

Appendice A - Piano strategico 2020-2022

PIANO STRATEGICO
DELLA
ISTITUZIONE MU.MA
MUSEI DEL MARE E DELLE MIGRAZIONI

Anni 2020-2022

Appendice A - Piano strategico 2020-2022

1. Premessa

Gli organismi museali, come tutte le società umane, sono “organismi viventi”, chiamati ad adattarsi e a rispondere alle domande e alle esigenze del tempo in cui vivono. Per questo motivo un “regolamento”, nella sua fissità, non può rispondere alle sollecitazioni che la società presenta ai musei, a seconda dei periodi e delle contingenze storiche e sociali.

Esiste perciò la necessità di elaborare un documento, che denomineremo “Piano Strategico” che ha il compito di definire gli obiettivi dell’Istituzione **Mu.MA** per un periodo di tempo definito – il triennio 2020-2022 – al fine di allineare le diverse attività verso obiettivi comuni.

2. Il triennio 2020-2022

Si riconosce che, con la pandemia Covid-19, il contesto sociale e culturale a livello globale è cambiato: le necessitate iniziative di lockdown per la salvaguardia della salute collettiva hanno portato conseguenze gravi e dirette sul contesto dell’industria culturale, turistica e creativa, con l’abbattimento del numero di visitatori, le limitazioni all’accessibilità, l’imposizione di numeri e di regole severe per la fruizione di musei, esposizioni ed eventi culturali.

Pertanto il primo obiettivo che il Piano Strategico 2020-2022 dell’Istituzione si pone è quello della “riduzione del danno”, attraverso l’assunzione di ogni possibile precauzione per l’incolumità dei propri Visitatori e dei propri Operatori; lo sforzo dell’Istituzione sarà quindi quello di permettere la migliore accessibilità in condizioni di sicurezza, nella convinzione che, in capo a 24-36 mesi, la situazione potrà stabilizzarsi, laddove si assume che “stabilizzarsi” sarà cosa diversa dal “ritornare alla normalità” e che nessuno è al momento in grado di stabilire con esattezza.

3. Definizione di Museo

L’Istituzione **Mu.MA** assume come suo il dibattito dell’ICOM intorno alla definizione di Museo.

Per essa il Museo / i Musei è/sono:

“Una istituzione permanente, senza scopo di lucro, ma orientata alla sostenibilità economica attraverso gli strumenti più adeguati”

“Uno spazio di democrazia, che garantisce pari diritti e pari accesso al patrimonio materiale e immateriale della collettività per tutte le persone, contrastando ogni forma di discriminazione”.

“Sono istituzioni partecipative, trasparenti, orientate alla inclusione sociale, che promuove ogni forma di collaborazione con le comunità per raccogliere, conservare, ricercare, interpretare, esporre e migliorare la comprensione del mondo, nella convinzione che fornire strumenti culturali è contribuire alla dignità umana e alla consapevolezza, dei singoli e della collettività”.

Questo rappresenta il cuore valoriale su cui l’Istituzione **Mu.MA** fonda e indirizza la sua azione.

Appendice A - Piano strategico 2020-2022

4. Mission

Ogni Museo, per la sua storia, per la sua vocazione, per il tipo di patrimonio che conserva o acquisisce, assume una particolare “mission” che può mutare nel tempo, in conseguenza delle sue trasformazioni o delle trasformazioni della società.

La “mission” del **Mu.MA** è operare per “la salvaguardia, tutela e valorizzazione”:

- della **cultura marittima**;
- della **storia e della memoria delle migrazioni**;
- dell'**identità storica genovese**;
- delle **esplorazioni e dei rapporti con le altre culture**” (Regolamento **Mu.MA**, art. 2). Vedi “APPENDICE I - Regolamento Mu.MA – 2012”

Il **Mu.MA** riconosce queste “aree” come quelle di sua competenza.

Per portare avanti tale “mission”, l’Istituzione dialoga con gli Enti, le comunità, le società e le associazioni, a diverso livello, in Italia e all’estero, con l’autonomia scientifica, culturale e di gestione economica che le è riconosciuta dal Regolamento.

5. Vision

Il **Mu.MA** interpreta il suo ruolo nella società contemporanea come un elemento catalizzatore per la *valorizzazione* nelle “aree” di pertinenza e di facilitatore alla *fruizione* del patrimonio materiale e immateriale da parte dei singoli e delle comunità.

6. I valori di riferimento

Il **Mu.MA** fa propri i principi contenuti nella “Convenzione quadro del Consiglio d’Europa sul valore dell’eredità culturale per la società” detta Convenzione di Faro e, nello specifico, nel ruolo delle istituzioni culturali nel garantire i diritti dell’individuo a prendere parte liberamente alla vita culturale della comunità, attraverso la promozione di processi di valorizzazione del patrimonio di tipo partecipativo.

Il **Mu.MA** si riconosce nella sua doppia natura sia come “istituto culturale”, sia come “creative factory”, assegnando a sé stesso un ruolo propositivo e creativo e non soltanto quale fornitore di servizi.

Alla base della sua azione, come soggetto attivo, il **Mu.MA** pone alcuni valori di riferimento che assume a principi orientativi della sua prassi.

Tali valori sono:

1. Accessibilità, contrasto alla discriminazione, inclusività e coesione sociale;
2. Sostenibilità, sia a livello economico che ambientale;

3. Connessione e cooperazione;

1. Accessibilità, inclusività e coesione sociale

L'accessibilità è parte integrante del ruolo sociale e cultura di ogni istituzione culturale.

Il museo è un "bene pubblico" e deve essere accessibile a tutti, permettendo a ciascuno di fruire del patrimonio materiale e immateriale che conserva.

Il museo, per principio, non discrimina: è aperto a tutti e coopera alla rimozione delle barriere, in particolar modo culturali.

L'accessibilità comprende almeno tre dimensioni: quella fisica, quella economica e quella digitale.

L'accessibilità fisica riguarda anche la facilità di raggiungere le strutture e di muoversi all'interno di esse in sicurezza, con la percezione di essere benvenuti e di poter fruire delle collezioni.

L'accessibilità economica riguarda l'implementazione di politiche tariffarie e di ingresso diversificate per specifiche categorie di visitatori.

Per accessibilità digitale si intende quella che rende fruibili i musei al maggior numero di tipologie di pubblico possibile, in termine di uso di linguaggi e percorsi di apprendimento.

Per garantire l'accessibilità - nella sua accezione generale - alle proprie strutture, l'Istituzione non può prescindere da un lavoro di rete, interno ed esterno, che deve veder coinvolti gli altri operatori del territorio, gli uffici comunali e i soggetti gestori/concessionari.

Obiettivi e azioni

1.1 Migliorare la qualità dei servizi offerti

a) Rafforzare l'organico e potenziare le risorse umane attive nei Musei

"Siamo tutti Museo". L'accessibilità si declina allargando la partecipazione attiva alla vita del museo. La partecipazione accolta e incentivata, abbate la barriera tra il museo e la comunità, suscita sinergie e iniziative di coinvolgimento.

- i) Stabilire accordi di collaborazione stabili con Università
- ii) Potenziare il volontariato
- iii) Cercare opportunità di formazione del personale, diretto e indiretto
- iv) Inserire nuove figure tecniche nei servizi richiesti ai gestori, aprendo alle "nuove professioni" in campo museale;
- v) Collaborare con gli uffici personale del Comune per ottenere nuove risorse umane;
- vi) Adottare come modello organizzativo la *Task Force*, dove competenze diverse cooperano insieme per obiettivi comuni, piuttosto che la parcellizzazione dei compiti;

b) Migliorare le sinergie con i soggetti gestori

"Il Museo è una ethic factory", perciò l'accessibilità e la lotta alle discriminazioni parte dall'organizzazione del lavoro e dalla tutela di tutti i collaboratori.

Appendice A - Piano strategico 2020-2022

- i) Riformulare i criteri per l'assegnazione dei servizi di gestione;
 - (1) Precisare in modo dettagliato standard di qualità per tutti i servizi esternalizzati
 - ii) Definire procedure di controllo che garantiscano il rispetto dei contratti da parte dei sub-fornitori;
 - iii) Attivare misure per un coordinamento costante tra lo staff **Mu.MA** e il personale dei soggetti gestori;
 - iv) Attivare direttamente o tramite i gestori controlli di qualità efficienti ed efficaci;
 - v) Attivare un biglietto coordinato per le strutture del **Mu.MA**;
- c) Migliorare i servizi di accoglienza

“Il museo è una casa comune”, dove nessuno deve sentirsi estraneo, ma ospite.

- i) Implementare i servizi educativi creando modelli creativi per un apprendimento inclusivo, interattivo e interdisciplinare che collochino il **Mu.MA** come un punto di riferimento del settore
 - (1) Rivedere l'offerta educativa e i servizi che essa offre;
- ii) Rendere più fruibili le collezioni
 - (1) Rendere più accessibili le collezioni attraverso il multilinguismo e le nuove opportunità offerte dal digitale
- iii) Migliorare la segnaletica dei percorsi
 - (1) Ridisegnare il percorso di visita del Galata
 - (2) Incrementare le indicazioni delle strutture del Mu.MA in città

1.2 Migliorare la propria strategia digitale

- a) Implementare e qualificare la presenza dell'Istituzione in rete

Attraverso l'adozione e la realizzazione del Piano Digitale dei Contenuti (PDC), rivedere la presenza dell'Istituzione e dei suoi Musei nel web, accettando una logica di digitalizzazione non solo delle collezioni, ma anche dei contenuti.

- i) Rivedere e adeguare il sito internet del Mu.MA e del Galata;
- ii) Assumere il progetto “Digital MEI” come modello operativo per i musei di nuova generazione, parte “fisici”, parte “digitalizzati”;
- iii) Rendere la presenza sui social più efficace e più qualificata;
- iv) Implementare il Catalogo on-line;
- v) Adottare modalità di visita virtuale delle strutture per incentivare la visita fisica;

2. Sostenibilità economica ed ambientale

Lo spazio museale è spazio fisico ma anche spazio di relazioni.

La valutazione delle performance di un sistema museale e della sua capacità di sostenersi deve quindi comprendere una pluralità di aspetti tra i quali: la capacità di utilizzare in modo efficiente le risorse di cui

Appendice A - Piano strategico 2020-2022

dispone, quella di mantenere il numero di visitatori e di attrarre nuovi pubblici, l'abilità nell'acquisire risorse economiche, l'impatto sociale della sua azione.

La sostenibilità però non può limitarsi a questo. In quanto veicoli di cultura, i musei devono affrontare anche i temi della sostenibilità ambientale, con l'adozione di politiche e atteggiamenti che non abbiano impatti negativi sull'ecosistema e siano esemplari di "best practice" da adottare e diffondere, facendone uno dei temi educativi del Museo.

Obiettivi e azioni

2.1 Effettuare una programmazione almeno biennale degli interventi strutturali

*In questi anni, il **Mu.MA**, in particolare sul Galata ha adottato una politica di trasformazione graduale del percorso espositivo, utilizzando le risorse disponibili per cambiare allestimenti obsoleti, con nuovi allestimenti più attrattivi e funzionali alle esigenze e ai gusti del pubblico.*

Il Piano Strategico, nel corso del 2021 individuerà gli interventi realizzabili nell'ambito del triennio e definirà le risorse assegnabili.

2.2 Migliorare la sostenibilità economica e l'attrattività

*Ritenendo esaurita la fase in cui i musei erano completamente a carico della pubblica amministrazione, l'Istituzione **Mu.MA** sviluppa forme di gestione e co-gestione tese a un coinvolgimento dei corpi economici e alla razionalizzazione degli introiti e delle spese.*

- a) Aumentare le fonti di *income* diretto tramite:
 - i) realizzazione nuovi prodotti personalizzati da vendere nei bookshop
 - ii) diversificazione dei biglietti (biglietti orari/tematici)
 - iii) creazione di biglietti coordinati tra le strutture del Mu.MA
 - iv) sviluppare la bigliettazione convenzionata con altri soggetti
- b) Promuovere ed espandere la multidisciplinarietà degli eventi e dell'offerta museale
- c) Eventi: abbinare ad eventi che creano *income* anche eventi di qualità, attraverso ricerche mirate su possibili realtà interessate ad esporre o organizzare conferenze su tematiche attinenti gli obiettivi strategici e le priorità del **Mu.MA**;
- d) Adottare strategie di *audience development* per individuare i gusti, le esigenze e le modalità per migliorare l'attrattività delle strutture;

2.3 Connotare l'Istituzione come soggetto culturale attento alle questioni ambientali contemporanee

*Parallelamente alle altre istituzioni museali marittime internazionali, il **Mu.MA** individua nel tema della sostenibilità ambientale, una delle tematiche cruciali per il futuro, accettando di giocare un ruolo di divulgazione e di educazione alle "best practice".*

- a) Impegno nella sostenibilità ambientale e alla tematizzazione degli eventi e delle iniziative pubbliche sui temi
 - i) Connotare le strutture come plastic free;

Appendice A - Piano strategico 2020-2022

- ii) Organizzare attività e laboratori aperti al pubblico sui cambiamenti climatici, la biodiversità marina e la riduzione del consumo di plastica;
- iii) Inserire requisiti ambientali nelle forniture (detersivi, materiali, attrezzature, etc.);

3. Connessione e cooperazione

Il compito di promuovere la conoscenza e il confronto intorno al patrimonio ci ricorda che i musei sono istituzioni vive.

Per creare legami con visitatori, tra generazioni e culture del mondo, condividere processi è attività con altri soggetti, occorre intessere connessioni con il territorio, le comunità che lo abitano, e avviare partnership strategiche e operative a livello locale, nazionale e internazionale.

Obiettivi e azioni

3.1 Rafforzare l'identità dell'Istituzione in funzione di una maggiore visibilità

A 15 anni della sua costituzione, il Mu.MA è ancora confuso con il Galata che ne è parte. Migliorare la visibilità dell'Istituzione, significa qualificarne il ruolo nella società locale.

- a) Definire obiettivi comuni per tutte le strutture e condividerli con i soggetti gestori e con i possibili sponsor e sostenitori;
- b) Organizzare eventi coordinati tra le strutture;
- c) Lavorare ad un piano di comunicazione e di marketing complessivo per tutta l'Istituzione, in collaborazione con i soggetti gestori delle 4 strutture;
 - i) Bookshop coordinati, con materiali personalizzati

3.2 Sviluppare l'integrazione con le comunità locali di riferimento

La museologia contemporanea ha molto rivalutato il ruolo della collaborazione tra museo e comunità locale: in questo senso occorre valorizzare ogni iniziativa che vada in questo senso, aprendo spazi di cooperazione.

- a) Partecipare ai progetti e alle iniziative territoriali promossi da soggetti terzi
 - i) Partecipazione al progetto Pré Visioni
 - ii) Partecipazione al progetto Open Vicoli

3.3 Rafforzare la visibilità e le collaborazioni a livello locale/nazionale/internazionale e trasferire il know-how dell'Istituzione ad altre istituzioni culturali

Nel corso del tempo l'Istituzione Mu.MA si è caratterizzata per essere un soggetto attivo nel campo della museologia, sia marittima, sia delle migrazioni, sia nel campo della museografia non convenzionale. Questa connotazione si giudica importante, non solo per le sue ricadute economiche, ma in termini di visibilità e autorevolezza dell'Istituzione stessa.

Appendice A - Piano strategico 2020-2022

- a) Partecipazione alle reti tematiche e territoriali, locali/nazionali/internazionali
- b) Ricerca di possibili partner internazionali per la creazione di mostre congiunte
- c) Adesione a partenariati per la partecipazione a progetti nazionali o europei