro-settentrionale, con i cui Soprintendenti si svolse una riunione preliminare a Cattolica; non va poi trascurato il ruolo dell'Istituto Beni Culturali dell'Emilia-Romagna e di alcune Università al cui interno operavano già docenti ed erano attivi Corsi di laurea affini al tema prescelto.
Nel 1995 tuttavia non esisteva ancora il corso di laurea in Archeologia Navale, che venne avviato a seguito proprio del corso di Cattolica, dove in qualche modo prese forma come disciplina vera e propria. Un altro elemento di sperimentazione assoluta è rappresentato dalla presenza per tutta la settimana di imbarcazioni tradizionali con vele al terzo: l'idea ha messo in moto contatti, riunioni e collaborazioni con i Comuni della costa, Circoli Nautici e Associazioni nate in quegli anni proprio per la tutela e la salvaguardia delle barche dell'Adriatico.

OBIETTIVI DEL PROGETTO

- Coniugare e porre in relazione le tradizioni della marineria moderna in tutti i suoi aspetti (navigazione, imbarcazioni, pesca, cantieristica, realizzazione e tintura delle vele, armo, orientamento e misurazione, venti) con le forme del navigare antiche, riscoprendo il persistere di taluni saperi e le trasformazioni nate dall'esperienza e dalla sapienza della gente di mare.
- Costruire all'interno del Museo della Regina, con due anime così distinte, archeologica ed etnografica/marinara, un filo conduttore che non ne forzi la lettura e l'interpretazione complessive. Una simile scelta ha portato come conseguenza l'apertura del corso verso molteplici branche, con approfondimenti tematici e di indagine che hanno pian piano compreso la geografia storica, l'archeologia subacquea, la tecnologia costruttiva, le strutture monumentali connesse alle acque e alla loro regimentazione e al controllo.

METODOLOGIA

Il corso si divide in due parti, da cui sono scaturiti i due tipi di partecipanti (corsisti veri e propri e uditori): lezioni teoriche il mattino e corso di vela al terzo su imbarcazioni tradizionali il pomeriggio. Questo presuppone anche due categorie di docenti, talora coincidenti, ma più spesso distinte: docenti e specialisti della materia cui era intitolato il corso monografico per le lezioni e istruttori in mare.
Nel primo pomeriggio, prima della partenza, si svolge un breve briefing al porto, nel corso del quale, ai corsisti, vengono offerti da esperti navigatori guidati dal professor Riccardo Brizzi rudimenti di navigazione e regole comuni, indipendentemente dalla categoria di imbarcazione su cui sarebbero saliti. Le barche, rigorosamente tutte in legno, sono per la maggior parte risalenti agli anni Venti (lancia Assunta di Cervia, del 1925; lancione Saviolina di Riccione, del 1928), mentre, le più recenti, sono degli anni Sessanta, epoca in cui l'introduzione del motore non aveva ancora sostituito interamente le antiche imbarcazioni con gli attuali motopescherecci privi di vele e non più in legno.
All'interno del Corso si istituisce la collaborazione con la rivista Archeologia Viva e con lo stesso erede Ucelli, l'ing. Umberto, che stabilisce un premio dedicato all'archeologia e storia navale intitolato appunto a Guido Ucelli di Nemi, conferito

a personalità distintesi per l'attività di ricerca e di studio o per l'attività subacquea finalizzata alla tutela dei beni o ancora al giornalismo di mare. Una formulazione come quella del corso di Cattolica, vicina a forme di approccio sperimentali, consente ai partecipanti una sorta di interattività allargata. Nelle uscite pomeridiane dei corsisti e dei docenti oltre ai conduttori delle barche si uniscono gli ultimi maestri d'ascia, occasionalmente la velaia Carmela (ultima superstite di quella straordinaria categoria), pescatori e marinai.
La permanenza serale dei docenti offre spesso ai corsisti la possibilità di scambi e di discussioni che si prolungano oltre l'orario delle lezioni, sebbene in modo più informale.
A questo si devono aggiungere due interessanti appendici per quanto riguarda le ricadute sul Museo e sulla sua attività: ogni anno, il giovedì, alle imbarcazioni di stanza a Cattolica per la durata del corso, si aggiungono altre barche della costa romagnola, per un raduno veleggiata finalizzato a far conoscere alla città e ai suoi turisti queste bellissime barche. Da questa tradizione si sviluppano in seguito i raduni e azioni simili che oggi si effettuano annualmente in diversi porti come, ad esempio, accade a Cervia, Cesenatico e Bellaria, dove è nata l'Associazione della Mariegola della Romagna. Di grande impatto e di interessante ricaduta sulle azioni e le relazioni del Museo sono stati alcuni Convegni o tavole rotonde svolti all'interno del corso: tra questi, si impone il convegno del 2000 dal titolo *I relitti insabbiati*, che ha consentito di presentare in anteprima nazionale lo scavo di Pisa - S.Rossore e quello della barca rinvenuta presso il Mausoleo di Teodorico a Ravenna, con una ricaduta, pubblicitaria e di credibilità scientifica, che ha incrementato l'attenzione generale sul corso; e la tavola rotonda tra tecnici del settore navale del 2001, dedicata ai materiali modernissimi impiegati per le imbarcazioni da corsa e da regata.

PRODOTTI, RISULTATI

I principali fattori di successo riguardano la progressiva coerenza che il Corso ha assunto negli anni, senza mai cadere nella ripetitività (a prova di ciò, numerosi corsisti si sono iscritti a più edizioni, alcuni a quasi tutte); un profondo lavoro di équipe tra ente pubblico e associazioni private, e soprattutto tra specialisti di diverse discipline, tra cui si crea spesso una vera e propria affezione al corso medesimo; la formazione specifica acquisita nel tempo, sia sul piano organizzativo e gestionale, sia sul piano scientifico e relazionale, degli operatori del Museo e del Centro Culturale Polivalente; l'acquisizione, da parte del Museo e della Biblioteca di importanti documenti audio-video con conferenze, lezioni, immagini spesso inedite; il costante aggiornamento scientifico con la creazione, ogni anno, di bibliografie aggiornate sul tema del mare, che venivano messe a disposizione dei corsisti. Si sono presentati certamente anche ostacoli, di cui il primo e fondamentale, che si è andato progressivamente aggravando nel corso del tempo, è stato quello finanziario, mentre il coinvolgimento diretto di differenti enti, con competenze spesso molto distinte, non ha rappresentato mai un problema. D'altra parte, invece, la ripetitività della formula, pur se sfumata dal variare dei temi monografici, alla lunga invecchia un po' il corso,

Contatti

Museo della Regina
Via Pascoli, 23 – 47841 Cattolica (RN)
tel. 0039 0541 966577

museo@cattolica.net
www.cattolica.net

che tuttavia è proseguito con buon successo per 12 edizioni. La settimana di permanenza e il numero chiuso dei partecipanti hanno d'altra parte favorito lo scambio fitto e fornito strumenti di crescita e di riflessione, senza per questo rischiare di estendere a pochi le informazioni: l'ammissione di uditori, i raduni di barche del giovedì, la messa a disposizione di tutto il materiale prodotto a chiunque ne faccia richiesta estendono rapidamente a un ampio pubblico la possibilità di accedere ai risultati e alle fasi attraverso le quali si è giunti a quei risultati.
Iniziative come questo corso hanno un impatto modesto sul territorio nell'immediato, a parte la fruizione di alberghi, ristoranti, bar, ... Risulta più interessante l'impatto a lungo termine che vede il corso come base di una tradizione, di ricerche e di studi, che permettono anche a nuovi appassionati di avvicinarsi a queste discipline. Grazie al corso, inoltre, a Cattolica e a Gabicce, si è rimessa in moto un'azione di salvaguardia delle ultime imbarcazioni tradizionali, e l'Assunta di Cervia, del 1925, ha ottenuto il riconoscimento da parte del Ministero per i Beni Culturali di barca storica e in quanto tale gode del diritto alla tutela. L'azione di riconoscimento del Ministero si è andata estendendo ad altre barche, anche fuori della regione Emilia-Romagna. Conseguenza non meno rilevante del Corso, la nascita dell'insegnamento di Archeologia e Storia Navale a Trapani, in quanto distaccamento dell'Università di Bologna – Facoltà di Conservazione dei Beni Culturali di Ravenna.
I partecipanti provenivano da diverse regioni italiane, con prevalenza talvolta di gruppi territoriali in connessione con i temi affrontati nella sezione monografica. Frequenti gli iscritti dall'altra sponda dell'Adriatico (istriani e croati soprattutto) e la partecipazione di docenti provenienti da diverse nazioni europee: particolarmente interessanti i rapporti stabiliti con specialisti spagnoli.

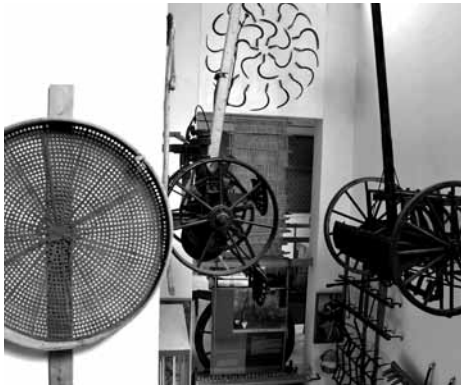
LA MEMORIA DEI CONTADINI

Santarcangelo di Romagna (Rimini)

Nome del progetto	La memoria dei contadini. Musei, biodiversità e saperi della terra
Museo/ Istituzione	Istituto dei Musei Comunali – MET Museo degli Usi e Costumi della Gente di Romagna
Città/ Paese	Santarcangelo di Romagna (Rimini) - Italia
Luoghi	Il progetto si svolge a Santarcangelo di Romagna nelle sale espositive, negli spazi dei Musei Comunali e nella sala "Lavatoio". Diversi locali distribuiti nel centro storico ospitano i workshop
Tempistica	Avvio del progetto: Settembre 2010 Avvio fase operativa: Maggio 2011 Realizzazione: 9-10-11 Novembre 2011
Attori coinvolti	Promosso da: Comune di Santarcangelo di Romagna; Istituto dei Musei Comunali di Santarcangelo di Romagna; SIMBDEA – Società Italiana per la Museografia e i Beni Demoetnoantropologici. In collaborazione con: Regione Emilia-Romagna (Assessorato Agricoltura); Istituto Beni Culturali della Regione Emilia-Romagna; Provincia di Rimini; IDAST – Iniziative demoetnoantropologiche e di Storia Orale in Toscana; Unione dei Comuni Valle del Marecchia; REMUS – Rete dei Musei della bassa Valmarecchia; FO.CU.S. – Fondazione Culture Santarcangelo; Camera di Commercio di Rimini; Pro Loco Santarcangelo di Romagna; MEMORO – Associazione Banca della Memoria (Torino); CIA – Confederazione Italiana Agricoltori; Federazione Coldiretti Rimini; Confagricoltura Rimini; Ordine degli Architetti, Pianificatori, Paesaggisti e Conservatori della Provincia di Rimini; Rete internazionale delle Città Slow; Slow Food Emilia-Romagna; Associazione nazionale civiltà contadina per la salvaguardia della biodiversità; Scuola Superiore del Loisir e degli eventi di comunicazione.
Target di riferimento	Etnografi, insegnanti, operatori dei Musei dell'Agricoltura, funzionari del settore cultura e agricoltura, associazionismo culturale e ambientalista

SITUAZIONE INIZIALE

I musei dell'agricoltura nati, spesso, come semplici raccolte di oggetti-testimonianza di antiche pratiche in via di estinzione e considerati essenzialmente come risorsa "identitaria" di una comunità, sono stati protagonisti di un forte ripensamento negli ultimi anni. Gli ecomusei hanno assunto la forma del museo-diffuso, proiettandosi al di fuori dell'edificio museale per diventare tutt'uno col territorio. La dimensione puramente rappresentativa, in diversi casi, è trascesa trasformando il museo in luogo "esperienziale", dove non ci si limita a prendere visione di un insieme di nozioni, ma le si "pratica" e le si sperimenta in prima persona. Le giornate santarcangiolesi nascono per riflettere sulla missione contemporanea dei musei etnografici, con l'intento di realizzare incontri di approfondimento fra musei dell'agricoltura e la comunità sui temi salienti di un dibattito sempre più attuale: sostenibilità e biodiversità, alimentazione e pratiche agricole, paesaggi a rischio, tecnologie sostenibili e innovazione.



OBIETTIVI DEL PROGETTO

- Determinare un registro dei saperi e delle "buone pratiche" contadine che possano risultare rilevanti nell'attuale società prevalentemente urbanizzata. L'inventario, che spazia dalle tecnologie costruttive alle soluzioni urbanistiche, dalle reti sociali alle pratiche d'uso quotidiano, si serve di "depositi della memoria" e di centri di ricerca che utilizzano attivamente i saperi come strumento per il presente (per esempio le università di agraria, di architettura e di urbanistica)
- Precisare i metodi e gli strumenti per la catalogazione e la trasmissione a diversi "livelli" dei saperi inventariati.
- Definire il ruolo dei musei etnografici e della civiltà contadina nella raccolta e nella trasmissione di queste buone pratiche e stabilire una prima "rete" europea dei musei in grado di adempiere a tale funzione.

METODOLOGIA

Dopo una prima fase di definizione dei lineamenti progettuali (2010) è seguito un piano di fattibilità per indicare gli obiettivi, le modalità di svolgimento, il target e i risultati attesi (maggio 2011).
Il progetto esecutivo, completo di budget, operatività logistica, definizione dei centri di spesa e responsabilità di coordinamento è stato compilato nel luglio 2011; nel mese di settembre sono state inviate le "call for paper" ed è stata impostata una campagna di comunicazione e promozione in coordinamento con i principali soggetti interessati.

Le giornate santarcangiolesi si sono svolte nei giorni 9 -10 -11 Novembre 2011. Nei mesi successivi all'evento è stato monitorato lo stato dell'iniziativa, valutati i risultati ed effettuata la chiusura dei conti.
Il progetto relativo alla realizzazione delle indicazioni e delle prospettive emerse nelle giornate santarcangiolesi è stato avviato nel gennaio 2012.
Il programma prevede lo svolgimento di workshop, tavole rotonde, laboratori didattici, incontri legati a progetti di rete europea e la presentazione del disegno di legge per l'istituzione della giornata per la "Memoria del mondo contadino".

Il progetto si suddivide in diverse sezioni: la prima, dedicata alla terra madre, prevede laboratori e conferenze con e per la scuola; la seconda, riguarda la pratica dei saperi fra passato e futuro e coinvolge musei, associazionismo, scuola, settore agricolo; la terza si riferisce ai saperi della terra; infine, la quarta sezione analizza la memoria contadina come risorsa strategica per il futuro.

Contatti

Istituto dei Musei Comunali – MET
Museo degli Usi e Costumi
della Gente di Romagna
Via Montevecchi 41,
Santarcangelo di Romagna 47822 (RN)
tel. 0039 0541 624703

met@metweb.org
www.metweb.org

PRODOTTI, RISULTATI

Durante le tre giornate della "Memoria dei contadini" sono state organizzate quattro tavole rotonde sui seguenti temi: musei contadini e biodiversità; musei contadini e saperi pratici; memoria, innovazione e territorio; la filiera dell'olio nel bacino dell'Adriatico.

I workshop hanno lavorato su diversi argomenti:
- Le città slow;
- Salvare la memoria 1: le parole-tecniche della raccolta della memoria;
- Salvare la memoria 2: gli oggetti e i "contadini che restaurano";
- Salvare la memoria 3: le immagini - la gestione delle stampe e negativi di archivi (IBC Emilia-Romagna);
- L'esperienza RiGAS, gruppo di acquisto solidale della Provincia di Rimini;
- La rete internazionale degli Orti di Pace;
- Colture/Culture dell'ortofrutta;
- Le banche dei semi, Associazione Nazionale Civiltà contadina;
- Conoscere, conservare e diffondere gli antichi ortaggi contadini della Valmarecchia;
- Slow food e i musei etnografici.

I temi degli incontri e delle conferenze sono stati i seguenti: la memoria contadina come risorsa strategica per il futuro; SIMBDEA, seminario aperto agli associati; il progetto europeo IPA ADRIATICO "AOGRPSL Adriatic Olive Grove" (Albania, Grecia, Italia) meeting tra i partner; approfondimento museografico dal titolo "Fra missione e patrimonio. La storia di un museo"; la Stanza della memoria; un ultimo incontro è stato dedicato alle videointerviste. Sono stati realizzati, inoltre, due spettacoli sul tema dei racconti contadini: la rappresentazione musico letteraria "L'orologio di Talacia – Memorie di un contadino inventore" e, per i 150 anni dell'Unità d'Italia, i racconti dei cantastorie dal titolo "Noi chiamammo Libertà".
Si è creata quindi una fitta agenda di appuntamenti di approfondimento che hanno dimostrato interesse e partecipazione sui temi del mondo contadino e dell'etnomuseologia, con il conseguente sviluppo di progetti coordinati.
Il convegno è stata un'occasione importate per sviluppare rapporti personali e istituzionali che hanno dato l'avvio a proposte di collaborazione concrete.

convegno

LA MEMORIA DEI CONTADINI

musei, biodiversità e saperi della terra

Musei e saperi della terra | **M**emoria per la sostenibilità | **B**iodiversità | **M**emoria contadina come risorsa per il futuro

UN ROMANZO SOTTO L'OMBRELLONE

La Casa Rossa di Alfredo Panzini
Bellaria Igea Marina (Rimini)

Nome del progetto	Un romanzo sotto l'ombrellone. A bordo del Bragozzo Teresina
Museo/ Istituzione	La Casa Rossa di Alfredo Panzini
Città/ Paese	Bellaria Igea Marina (Rimini) - Italia
Luoghi	Il progetto si svolge in mare, sull'antica imbarcazione bellariese "Bragozzo Teresina" e al largo di alcune spiagge (Bellaria e Igea) davanti alle quali il bragozzo attracca durante l'estate
Tempistica	Luglio – Agosto
Attori coinvolti	Accademia Panziniana; Associazione Bragozzo Teresina; Comune di Bellaria Igea Marina; Centro Zaffiria
Target di riferimento	Adulti e bambini

SITUAZIONE INIZIALE

Ogni estate, nei mesi di luglio e agosto, a bordo dell'imbarcazione storica Bragozzo Teresina vengono "caricati" i libri di Alfredo Panzini, i depliant della Casa Museo e gli operatori volontari che si occuperanno della distribuzione dei libri e della presentazione della figura di Alfredo Panzini. Mentre gli adulti ascoltano la presentazione del museo e sfogliano i libri (che possono continuare a leggere sotto l'ombrellone), i bambini salgono sul Bragozzo Teresina, ascoltano storie e cantano filastrocche a tema.
Il progetto nasce dall'esigenza di far conoscere il museo ai tanti turisti che d'estate affollano le spiagge della località. La Casa Museo, infatti, si trova fuori dal centro e spesso i turisti, anche i più fedeli, raccontano di non averla mai vista. Occorreva allora trovare un modo di portare il museo in spiaggia, luogo nel quale tutti i turisti passano gran parte delle loro giornate.
L'Accademia Panziniana da anni, con notevole sforzo trattandosi di volontari, si impegna nel rieditare i libri di Alfredo Panzini e di renderli disponibili al vasto pubblico. Per evitare che i libri rimanessero chiusi negli scatoloni e valorizzare l'azione di stampa si è pensato allora di operare in sinergia con l'imbarcazione Bragozzo Teresina, orgoglio della comunità bellariese, che si è prestato per far navigare questo "carico di cultura".

Contatti

La Casa Rossa di Alfredo Panzini
Via Pisino, 1
Bellaria Igea Marina 47814 (RN)
tel. 0039 3209242920

zaffiria@comune.bellaria-igea-marina.rn.it
www.comune.bellaria-igea-marina.rn.it

OBIETTIVI DEL PROGETTO

- Aumentare le visite presso la Casa Museo e di diffondere i libri scritti da Alfredo Panzini.
- Valorizzare la cultura del luogo che non è immediatamente riconoscibile dai turisti: un'imbarcazione storica, uno scrittore importante del Novecento, una bellissima Casa Museo immersa nel verde a due passi dal mare, un'attenzione educativa verso i bambini che continua nella proposta di laboratori presso il Museo. Questo è il biglietto da visita che il progetto vorrebbe idealmente porgere agli ospiti della propria comunità turistica nel periodo di maggior affluenza.

METODOLOGIA

Il progetto prevede un calendario di uscite pubblicizzate nell'ambito delle attività estive della Casa Museo e diffuso tramite URP, IAT e categorie economiche coinvolte nel turismo (bagnini, albergatori, commercianti).
Le uscite in mare vengono realizzate prevalentemente la mattina e prevedono almeno due fermate: una presso la spiaggia di Bellaria e una presso quella di Igea. Il Bragozzo entra dentro la scogliera grazie a un permesso speciale della Capitaneria di Porto e con un moscone viene raggiunta la riva. A questo punto le azioni si sdoppiano: a riva, con microfono e materiali ad hoc, si racconta del museo e dello scrittore; in mare, i bambini (solo loro) possono salire sull'imbarcazione storica. Questa possibilità li emoziona tantissimo e occorre fare più gruppi di lettura. Quando, infatti, i bambini salgono a bordo vengono invitati ad ascoltare anche loro delle favole o delle novelle. I genitori dei più piccoli sono a pochi metri di distanza, spesso desiderosi di poter vivere la stessa esperienza.
Quando dalla riva il moscone ritorna, i bambini cominciano lentamente a scendere e il Bragozzo Teresina è pronto per la sua seconda tappa, che si svolge identica qualche centinaio di metri più in là.

PRODOTTI, RISULTATI

L'iniziativa risulta graditissima ai turisti che spesso chiedono espressamente agli uffici turistici preposti quando e dove il Bragozzo naviga con il suo carico "panziniano". L'iniziativa è quindi riproposta anche nell'estate del 2012 e divulgata – come nelle passate edizioni – all'interno delle attività della Casa Museo Alfredo Panzini.
L'impatto sulle visite è stato importante: ogni anno il museo è sempre più frequentato e nel 2011 ha superato le 2.000 visite.
Sono stati gli stessi visitatori ad aver raccontato alle guide del museo di essere venuti a conoscenza della struttura grazie all'iniziativa in spiaggia "Un romanzo sotto l'ombrellone".
Il progetto è realizzato in modo completamente gratuito, coinvolgendo solo persone volontarie che godono della bella esperienza di una piccola navigazione su un Bragozzo storico, resa ancora più unica dai racconti dei marinai a bordo.

ECOMUSEI IN FIERA

Argenta (Ferrara)

Nome del progetto	Ecomusei in Fiera: esperienze dal territorio nazionale; Workshop “Saggezza e sapienza dei luoghi. Un’altra economia, ne parlano gli ecomusei”
Museo/ Istituzione	Ecomuseo di Argenta
Città/ Paese	Argenta - Ferrara - Italia
Luoghi	Ecomusei in fiera si è svolto nel centro della città dove ciascuno dei 20 ecomusei partecipanti aveva lo stand. Il workshop si è svolto in sessione plenaria presso il Centro Culturale “Il Mercato” di Argenta, le sessioni itineranti si sono tenute a Cervia e a Villanova di Bagnacavallo (Ravenna).
Tempistica	La fiera si è svolta dal 9 al 12 settembre 2011; il workshop si è tenuto nei giorni 10-11 settembre 2011
Attori coinvolti	Enti promotori: ecomuseo di Argenta, IBC, ecomusei della regione Emilia-Romagna, Mondi Locali/Local Words (network di ecomusei); 20 ecomusei provenienti da Trentino, Friuli Venezia Giulia, Toscana, Umbria, Sardegna, Emilia-Romagna; SlowFood Italia
Target di riferimento	Facilitatori e operatori degli ecomusei; associazioni di diverso tipo (culturali, ambientali, produttive, …); imprese agricole e produttori locali, artigiani e custodi di antiche abilità, panettieri, professionalità legate agli ecomusei. Pubblico generico interessato alla fiera e agli ecomusei

SITUAZIONE INIZIALE

Il sistema ecomuseale di Argenta è stato fondato nel 1991 con la sua prima stazione, il Museo delle Valli di Argenta con l’Oasi naturalistica di Campotto nel Parco del Delta del Po, premiato nel 1992 come Museo dell’Anno dal Consiglio d’Europa; nel 1997 è stata inaugurata la seconda stazione, il Museo Civico e nel 2002 la terza sede, il Museo della Bonifica nello stabilimento idrovoro di Saiarino.
Definire il termine “ecomuseo” è molto difficile: non è un museo racchiuso dentro le mura e composto di oggetti dentro le teche, anche se a volte ci sono degli oggetti. L’ecomuseo si compone di patrimonio materiale e immateriale; la sede non è un edificio, ma un territorio, con molti paesaggi, diversi siti ed edifici. L’ecomuseo, infine, non si rivolge a un generico “pubblico”, ma dialoga con la popolazione e le comunità locali
L’ecomuseo è un processo ed è molto differente da un luogo all’altro. Possiamo definire l’ecomuseo come “un patto con cui una comunità locale si prende cura di un territorio”.
Il background che accomuna l’ecomuseo di Argenta, gli altri ecomusei della regione Emilia-Romagna e l’associazione Mondi Locali/Local Words è l’attività svolta con le comunità locali, attraverso la costruzione di mappe di comunità e altri strumenti di partecipazione, orientate alla valorizzazione del patrimonio e dell’economia locale. Molti ecomusei, infatti, hanno riscoperto produzioni qualitative quali

il vino delle colline bolognesi; l'aceto balsamico tradizionale di Spilamberto; la patata rossa di Cetica; la via del carbone del Casentino... Gli ecomusei, inoltre, hanno lavorato con le comunità locali sul paesaggio, ripristinando le funzioni e la vitalità di antichi villaggi rurali o medievali, di boschi di castagni e le manifatture del Mediterraneo.
In questo contesto IBC e l'Ecomuseo di Argenta, insieme alla Rete Regionale degli Ecomusei e a Mondi Locali-Local Worlds, hanno promosso il 10 settembre 2011, presso il Centro culturale Mercato, "Saggezza e sapienza dei luoghi. 'Un'altra economia': ne parlano gli ecomusei", un workshop di formazione destinato agli operatori del settore. L'iniziativa rientra nella manifestazione espositiva "Ecomusei in fiera. Esperienze dal territorio nazionale", in occasione della tradizionale fiera annuale argentana (9-12 settembre).

OBIETTIVI DEL PROGETTO

- Realizzare una mostra con le migliori esperienze degli ecomusei italiani, mettendo in evidenza le differenze del paesaggio, delle risorse naturali e produttive in cui gli ecomusei operano.
- Esporre i risultati del processo di partecipazione degli ecomusei con l'esposizione delle mappe di comunità di Campotto, Benvignante, Mesola, Trasimeno-Orvetano, Casentino e Godo di Gemona, Friuli.
- Creare un'ampia area gastronomica con l'opportunità di promozione e vendita da parte dei produttori, facendo conoscere al pubblico le modalità di produzione anche attraverso gli assaggi nel contesto della fiera di Argenta.
- Il workshop ha l'obiettivo di creare una nuova prospettiva per trasmettere le conoscenze e il saper fare delle economie locali in relazione alle ragioni del cambiamento, alle nuove generazioni e ai bisogni globali.

METODOLOGIA

La fase iniziale del progetto ha visto il coinvolgimento e l'accordo tra i seguenti attori: IBC, Comune di Argenta ed Ecomuseo di Argenta (promotori), provincia di Ferrara e Parco del Delta del Po (sostenitori). In seguito sono stati coinvolti gli ecomusei dell'Emilia-Romagna e dell'associazione Mondi Locali. I cittadini e le associazioni locali hanno rappresentato un aiuto concreto e insostituibile ad Argenta e nelle sessioni itineranti del workshop a Villanova di Bagnacavallo e a Cervia.
La fiera degli Ecomusei si è concentrata in particolare su due aspetti: da una parte il paesaggio produttivo italiano, dall'altra le esperienze relative ai prodotti e al saper fare, con l'animazione negli stand e la vendita diretta di prodotti legati agli ecomusei provenienti dalle altre regioni.
Gli spazi della fiera hanno ospitato anche esperienze legate alla gastronomia e alla cucina dell'Ecomuseo delle Acque del Gemonese (Friuli) e gli Ecomusei delle genti di Barbagia (Sardegna).
Il workshop per gli operatori si è svolto in sessione plenaria il giorno 11 settembre 2011 ad Argenta e in due sessioni itineranti presso l'Ecomuseo della Civiltà Palustre a Villanova di Bagnacavallo e al MUSA, Museo del Sale di Cervia il giorno successivo.

Contatti

Ecomuseo di Argenta
Via Cardinalaia 1C, località Campotto
44010 Argenta (Ferrara)
tel. 0039 0532 808058

museiargenta@comune.argenta.fe.it
www.comune.argenta.fe.it

Queste due città, infatti, ospitano nello stesso periodo fiere organizzate in collaborazione con gli ecomusei. La prima è dedicata alle tradizioni dell'uso delle erbe e delle canne palustri; la seconda, invece, all'uso del sale, nell'industria nel cibo e nell'economia. Il workshop itinerante è un'esperienza che consente di sviluppare nei prossimi anni rapporti di cooperazione sempre più stretti.

PRODOTTI, RISULTATI

L'appuntamento "Ecomusei in fiera" è il primo in Italia ed è forse l'unico esempio nell'ambito dei musei territoriali e dei musei di comunità. Molte fiere sembrano simili, in quanto promuovono i prodotti locali e le produzioni legate al territorio. La differenza, in questo caso, consiste nel processo con cui le comunità decidono di investire nello sviluppo locale, potenziando e prendendo decisioni sul proprio patrimonio, fatto di beni, materiali e immateriali e valori culturali, attraverso la loro salvaguardia e l'innovazione.

Alcuni aspetti molto positivi dell'esperienza sono:
- L'ampliamento delle relazioni tra gli operatori degli ecomusei e le loro comunità locali, incluse quelle produttive.
- Lo scambio di buone pratiche sul paesaggio e la gestione del patrimonio locale;
- Il rafforzamento della cooperazione su progetti comuni tra ecomusei e territorio, anche in funzione delle opportunità offerte dai fondi strutturali UE 2014-2020.

Nel corso della fiera e del workshop è emersa la necessità di rinforzare gli aspetti di marketing e comunicazione dei prodotti in relazione al ruolo dei produttori e degli ecomusei stessi.

L'edizione successiva, nel settembre 2012, si focalizza sui temi di "Patrimonio e innovazione", analizzando in profondità gli strumenti per realizzare le mappe di comunità e il catalogo del patrimonio culturale di una determinata area, nonché le relazioni tra economia ed ecomusei per comprendere come l'uso di saperi e tecniche produttive del passato possano rivelarsi economicamente convenienti al giorno d'oggi.

SALINARO PER UN GIORNO

MUSA Museo del Sale di Cervia (Ravenna)

Nome del progetto	Salinaro per un giorno.
Museo/ Istituzione	MUSA Museo del Sale di Cervia
Città/ Paese	Cervia (Ravenna) – Italia
Luoghi	Salina Camillone, sezione all'aperto di MUSA e ultimo fondo salifero a lavorazione artigianale della salina di Cervia
Tempistica	Ogni martedì, dal 15 Giugno al 15 Settembre
Attori coinvolti	MUSA; Gruppo culturale civiltà salinara
Target di riferimento	Adulti e ragazzi dai 15 anni di età

SITUAZIONE INIZIALE

MUSA, il Museo del Sale di Cervia vuole mettere in rilievo e diffondere la cultura delle origini salinare della località oggi centro turistico di grande fama. La città e i suoi abitanti sono orgogliosi del loro passato e comprendono il grande valore dell'identità locale legata al sale e l'ambiente circostante che ne fa un territorio assolutamente unico.
La cittadina di Cervia offre ai turisti la possibilità di fruire di questa unicità attraverso il museo, la salina, il centro storico caratteristico, le vie d'acqua collegate alle saline, i percorsi ciclabili. L'elemento ambientale gioca un ruolo importante per Cervia che è situata a sud del Parco del Delta del Po e offre la possibilità di percorrere l'oasi naturalistica della salina con visite guidate a piedi, in barca elettrica e in bicicletta.
Sezione all'aperto del museo è la salina Camillone, ultimo e unico fondo salifero rimasto intatto dopo la trasformazione del 1959 che ha modificato la struttura e il tipo di lavorazione passando da artigianale a industriale. Museo e salina Camillone sono gestite dal Comune di Cervia con l'importante collaborazione dei volontari del Gruppo Culturale Civiltà Salinara. Si tratta di un'associazione di volontariato con oltre 400 membri di cui una ventina molto attivi che si alternano per l'apertura e la guardiania del museo nonché nell'attività produttiva della salina Camillone.
Sono le stesse persone che gestiscono le visite guidate

al museo e alla salina e che collaborano in attività didattico-divulgative.
Il percorso "Salinaro per un giorno" propone una giornata in compagnia dei salinari e di "lavoro" nella antica salina Camillone. I partecipanti prendono parte alle attività di estrazione e trasporto del sale. Si tratta di un'occasione assolutamente unica per provare l'emozione di vestire i panni del salinaro e sperimentare a Cervia, nella atmosfera suggestiva dell'ambiente straordinario della salina cervese, la magia della raccolta del sale "dolce", nonché la vita dei salinari. L'esperienza offre, inoltre, la possibilità di conoscere episodi di vita, storie e aneddoti direttamente da chi li ha vissuti.
Presso la salina Camillone erano già presenti visite guidate dimostrative durante le quali i salinari spiegavano al pubblico la loro attività e mostravano le fasi di lavorazione ed estrazione del sale, queste attività si svolgono ancora durante il periodo estivo tutti i giovedì e le domeniche da giugno a settembre con un notevole successo arriva fino anche a 50 visitatori per appuntamento. Durante le visite le persone accolte sono, però, puri spettatori e quindi non partecipano attivamente se non con domande. Abbiamo pensato a questo punto di offrire ai visitatori la possibilità di stare assieme ai salinari, comprendere il lavoro e sperimentare di persona le attività lavorative nella vecchia salina.

OBIETTIVI DEL PROGETTO

- Offrire un'occasione unica per provare l'emozione di vestire i panni del salinaro e sperimentare a Cervia, nell'atmosfera suggestiva di quell'ambiente assolutamente straordinario che è la salina cervese, la magia della raccolta del sale dolce nonché la vita dei salinari.
- Coinvolgere i turisti e i visitatori locali nella tradizione del sale attraverso la sperimentazione in prima persona del lavoro in salina (*learning by doing*).
- Conoscere meglio la civiltà del sale, attraverso il dialogo con chi vive in questo ambiente, ha lavorato e continua a lavorare nelle saline.

METODOLOGIA

Il museo opera in un'area attiva e particolarmente effervescente. Molte sono le associazioni di volontariato che lavorano sul territorio e numerosi enti, associazioni e cooperative che consapevoli della grande importanza delle nostre origini sviluppa azioni legate alla storia e alle tradizioni locali. Forte è quindi il legame del museo con il territorio e con gli attori che qui operano come la società Parco della Salina, la Cooperativa Atlantide, Gruppo culturale civiltà salinara e altre associazioni culturali di volontariato. Si è sentito il bisogno e la voglia di lavorare insieme in sinergia per il recupero e la valorizzazione della cultura materiale e immateriale e al tempo stesso offrire opportunità uniche ai visitatori. Ecco quindi lo sviluppo di iniziative legate al museo e alla salina fra cui Salinaro per un giorno, ma anche visite guidate alla salina Camillone e alla salina naturalistica, al museo e percorsi formativi nonchè laboratori dedicati alle scuole del territorio e non solo.
Il primo passo per la realizzazione del progetto ha visto la richiesta di partecipazione al Gruppo culturale Civiltà Salinara, che si è detto da subito entusiasta dell'iniziativa. Assieme abbiamo definito quali potessero essere le attività non pericolose da far svolgere ai visitatori e concordato giornate e orari compatibili con gli impegni già numerosi dei membri della associazione. È stato definito un numero massimo di "salinari in erba" da seguire in

una giornata. Un elemento determinante per la realizzazione della iniziativa è stata la disponibilità dei volontari a offrire la loro attività di "maestri" gratuitamente. Al termine della giornata in salina abbiamo pensato a un ricordo/riconoscimento da lasciare ai "lavoratori" ed è stato deciso di consegnare un diploma di partecipazione. Per completare l'esperienza culturale si è pensato di proporre qualche tipicità enogastronomica offrendo un piccolo ristoro a fine giornata. Oltre a costituire un momento di relax e di incontro con la gastronomia locale questo momento offre anche spazio a domande e scambi con i salinari che racconto la propria esperienza di vita "salinara". Per far fronte alla spesa relativa a diploma e alla "merenda" è stata proposta l'offerta libera per partecipare all'iniziativa.

PRODOTTI, RISULTATI

Il progetto, pensato inizialmente per i turisti, ha suscitato un notevole interesse anche nei locali che hanno partecipato numerosi per condividere quest'esperienza particolare. Salinaro per un giorno nasce nel 2008 e raggiunge per ogni appuntamento il numero massimo di partecipanti. Sebbene si tratti di piccoli numeri (al massimo 6 persone per ogni lezione) la presenza costante ha dimostrato un alto grado di interesse.
L'iniziativa ha avuto molto successo e, oltre a sottolineare la valenza culturale delle origini della città, risulta un eccezionale strumento di valore promozionale legato al territorio.

Contatti

MUSA-Museo del Sale
Via Nazario Sauro 24
48015 Cervia (Ravenna)
tel. 0039 0544 977592

musa@comunecervia.it
www.turismo.comunecervia.it

FESTIVAL DELLA MARINERIA DI CESENATICO

Museo della Marineria di Cesenatico (FC)

Nome del progetto	Festival della Marineria
Museo/ Istituzione	Museo della Marineria
Città/ Paese	Cesenatico (Forlì-Cesena) – Italia
Luoghi	Cesenatico
Tempistica	Giugno 2009 e 2010
Attori coinvolti	Soggetti locali e internazionali (Asssociatin of Mediterranean Maritime Museums - AMMM); imbarcazioni tradizionali naviganti presenti nella costa dell'Emilia-Romagna; Regione Emilia-Romagna; Associazioni di categoria; sponsor privati
Target di riferimento	Persone di ogni età e famiglie interessate a conoscere la cultura del mare nei suoi vari aspetti

SITUAZIONE INIZIALE

Il *Festival della Marineria* nasce per colmare il vuoto esistente in Italia nel campo delle manifestazioni popolari legate alla cultura del mare, proponendo alcuni giorni di immersione totale, con un programma di eventi che si svolgono durante tutto l'arco della giornata e affrontano vari temi, situazioni e suggestioni legate al mare e alla marineria. Il festival riunisce barche, incontri, spettacoli, attività per grandi e bambini.
Il Museo della Marineria ha maturato negli anni un ricco patrimonio di relazioni con svariati soggetti che si occupano di cultura del mare nei suoi più vari aspetti, dal versante scientifico a quello artistico, da quello istituzionale a quello sportivo e associativo.
Questo patrimonio di competenze è la base di partenza per una festa che mette insieme vari aspetti e diversi soggetti per farli conoscere al grande pubblico in un luogo, come Cesenatico, che ha sempre investito molto per valorizzare la propria identità marinara.
Il marchio "Piccoli lupi di mare" contraddistingue i laboratori e le attività pensate per l'intera famiglia oltre che per i più piccoli: occasioni per entrare nel vivo delle tradizioni marinare e conoscere interessanti personaggi, alcuni dei quali veri "lupi di mare". Le proposte prevedono la riscoperta di saperi antichi, come i nodi e la colorazione delle vele, e la costruzione di un vero ponte secondo un progetto di Leonardo da Vinci.

Contatti

Museo della Marineria
via Armellini, 18
47042 Cesenatico (FC)
tel. 0039 0547 79205

museomarineria@cesenatico.it
www.museomarineria.eu

OBIETTIVI DEL PROGETTO

- Favorire la conoscenza della cultura del mare attraverso la molteplicità dei suoi aspetti (es. storia, tradizione, sport, gastronomia, arte)
- Promuovere la conoscenza del Museo della Marineria e della città di Cesenatico.
- Candidare Cesenatico come luogo d'elezione per iniziative legate alla cultura marinara.

METODOLOGIA

Gli eventi del festival si svolgono negli spazi immediatamente antistanti al Museo della Marineria e sulle sponde del Porto Canale Leonardesco, che costituisce il principale monumento cittadino e il fulcro del suggestivo centro storico.
Agli spettacoli serali, tutti ambientati sulle barche galleggianti del Museo, si affiancano mostre, esibizioni, appuntamenti. Prima di ogni spettacolo, le barche del museo sono "presentate" al pubblico nelle loro tipologie, decorazione, curiosità, subito dopo l'accensione della speciale illuminazione allestita per l'occasione.
Organizzando di due edizioni del Festival della Marineria, il primo del 2009 della durata di una settimana, e il secondo, nel 2010, della durata di quattro giorni, si è pensato di mettere in rete soggetti e attori diversi che si occupano di cultura del mare nei suoi vari aspetti (scientifico, storico, ambientale, sportivo) e in varie località (Adriatico Tirreno, isole, ...). Coinvolgendo direttamente gli spettatori si è creato un forte legame con la realtà locale di Cesenatico come città marinara, dove le attività si sono svolte in luoghi storici e non canonici, ad esempio non a teatro ma nelle piazze, in pescheria, in spiaggia o sulle imbarcazioni.
Ampio spazio è stato dato alle attività per i bambini e ragazzi con l'apposita sezione *Piccoli Lupi di Mare*.

PRODOTTI, RISULTATI

Il Festival ha avuto un grande gradimento da parte del pubblico e una qualificata partecipazione da parte della stampa specializzata, che ne ha apprezzato le caratteristiche incoraggiandolo a continuare. Tuttavia, dopo la seconda edizione, ci si è resi conto che un Festival del genere non è sostenibile solo con le limitate risorse del Comune di Cesenatico, sia dal punto di vista economico che per il personale occupato, e l'esperienza è stata abbandonata.
La sezione dei *Piccoli Lupi di Mare,* dedicata ai ragazzi, è stata portata avanti anche nel 2011.

SCUOLA DI VELA E DI NAVIGAZIONE STORICA

Museo della Marineria di Cesenatico (FC)

Nome del progetto	Scuola di vela e di navigazione storica
Museo/ Istituzione	Museo della Marineria
Città/ Paese	Cesenatico (Forlì-Cesena) – Italia
Luoghi	Cesenatico - Mare Adriatico
Tempistica	Maggio – Giugno
Attori coinvolti	Imbarcazioni tradizionali naviganti del Museo della Marineria e di altri armatori (circoli nautici, associazioni, privati); equipaggi; Museo della Marineria Cesenatico; Istituto di Storia, Archeologia, Etnologia Navale (ISTIAEN); Associazione barche Grassi Scuola di vela e navigazione storica;
Target di riferimento	Persone di ogni età interessate a riscoprire un modo autentico di andar per mare, imparando le antiche tecniche di navigazione

SITUAZIONE INIZIALE

La *Scuola di vela e di navigazione storica* nasce - sulla scorta di passate esperienze simili - per salvaguardare e tramandare il patrimonio intangibile delle pratiche della navigazione a vela con barche e strumenti tradizionali. La manifestazione si svolge in tre o quattro giorni di full immersion con uscite pratiche in mare con barche della tradizione marinara adriatica (trabaccolo, bragozzo, lance, battane, …), seguite da lezioni su temi di archeologia, storia ed etnografia navale. Durante questi giorni di apprendimento intensivo per imparare tecniche e tramandare antichi sapere ciò che viene sperimentato è un modo nuovo di vivere insieme il museo dal lato esperienziale, abbracciando l'intero orizzonte culturale della marineria e recuperando un rapporto diretto e originario con il vento, il mare e le tecniche per navigarlo. La scuola comprende argomenti che vanno dalla storia ed evoluzione di barche e vele alle tecniche di navigazione e all'uso di strumenti nautici tradizionali e si svolge normalmente in tre giornate di corso intensivo a terra e a bordo di imbarcazioni tradizionali del Museo della Marineria alle quali se ne aggiungono altre messe a disposizione dagli armatori della Associazione "Mariegola delle Romagne".

Contatti

Museo della Marineria
via Armellini, 18
47042 Cesenatico (Forlì-Cesena)
tel. 0039 0547 79205

museomarineria@cesenatico.it
www.museomarineria.eu

OBIETTIVI DEL PROGETTO

- Far conoscere e valorizzare la nautica tradizionale, sia come prezioso patrimonio culturale, sia come modo autentico e coinvolgente di vivere lo sport della vela, recuperando un rapporto diretto e originario con il mare e le tecniche per navigarlo.
- Favorire la conoscenza della tradizione marinara del Mare Adriatico e delle coste italiane.
- Promuovere la conoscenza del Museo della Marineria e delle sue attività.
- Sperimentare forme innovative di azione culturale in campo museale.

METODOLOGIA

La partecipazione alla *Scuola di vela e di navigazione storica* coinvolge le persone in un lavoro comune che prevede una forte partecipazione personale (fisica/emotiva/conoscitiva) e una stretta integrazione con il gruppo e con i docenti. In questo contesto si privilegiano gli aspetti pratici/sperimentali rispetto alla lezione frontale e alla visita guidata.
Si intende, perciò, favorire il contatto diretto e non mediato con autentici "testimoni" della cultura materiale raccontata dal museo quali le barche, i luoghi, i pescatori e la gente del luogo.
Il museo nel corso degli anni è riuscito a organizzare tre edizioni della Scuola di vela e navigazione storica sperimentando modalità leggermente differenti (corsi più lunghi/più brevi, più tecnici/meno tecnici) per attrarre sportivi, appassionati e curiosi.

PRODOTTI, RISULTATI

La consapevolezza che ha guidato questa e altre attività è stata la necessità di superare il modo statico di concepire il museo come esperienza passiva per passare invece a una modalità attiva di "costruzione comune". Se il museo 1.0 salva e restaura le imbarcazioni tradizionali, il museo 2.0 le mostra in un allestimento, il museo 3.0 costruisce il museo insieme al visitatore.
Il Museo della Marineria si apre a nuovi tipi di esperienza inizialmente con attività didattiche per i ragazzi e si allarga a un pubblico adulto con la Scuola di vela e navigazione storica.
Il corso ha prodotto una forte fidelizzazione nei partecipanti, visibile anche dalla produzione spontanea di documentazione fotografica e video su web (YouTube, Flickr, ecc.) Il risultato culturale è stato notevole ed è stato rendicontato e apprezzato sia sul versante della archeologia sperimentale sia delle esperienze museali (es. in sede di Forum della Asssociatin of Mediterranean Maritime Museums - AMMM). Sul versante promozionale, la Scuola sta diventando una delle attività caratterizzanti il Museo della Marineria.

ARCHEOCAMP

Museo della Marineria di Cesenatico (FC)

Nome del progetto	ArcheoCamp
Museo/ Istituzione	Antiquarium Comunale
Città/ Paese	Cesenatico (Forlì-Cesena) – Italia
Luoghi	Cesenatico - Sito archeologico di Ca' Bufalini
Tempistica	Prima settimana di settembre
Attori coinvolti	University of Leicester UK - School of archaeology; Museo della Marineria - Antiquarium Comunale di Cesenatico; Associazione Cartabianca Cesenatico; scuole di Cesenatico
Target di riferimento	Studenti scuola primaria classi III, IV e V; studenti scuola media classe I

SITUAZIONE INIZIALE

L'*ArcheoCamp* è un'originale esperienza didattica che mette gruppi di bambini a diretto contatto e in collaborazione con veri archeologi; mentre alcuni di questi conducono il loro lavoro di scavo, pulitura e ricognizione, altri, coadiuvati da operatori didattici, lavorano in parallelo insieme ai bambini con raccolte di superficie, analisi e pulitura reperti, misurazione e rilievi.
Il lavoro degli archeologici, pur essendo di grande fascino, si svolge perlopiù in un quasi totale isolamento. Per ovviare a questo problema e per sviluppare invece le grandi potenzialità che ha l'archeologia anche sul versante didattico, gli archeologi dell'Università di Leicester hanno accettato la proposta lanciata da una operatrice didattica con il supporto del Comune di Cesenatico per costruire una esperienza coinvolgente di lavoro sul campo.

Contatti

Museo della Marineria
via Armellini, 18
47042 Cesenatico (Forlì-Cesena)
tel. 0039 0547 79205

museomarineria@cesenatico.it
www.museomarineria.eu

OBIETTIVI DEL PROGETTO

- Promuovere la conoscenza della storia antica del territorio nelle giovani generazioni al fine di favorire la consapevolezza del valore della sua salvaguardia.
- Utilizzare i bambini anche come veicolo per coinvolgere anche le famiglie.
- avorire una stretta integrazione e interdisciplinarietà tra archeologia, ambiente, matematica, geometria e lingue (inglese e nozioni di latino).

METODOLOGIA

- Formazione di gruppi di ragazzi con un programma settimanale di attività.
- Mettere i ragazzi a contatto diretto con il lavoro concreto dell'archeologo in tutti i suoi aspetti.
- Favorire il contatto diretto e non mediato con il territorio nei suoi vari aspetti (aspetti storici, ambientali, antropici, ...).
- Organizzazione di quattro edizioni dell'ArcheoCamp.

PRODOTTI, RISULTATI

Il corso ha prodotto importanti risultati sul piano del coinvolgimento dei ragazzi e delle famiglie e attenzione verso la salvaguardia del territorio. Sul piano didattico, i ragazzi hanno conseguito una conoscenza diretta e sperimentale di materie non strettamente limitate all'archeologia (per esempio geometria, educazione ambientale, lingue). Il successo del corso è testimoniato anche dal sempre costante aumento delle richieste di partecipazione: i bambini e ragazzi coinvolti nel 2012 sono 170.

CON LE MANI NELLA STORIA

Museo dei Grandi Fiumi di Rovigo

Nome del progetto	Con le mani nella storia
Museo/ Istituzione	Museo dei Grandi Fiumi
Città/ Paese	Rovigo – Italia
Luoghi	Museo dei Grandi Fiumi, chiostri e cortili del Museo, centro storico di Rovigo
Tempistica	Manifestazione: un weekend del mese di Maggio. Tempi organizzativi: 5 mesi
Attori coinvolti	Comune di Rovigo; Museo dei Grandi Fiumi; Fondazione Rovigo Cultura; Sistema Museale Provinciale; Associazioni culturali locali; Università di Ferrara; archeotecnici e rievocatori
Target di riferimento	Famiglie, cittadini di tutte le età, appassionati di archeologia e storia

SITUAZIONE INIZIALE

Con le mani nella storia è un progetto che prevede due intere giornate (sabato e domenica) di visite guidate gratuite del museo, con attività rievocative e laboratoriali di archeologia sperimentale negli spazi aperti del Monastero degli Olivetani di Rovigo, sede del Museo. Il programma prevede lo svolgimento di un convegno scientifico e divulgativo con esperti antropologi, archeologi, archeotecnici, mentre, per le vie del centro storico, si sviluppano momenti di rievocazione storica con figuranti e laboratori di artigiani delle diverse epoche storiche presenti nelle sezioni del museo (preistoria, protostoria, età romana, medioevo) e un corteo di figuranti che accompagnano gli spettatori dal centro città verso il museo.
Il progetto ha già avuto tre edizioni (2009 - 10 - 11) e, visto il notevole successo, si intende ripeterne la formula nel 2013 in vista dell'inaugurazione della sezione "Rinascimento" del Museo.
La riconosciuta esperienza del Museo dei Grandi Fiumi nel campo dell'archeologia sperimentale (in particolare con la presenza ultradecennale alla Borsa del Turismo Archeologico di Paestum a coordinamento della sezione "Hand made"), ha consentito di ideare una manifestazione che coinvolgesse il pubblico di ogni età, offrendo diversi livelli di approfondimento sui temi archeologici e storici trattati nelle sezioni espositive del Museo.
La possibilità di aprire al pubblico gli spazi esterni del Monastero degli Olivetani.

Contatti

Museo dei Grandi Fiumi
Piazzale S. Bartolomeo, 18
45100 Rovigo
tel. 0039 0425/25077

museograndifiumi@comune.rovigo.it
www.museograndifiumi.it

OBIETTIVI DEL PROGETTO

- Ampliare il bacino di utenza del museo, far conoscere il museo all'esterno, al di fuori dalle proprie mura, per convogliare l'attenzione del pubblico sulla realtà museale cittadina.
- Affermare ulteriormente la validità della proposta didattica del Museo dei Grandi Fiumi nel contesto nazionale di riferimento.

METODOLOGIA

Il museo propone numerose attività scientifiche, didattiche e divulgative all'aperto in grado di incuriosire e interessare le diverse fasce di età dei cittadini. L'organizzazione di eventi ed attività si sposta anche nelle vie della città attraverso rievocazioni storiche e dimostrazioni di archeologia sperimentale, con successive visite guidate al Museo e apertura gratuita delle sezioni espositive al pubblico.
Le azioni per l'elaborazione della proposta progettuale nel dettaglio hanno riguardato: il reperimento di finanziamenti; l'acquisizione della disponibilità degli archeotecnici e dei figuranti esperti nelle diverse rievocazioni storiche; l'approvazione della Giunta municipale; riunioni organizzative con i diversi attori coinvolti per la predisposizione nel dettaglio della tempistica, logistica, sicurezza; un piano di comunicazione e pubblicità della manifestazione e, infine, l'apertura al pubblico della manifestazione.

PRODOTTI, RISULTATI

Le precedenti edizioni hanno ottenuto un buon successo di pubblico, portando negli spazi del Museo dei Grandi Fiumi in media oltre 3.000 visitatori nei due giorni di ciascuna edizione.
Per l'edizione 2013 è atteso un ulteriore incremento del pubblico partecipante.
In generale, si è riscontrato un notevole apprezzamento della formula della manifestazione da parte dei visitatori: la maggior parte dei partecipanti alla prima edizione è tornata anche per le edizioni successive e ha chiesto di essere informata di tutte le iniziative del museo; inoltre, i molti insegnanti che hanno partecipato privatamente alla manifestazione, hanno poi condotto al museo le loro classi scolastiche durante l'anno. Il miglior successo è comunque consistito nell'aver fatto avvicinare alla "risorsa culturale museo" anche fasce di pubblico solitamente non interessate alla visita.

IL PALIO DEL RUZANTE

Museo della Navigazione Fluviale di Battaglia Terme (Padova)

Nome del progetto	"Il Palio del Ruzante"
Museo/ Istituzione	Museo Civico della Navigazione Fluviale Battaglia Terme
Città/ Paese	Comune di Fiesso d'Artico (Venezia) – Italia
Luoghi	Museo della Navigazione Fluviale di Battaglia Terme (Padova) e Comune di Fiesso D'Artico
Tempistica	Settembre 2007
Attori coinvolti	Museo della Navigazione Fluviale di Battaglia Terme e Comune di Fiesso D'Artico; organizzatori del Palio del Ruzante
Target di riferimento	Cittadinanza, turisti

Contatti

Museo della Navigazione Fluviale di Battaglia Terme
Via Ortazzo 63 - 35041
Battaglia Terme (Padova),
tel. 0039 049 525170

museo.navigazione@turismopadova.it
www.museonavigazione.eu

SITUAZIONE INIZIALE

Per secoli i "tiranti" hanno trainato, con la forza delle braccia o con i cavalli, le barche che univano Venezia e Padova. Ora, per rievocare il loro mondo, moderni atleti si affrontano, trascinando dalla riva un grosso e pesantissimo battello lungo la Riviera del Brenta.
Il Palio del Ruzante è una gara che consiste nel traino di un *burcio* da parte di squadre formate da cinque tiranti. La competizione si svolge su due manche, rispettivamente in favore di corrente e controcorrente. La squadra che traina il *burcio* in minor tempo vince il palio, uno stendardo dipinto appositamente da un pittore.
La gara è preceduta da un corteo storico i cui personaggi rievocano gli antichi mestieri legati alla navigazione, come per esempio quello del *barcàro*.
Il Palio è stato disputato per la prima volta nel 2005. È nato con l'obiettivo di far conoscere i valori ambientali, storici, architettonici, culturali della Riviera del Brenta. Si inserisce negli sforzi che da molte parti si stanno compiendo per la salvaguardia dell'identità del territorio.
Per l'area brentana, questi valori sono il fiume e la sua storia, più antica della cultura delle ville che è comunque una storia più veneziana che di terraferma. Lo sfondo di questo ambiente è il lavoro: nell'ambientazione cinquecentesca che si è scelta quello dei contadini-barcari, ma che nei secoli ha interessato e interessa altri ambiti, dal tessile, all'arte dei molini, ai saponi e alla calzatura.

OBIETTIVI DEL PROGETTO

- Rievocare l'antica attività di traino dei *burci* lungo i fiumi dell'entroterra veneziano.
- Salvaguardare l'identità del territorio fortemente legata al rapporto fra uomo e fiumi.
- Far conoscere anche ai più giovani gli antichi mestieri fluviali, come per esempio quello del barcàro.
- Far riscoprire alla cittadinanza la bellezza del paesaggio fluviale, dei suoi argini, della sua flora e fauna tipiche.
- Incentivare la fruizione consapevole e sostenibile di questi luoghi, di inestimabile valore storico e paesaggistico.

METODOLOGIA

Il *Palio del Ruzante* consente il rafforzamento dell'identità popolare legata all'importanza storica dei fiumi.
In occasione del *Palio del Ruzante* del 2007 nei pressi del luogo di gara è stata organizzata una mostra fotografica sulla navigazione fluviale, con immagini e documenti storici del Museo della Navigazione Fluviale, raccolti dal suo fondatore Riccardo Cappellozza in vent'anni di ricerche.
In questo modo il museo ha dato visibilità alle sue attività di ricerca e rievocazione storica in un contesto molto visibile e conosciuto.
Il museo è uscito così dalle proprie mura per attirare un pubblico potenzialmente interessato alla visita del museo stesso, che raccoglie inestimabili testimonianze sulla vita dei barcàri del nostro territorio.

PRODOTTI, RISULTATI

Il museo ha sviluppato un evento unico nel suo genere che fa conoscere la realtà storica della navigazione fluviale alla cittadinanza attraverso azioni concrete che ne descrivono il suo svolgimento.
L'evento di rievocazione storica tradizionale rappresenta un momento di promozione per il suo carattere innovativo agli occhi del turista straniero.

REMADA A SECONDA

Museo della Navigazione Fluviale di Battaglia Terme (Padova)

Nome del progetto	"Remada a seconda"
Museo/ Istituzione	Museo Civico della Navigazione Fluviale di Battaglia Terme
Città/ Paese	Padova – Italia
Luoghi	Padova - Battaglia Terme – Pontelongo
Tempistica	2007
Attori coinvolti	U.N.P.L.I. Comitato Provinciale; Consorzio Padova Sud-Est; Consorzio Euganeo Pro Loco; Comune di Padova; Comune di Montegrotto Terme; Comune di Pernumia; Comune di Due Carrare; Comune di Cartura; Comune di Bovolenta; Comune di Pontelongo; Stazione CC di Battaglia Terme; Stazione CC di Conselve; Stazione CC di Bovolenta; Stazione CC di Codevigo
Target di riferimento	Cittadinanza, turisti

SITUAZIONE INIZIALE

Giunta alla sua 32° edizione, la *Remada a seconda* è una regata sul Bacchiglione il cui percorso parte dal ponte Bassanello e giunge sino a Pontelongo. Vi partecipano diversi tipi di imbarcazioni a remi, allestite in modo originale e folkloristico: zatteroni, mascarete, canoe, battelli. L'evento si svolge una volta all'anno e coinvolge vogatori, barcàri ed esperti di navigazione fluviale di tutto il Veneto. Al termine della manifestazione vengono premiate le imbarcazioni più originali.
L'evento annuale sul tema della navigazione fluviale nella città di Padova coinvolge soggetti già attivi nella valorizzazione del legame storico fra uomo e fiume, come il Museo della Navigazione Fluviale di Battaglia Terme e l'Associazione Remada A Seconda.

Contatti

Museo della Navigazione
Fluviale di Battaglia Terme
Via Ortazzo 63 - 35041
Battaglia Terme (Padova),
tel. 0039 049 525170

www.museonavigazione.eu
museo.navigazione@turismopadova.it

OBIETTIVI DEL PROGETTO

- Restituire al Bacchiglione, corso d'acqua padovano per eccellenza, la dignità e il ruolo che ha avuto nel corso dei secoli nella vita quotidiana della comunità locale, fortemente legata a questo fiume.
- Far riscoprire alla cittadinanza la bellezza del paesaggio fluviale, dei suoi argini, della sua flora e fauna tipiche.
- Incentivare la fruizione consapevole e sostenibile di questi luoghi, di inestimabile valore storico e paesaggistico.

METODOLOGIA

Con l'organizzazione del corteo in barca si punta al rafforzamento dell'identità popolare legata all'importanza storica dei fiumi e a incentivare le visita del Museo della Navigazione Fluviale, che si caratterizza appunto per la testimonianza delle tradizioni della navigazione.
Lo scopo della manifestazione è di riportare i padovani sugli argini, perché si riapproprino della cultura dell'acqua e si rendano conto di quali potenzialità rivestono, anche dal punto di vista turistico, questi territori. La riscoperta delle vie d'acqua, infatti, è in grado di innescare un meccanismo virtuoso sia per quanto riguarda la difesa del territorio che per un rilancio del turismo capace di creare percorsi integrati tra le campagne, il territorio urbano e le sue antiche strade fluviali.
In questo modo il protagonista tornerà a essere il fiume, con la sua apparente tranquillità, i suoi canali e i suoi scorci più suggestivi.

PRODOTTI, RISULTATI

Lo sviluppo di un evento che fa conoscere la realtà storica della navigazione fluviale alla cittadinanza di Padova si apre anche a un pubblico straniero che solitamente è a conoscenza della Regata Storica di Venezia.
L'evento ha raggiunto la 32° edizione: la longevità dell'iniziativa testimonia il sempre vivo interesse della comunità per il fiume e le sue tradizioni, illustrate appunto al Museo della Navigazione Fluviale di Battaglia Terme.

TERRA DI STORIA

Museo della Centuriazione Romana di Borgoricco (Padova)

Nome del progetto	Terra di Storia 2001-2012
Museo/ Istituzione	Museo della Centuriazione Romana
Città/ Paese	Borgoricco (Padova) – Italia
Luoghi	Museo della Centuriazione Romana – Borgoricco
Tempistica	Terzo fine settimana di maggio con cadenza annuale
Attori coinvolti	Regione Veneto, Università di Padova, Soprintendenza per i Beni Archeologici del Veneto, associazioni; scuole primarie e secondarie; gruppi di rievocazione storica; Associazioni per le attività didattiche *Arcadia* e *Heredia*; artigiani per la lavorazione della terracotta (ceramista), dei metalli, panificatore, acconciatore, grafica, pubblicitario
Target di riferimento	Famiglie, bambini e ragazzi, scolaresche, visitatori con cultura media, pubblico specialista, provenienti dal territorio di riferimento e dall'esterno

SITUAZIONE INIZIALE

Il progetto si distribuisce nell'arco di due-tre giorni in corrispondenza del terzo fine settimana del mese di maggio. Prevede diverse attività di rievocazione storica che si svolgono negli spazi esterni al Museo, nel centro di Borgoricco, oltre che al Museo e nelle aule didattiche. Si avvale di diverse professionalità, tutte qualificate nel loro settore di riferimento, per poter far immergere il pubblico nel mondo romano della centuriazione.
Il Museo si trova in una posizione decentrata rispetto ai centri urbani, ma in stretta connessione con il paesaggio centuriato che caratterizza il territorio a nord-est di Padova. Non è facilmente raggiungibile con mezzi pubblici e i visitatori che arrivano al Museo non sono solitamente di passaggio verso altre mete, ma vengono appositamente. Borgoricco è un centro rurale, ora industrializzato, che offre, oltre al Museo e al paesaggio centuriato, un altro importante polo attrattivo formato dal Municipio e dal Centro Civico, che ospita Museo e Teatro progettati dal grande architetto contemporaneo Aldo Rossi. Molti studenti di ingegneria e architettura, oltre a appassionati e a professionisti, arrivano dunque a Borgoricco per visitare Municipio e Centro Civico.

Contatti

Museo della Centuriazione Romana
Viale Europa 12
35010 - Borgoricco (PD)
tel. 0039 049 9336321

museo@comune.borgoricco.pd.it
http://www.museodellacenturiazione.it

OBIETTIVI DEL PROGETTO

- Promozione del Museo, inaugurato nella sua nuova sede nel febbraio del 2009.
- Pubblicizzazione della manifestazione su diversi canali: web, mailing list, stampa, televisione e radio locale, nonchè volantini e manifesti
- Avvicinare grandi e piccini all'archeologia, attraverso la rievocazione storica e attraverso fedeli ricostruzioni delle diverse attività che si svolgevano nel territorio rurale della centuriazione nel I-II secolo d.C., oltre che con attività di archeologia sperimentale, per cui i visitatori possono cimentarsi a modellare dei vasi in ceramica, a costruire anelli, fibule e bracciali in metallo, possono vestirsi ed essere acconciati alla maniera romana e molto altro…

METODOLOGIA

Il progetto coinvolge diverse istituzioni di riferimento per il Museo come la Regione Veneto, l'Università di Padova e la Soprintendenza per i Beni Archeologici del Veneto, che consentono l'attuazione della manifestazione attraverso il patrocinio, la co-organizzazione degli eventi, la collaborazione nelle fasi organizzative della manifestazione e l'erogazione di contributi economici.
Nelle prime edizioni c'è stato un coinvolgimento diretto di alcune scuole superiori locali per la realizzazione delle diverse ricostruzioni e del banchetto romano. Una mattinata (di solito quella del sabato) è riservata alle scolaresche, che possono usufruire a rotazione di 10-15 laboratori didattici. La manifestazione beneficia delle ricostruzioni degli ambienti e delle attività della villa rustica romana: la cucina, con macinazione di cereali, fattura e cottura del pane, la tessitura, la stanza della matrona, con acconciature e vesti romane, la produzione ceramica, l'aratura, la semina, l'utilizzo della groma per la suddivisione agraria. Nell'arco del fine settimana viene poi dato spazio a spettacoli di danze antiche e a spettacoli di rievocazione storica. Tra questi negli anni si sono succeduti cortei storici con la famiglia imperiale, pretoriani, legionari, centurioni, vestali, ancelle ecc., spettacoli gladiatori (giochi e combattimenti), tornei equestri e corse con le bighe, la ricostruzione dell'accampamento romano, del villaggio celtico e del villaggio dei Veneti antichi.

PRODOTTI, RISULTATI

La manifestazione ha ottenuto come risultato un notevole afflusso di pubblico a Borgoricco, proveniente da tutta la regione. Il lavoro condotto con le scolaresche sia a livello di preparazione dell'evento, sia a livello di partecipazione ai laboratori didattici è molto importante e ha riscosso un notevole successo. La manifestazione è nota anche fuori regione ed è divenuta esempio rievocativo anche per altre manifestazioni analoghe. Negli anni 2010-2011 la manifestazione è stata realizzata solo nella sua parte didattica e non è stato possibile finanziare la parte rievocativa, a causa della limitatezza delle risorse economiche disponibili.

VACANZE DI NATALE AL MUSEO

Museo della Centuriazione Romana di Borgoricco (Padova)

Nome del progetto	Vacanze di Natale al Museo 2010 e 2011
Museo/ Istituzione	Museo della Centuriazione Romana
Città/ Paese	Borgoricco (Padova) - Italia
Luoghi	Museo della Centuriazione Romana – Borgoricco
Tempistica	Dicembre - inizio gennaio con cadenza annuale
Attori coinvolti	Compagnie teatrali diverse; Associazioni per le attività didattiche *Arcadia* e *Heredia*; Giunti Editore; Librerie Lovat; stagisti Università di Padova, grafica, pubblicitario
Target di riferimento	Famiglie, bambini e ragazzi, scolaresche, visitatori con cultura media, pubblico specialista, provenienti dal territorio di riferimento, ma anche dall'esterno

SITUAZIONE INIZIALE

Il progetto si distribuisce nell'arco del mese di dicembre, fino all'inizio di gennaio, quando terminano le vacanze natalizie. Prevede diverse attività che si svolgono negli spazi del Centro Civico che ospita anche il Museo: il teatro, le aule didattiche, oltre al Museo stesso. Si avvale di diverse professionalità, tutte qualificate nel loro settore di riferimento, per poter coinvolgere il pubblico su attività molto diversificate, che vanno dagli spettacoli teatrali, alle visite guidate, ai laboratori didattici, al festival dell'Editoria Archeologica, ai laboratori per le scolaresche di lettura storico-archeologica, alle mostre, ai convegni per trascorrere così le "Vacanze di Natale al museo". Il Museo si trova in una posizione decentrata rispetto ai centri urbani, ma in stretta connessione con il paesaggio centuriato che caratterizza il territorio a nord-est di Padova. Non è facilmente raggiungibile con mezzi pubblici e i visitatori che arrivano al Museo non sono solitamente di passaggio verso altre mete, ma vengono appositamente. Borgoricco è un centro rurale, ora industrializzato, che offre, oltre al Museo e al paesaggio centuriato un altro importante polo attrattivo formato dal Municipio e dal Centro Civico, che ospita Museo e Teatro progettati dal grande architetto contemporaneo Aldo Rossi. Molti studenti di ingegneria e architettura, oltre a appassionati e a professionisti, arrivano dunque a Borgoricco per visitare Municipio e Centro Civico.

Contatti

Museo della Centuriazione Romana
Viale Europa 12
35010 - Borgoricco (PD)
tel. 0039 049 9336321

museo@comune.borgoricco.pd.it
http://www.museodellacenturiazione.it

OBIETTIVI DEL PROGETTO

- Promozione del Museo, inaugurato nella sua nuova sede nel febbraio del 2009.
- Coinvolgimento di adulti e ragazzi di diverso target nelle attività didattiche, ludiche, formative e scientifiche organizzate dal Museo.
- Avvicinare grandi e piccini all'archeologia, non solo attraverso la visita al Museo e ma anche attraverso le attività di laboratorio e la lettura.

METODOLOGIA

Il progetto prevede attività rivolte a studiosi e ricercatori archeologi (come convegni e la presentazione dei relativi atti), al pubblico adulto non specialista (mostre temporanee come *Il segreto del Pozzo* e *Sul cammino degli Dei dell'Istria*, la musealizzazione del pozzo romano e le novità espositive, le visite guidate), a bambini e ragazzi (le attività didattiche e i laboratori, gli spettacoli teatrali, le attività ludiche, le letture animate) e alle scolaresche (i laboratori didattici su temi storico archeologici per le scuole materne e primarie); a tutti poi è rivolto il *Festival dell'Editoria Archeologica*, con diverse sezioni, dedicate alle pubblicazioni specialistiche, a quelle di divulgazione e all'editoria storico-archeologica per bambini e ragazzi. Pensate in particolare per le famiglie sono le *domeniche a teatro*, che si concludono dopo una merenda, con visite guidate per bambini e adulti e laboratori didattici per bambini e ragazzi.
Le attività sono concentrate prevalentemente nel corso dei fine settimana.

PRODOTTI, RISULTATI

Il progetto ha avuto come primo risultato quello di incrementare notevolmente il numero di accessi al museo, calcolando che nel mese di dicembre non si registrano accessi di scolaresche.
Dicembre 2009: 79 accessi
Dicembre 2010: 300 accessi
Dicembre 2011: 1059 accessi
Siamo inoltre riusciti a far conoscere il Museo (relativamente nuovo) a un pubblico molto ampio, proveniente non solo da altre province del Veneto, ma anche dalle regioni limitrofe (Friuli Venezia Giulia, Lombardia, Emilia-Romagna).

VISUALIZING VENICE

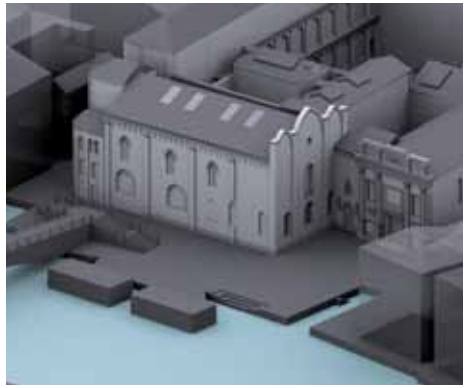
Università IUAV Venezia

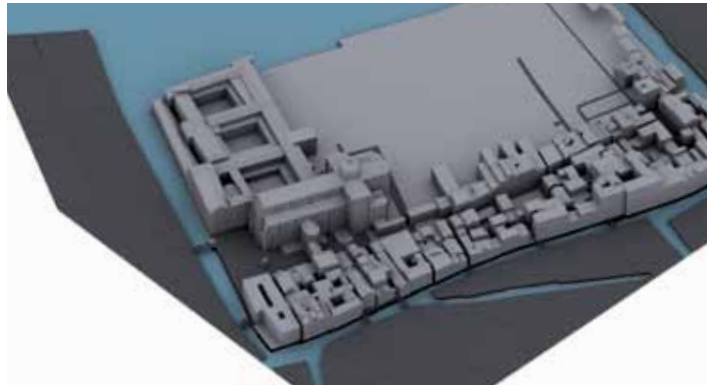
Nome del progetto	Visualizing Venice
Museo/ Istituzione	Università IUAV di Venezia - M9 - Mestre Museo della città
Città/ Paese	Venezia – Italia
Luoghi	Venezia
Attori coinvolti	Duke University (North Carolina); Università Iuav; Società Nesting S.c.r.l.
Target di riferimento	cittadini, studiosi, turisti

SITUAZIONE INIZIALE

La questione dei musei, delle biblioteche e degli archivi della città come tentativi di collezionare la memoria delle sue trasformazioni ha oramai una sua storia consolidata. In anni recenti si è assistito ad una vera e propria esplosione di "Musei della città" o di ri-allestimenti di Musei Civici ottocenteschi nei quali un pubblico ampio
e incuriosito dalle trasformazioni dell'ambiente in cui vive finisce per essere un interlocutore primario di operazioni di "city-marketing", più o meno legate alla codificazione di grandi architetti di prestigio internazionale. In tale contesto queste istituzioni, localizzate in un manufatto realizzato ad hoc (Liverpool 2011) o in uno spazio aperto o versatile (Amsterdam, London City Museum, Thames Riverside Museum, Museo Torino), costituiscono un elemento strategico nel costruire e nel veicolare l'immagine della città per attrarre turisti, investitori, studenti, nonché quei grandi eventi culturali che sembrano diventati il vero motore della città contemporanea (Altimbasak-Yalcin 2010).

Anche Venezia intende essere all'avanguardia, attraverso il progetto di M9 a Mestre. M9 sarà un polo culturale di nuova concezione, con un museo, spazi espositivi, una mediateca-archivio, aree per le attività didattiche e servizi al pubblico. M9 avrà un importante Museo del Novecento di respiro internazionale, di nuova generazione, innovativo e ad alto contenuto tecnologico, dedicato alle grandi





trasformazioni demografiche e sociali, economiche, urbanistiche, ambientali e culturali del XX secolo.
Il progetto *Visualizing Venice* svilupperà per M9 un caso di studio - Venezia città lagunare e di terraferma - nel suo insieme e in alcune sue parti di grande complessità storica, istituzionale, economica e morfologica, in un arco cronologico compreso fra il XII e il XXI secolo.
Esso prenderà in esame i processi di urbanizzazione e di crescita (con la sottrazione di terra alla laguna), la sovrapposizione di giurisdizioni e di poteri, i flussi di persone e cose, i cambiamenti di destinazione d'uso e di forma del tessuto edilizio conseguenti all'arrivo della ferrovia, del ponte automobilistico e all'introduzione di nuovi itinerari grazie alla realizzazioni di nuovi ponti sul Canal Grande.

Pur essendo centrato su un singolo caso, il progetto porrà anche il problema della comparabilità del metodo utilizzato in contesti economici, istituzionali e insediativi totalmente differenti (con esempi occidentali e orientali).

OBIETTIVI DEL PROGETTO

- Pensare nuovi modi di studiare e di raccontare la storia delle città nella lunga durata coniugando metodi storici tradizionali (documentari, cartografici, iconografici, bibliografici) con le tecnologie multimediali.
- Acquisire conoscenze e dinamiche che in passato non erano facilmente ricostruibili e che tuttora non sono minimamente praticati dagli storici urbani.
- Scoprire e descrivere processi di trasformazione e di movimento.
- Mettere in luce il rapporto mutevole tra identità che gli abitanti stabiliscono con i luoghi e il multiculturalismo; il ruolo della *historic memory in a globalization process*.
- Individuare, narrare, rappresentare, misurare episodi drammatici quali incendi, terremoti, intensità delle onde di un alluvione.
- Rilevare cambiamenti nella percezione e diffusione di suoni e rumori: insomma di restituire la vita di una città nei suoi aspetti dinamici.
- Ipotizzare che queste conoscenze siano utilizzate in una prospettiva di governo della città e, per esempio, di gestione dei suoi flussi turistici.

METODOLOGIA

L'esplorazione di cambiamenti sulla lunga durata e la complessità saranno i criteri da adottare nella scelta delle aree da privilegiare (presenza di monumenti importanti, di edilizia minuta, di funzioni legate alla vita quotidiana dei cittadini e alla enorme quantità di turisti che invadono la città oramai non solo in alcuni periodi dell'anno): la sovrapposizione di funzioni e di interventi compiuti nel passato e in anni recenti sono dunque un presupposto necessario alla verifica degli strumenti multimediali da utilizzare e costituiscono la vera sfida di questa ricerca.
Per ciascuna delle aree esaminate, occorre costruire un database di informazioni molto articolato, capace di raccogliere tutti i documenti d'archivio relativi all'area considerata (rispettivamente conservati nell'archivio di Stato, negli altri archivi cittadini, nelle grandi biblioteche europee), i riferimenti alla bibliografia esistente, alla cartografia e all'iconografia disponibile, aprendo file che rimandino alla storia economica, sociale, culturale ed edilizia dei luoghi studiati (anche a personaggi significativi, a uomini di governo, ad artisti, musicisti, alla costruzione di grandi manufatti), insomma alla vita quotidiana della città e dei suoi abitanti.

Utilizzando le vedute e le planimetrie di insieme della città, i disegni di progetto e di rilievo di alcuni

manufatti, le rappresentazioni iconografiche di alcune aree o complessi edificati, sarà possibile restituire la vita di una delle zone individuate, con rappresentazioni in 3D e ricostruzioni di *augmented reality*.
Si cercherà di dar conto: per l'età moderna, degli spostamenti della popolazione, dello scarico e trasporto delle merci (carbone, legname), dell'organizzazione di un grande cantiere con l'approvvigionamento dei materiali e il loro stoccaggio negli spazi ristretti di calli e campielli (come quello per la costruzione del ponte di Rialto), delle cerimonie rituali; per l'età contemporanea, dei cambiamenti di polarità imposti dal legame con la terraferma, grazie all'arrivo della ferrovia e dall'automobile, in una città in cui per secoli si è arrivati soltanto in barca; ma anche dalla realizzazione dei nuovi ponti sul Canal Grande (il ponte dell'Accademia nel 1853 e quello della Costituzione nel 2010); dalle ondate dei turisti (che per gran parte dell'anno superano giornalmente il numero dei cittadini) ma che percorrono solo alcune parti della città; dalla gestione dei parcheggi e dei trasporti acquei.

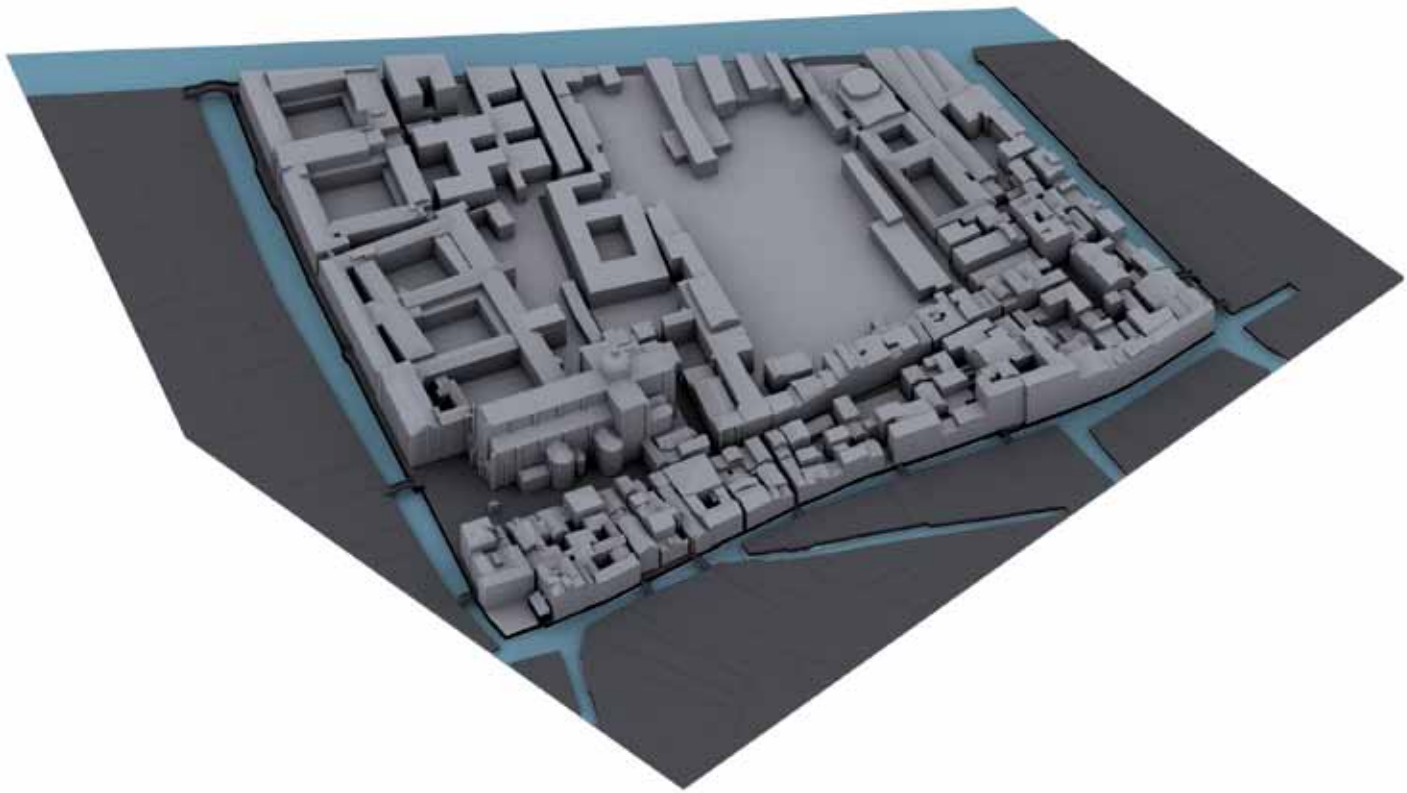
PRODOTTI, RISULTATI

L'esito del lavoro potrà anche essere accompagnato da pubblicazioni cartacee che diano conto dei problemi e delle difficoltà affrontate, ma consisterà soprattutto nella costruzione di rappresentazioni virtuali (da consultare a distanza o da utilizzare con postazioni multimediali nella città e/o all'interno di alcuni musei), di app per dispositivi mobili, disponibili anche per la pubblica amministrazione.

Contatti

Università IUAV di Venezia
Santa Croce 191 Tolentini
30135 Venezia

calabi@iuav.it
www.iuav.it



VENERDÌ PESCE

Museo della Marineria Washington Patrignani Pesaro

Nome del progetto	Venerdì pesce. Un pesce al mese
Museo/ Istituzione	Museo della Marineria Washington Patrignani
Città/ Paese	Pesaro – Italia
Luoghi	Villa Molaroni, Parco di Villa Molaroni, Ristoranti della città che partecipano attivamente al progetto
Tempistica	Gennaio-Dicembre 2012, un venerdì ogni mese
Attori coinvolti	Cooperativa pescatori; Comitato del porto; ristoratori; commercianti di pesce
Target di riferimento	L'iniziativa è rivolta a tutti e rappresenta un'importante offerta didattica per le scuole di ogni ordine e grado

Contatti

Museo della Marineria Washington Patrignani
Villa Molaroni, Viale Pola 9
61100 Pesaro
tel. 0039 0721 35588

museomarineria@comune.pesaro.pu.it
www.museomarineriapesaro.info

SITUAZIONE INIZIALE

Venerdì pesce è un insieme di appuntamenti mensili che puntano alla conoscenza della storia della pesca nel mare Adriatico, con l'approfondimento dei tempi e delle tecniche di cattura, dell'ambiente marino, delle specie ittiche e dei rispettivi cicli biologici. Gli incontri a più voci, richiamano in veste di "operatori museali", accanto a storici e biologi, pescatori, commercianti di pesce, anziani del rione portuale, esperti di cucina, invitati a illustrare la materia, i saperi della marineria locale e i sapori della tradizione.
L'iniziativa si innesta nella strategia culturale avviata nel 2007, indirizzata a sensibilizzare l'opinione pubblica sull'importanza della ricerca storica per il recupero delle identità locali.
Il museo risulta un laboratorio che, negli ultimi anni, grazie all'impegno dello staff, ha sviluppato una serie di azioni volte alla valorizzazione del patrimonio immateriale e della cultura del mare come la raccolta e archiviazione delle fonti orali, l'indagine archivistica, la pubblicazione dei risultati (conferenze, seminari, mostre, creazione di DVD, prodotti editoriali). Tutto ciò avvicina al museo la popolazione locale oltre ad attrarre avventori provenienti da altri luoghi incuriositi da quest'esperienza.

OBIETTIVI DEL PROGETTO

- Recupero del patrimonio immateriale della cultura del mare.
- Educazione alimentare e rispetto dell'ambiente.
- Promozione di azioni culturali che mirano al coinvolgimento della gente e allo sviluppo delle attività museali tese alla valorizzazione del territorio da svolgersi anche all'esterno del museo.

METODOLOGIA

Il progetto prevede conferenze tematiche di carattere divulgativo/scientifico presso la sede del Museo della Marineria Washington Patrignani con partecipazione aperta e gratuita, degustazione del "pesce del mese" organizzata in collaborazione con alcuni ristoratori della città (è prevista una quota di partecipazione 15 €) in cui la fornitura del pesce è garantita dalla Cooperativa Lavoratori della Piccola Pesca "G. Pagnini" di Pesaro.
La programmazione annuale dell'iniziativa "Venerdì pesce. Un pesce al mese" prevede seminari per studenti dell'Università di Bologna (Facoltà di Conservazione dei Beni Culturali) coordinati dal direttore scientifico del Museo della Marineria, la distribuzione di dispense che raccolgono gli abstract delle conferenze unitamente ad altri materiali informativi sugli argomenti trattati di volta in volta, l'allestimento (luglio-ottobre) della mostra *Il pesce nell'arte. Le nature morte di Mauro David* e la pubblicazione del relativo catalogo.

PRODOTTI, RISULTATI

L'indice di gradimento dell'iniziativa, fin dalle sue prime battute è alto, con una presenza di 70-80 persone in media alle lezioni-conferenze e di circa 40 persone all'intrattenimento conviviale a pagamento. Si prevede, però, un incremento del numero dei partecipanti con l'inizio della buona stagione, specie quando, da maggio, l'incontro si svolgerà all'aperto ed anche la degustazione delle ricette tradizionali verrà organizzata allestendo l'area-ristorazione in una zona del parco di Villa Molaroni, sede del museo, appositamente destinata a questo uso.
Il consenso e l'appoggio delle vecchie famiglie del porto ha favorito la promozione dell'iniziativa in loco con il passa parola. Si registra inoltre un alto numero di partecipanti provenienti dalle località contermini.
La promozione a mezzo cartaceo (cartoline invito e manifesti) e con posta elettronica attiva l'interesse anche dall'esterno: è forte la richiesta dei materiali informativi e dei prodotti editoriali in programma.
La variegata offerta didattica proposta dallo staff del museo suscita l'interesse delle scuole che numerose richiedono visite guidate al museo e approfondimenti specifici sui temi della storia della pesca, sulle rotte di navigazione, sull'ambiente marino e le specie ittiche, sulle tradizioni marinare e sull'alimentazione popolare.

SCIENZA E DINTORNI

Museo del Balì di Saltara (Pesaro-Urbino)

Nome del progetto	Scienza e dintorni - Turismo intelligente: museo tra scienza, arte, gusto e territorio
Museo/ Istituzione	Fondazione Villa del Balì
Città/ Paese	Saltara (Pesaro- Urbino) – Italia
Luoghi	Museo del Balì, strutture fortificate e teatri storici della Provincia di Pesaro Urbino, Urbino, Cartoceto, Gradara, Urbania, Mondavio, Sassocorvaro, Cagli, San Costanzo
Tempistica	Gennaio 2012 - Dicembre 2013
Attori coinvolti	Associazioni Urbino e la Prospettiva; Vivere Museo (Mondavio); guide abilitate della provincia di Pesaro Urbino; strutture recettive del bacino territoriale coinvolto; Gabinetto di Fisica dell'Università di Urbino; Enti
Target di riferimento	L'iniziativa è rivolta a tutti: scuole, famiglie, appassionati di scienza, astronomia, turismo sostenibile

SITUAZIONE INIZIALE

Il progetto "Scienza e dintorni" propone giornate itineranti dedicate alla scoperta dei siti più suggestivi della provincia di Pesaro-Urbino.
Gli itinerari rispettano la mission del museo attraverso il coinvolgimento attivo, che trasforma il percorso in un'esperienza ricca, divertente ed emozionante. Un'esperienza "partecipata" da toccare, vedere, ascoltare, assaggiare.
Le attività proposte sono modulari per rispondere alle esigenze specifiche dei diversi gruppi, creando dinamiche differenziate per tutte le età e si dividono in spettacoli animati itineranti organizzati con gli enti di riferimento, itinerari guidati alla scoperta del territorio da svolgersi o in autonomia o per gruppi con personale esperto, visita al museo, al planetario e all'osservatorio.
Oltre alle attività collaudate come la proposta *Urbania e la Cosmologia Dantesca - Mondavio e le macchine da guerra*, si stanno sviluppando nuove proposte ancora in fase di attuazione come *La Città S-composta*: concepita per coinvolgere tutte le realtà del territorio, consente ai partecipanti di decodificare gli elementi architettonici, stilistici, strutturali degli edifici, borghi e città nei diversi periodi storici.

Il progetto nasce da una serie di ricerche, iniziate nei primi anni Settanta e proseguite nei decenni successivi, che ha messo in evidenza come il ducato di Urbino sia stato sede di realizzazioni tecniche

e di studi scientifici che hanno avuto un ruolo di primo piano nel contesto del Rinascimento italiano ed europeo. Senza trascurare il periodo romano e quello che arriva ai nostri giorni, il Museo del Balì compone un quadro ricco ed esauriente della storia del territorio coniugando la scienza, l'arte, l'architettura e propone nuovi e alternativi modi per scoprirlo e apprezzarlo nelle sue variegate forme. Tenuto conto anche del fatto che occorre presentare al pubblico un'offerta culturale sempre più ampia e diversificata, ma di qualità, il Museo del Balì porta la sua esperienza di divulgazione esplorando percorsi che si riallacciano al dibattito culturale con particolare riferimento all'interesse più specifico per gli aspetti scientifici e tecnologici.

OBIETTIVI DEL PROGETTO

- Favorire una lettura del territorio e dei beni culturali dal punto di vista scientifico che tenga conto delle fasce di età e della tipologia di utenti.
- Favorire la creazione di una rete di collaborazioni con i diversi attori turistici e culturali del territorio, sia pubblici che privati, per una sinergia di competenze e per ottimizzare le attività.

METODOLOGIA

"Scienza e dintorni" utilizza il metodo scientifico favorendo l'osservazione e l'esplorazione "consapevole" per scoprire le leggi fisiche e le tecnologie utilizzate nella costruzione di edifici, strutture e borghi analizzando i periodi storico-artistici di riferimento.
Il progetto si sviluppa in moduli che coinvolgono oltre agli operatori del museo anche i Comuni, i privati e le strutture ricettive.

Il programma è promosso utilizzando diversi canali divulgativi: sito internet del museo, newsletter, Facebook, Twitter, distribuzione di pieghevoli, con l'aiuto dei soggetti interessati alla realizzazione e organizzazione degli itinerari tematici e delle attività specifiche attivate dalle strutture e dai soggetti direttamente coinvolti, privilegiando i teatri storici. Le attività itineranti proposte, legate a soggetti scientifici e astronomici collegati ai contesti ospitanti, in funzione del contesto, offrono la possibilità di animare luoghi ed eventi programmati nel territorio, creando un filo conduttore con la scienza e l'astronomia che si ritroveranno nello specifico al Museo del Balì. *Viaggio tra le stelle di Dante, Mars curiosity, Sinfonie Scientifiche, Scienza made in Italy, Enigmi, Spizzichi di Scienza*, sono alcune delle attività che

offrono la possibilità di intrattenere, stimolare la curiosità e la mente del pubblico in modo originale e mai scontato. Durante l'appuntamento al museo è possibile fare osservazioni notturne al telescopio (le date variano mensilmente in funzione delle fasi lunari), nonché visitare il planetario, interagire e sperimentare attraverso le postazioni interattive.

PRODOTTI, RISULTATI

Gli itinerari già proposti e le attività collegate hanno dato ottimi risultati e sono sempre più ricchi i contatti con agenzie e associazioni sensibili a questo tipo di offerta.
La partecipazione a Urbania, Pesaro, Fano per la provincia di Pesaro e Urbino, a Senigallia e Serra dei Conti per la provincia di Ancona, a Camerino per quella di Macerata e ad Ascoli Piceno ci ha permesso di testare alcune attività, monitorare il riscontro del pubblico, dei diversi target e di attivare la pianificazione mirata al progetto complessivo di "Scienza e dintorni".
La lettura a più livelli delle proposte ci ha permesso, inoltre, di lavorare anche a livello emozionale, favorendo la diffusione della conoscenza del Museo del Balì e del nostro territorio, nonché l'interesse ad ampliare le proposte.

Contatti

Fondazione Villa del Balì
Località San Martino, 61030 Saltara
(Pesaro- Urbino)
tel. 0039 0721-892390

info@museodelbali.it
www.museodelbali.it

PERCORSI LUDICO-DIDATTICI

Museo Sannitico di Campobasso

Nome del progetto	Percorsi ludico–didattici al Museo Sannitico
Museo/ Istituzione	Museo Sannitico
Città/ Paese	Campobasso – Italia
Luoghi	Museo Sannitico e Istituti scolastici
Tempistica	2004-2010
Attori coinvolti	Soprintendenza per i Beni Archeologici del Molise; Istituti scolastici della Regione Molise
Target di riferimento	Bambini della scuola dell'infanzia e primaria e i ragazzi della scuola secondaria di primo grado (dai 3 ai 14 anni)

Contatti

Museo Sannitico
Via Chiarizia, 12 86100 Campobasso
tel. 0039 0874 412265

sba-mol@ beniculturali.it
www.archeologicamolise.beniculturali.it

SITUAZIONE INIZIALE

Il progetto è nato con l'intento di far conoscere e valorizzare le attrattive del territorio per promuovere la cultura, gli usi e i costumi degli antichi abitanti della regione Molise.
I servizi e le attività proposti, per la loro completezza e il particolare approccio metodologico, hanno avuto come obiettivo fondamentale quello di sensibilizzare maggiormente le nuove generazioni nei confronti del patrimonio storico e archeologico nazionale e regionale, per favorire la valorizzazione e la tutela del patrimonio culturale locale, facendo scoprire e comprendere il territorio molisano e le sue tradizioni, attraverso l'osservazione delle vestigia del passato che ancora oggi vi si conservano.
Fino al mese di maggio del 2004 presso il Museo Sannitico si svolgevano incontri didattici, ma non con puntualità, poi in base ad un accordo con la Regione Molise da quell'anno fino ad agosto 2010 è stato possibile istituire un vero e proprio servizio didattico con personale altamente qualificato che ha ideato e realizzato vari percorsi didattici divisi per argomenti e per fasce di età dei partecipanti.
In particolare gli operatori museali, in collaborazione con gli insegnanti, hanno studiato percorsi di approfondimento svolti in classe dagli operatori stessi al fine di preparare al meglio la successiva visita al museo.

OBIETTIVI DEL PROGETTO

- Portare il museo nelle scuole per le capacità di recupero della memoria del passato in quanto tale.
- Ampliamento degli orizzonti culturali attraverso la conoscenza delle esperienze delle culture del passato.
- Aumentare la consapevolezza della necessità di selezionare e valutare criticamente le testimonianze storiche.
- Sviluppare la creatività dei ragazzi attraverso i disegni le immagini, i materiali d'uso e i testi.
- Abbattere le barriere mentali intorno al luogo museo per conoscere l'importante funzione di contenitore delle testimonianze del passato e sviluppare interesse verso i luoghi della memoria.
- Conoscere e comprendere il concetto di conservazione e approfondire l'importanza delle fonti e dei reperti archeologici.

METODOLOGIA

I percorsi sono strutturati con lezioni teoriche, attività laboratoriali ludico-didattiche presso gli Istituti scolastici e il Museo Sannitico di Campobasso e visite guidate presso il museo e i siti archeologici della Regione Molise. I vari percorsi proposti prevedono da 3 a 6 incontri per classe; il primo sempre presso la scuola con una lezione interattiva, i successivi si svolgono o in classe o al museo in base alle attività previste.
Gli Istituti che hanno aderito negli anni scolastici precedenti alle iniziative didattiche, possono continuare ad approfondire nel corso dell'anno le tematiche già affrontate precedentemente, con percorsi diversi. I singoli progetti possono essere adattati in relazione alle esigenze didattiche dell'Istituto. La schematizzazione per classi, è stata realizzata in base all'esame delle indicazioni programmatiche ministeriali, ma ciò non toglie la possibilità di personalizzare e ampliare i percorsi didattici con il corpo docente per creare dei cicli di lavoro di durata biennale e triennale.
La prima fase mediamente dura 16 ore suddivise in 4 lezioni frontali in classe e corrisponde alla presentazione del museo e alla presentazione delle attività che si svolgeranno al museo.
La seconda fase mediamente dura 12 ore suddivise in 3 giorni di laboratori e visita al museo.

PRODOTTI, RISULTATI

L'impatto su territorio è stato molto forte tanto è vero che dal 2004 al 2010 hanno partecipato circa 8.000 bambini e ragazzi alle attività proposte. Le scuole hanno prodotto book fotografici, materiale cartaceo con relazioni e commenti, materiale plastico con cui spesso a fine anno hanno realizzato mostre ed esposizioni. Inoltre la Soprintendenza per i Beni Archeologici ha realizzato dei prodotti ludico-didattici da distribuire gratuitamente ai visitatori dei siti di Pietrabbondante e Larino e del comune di Cercemaggiore, nonché a coloro che vogliano meglio conoscere l'area regionale colpita dal terremoto del 2002; il materiale diverso per i luoghi citati è contenuto in piccole valigette atte ad accompagnare i giovani visitatori alla scoperta del territorio molisano.
Le attività svolte dal 2004 al 2010 rientravano in un progetto di formazione lavoro prima e di collaborazione poi con la Regione Molise, che ha messo a disposizione della Soprintendenza per i Beni Archeologici del Molise del personale laureatosi in materie umanistiche, che ha potuto seguire la formazione presso il Museo Sannitico e poi ideare, progettare e realizzare varie attività didattiche.

SEPOMAIA VIVA

Museo Civico di Umago (Istria)

Nome del progetto	Sepomaia Viva – Festival Internazionale dell'Antichità
Museo/ Istituzione	Museo Civico di Umago
Città/ Paese	Umago, Istria - Croazia
Luoghi	Museo civico di Umago, Piazza della Libertà (Trg slobode), Banchina Nuova (Nova obala)
Tempistica	prima settimana di agosto; il festival dura 3 giorni
Attori coinvolti	Partner principali: Ministero della Cultura della Repubblica di Croazia; Comune di Umago – Ufficio Servizi alla Persona; Regione Istriana – Ufficio Cultura; Ente Turistico del Comune di Umago; Scuola Elementare Italiana Galileo Galilei di Umago. Partner associati: Istituto Ars Dimicandi, Milano; Gruppo Danze Antiche, Villadose; Associazione Gaia, Umago; Associazione 'Our children', Umago; Teatro 'Irena Kolesar', Srijemska Mitrovica; Associazione 'Fobija', Umago. Il programma del festival coinvolge anche: Museo Archeologico dell'Istria; Museo Archeologico di Zagabria; Museo Archeologico di Zara; Museo Archeologico di Dubrovnik, Istituto di Archeologia – Crikvenica, Museo Civico di Parenzo, Museo dell'Evoluzione Hušnjakovo, Krapina; Museo Civico di Zagabria, Museo Civico di Sisak, Museo Civico di Šibenik e Workshop Zvonimir – Solin.
Target di riferimento	pubblico locale, nazionale e internazionale interessato a scoprire il periodo storico in oggetto (I-IV secolo d.C.)

SITUAZIONE INIZIALE

All'inizio di Agosto è possibile viaggiare indietro nel tempo all'epoca degli antichi Romani. Durante il *Festival Sepomaia Viva* il centro storico della città di Umago si trasforma in un'antica città Romana: attraverso costumi, profumi e sapori, danze, gli antichi Romani tornano in vita. Si tratta di un programma multimediale interattivo che affonda le sue radici in una solida ricerca scientifica.
Il festival intende rispondere a una domanda "Come erano i tempi antichi?" riscoprendo i "giochi" e i combattimenti tra i gladiatori, mettendo in mostra reperti archeologici,attraverso le letture e i sapori dei cibi antichi.
Sepomaia è l'area anticamente popolata che include Zambratija, Sipar, Katoro, Tiola e Capo di Caldania/ Muntarol, nel nord ovest dell'Istria. La zona precisa è indicata nella *Tabula Peutingeriana*, l'*Itinerarium Pictum* romano, elaborato tra il I e il IV secolo.
L'arrivo dei coloni in quest'area risale a tempi molto antichi, in quanto c'erano coloni anche prima dei romani. La regione è menzionata per la prima volta nella *Tabula Peutingeriana* come *Insulae Sepomaiae*; in seguito è chiamata Siparis o Sapparis.
L'intera area si compone di ampi *latifundia* composti di piccole proprietà la cui sussistenza si basava su agricoltura, artigianato e pesca: esistevano, infatti, ville di personalità ricche e piccole case rurali per gli abitanti che si dedicavano alle attività menzionate.
I prodotti venivano poi ceduti ai mercanti che li commerciavano altrove attraverso le loro navi:

i piccoli porti sono stati a questo scopo.
In questo modo si è formato l'insediamento di Sepomaia che si estendeva tra Zambratija e Capo di Caldania (Mutarol).
Durante il VI secolo Sipar divenne il posto di guardia per il monitoraggio delle rotte marittime lungo le coste orientali dell'Adriatico: fu proprio in questo periodo che fu costruito il castello.
La prosperità di Sipardurò fino al 876, quando il Duca Domagoj arrivò con la sua flotta e incendiò Sipar, Umago, Cittanova e Rovigno. Siparis iniziò così il suo declino e gli abitanti si trasferirono sull'isola, l'odierna Umago.
Il festival *Sepomaia Viva* si ripropone di ricreare l'ambientazione dell'epoca romana per mantenere la memoria di quel periodo storico.

OBIETTIVI DEL PROGETTO

- *Sepomaia Viva* è nato proprio a partire dall'antico sito archeologico di Sepomaia, a nord di Umago, dove si trovano i resti di sorte tra il I e il IV secolo.
- Sin dagli inizi degli anni 2000, il Museo Civico di Umago è stato ispirato dall'espressione *living museum*, in altre parole c'era la volontà di trasformarsi in un museo dove la storia fosse viva, attraverso la stimolazione di tutti i sensi (vista, udito, olfatto, gusto e tatto).
  Il progetto ha quindi creato un'attrattiva turistica che permette di rivivere e sperimentare in prima persona i valori e l'importanza dell'epoca storica.
- Il festival rappresenta l'antica tradizione romana in Istria e rafforza l'identità di Umago.
  Sepomaia Viva unisce un programma interattivo multimediale con una solida ricerca scientifica alla base. Il festival combina la storia con i programmi educativi e didattici, con l'antica gastronomia e con le attività del museo, arricchendo così l'offerta turistica di Umago e dell'Istria.
  Lo scopo principale è sensibilizzare il pubblico generico alla conservazione del patrimonio e la divulgazione del patrimonio culturale.

METODOLOGIA

Il Museo Civico di Umago intendeva dar vita all'idea di *living museum*, che coinvolge tutti i sensi: partendo da quest'idea il museo ha organizzato nel 2002 la prima edizione del festival Sepomaia Viva. Nelle edizioni successive si sono rafforzate le partnership con altre istituzioni culturali croate e internazionali.
Attraverso gli eventi del festival, il pubblico ha la possibilità di indossare antichi costumi, assaggiare sapori dimenticati, provare l'esperienza di antichi movimenti, danze e suoni, conoscere com'era la vita di legionari, gladiatori o maestri artigiani e artisti.
Il pubblico può approfondire il periodo storico anche attraverso gli oggetti originali e i percorsi all'interno del museo, mentre nel bookshop del museo è possibile acquistare repliche di manufatti, souvenir e testi degli antichi.
Il progetto *Sepomaia Viva* comprende:

- Le ricerche archeologiche – scavi archeologici e archeologia marina (che combinano scienza, didattica e cultura).
- *Sepomaia Viva* – Festival internazionale di antichità (festival multimediale e interattivo che coniuga scienza, cultura, gastronomia, didattica e turismo culturale).
- Il convegno "*Living Museum* – Archeologia Sperimentale", evento che si tiene a cadenza biennale durante *Sepomaia Viva*.
- Il programma educativo: summer school di archeologia, con workshop museali e didattici. I

temi affrontati sono le tecniche di scavo, la documentazione archeologica, i laboratori sperimentali di arti antiche quali la tessitura e i costumi, il mosaico, la ceramica, la cucina.
- Il progetto e lo studio di fattibilità per il parco archeologico Sepomaia-Katoro.

Il programma del festival di tre giorni comprende: mostre sull'antichità, performance sul palco (antiche danze e musiche, spettacoli di gladiatori e legionari, clown e giocolieri), laboratori d'arte e artigianato (ceramica, mosaico, affresco, scultura, tessitura, gioielleria, cosmesi), programmi didattici e a teatro per bambini, degustazione di cibi romani e la gara culinaria per la preparazione di cibi antichi Apicijeva žlica (*Il cucchiaio di Apicio* – famoso buongustaio Romano) e altri laboratori sullo stile di vita Romano, come sfilate di moda e presentazione di acconciature.

PRODOTTI, RISULTATI

Il festival, quindi, ha prodotto numerosi eventi destinati a tipologie di pubblico differente.
In questo modo è stato possibile creare un'attrattiva turistica che prende spunto e forza dal valore del passato, rafforzando la tradizione Istriana classica e rafforzando l'identità di Umago.
I punti forza del programma nascono dalla cooperazione con le associazioni all'interno della comunità locale, dal dialogo intergenerazionale nonché dalle possibilità di cooperazione interregionale e transfrontaliera.
Sepomaia Viva ha sensibilizzato il pubblico sui temi del patrimonio culturale, supportando la creazione del Parco Archeologico Sepomaia-Katoro.

Contatti

Museo Civico di Umago
Trg sv. Martina, 1 Umago
Istria - Croazia
tel. +385 052 720 386

Muzej.grada.umaga@pu.t-com.hr
www.mgu-mcu.hr

ARTERIJA

Museo civico lapidario di Cittanova-Novigrad (Istria)

Nome del progetto	Arterija
Museo/ Istituzione	Museum Lapidarium - Cittanova
Città/ Paese	Cittanova – Istria - Croazia
Luoghi	Strade e piazze di Cittanova
Tempistica	Fine agosto-inizio settembre per 5 giorni
Attori coinvolti	Museo Lapidario, Rigo Gallery, Comune di Cittanova, artisti provenienti dalla Regione Istria, artisti internazionali ospitati presso Cittanova
Target di riferimento	Pubblico locale, nazionale e internazionale interessato

SITUAZIONE INIZIALE

Arterija è un festival di arti visive della durata di cinque giorni che ha l'obiettivo di stabilire un dialogo tra i protagonisti della scena dell'arte, i musei e le gallerie instaurando un rapporto con il patrimonio culturale della città, creando un'esperienza immediata e interattiva nelle strade, nelle piazze e nei parchi.
Nel corso del progetto sono organizzate diverse iniziative che comprendono performance, proiezioni, installazioni e altre azioni artistiche realizzate da artisti selezionati che provengono per lo più dalla regione Istria; nella cornice del festival si svolgono anche scambi internazionali, workshop e altre occasioni per la discussione teorica sulla pratica artistica.
Con l'obiettivo di innalzare sia la qualità e la varietà della sua offerta, il Museo Lapidario organizza una serie di mostre e progetti significativi nel museo e negli spazi espositivi della Rigo Gallery. Collocata nel centro storico della città, con una struttura espositiva moderna, la Rigo Gallery è idealmente connessa con il museo, quale luogo deputato per presentare un programma variegato che comprende l'azione di numerosi artisti, progetti culturali, storici e sociologici di interesse nazionale e internazionale.
Il Museo Lapidario ha voluto creare un prodotto culturale e artistico riconoscibile, per qualità e continuità diventando un punto di riferimento per l'incontro con l'arte nella città di Novigrad nel mese di agosto. Nel 2012 è stata organizzata anche la terza edizione.

OBIETTIVI DEL PROGETTO

- La qualità del progetto risponde agli obiettivi promossi dal Museo Lapidario a livello locale, regionale, nazionale e internazionale, così come agli obiettivi e alle strategie del turismo culturale della Regione istriana.
- Creazione di un dialogo tra i protagonisti della scena d'arte, musei e gallerie attraverso la creazione di una relazione con il patrimonio culturale della città, oltre che con la creazione di una esperienza immediata e interattiva.
- Evidenziare le tendenze e le particolarità della scena artistica istriana, attraverso una presentazione immediata di arte contemporanea, al di fuori dello spazio museo o una galleria.
- Per raggiungere un pubblico più ampio il festival si svolge contemporaneamente in diversi luoghi della città. Combinando la qualità dei contenuti, contesto nazionale e internazionale, la continuità e immediatezza dell'esperienza, il progetto mira ad arricchire l'offerta culturale della città e animare il centro storico.
- Le azioni di marketing legate al progetto dovrebbero accentuare rilevanza e specificità della città e del suo centro storico, con particolare attenzione al patrimonio culturale.

METODOLOGIA

Il progetto *Arterija* è stato concepito con possibilità di espansione in contesti locali e regionali, così come a livello nazionale ed internazionale, in quanto promuove un panorama culturale e artistico di qualità che coinvolge diversi autori, stili, media e approcci, mantenendo al tempo stesso l'attenzione sul patrimonio culturale della città.
Per la sua natura no-profit e priva di barriere linguistiche, il programma offre un invito ai residente ai turisti di ogni età per arricchire l'esperienza di Cittanova.

L'aspetto principale importante è la scelta di qualità degli artisti e la possibilità di presentare le loro opera in un contesto urbano. Le attività realizzate da gennaio a novembre 2012:

- Selezione di artisti, autori, partecipanti al progetto; realizzazione di un piano delle attività e di un piano finanziario dettagliato;
- contatto con gli artisti e gli autori, lo scambio di informazioni necessarie per i materiali stampati, definendo date del programma e il calendario, specificando le esigenze tecniche per le installazioni site-specific;
- progettazione grafica e stampa dei materiali promozionali;
- organizzazione logistica: alloggio per i partecipanti; definizione dettagliata di spazi, attrezzature
  e assistenza richiesta prima e durante il festival;
- conferenza stampa e promozione;
- trattative finali con i partecipanti al progetto, firma dei contratti; assicurazioni per le opere d'arte; di realizzazione del piano di lavoro dettagliato
- svolgimento del festival *Arterija*;
- saldo dei contratti e delle fatture, relazioni tecniche e finanziarie; raccolta di materiali di documentazione, video, CD; rassegna stampa; restituzione delle opere d'arte a tutti i partecipanti al progetto;
- Comunicato stampa di fine progetto.

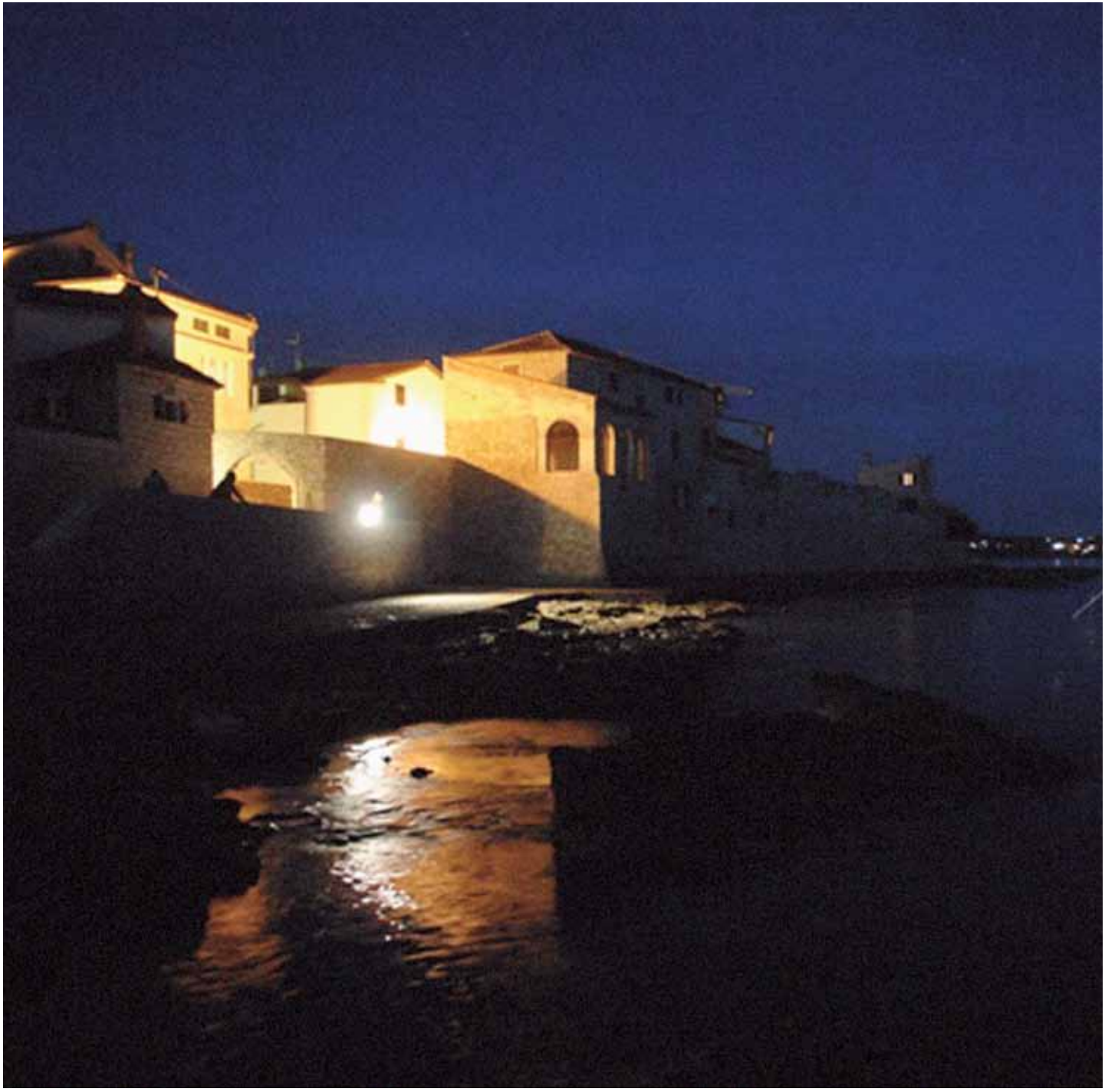
PRODOTTI, RISULTATI

Il festival *Arterija* non esaurisce le sue attività durante le giornate del suo svolgimento.
I prodotti realizzati in occasione delle diverse edizioni del festival sono: l'opuscolo che illustra il progetto *Arterija*, presentando ciascun artista e le immagini delle opere in città; inviti e manifesti, volantini e striscioni; conferenze stampa; presentazione del progetto sito www.muzej-museo.lapidarium.hr; presentazioni in Internet e pubblicità; registrazioni video con interviste agli artisti e ai curatori.
Il festival ha instaurato un dialogo diretto tra i protagonisti della scena d'arte, musei e gallerie; attraverso una presentazione immediata e interattiva di arte visiva contemporanea, fuori dal museo, rivitalizzando il centro storico della città.
Arterjia ha arricchito dell'offerta culturale e turistica della città di Cittanova, sensibilizzando l'opinione pubblica sulle tematiche della conservazione e della divulgazione del patrimonio culturale.

Contatti

Museo Lapidario
Veliki trg 8 a, Cittanova-Novigrad
Istria - Croazia
+385(0)52 726582

muzej-museo.lapidarium@pu.t-com.hr
www.muzej-lapidarium.hr



GIOSTRA

Museo Nazionale di Parenzo-Poreč (Istria)

Nome del progetto	Giostra di Parenzo – festival storico
Museo/ Istituzione	Museo Nazionale di Parenzo
Città/ Paese	Poreč–Parenzo
Luoghi	Strade e piazze nel centro storico di Parenzo
Tempistica	Inizio di settembre – durata 3 giorni Periodo storico di riferimento fine XVII - inizio XVIII secolo
Attori coinvolti	Museo Nazionale di Parenzo, Ente per il turismo della città di Parenzo, Municipalità di Parenzo, Studio 053 Ltd, Associazione Amici della Giostra (comprende il Museo Nazionale di Parenzo, museologi, storici, storici dell'arte, attori amatoriali), Scuola di musica antica, Venezia (Ilaria Sainato, musicologa, ensemble *La Girometta*), Marijana Nola (drammaturga), Nina Kleflin (regista), Tourist-Catering School Anton Štifanic, Parenzo; Marinela Stojnic (fashion designer)
Target di riferimento	Pubblico locale, nazionale e internazionale interessato a scoprire il periodo storico di riferimento

SITUAZIONE INIZIALE

Giostra è un festival storico della durata di tre giorni che rappresenta la vita a Parenzo, tra il XVII e il XVIII secolo con scene storiche in costume in varie località del centro storico. L'evento centrale del Festival, da cui l'iniziativa prende il nome, è la *Giostra dei cavalieri*, ricostruita secondo le regole della competizione tenutasi a Parenzo nel 1745. Oltre alla Giostra vera e propria il festival comprende anche altre manifestazioni: il torneo di balestra, la fiera di artigianato tradizionale, la musica barocca e il programma di danza, lo spettacolo teatrale in quattro atti "La leggenda di Parenzo", un variegato programma gastronomico con menù in tema e un set fotografico.
Per creare un prodotto turistico su base culturale, Parenzo ha sviluppando un progetto denominato appunto "Festival Storico – Giostra di Parenzo": lanciato nel 2007 per trasmettere la cultura immateriale e tradizionale, completa l'offerta culturale e turistica della città.
Il festival si basa sul metodo della rievocazione storica e presenta scene in costume che rievocano il periodo del dominio veneziano tra il tardo Seicento e i primi decenni dell Settecento.
Il torneo dei cavalieri, la Giostra, era in realtà l'evento principale della cerimonia *Fiera franca triduana* celebrata il giorno di San Michele, l'8 maggio 1672. Il primo documento che descrive in dettaglio l'evento, e che è anche il punto di partenza del festival, risale al 1745.

OBIETTIVI DEL PROGETTO

- Arricchire l'offerta turistica sviluppando un prodotto culturale riconoscibile. Ricca di storia e di cultura, la città di Parenzo ha un grande potenziale per lo sviluppo del turismo culturale: tuttavia, pur essendo da decenni meta di turismo di massa, Parenzo è stata raramente considerata destinazione per il turismo culturale.
- Il festival intende diffondere un'immagine di Parenzo come destinazione effervescente e ricca di cultura.
- L'organizzazione del festival in settembre consente di allungare la stagione turistica, diventanto così un mezzo per interpretare il passato e migliorare la qualità dell'offerta culturale.

METODOLOGIA

ll progetto si basa su un metodo della *living history* e presenta scene storiche in costume che rievocano il periodo della dominazione veneziana di Parenzo. Grazie ai documenti storici originali conservati nel Museo Nazionale di Parenzo e in numerosi archivi nazionali ed esteri, è stato possibile rappresentare il periodo storico in tutti i campi della vita (politica, economica, demografica e culturale). Fin dall'inizio, il festival ha stabilito una stretta collaborazione con numerose istituzioni locali e straniere, associazioni, società ed enti commerciali che sono stati coinvolti nella creazione del programma del Festival.

A partire dal 2008 le attività del festival sono ideate dall'Associazione Amici della Giostra, fondata all'interno del Museo Nazionale. L'associazione riunisce museologi, storici, storici dell'arte che ogni anno migliorano la qualità del programma. I membri della società sono coinvolti in sessioni tematiche durante tutto il corso dell'anno: hanno la possibilità di approfondire le loro conoscenze sul passato della città, attraverso conferenze, workshop, corsi di danza antica, galateo e cucina, laboratori teatrali.
La fase di organizzazione del festival prevede:

- Realizzazione dei costumi storici,
- Programma di musica e danza: sono impegnati esperti provenienti da Italia, specialisti in danza barocca, musica e costumi. Le coreografie sono ideate da Ilaria Sainato, musicologo della Scuola di musica antica di Venezia;
- Commedia in quattro atti "La leggenda di Parenzo", basato sulla storia di quattro famiglie nobili di Parenzo (Sincich, Becich, Pavano e Corsini); l'autore del testo è Marijana Nola (drammaturgo) e Nina Kleflin è il regista;
- Programma gastronomico "Menù Giostra";
- Tornei storici;
- Fiera dell'artigianato storico;
- Concorso fotografico.

PRODOTTI, RISULTATI

Il Festival storico *Giostra* è un prodotto culturale complesso che si compone di numerosi eventi correlati. In questo modo la città di Parenzo sta costruendo un'immagine legata al turismo culturale, grazie alla cooperazione dei diversi soggetti della comunità e alla collaborazione con istituzioni straniere.
Il festival consente di allungare la stagione turistica e di sensibilizzare la popolazione sui temi del patrimonio culturale e della memoria storica.

Contatti

Museo Nazionale di Parenzo
Decumanus 9, 52440 Parenzo-Poreč
Istria - Croazia
tel. +385 (0) 52 431 585

www.muzejporec.hr
info@muzejporec.hr

MUSEO IN FIERA

Museo di Tešanj

Nome del progetto	Museo in Fiera
Museo/ Istituzione	Museum Tešanj
Città/ Paese	Tešanj
Luoghi	Fiera di Tesanj
Tempistica	21-24 aprile 2011
Attori coinvolti	I quattro dipendenti del museo, due volontari; l'ente organizzatore della fiera
Target di riferimento	Visitatori ed espositori della fiera, pubblico generico attraverso la copertura dei media

Contatti

Museo di Tesanj
Kralja Tvrtka br. 1,
74260 Tešanj,
Bosnia-Erzegovina
tel. 00387 32 655 770

muzejt@bih.net.ba
www.muzejtesanj.org

SITUAZIONE INIZIALE

Per farsi conoscere a un pubblico molto vasto, il Museo di Tesanj ha partecipato alla fiera dell'imprenditoriale locale "Biznis Tesanj 2011": lo stand della fiera ha ospitato una mostra di cultura materiale (sculture in legno, costumi tradizionali, una galleria di vecchie foto di Tesanj, repliche di reperti archeologici conservati nel Museo Nazionale della Bosnia-Erzegovina, come vecchie monete, ornamenti e gioielli). L'attività è stata sostenuta con un adeguato materiale promozionale.
Il museo di Tesanj prevede di continuare a lavorare su attività analoghe e di partecipare alla stessa fiera il prossimo anno, in collaborazione con la sezione di etnografica dell'associazione culturale "Izudin Mulabećirović - Izo" e l'ONG "Sehara" di Tesanj, molto attive nella conservazione del patrimonio culturale, delle tradizioni e dei costumi.
I musei presentano il patrimonio culturale attraverso diverse attività e contribuiscono a una migliore comprensione dello sviluppo e dei cambiamenti nella società moderna. La modernità sta cambiando i musei: accanto alle attività tradizionali di raccolta, la conservazione e studio dei materiali, si sta diffondendo la necessità di raccontare al pubblico il museo. I visitatori attuali hanno alti livelli di aspettativa nei confronti del museo, cercano contenuti interessanti e aggiornati.
La partecipazione alla fiera di Tesanj è un esempio di come il museo può essere attivo al di fuori dalle proprie mura ed essere più vicino al pubblico potenziale.

OBIETTIVI DEL PROGETTO

- Portare il museo e le sue attività vicini al pubblico, fornendo informazioni interessanti e di qualità.
- Contribuire alla promozione e alla valorizzazione del patrimonio culturale alla comunità locale, mettendo in evidenza le potenzialità turistiche.
- Migliorare la cooperazione tra i diversi attori pubblici e privati nel settore culturale.

METODOLOGIA

L'attività è stata implementata utilizzando le risorse umane disponibili (dipendenti del museo) coadiuvati da due volontari.
Lo spazio espositivo era suddiviso in due aree: la prima ospitava oggetti del museo, la seconda esponeva repliche di manufatti provenienti dai siti archeologici della Bosnia-Erzegovina e conservati nel Museo Nazionale, come vecchie monete, ornamenti e gioielli, destinati alla vendita.
In questo modo il museo di Tesanj ha arricchito la sua esposizione in fiera, il produttore, invece, ha ricavato un certo profitto e promozione a livello locale. La cooperazione per la vendita di souvenir nei punti vendita del Museo di Tesanj è poi proseguita.
L'ente organizzatore della fiera ha messo a disposizione lo spazio espositivo a titolo gratuito: è il risultato di attività precedenti di cooperazione, nonché della buona reputazione del museo presso la comunità locale.
Le attività di trasposto e allestimento della mostra sono state realizzate con risorse garantite dal Comune di Tesanj.
Parte del materiale promozionale era stato realizzato in precedenza per le attività del museo e del produttore delle riproduzioni, mentre una parte è stata preparata appositamente per questo evento.

PRODOTTI, RISULTATI

L'allestimento di uno stand dedicato al museo all'interno della fiera è stato un evento molto importante che ha consentito di raggiungere un pubblico potenziale molto ampio.
Il successo della partecipazione alla fiera è stato il frutto di una cooperazione tra diversi soggetti che può portare allo sviluppo di nuove e interessanti iniziative del museo.

MUSEO CIVICO DI ZENICA FUORI DALLE PROPRIE MURA

Museo Civico di Zenica

Nome del progetto	Festival fantasy “Regno Bosniaco” “Vita Medievale” “Lei e lui” – mostra d’arte Mostre itineranti
Museo/ Istituzione	Museo Civico di Zenica
Città/ Paese	Zenica (Bosnia Erzegovina)
Luoghi	Zenica, Zenica-Doboj Canton, Bosnia-Erzegovina, Croazia, Serbia, Paesi Bassi, Svezia, Scozia
Tempistica	I progetti si ripetono ogni anno a partire dal 2007
Attori coinvolti	Pittori, scrittori, musicisti e fotografi
Target di riferimento	Persone tra i 20 e i 55 anni

SITUAZIONE INIZIALE

Il festival “Regno Bosniaco” è un festival letterario fantasy. Scrittori provenienti da tutte le regioni slave scrivono storie sul passato bosniaco: il museo ha raccolto le migliori in un volume e durante il festival a Zenica vengono presentati e promossi gli autori e il libro.
Nel corso del festival si alternano presentazioni di libri e fumetti, mostre ed esposizioni legate al mondo leggendario e fantasy.
Il festival è stato presentato in Croazia, a Zagabria e Pisino, e in Serbia, a Belgrado e Novi Sad.

“Vita Medievale” è una mostra permanente che presenta molti aspetti dello stile di vita durante il medioevo bosniaco. Lo scopo principale è quello di raccontare ai visitatori la cittadina medievale di Vradnduk: il museo ha riprodotto il mercato medievale, attività di tiro con l’arco, la bottega del fabbro e l’armeria, la sala da pranzo e *scriptorium* del castello. Il modo migliore per imparare è sperimentare in prima persona l’età medievale.

“Lei e lui” è una mostra di pittura e fotografia sul tema più antico del mondo, lei e lui appunto, declinato nel corso del tempo, attraverso questioni sociali, sessuali, etniche, nel mito, la religione, ecc. Questa mostra è parte di un grande progetto dedicato ai Balcani organizzato dall’associazione svedese CHwB (Cultural Heritage without Borders).

L'11 marzo 2011 alle ore 11, gli 11 musei che fanno parte di *The Western Balkan Regional Museum Network* hanno inaugurato una mostra dal titolo *1+1 "Love&Life"*, in live streaming: il museo di Zenica ha partecipato all'evento con "Lei e lui".

Mostre itineranti. Il museo ha realizzato alcune mostre a basso costo, ideali per un facile trasporto, per poter illustrare il museo in tutto il mondo.
Le mostre itineranti sono state allestite in Bosnia-Erzegovina, in Croazia e nei Paesi Bassi, cercando di raccontare la cultura di Zenica e della Bosnia-Erzegovina come ponte con la cultura occidentale.
I temi affrontati dalle mostre sono l'arte del fumetto bosniaco, il gioco dall'antichità ai giorni nostri, il sistema idraulico più antico d'Europa, l'ecologia, ecc.

OBIETTIVI DEL PROGETTO

- Promuovere l'arte e la cultura della regione presso le comunità locali e all'esterno.
- Educare i giovani
- Sviluppare una nuova mitologia della regione

METODOLOGIA

Ogni progetto ha inteso portare la vita del museo al di fuori delle proprie mura, prevedendo una serie di azioni legate alla progettazione, l'organizzazione e la promozione delle diverse azioni.
In particolare per festival "Regno Bosniaco" è stato realizzato un concorso per gli scrittori, le storie migliori sono state pubblicate in un libro.
La pubblicazione è stata promossa nel corso del festival e in altre occasioni in tutta la regione.
La mostra permanente "Vita Medievale" prevede notevoli attività di marketing per coinvolgere i visitatori e far loro vivere un'esperienza nel Medioevo.
Per la mostra "Lei e lui" il museo ha organizzato un concorso di pittura a cui è seguita una mostra.
Le mostre itineranti, infine, prevedono un lungo lavoro preparatorio, studiando i temi e i materiali che più risultano accattivanti e interessanti al di fuori di Zenica. Una volta scelto il tema si procede con lo studio della mostra, la promozione e il marketing anche al di fuori dei confini nazionali.

PRODOTTI, RISULTATI

Attraverso queste azioni il museo e le istituzioni intendono realizzare nuovi ponti culturali verso l'Europa occidentale, un legame antico ma moderno. Dopo molti eventi negativi nel Paese e l'oblio, è necessario mostrare l'immagine reale della Bosnia-Erzegovina, in quanto Paese con una storia e una cultura tipicamente europei.
Le attività del museo intendono in questo senso mostrare la storia e l'identità della regione sia alla comunità locale che al pubblico internazionale.

Contatti

Museo Civico di Zenica
Muhameda Seida Serdarevica 72000
Zenica BIH
Bosnia Erzegovina
tel. 032 209-510 (511)

zemuzej@bih.net.ba
www.zemuzej.ba

SCUTARI DURANTE IL RINASCIMENTO ALBANESE

Museo Storico di Scutari

Nome del progetto	Mostra sullo sviluppo culturale di Scutari durante il periodo del Rinascimento Albanese
Museo/ Istituzione	Museo Storico di Scutari
Città/ Paese	Scutari – Albania
Luoghi	Teatro Migjeni
Tempistica	Novembre 2011
Attori coinvolti	Museo storico di Scutari; Teatro Migjeni; Municipio
Target di riferimento	Pubblico in generale

Contatti

Museo Storico di Scutari
Rruga "Oso Kuka " Nr. 12, S Shkoder
Albania
tel. 00355/22243213

info@muzeushkoder.org
www.muzeushkoder.org

SITUAZIONE INIZIALE

La mostra, organizzata dal museo presso il Teatro Migjeni, offre uno spaccato della vita culturale nella città e nella regione di Scutari durante la fine del XIX e l'inizio del XX secolo. L'esposizione ruota intorno alle tematiche del teatro, la pittura, la fotografia e la letteratura.
Attraverso questa mostra si è inteso ricreare un'immagine molto nitida del pensiero e della vita sociale e culturale dell'epoca. Al tempo stesso emerge il compito del museo come custode e interprete delle testimonianze storiche che conserva nei propri edifici e nell'archivio. L'attività rappresenta un primo passo per la creazione di un apposito padiglione all'interno del museo, dedicato appunto al "Rinascimento Civico di Scutari".
Scutari, infatti, tra il XIX e il XX secolo era riconosciuta come un crocevia fondamentale per lo sviluppo sociale e culturale in tutta la regione albanese dei Balcani. Le attività culturali e di diffusione del pensiero degli intellettuali locali e internazionali qui ospitati sono di ampio respiro e piene di sorprese. La posizione geografica della città assieme alla varietà del patrimonio culturale hanno convogliato su Scutari l'attenzione di attori (personalità) molto differenti. Il periodo a cavallo tra i due secoli è riconosciuto come un'epoca di grandi cambiamenti e sfide per la popolazione di Scutari per il miglioramento e la realizzazione del proprio obiettivo principale: definirsi come comunità indipendente all'interno dell'Europa e legata all'Unione Europea in molti ambiti.

OBIETTIVI DEL PROGETTO

- Mostrare al pubblico fatti non sempre conosciuti nella cornice del periodo storico indagato.
  La sede prescelta è il teatro, in quanto parte della documentazione è legata proprio al mondo teatrale.

METODOLOGIA

L'idea e la successiva realizzazione della mostra partono dalla ricerca di tipo storico sulle fonti.
Il personale del museo ha trovato e studiato documenti e materiali legati al periodo storico in esame.
Solo in seguito è stato definito il budget e lo schema di progetto, pianificando anche la collaborazione con il Teatro Migjeni di Scutari, poiché buona parte della documentazione è legata alla vita e al mondo del teatro.
In seguito il piano dettagliato della mostra è stato illustrato all'amministrazione comunale per ottenere un adeguato sostegno finanziario.
Il personale ha poi costruito i contenuti e allestito la mostra. In particolare il museo ha stampato su pannelli i documenti storici e i testi della mostra, predisposto l'allestimento dei manufatti e degli oggetti in mostra e la realizzazione di istallazioni video legate al lavoro di ricerca storica sul campo.
Il progetto è stato pubblicizzato sui diversi media e il pubblico locale è stato contattato anche attraverso inviti personalizzati e poster.
La mostra è stata inaugurata il 28 novembre, giorno dell'Indipendenza Nazionale.

PRODOTTI, RISULTATI

Attraverso la mostra il museo ha aumentato l'interesse del pubblico attraverso oggetti e documenti sconosciuti in un ambito molto importante per lo sviluppo culturale albanese, che è stato a lungo tenuto nascosto.
Dalle indagini effettuate in seguito è emersa la necessita di organizzare ancora molte altre mostre per approfondire le tematiche affrontate e sensibilizzare il pubblico e la comunità locale alle tematiche culturali.

DREAMS ON THREAD – LIFE&LOVE IN BALCANS

Museo Storico di Scutari

Nome del progetto	Dreams on Thread – Life&Love in Balcans
Museo/ Istituzione	Museo Storico di Scutari (Muzeu Historik i Shkodrës)
Città/ Paese	Scutari (Albania)
Luoghi	Museo Storico di Scutari e cortile
Tempistica	Marzo 2011
Attori coinvolti	Museo Storico di Scutari, CHwB (Cultural Heritage without Borders), scuole e studenti, *Artifact Association*
Target di riferimento	Giovani studenti, le loro famiglie e gli artisti

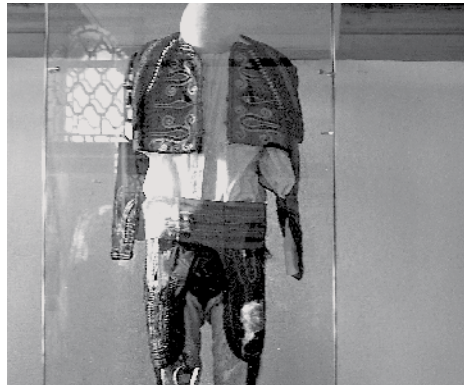
Contatti

Museo Storico di Scutari
Rruga "Oso Kuka " Nr. 12, S Shkoder
Albania
tel. 00355/22243213

info@muzeushkoder.org
www.muzeushkoder.org

SITUAZIONE INIZIALE

Il progetto si è sviluppato nell'ambito di "The Western Balkan Regional Museum Network", promosso dall'associazione svedese CHwB (Cultural Heritage without Borders). L'11 marzo 2011 alle ore 11, gli 11 musei del network hanno inaugurato una mostra dal titolo *1+1 "Love&Life"*, in live streaming. Il museo di Scutari ha aderito organizzando nel proprio giardino la mostra etnografica "Dreams on thread", per valorizzare il proprio patrimonio materiale e spirituale.
Il progetto ha messo in luce le antiche tradizioni del matrimonio, le usanze, gli abiti, il cibo e i manufatti. Il ricamo tradizionale è uno dei lavori manuali più diffusi, quasi intrecciato alla vita della donna fin dai tempi antichi. Nella nostra tradizione troviamo anche il ruolo dell'uomo come artigiano in questo campo, in particolare nel bazar di Scutari molti anni fa. Tutta la vita della donna, sin da bambina, è connessa al ricamo (di solito in seta) nella nostra città. Questa arte era in un certo senso il modo di descrivere la composizione di un sogno per la vita futura di una ragazza, soprattutto prima di essere di sposarsi e avere dei figli. Cuscini, tende, tappeti, vestiti, ect. sono pieni di elementi che mostrano una fantasia feconda come una proiezione della nuova vita, come donna, come madre. E il filo dell'Amore riesce a disegnare la Vita. In modo simbolico e pratico abbiamo scelto questo motivo per costruire questa mostra.



OBIETTIVI DEL PROGETTO

- I protagonisti della mostra sono stati gli studenti, cercando coinvolgere anche i loro genitori. Abbiamo scelto di costruire questa mostra come momento interattivo che comporta l'esposizione di alcuni manufatti, invitando nel frattempo i partecipanti a ricamare in un drappo segni, codici tradizionali e moderni della vita ordinaria.
- Il messaggio che il museo ha inteso trasmettere è che attraverso l'apprendimento di questa tradizione, si può ricamare la propria vita.

METODOLOGIA

Grazie alle attività progettuali di CHwB i responsabili dei diversi musei sono stati formati per definire propositi, obiettivi, budget e per la realizzazione delle mostre.
Si è scelto di allestire l'evento nel cortile del museo, uscendo così dalle mura e coinvolgendo attivamente i partecipanti.
L'attività ha coinvolto attivamente l'*Artefact Association* di Scutari, che ha partecipato all'ideazione e all'organizzazione della mostra, e le scuole cittadine. I primi destinatari, infatti, sono stati proprio gli studenti che si sono messi alla prova con gli strumenti per la realizzazione dei ricami, anche attraverso workshop nelle classi. Attraverso gli studenti, i loro genitori e le famiglie è stata coinvolta l'intera comunità permettendo al museo di uscire dalla proprie mura.
Il supporto dei media è stato fondamentale per la buona riuscita e la comunicazione dell'iniziativa.

PRODOTTI, RISULTATI

Attualmente il museo riceve inviti da parte di altre scuole per la diffusione e la realizzazione dei laboratori con attività analoghe.
Attraverso la mostra "Dreams on thread" e l'attenzione riservata dai media, il museo è riuscito a sensibilizzare e coinvolgere il pubblico in generale e in particolare i giovani, i loro genitori e gli artisti avvicinandoli alla tradizione
Grazie alla mostra collettiva *1+1 "Love&Life"* il nostro patrimonio è diventato un mezzo per il dialogo interculturale, in particolare con i paesi di cultura balcanica, mettendo in luce somiglianze e diversità.

I PROTAGONISTI

L'analisi dei casi raccolti consente di riflettere sulle modalità di partecipazione dei diversi attori coinvolti nella realizzazione di attività al di fuori delle mura dei musei e sulla possibilità di includere attivamente i visitatori e i diversi stakeholder. L'infografica sintetizza i risultati emersi, sottolineando, anche dal punto di vista grafico, l'impatto delle azioni fuori dalle mura dei musei.

Tutti i case study illustrati prevedono il coinvolgimento di **volontari**, singoli o associati, che partecipano attivamente alla vita del museo e collaborano alla realizzazione delle attività. È importante mantenere vivo l'interesse dei volontari nella vita del museo, attraverso una formazione adeguata e la loro crescita professionale e personale. Nella categoria "associazioni e volontariato" sono comprese anche tutte le associazioni legate ai musei, quali gli "Amici dei musei" e coloro che sottoscrivono forme di membership. Le persone che aderiscono a queste iniziative sono spesso i promotori e i primi partecipanti alle iniziative organizzate dai musei, anche al di fuori delle proprie mura.

Un altro attore importante nella realizzazione delle attività del museo è l'**amministrazione pubblica**, che viene citata tra i protagonisti nell'80% dei casi. Spesso l'ente pubblico è il proprietario nonché il primo finanziatore del museo. Il comune, la provincia, la regione, lo stato in molti casi finanziano le attività ordinarie e straordinarie dell'istituzione museale consentendo la realizzazione delle attività fuori dal museo. È importante coinvolgere questi uffici sin dalla progettazione, in quanto possono contribuire alla buona riuscita dell'evento non solo dal punto di vista finanziario, ma anche attraverso il coordinamento logistico (per esempio nei festival o nelle attività che si svolgono nelle strade e in altri luoghi pubblici), la sicurezza e l'ordine pubblico.

Nel 68% dei casi analizzati l'evento fuori dal museo prevede la collaborazione con **altre istituzioni culturali** (musei, teatri, istituti di ricerca, ecomusei, rocche e castelli): i musei solitamente instaurano legami professionali con altre realtà culturali del territorio oppure con realtà che trattano tematiche affini alle loro. L'organizzazione congiunta di eventi può essere un'occasione interessante per implementare azioni di coordinamento e lo sviluppo di reti, formali e informali, attraverso azioni-pilota. In molti

casi è possibile ottenere economie di scala e di scopo attraverso la replica di attività "fuori dalle mura" in altri contesti (mostre itineranti, rievocazioni storiche…).

L'organizzazione di eventi al di fuori dalle proprie mura rappresenta un'opportunità anche per la **comunità locale** che in questo modo si "riappropria" del museo che esce dall'edificio che lo ospita e coinvolge i luoghi della comunità. Nel 40% dei casi analizzati la comunità è coinvolta attivamente quale protagonista degli eventi, solitamente in occasioni di presentazioni, convegni, seminari… Il dialogo con la comunità dovrebbe essere coltivato costantemente dal museo, attraverso attività mirate e un coinvolgimento costante dei cittadini. Le attività fuori dal museo destinate alla comunità locale devono avere come obiettivo far entrare i cittadini nel museo, rendendo il museo un luogo accogliente e familiare. I cittadini possono contribuire in prima persona alla vita della "community" del museo anche sul web.

Il 36% degli eventi analizzati prevede il coinvolgimento di **scuola** e **università**, attraverso forme di collaborazione con i docenti e le scolaresche. Il pubblico scolastico rappresenta un pubblico privilegiato delle attività del museo, dentro e fuori le mura: occorre, però, considerare la scuola e l'università anche come un partner per lo sviluppo di contenuti, attività e ricerca, contribuendo alla formazione di valore delle attività museali.

Solo il 16% dei case study analizzati indica i **media** e la **stampa** tra i protagonisti della realizzazione delle attività del museo fuori dalle proprie mura. Giornalisti, blogger e uffici stampa contribuiscono alla diffusione e alla comunicazione degli eventi, raccontando il punto di vista del museo nel corso dell'evento e alla sua conclusione. Questi stakeholder, invece, andrebbero valorizzati e coinvolti nelle attività sin dalla progettazione. I media, infatti, possono contribuire anche attraverso delle sponsorizzazioni *in kind*, partecipando alla buona riuscita mediatica dell'evento fuori dalle mura del museo e alla diffusione della conoscenza del museo stesso.

Gli **operatori economici del territorio** (alberghi, ristoranti, negozi, aziende, operatori turistici…) partecipano solitamente come sponsor delle attività. Sono indicati tra gli attori principali delle azioni solamente in 4 casi analizzati. Questi operatori, invece, dovrebbero essere coinvolti nella programmazione e nella progettazione degli eventi come protagonisti e non solo come finanziatori: possono contribuire anche attraverso forme di sponsorizzazioni *in kind* e dimostrare interesse per la creazione di partnership di medio-lungo periodo con il museo.

I **turisti** sono i destinatari di molte attività dei musei, dentro e fuori le mura. Solo in rari casi vengono, però, indicati come protagonisti: è possibile coinvolgerli attraverso le attività fuori dalle mura del museo, gli operatori economici del territorio e soprattutto attraverso il web, i blog e i social network.

I PROTAGONISTI

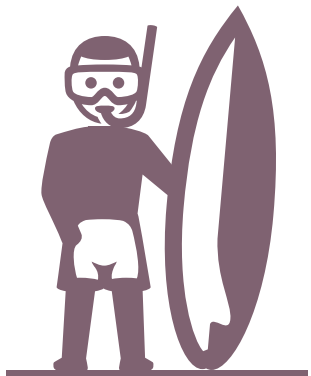
I volontari, singoli o in associazione, sono i veri protagonisti delle attività del museo fuori dalle proprie mura.

Gli operatori economici dovrebbero essere coinvolti nella programmazione e nella progettazione degli eventi come protagonisti e non solo come finanziatori.

OPERATORI ECONOMICI DEL TERRITORIO

16%

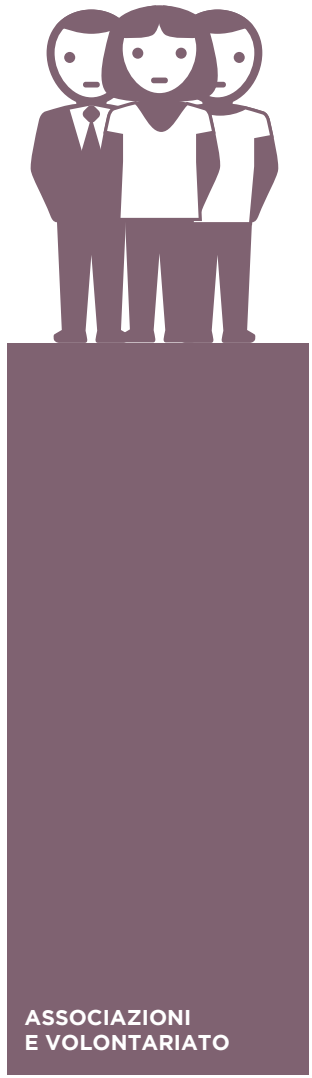
Alberghi, ristoranti, negozi, aziende del territorio partecipano solitamente come sponsor delle attività.



TURISTI

8%

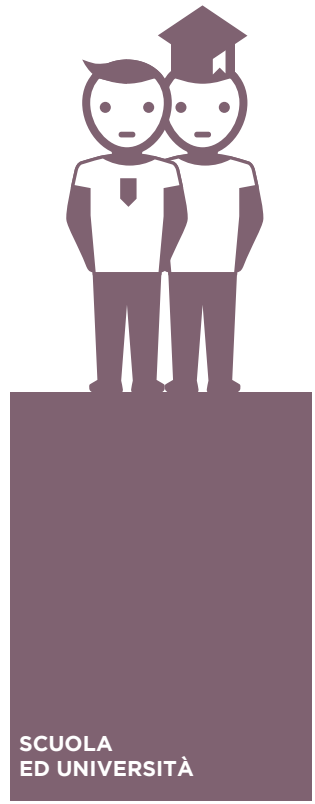
I turisti sono i destinatari di molte attività dei musei, dentro e fuori le mura.



ASSOCIAZIONI E VOLONTARIATO

100%

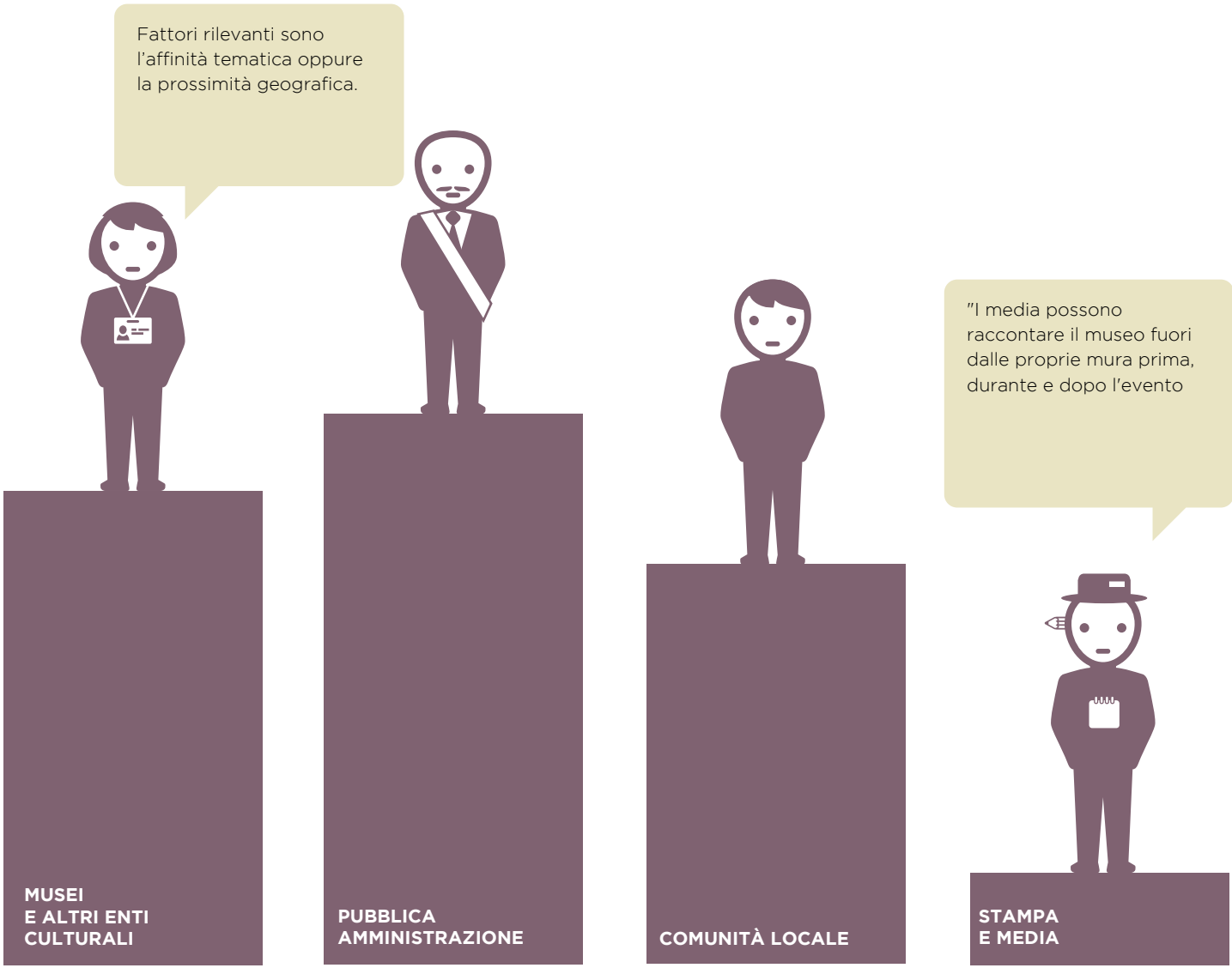
Sono compresi tutti i volontari, singoli o in associazione, i cultori della materia e la community del museo.



SCUOLA ED UNIVERSITÀ

36%

I protagonisti degli eventi spesso sono le scolaresche, gli studenti e i docenti.



68%

Musei, teatri, istituti di ricerca, ecomusei, rocche e castelli.

80%

In molti casi il Comune è proprietario e finanziatore del museo; spesso contribuiscono alle iniziative anche le Province, le Regioni e lo Stato.

40%

La comunità locale si riappropria del museo che esce fuori dalle mura e coinvolge la città.

16%

Giornalisti, blogger e uffici stampa contribuiscono alla diffusione e alla comunicazione degli eventi.

I LUOGHI

Le attività "fuori dal museo" si svolgono in luoghi diversi: anche in questa analisi l'infografica appare uno strumento semplice ma efficace per rappresentare la complessità e la molteplicità della realtà attraverso l'immagine e le indicazioni del grafico. Attraverso questi l'esame di questi dati verranno forniti alcuni consigli utili per l'organizzazione di nuovi eventi.

I numeri riportati nel grafico illustrativo rappresentano la frequenza con cui gli eventi sono organizzati nei diversi luoghi: la somma è molto superiore al numero dei casi analizzati (25) perché gli eventi fuori dalle mura del museo sono compositi e si svolgono in location diverse.

Luoghi della cultura

I progetti e le attività che il museo svolge al di fuori delle proprie mura spesso avvengono in altri "luoghi della cultura": musei, biblioteche, teatri, rocche, castelli, aree archeologiche, gallerie, ecomusei e centri culturali. In questi casi l'organizzazione in una location esterna è più agevole, in quanto gli spazi sono già attrezzati per l'accoglienza e i servizi per il pubblico.

Come illustrato nell'infografica dei protagonisti, è più facile per i musei confrontarsi con altri operatori culturali vicini nel territorio o che trattano tematiche affini. In questi casi la condivisione, seppur per un breve periodo, degli spazi di lavoro facilita la creazione di relazioni tra persone e tra organizzazioni, che possono essere poi formalizzate in strutture di rete.

La città

La città ospita numerosi eventi dei musei: le strade, le piazze, i giardini, i quartieri diventano protagonisti di festival e rievocazioni storiche. È un'occasione fondamentale per l'incontro con la comunità e con i turisti, per instaurare un dialogo con il pubblico che solitamente non entra nel museo ma che si lascia incuriosire e coinvolgere nei luoghi della quotidianità. L'organizzazione di eventi in questi spazi prevede l'interazione e il dialogo con numerosi attori, in particolare gli uffici comunali e le attività commerciali che hanno sede nell'area, nonché con i residenti: si possono quindi intessere rapporti e collaborazioni che durano nel tempo e consentono la ripetizione degli eventi e la organizzazione congiunta di nuove iniziative.

Il mare e le acque

L'acqua è il filo conduttore del progetto Adriamuse: il mare, la spiaggia, il fiume, il canale, le barche sono i luoghi dove i musei possono entrare in contatto con la comunità e i turisti. Gli eventi culturali invadono spazi che solitamente non li caratterizzano, ma attraverso le relazioni possono rappresentare un valore aggiunto per attrarre il pubblico locale e i turisti. In questo contesto si possono realizzare letture, rievocazioni storiche, festival, giochi e laboratori che consentano di imparare divertendosi.

Attività Commerciali

Ristoranti, caffè, alberghi, negozi, centri commerciali, fiere ecc. sono potenzialmente luoghi dove il museo può incontrare nuovi pubblici: è necessario coinvolgerli attivamente nella progettazione degli eventi culturali e dei musei. Come già evidenziato nell'infografica relativa ai protagonisti per gli operatori commerciali, gli spazi destinati alle attività commerciali rappresentano una vetrina importante per il museo, per coinvolgere il pubblico occasionale o il non pubblico ad entrare nel museo.

In particolare i luoghi frequentati dai turisti rappresentano una vetrina importante per la promozione del museo, dei suoi contenuti e delle sue attività.

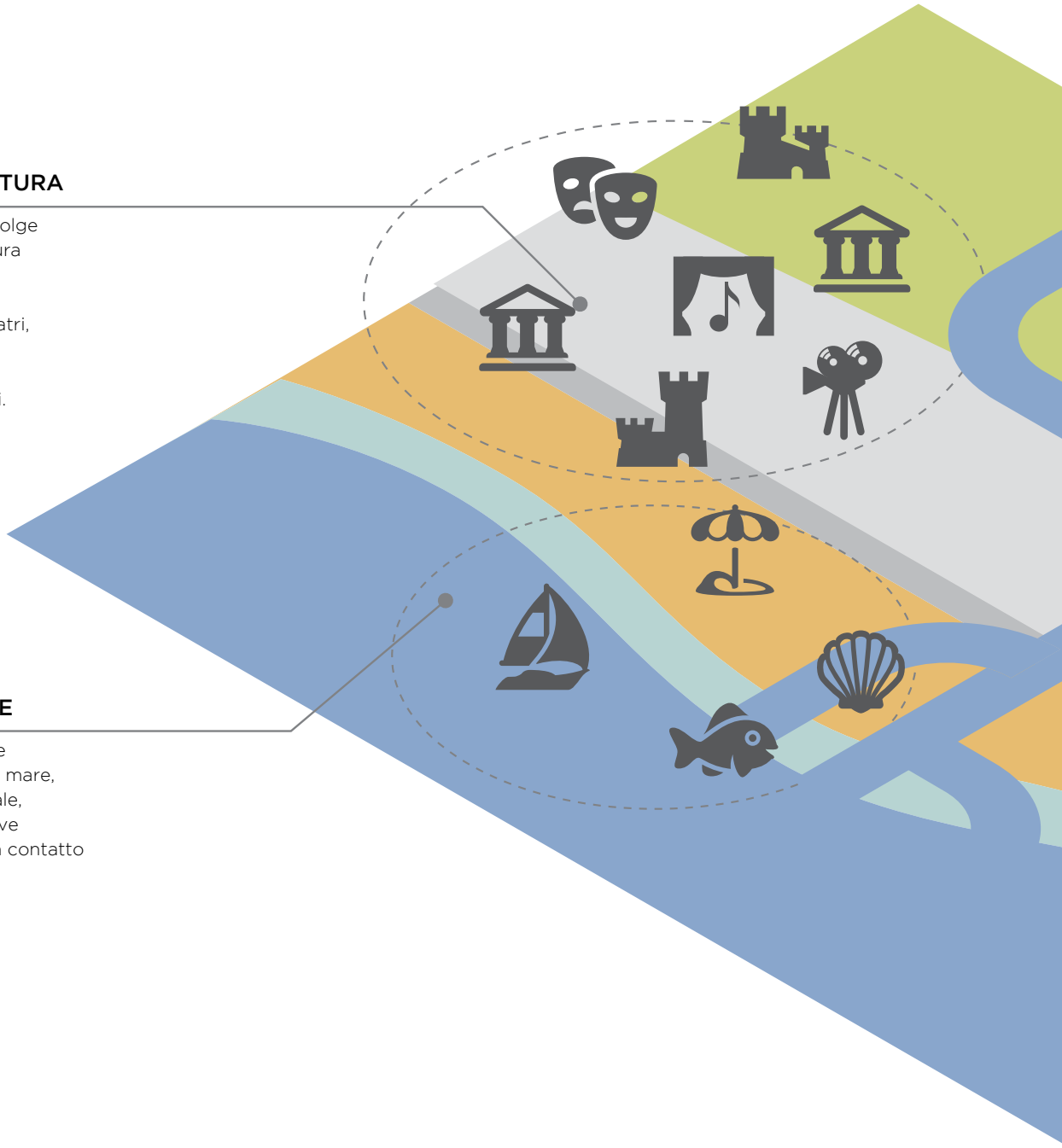
I LUOGHI

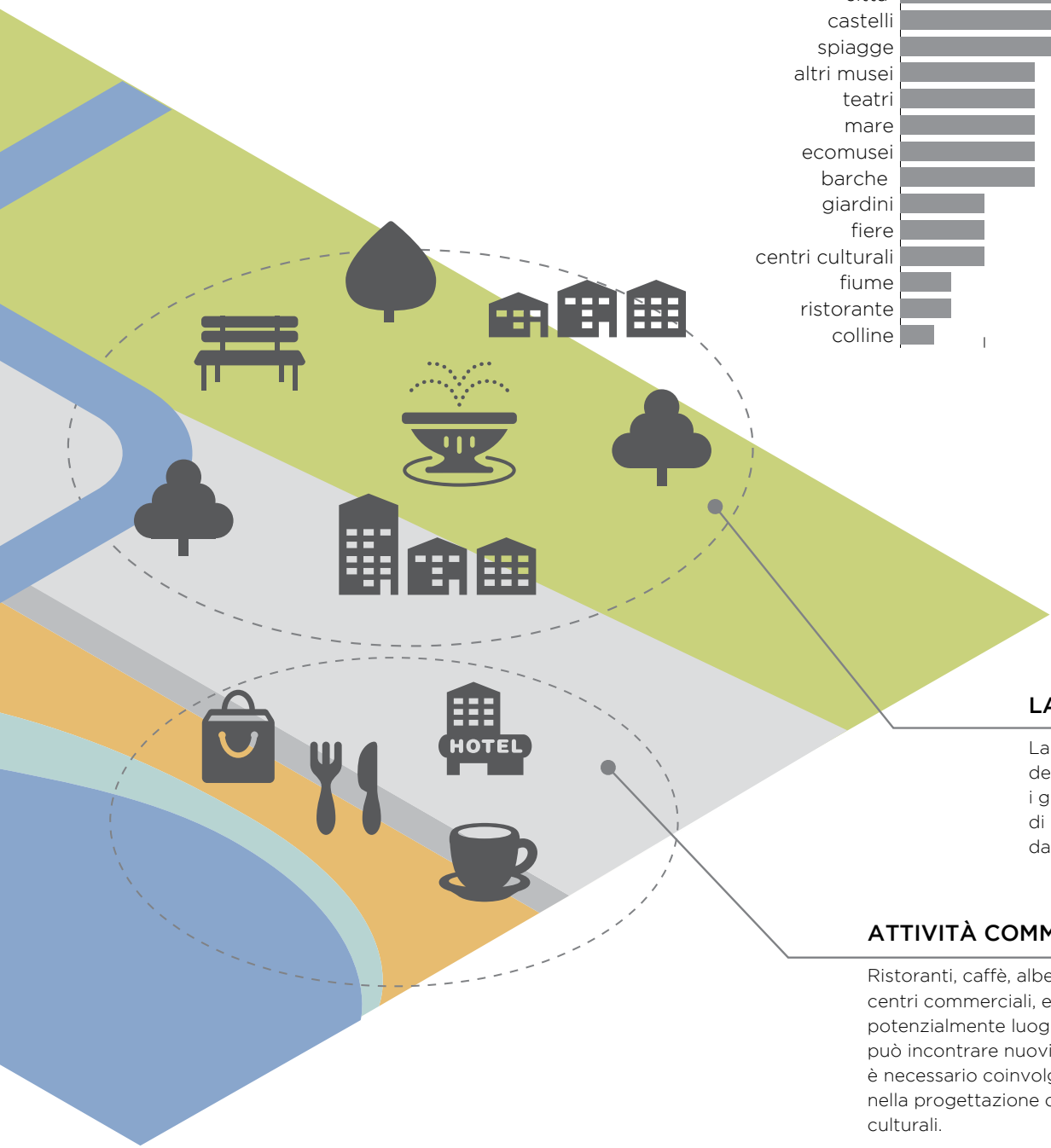
LUOGHI DELLA CULTURA

Le attività che il museo svolge
al di fuori delle proprie mura
spesso avvengono in altri
“luoghi della cultura”:
altri musei, biblioteche, teatri,
rocche, castelli, aree
archeologiche, gallerie,
ecomusei e centri culturali.

IL MARE E LE ACQUE

L’acqua è il filo conduttore
del progetto Adriamuse: il mare,
la spiaggia, il fiume, il canale,
le barche sono i luoghi dove
i musei possono entrare in contatto
con la comunità e i turisti.





LA CITTÀ

La città ospita numerosi eventi dei musei: le strade, le piazze, i giardini, i quartieri si riempiono di persone e di attività fuori dai musei.

ATTIVITÀ COMMERCIALI

Ristoranti, caffè, alberghi, negozi, centri commerciali, ecc. sono potenzialmente luoghi dove il museo può incontrare nuovi pubblici: è necessario coinvolgerli attivamente nella progettazione degli eventi culturali.

ANALISI SWOT

Strenght
Punti
di forza

S

- Coinvolgimento di nuovi pubblici
- Cooperazione con i partner territoriali
- Politiche di fidelizzazione
- Valore aggiunto per le attività museali
- Comprensione dello sviluppo e dei cambiamenti nella società contemporanea
- Rafforzamento dell'identità culturale per le comunità locali

Opportunity
Opportunità

O

- Fare rete
- Web 2.0
- Coinvolgimento del settore turistico
- Mostre itineranti
- Diffusione di buone pratiche
- Creazione di legami permanenti con il pubblico e gli stakeholder

W

Weakness
Punti di debolezza

- Carattere effimero degli eventi
- Riduzioni di budget
- Eccessiva spettacolarizzazione
- Ripetitività dei contenuti
- Target troppo ampi e non definiti

T

Threats
Minacce

- Riduzione dei fondi pubblici e delle sponsorizzazioni
- Sovrapposizione di eventi effimeri
- Spreco di risorse scarse
- Incapacità di fare sistema

STRENGHT

Punti di forza

Coinvolgimento di nuovi pubblici: l'organizzazione di eventi fuori dalle mura del museo consente di intercettare nuovi pubblici nei luoghi abitualmente frequentati dalla comunità. Il museo riesce a instaurare una comunicazione più diretta con le persone perdendo l'aura di "autorità" senza per questo compromettere la propria autorevolezza. La partecipazione a un evento "fuori dalle mura" funge da stimolo per entrare nel museo.

Cooperazione con i partner territoriali: l'organizzazione di un evento "fuori dalle mura" dei musei implica la collaborazione con altri attori del territorio (associazioni, operatori economici, amministrazione...) che offrono uno spazio o co-progettano le attività. In questo modo si possono instaurare relazioni continuative per portare avanti nuove attività dentro e fuori il museo.

Politiche di fidelizzazione: il pubblico è il vero protagonista delle diverse attività fuori dal museo. L'istituzione museale dovrebbe sfruttare al meglio l'occasione per invitare i visitatori a tornare al museo o a partecipare ad altri eventi di tipo culturale, anche attraverso la creazione di una vera e propria "community". In altri casi gli eventi "fuori dalle mura" possono rappresentare un valore aggiunto per i propri sostenitori, per esempio con l'organizzazione di attività dedicate ai propri sponsor o a coloro che sottoscrivono una membership card.

Valore aggiunto per le attività museali: la realizzazione di attività "fuori dalle mura" rappresenta un'occasione per i musei stessi per approfondire e valorizzare particolari aspetti della propria collezione. Uscire dalle proprie mura diventa così un pretesto per studiare e raccontare un oggetto, un personaggio o un periodo storico.

Comprensione dello sviluppo e dei cambiamenti della società contemporanea: l'attività del museo al di fuori dei propri canoni tradizionali di studio, esposizione e divulgazione delle collezioni rappresenta un momento importante della relazione con la società contemporanea. Può diventare l'opportunità per sperimentare nuovi approcci didattici e di comunicazione a basso costo.

Rafforzamento dell'identità culturale per le comunità locali: il museo rafforza il dialogo con la comunità locale attraverso le diverse azioni al di fuori delle proprie mura. Conferma così il suo ruolo di attivatore di relazioni tra significati, luoghi, oggetti e persone e diventa il cuore dell'identità culturale della comunità di appartenenza.

WEAKNESS

Punti di debolezza

Carattere effimero degli eventi: gli eventi fuori dalle mura dei musei spesso hanno carattere effimero e rischiano di non avere ricadute di lungo periodo sulle attività del museo. In molti casi, infatti, si investono molte risorse in eventi che coinvolgono un gran numero di persone ma che comportano costi per contatto molto alti e scarsi risultati sul medio-lungo termine. Occorre, invece, creare attività replicabili, per fidelizzare il pubblico, e coerenti con le risorse a disposizione.

Riduzioni di budget: negli ultimi anni i fondi destinati alle attività divulgative e promozionali sono notevolmente ridotti. Le attività dei musei "fuori dalle proprie mura" sono considerate accessorie e spesso sacrificabili rispetto ad altre voci di spesa. È importante lavorare su attività a basso costo, utilizzando le possibilità offerte dalle nuove tecnologie e dal web 2.0.

Eccessiva spettacolarizzazione: spesso le attività "fuori dalle mura" puntano sulla spettacolarizzazione dei contenuti, in particolare le rievocazioni storiche e i festival. Il rischio è la banalizzazione dei contenuti a favore dello spettacolo. Occorre, invece, che il museo si faccia promotore di ricerca sui temi affrontati (storia, archeologia, etnografia, ...) e che le attività di ricostruzione e rievocazione si basino su fonti e documentazioni accurate.

Ripetitività dei contenuti: le attività del museo "fuori dalle mura" si caratterizzano per una certa ripetitività. I festival e le rievocazioni storiche sono diventate "di moda", spesso legate ad attività e a temi delocalizzati. Occorre, invece, contestualizzare gli eventi mettendo in luce le connessioni tra la comunità e la sua storia.

Target troppo ampi e non definiti: molto spesso i musei organizzano attività pensate per un pubblico astratto e troppo ampio, per esempio "i turisti", "le scolaresche", "i giovani"... In questo modo si perde la capacità di dialogo con il pubblico che diventa così indistinto. Occorre, quindi, individuare target specifico per ciascuna attività, instaurando un canale di comunicazione diretto con il proprio pubblico.

OPPORTUNITY

Opportunità

Coinvolgimento di nuovi pubblici: l'organizzazione di eventi fuori dalle mura del museo consente di intercettare nuovi pubblici nei luoghi abitualmente frequentati dalla comunità. Il museo riesce a instaurare una comunicazione più diretta con le persone perdendo l'aura di "autorità" senza per questo compromettere la propria autorevolezza. La partecipazione a un evento "fuori dalle mura" funge da stimolo per entrare nel museo.

Web 2.0: gli strumenti ITC e il web 2.0 rappresentano canali indispensabili per la promozione delle iniziative dei musei, in particolare le attività che si svolgono al di fuori delle loro mura. Il web 2.0 consente un contatto diretto con la community reale e virtuale del museo e opportunità di promozione low budget con un pubblico potenzialmente interessato. L'attività fuori dalle mura del museo potrebbe essere l'occasione per sperimentare nuove forme di coinvolgimento del pubblico online e di forme alternative di promozione.

Coinvolgimento del settore turistico: gli operatori del settore turistico rappresentano il partner ideale per l'organizzazione di eventi fuori dalle mura dei musei. In molti casi, infatti, il museo intende coinvolgere i turisti fuori dal museo, invitandoli poi a entrare. Operatori turistici e culturali, quindi, potrebbero lavorare assieme per realizzare un pacchetto turistico più ricco e variegato, partendo proprio dagli eventi dei musei fuori dalle mura.

Mostre itineranti: attraverso la creazione di mostre itineranti il museo ha l'occasione di approfondire alcuni temi, di presentare le sue conoscenze al di fuori delle proprie mura e di condividere i costi di organizzazione, stampa e allestimento. Il museo può organizzare mostre itineranti per divulgare i suoi contenuti in altri contesti, oppure può ospitare mostre organizzate da altri soggetti, migliorando la varietà della sua offerta.

Diffusione di buone pratiche: le pratiche di organizzazione di eventi fuori dalle mura del museo possono essere facilmente condivise con altre istituzioni, attraverso convegni, seminari, pubblicazioni, blog... In molti casi queste esperienze possono essere replicate in altri contesti anche a costi contenuti migliorando l'offerta culturale complessiva.

Creazione di legami permanenti con il pubblico e gli stakeholder: l'organizzazione di eventi fuori dalle mura del museo consente di creare nuovi legami e rafforzare quelli esistenti, con il pubblico e la community del museo, nonché con i diversi stakeholder coinvolti nel progetto. Come nel caso delle reti, l'evento fuori dalle mura, consente di creare la consuetudine alla visita da parte del pubblico e alla collaborazione con gli stakeholder.

THREATS

Minacce

Riduzione dei fondi pubblici e delle sponsorizzazioni: negli ultimi anni i fondi pubblici e le sponsorizzazioni dedicate alle attività dei musei sono notevolmente diminuiti. L'organizzazione di attività fuori dal museo in molti casi può essere piuttosto dispendiosa: occorre quindi focalizzare gli sforzi e cercare forme di collaborazione che consentano di realizzare forme di economia.

Sovrapposizione di eventi effimeri: spesso le attività che i musei realizzano al di fuori delle proprie mura non hanno una ricaduta effettiva sull'attività del museo. Si tratta di eventi di tipo spot e a carattere effimero; in molti casi le tematiche affrontate sono "di moda" e non connesse alle specificità del luogo. Occorre quindi connettere anche gli eventi "fuori dal museo" all'unicità del museo, creando una connessione di lunga durata tra il museo, la città e la comunità.

Spreco di risorse scarse: uscendo dalle mura il museo rischia di sprecare le sue risorse, sempre più scarse. Occorre quindi cercare di sfruttare economie di scala e di scopo, coinvolgendo gli stakeholder e cercando di fare rete con altre realtà culturali. Per esempio trasformare una mostra fuori dalle mura in una mostra itinerante consente di ammortizzare i costi.

Incapacità di fare sistema: uno dei rischi più frequenti per i musei che escono dalle proprie mura sta nell'incapacità di creare reti e sistemi, formali e informali, coinvolgendo i giusti partner e stakeholder sin dal momento della progettazione dell'evento e non solamente nelle fasi finali. In questo modo ciascuno può portare un contributo concreto alla buona riuscita dell'evento.

BIBLIOGRAFIA SITOGRAFIA

Pubblicazioni

Lucio Argano, *Gli eventi culturali: ideazione, progettazione, marketing, comunicazione*, Milano, Franco Angeli, 2012

Cristoforo Sergio Bertuglia, Francesca Bertuglia, AgostinoMagnaghi, *Il museo tra reale e virtuale*, Roma, Editori Riuniti, 1999

Cristina Da Milano, Kirsten Gibbs, Margherita Sani, *Il volontariato nei musei e nel settore culturale: un manuale europeo*, Ljubljana, Associazione slovena musei, 2009

Simona Bodo, *Il museo relazionale: riflessioni ed esperienze europee*, Torino, Fondazione Giovanni Agnelli, 2003

Alessandro Bollo, *Il marketing della cultura*, Roma, Carrocci, 2012

Maurizio Carta, *L'armatura culturale del territorio. Il patrimonio culturale come matrice di identità e strumento di sviluppo*, Milano, Franco Angeli, 1999

Lucia Cataldo, Marta Paraventi, *Il museo oggi. Linee guida per una museologia contemporanea*, Milano, Ulrico Hoepli, 2007

L. Cataldo, *Dal* museum theatre *al* digital storytelling*: nuove forme della comunicazione museale fra teatro, multimedialità e narrazione*, Milano, Franco Angeli, 2011

François Colbert, *Marketing delle arti e della cultura*, Milano, Etas, 2000

Silvia Dell'Orso, *Musei e territorio. Una scommessa italiana*, Milano, Mondadori Electa, 2009

Diane Dodd, Annemoon Van Hemel, *Planning cultural tourism in Europe. A presentation of theories and cases*, Amsterdam, Boeckrnanstichting, 1999

John H. Falk, Lynn D. Dierking, *The museum experience*, Walnut Creek, CA, Left Coast Press, 2011

Neil Kotler, Philip Kotler, *Marketing dei musei: obiettivi, traguardi, risorse,* Torino, Einaudi, 2004

Barry Lord, Gail Dexter Lord, *The manual of museum management*, Londra, The Stationery Office, 1997

Maria Vittoria Marini Clarelli, *Il museo nel mondo contemporaneo. La teoria e la prassi,* Roma, Carrocci, 2011

Valeria Minucciani, *Il museo fuori dal museo: il territorio e la comunicazione museale*, Milano, Lybra Immagine, 2005

Kevin Moore, *Museum management*, London, New York, Routledge, 1994

Nina Simon, *The participatory museum*, Santa Cruz, Museum 2.0, 2010

Ludovico Solima, *Il museo in ascolto: nuove strategie di comunicazione per i musei statali*, Roma, Rubbettino, 2012

Maria Laura Tomea Gavazzoli, *Manuale di museologia*, Milano, Rizzoli ETAS, 2011

Andrea Witcomb, *Re-imagining the museum: beyond the mausoleum*, Londra, New York, Routledge, 2003

Mariella Zoppi, *Beni culturali e comunità locali*, Milano, Mondadori Electa, 2007

Blog e siti web

Extra Muros – Museum in the city
http://www.extra-muros.nl

Inspired by coffee
http://inspiredbycoffee.com

LEM - The Learning Museum Network Project
http://www.lemproject.eu/

Museum and creative practice
http://museumsandcreativepractice.wordpress.com

Museum and the web
http://www.museumsandtheweb.com/

Museum Diary
http://blog.jennifuchs.com/

Museum Next
http://www.museumnext.org/

Out There – Contemporary Contexts for Museums
http://openmuseumoutthere.wordpress.com/

The Incluseum
http://incluseum.com/

The Museum of the future
http://themuseumofthefuture.com/

The Museum Resource Network
http://themuseumresourcenetwork.org/

The Partecipatory Museum
http://www.participatorymuseum.org/

Crediti fotografici:

p. 16, 18 Pier Luigi Siena;
p. 17, 19 Emilio Salvatori;
p. 21-23 Museo della Regina di Cattolica;
p. 25-27 Istituto dei Musei Comunali – Santarcangelo di Romagna;
p. 29 Archivio La Casa Rossa di Alfredo Panzini;
p. 30 IAT Argenta;
p. 31 Adria Monti (a sinistra), Tiziana Sassu (a destra);
p. 32 Tiziana Sassu;
p. 33 Sergio Stignani;
p. 35-37 MUSA – Museo del Sale di Cervia;
p. 39, 41 Urbano Sintoni;
p. 43 Elisa Mazzoli;
p. 45 Gianfranco Vigato;
p. 47, 49 Museo della Navigazione Fluviale di Battaglia Terme;
p. 50-53 Museo della Centuriazione Romana di Borgoricco;
p. 54 Ludovica Galeazzo e Marco Pedron;
p. 55 Ludovica Galeazzo e Marco Pedron (a sinistra), Alessandra Ferrighi e Cosimo Montelone (a destra);
p. 57 Alessandra Ferrighi e Cosimo Montelone;
p. 58-59 Museo della Marineria di Pesaro;
p. 60-63 Museo del Balì di Saltara;
p. 64-65 Museo Sannitico di Campobasso;
p. 66-69 Museo Civico di Umago;
p. 70-73 Milivoj Mijošek;
p. 75, 77 Manuel Paljuh;
p. 76 Renzo Kosinožić;
p. 79 Museo di Tesanj (a sinistra), Mensura Saltagić (a destra);
p. 81-83 Adnadin Jašarević;
p. 85-87 Giorgio Boller.