



**Rete** per lo sviluppo delle economie territoriali

UN'INIZIATIVA FORUM P.A. UNIONCAMERE

UNIONE ITALIANA DELLE CAMERE DI COMMERCIO, INDUSTRIA, ARTIGIANATO E AGRICOLTURA

Re-SET: un'iniziativa promossa da **FORUM P.A.** e **CONSIEL**

Search

[home](#) | [il progetto](#) | [lo staff](#) | [credits](#) | [feedback](#)

martedì 27 maggio 15:29



## La Rete Museale dell'Altovicentino: un sistema museale diffuso per valorizzare il territorio -

a cura di Consiel S.p.A.

La Rete nasce grazie all'impegno di dieci amministrazioni comunali della zona (Breganze, Malo, Marostica, Monte di Malo, Nove, Santorso, San Vito di Leguzzano, Schio, Valdagno, Velo d'Astico), con il duplice obiettivo di valorizzare il patrimonio museale del territorio vicentino ed incentivare una tipologia di turismo legata alla fruizione dei beni culturali. La stipula dell'atto costitutivo avviene nel Marzo 2001, ed il lancio ufficiale dell'iniziativa, a Settembre, coincide con la realizzazione di un Centro Servizi di Rete con funzioni di coordinamento delle attività di promozione e di comunicazione.

La Rete è espressione di ben tredici realtà museali locali, (Museo del Maglio, Museo Casabianca, Museo della Serica e Laterizia, Museo dei Cappelli di Paglia, Ecomuseo

Chalmas et De Lapparent", Museo della Ceramica, Museo Archeologico dell'Alto Vicentino, Museo Etnografico sulla lavorazione del legno, Ecomuseo dell'Archeologia Industriale, Museo delle Macchine Tessili, Museo Dal Lago, e i percorsi culturali nel territorio di Velo D'Astico) un numero in realtà destinato a crescere rapidamente, considerando che è in fase di conclusione un accordo per l'annessione di altri due musei (che appartengono a due comuni non ancora inclusi nel raggruppamento).



### Raccontare il territorio attraverso una Rete

Un sistema museale diffuso può agevolare la fruizione del patrimonio culturale ed offrire una visione d'insieme del territorio: ciascun museo non è più la semplice espressione/manifestazione di una passione o di una forma d'arte, ma fa parte di un sistema di offerta integrato, che offre una chiave di lettura più autentica della comunità e del contesto territoriale su cui insiste.

Questo sembra essere l'obiettivo della Rete Museale dell'Altovicentino, che riunisce musei di genere differente (naturalistici, etnografici, d'archeologia del mondo antico, d'arte contemporanea e di grafica, monumenti e siti d'archeologia industriale) per raccontare il passato recente e le radici della collettività. Sono, infatti, rappresentate e "messe in Rete" le memorie del lavoro agricolo artigianale e industriale della zona, vengono ricostruiti i percorsi dall'archeologia alla paleontologia, si indaga la contemporaneità, attraverso le suggestioni dell'arte contemporanea e di un monumento industriale...

Da una rilevazione effettuata dai responsabili dei singoli musei, i primi risultati sono incoraggianti: la Rete può contare su di un numero medio di visitatori annuo pari alle 20/25.000 unità, e l'attivazione di un sistema di interscambio e di comunicazione tra i diversi operatori risponde anche alla finalità di acquisire maggiori e più precise informazioni sui visitatori, utilizzando sistemi di rilevazione delle presenze più sofisticati.



### La missione turistica della Rete Museale dell'Altovicentino

La correlazione presente nel territorio tra alcuni elementi - quali la visibilità del museo nella cittadina di appartenenza, il servizio di informazioni al pubblico, la visibilità della Rete in ogni singolo museo e nel territorio, la presenza di una rete intorno alla Rete, che permetta al visitatore di muoversi nel territorio - ha portato a verificare la possibile missione turistica.

Attraverso un'indagine sono stati analizzati, lungo le strade principali e nei centri abitati, nei vari musei e nei vari esercizi

commerciali, i "segni testuali" che indicano la Rete, (segnali turistici, presenza di targhe e di indicazioni aggiuntive, mappe, standardi, poster e manifesti, brochure, locandine).

I "frammenti sonori" derivanti dalla richiesta di informazioni a residenti e gente del luogo, a commercianti e autisti dei mezzi pubblici, a ristoratori e albergatori, oltre che agli stessi operatori museali, hanno aiutato a ricostruire la visibilità e l'immagine della Rete, oltre che le connessioni già stabilite o da stabilire con le altre attività del territorio.

Questo monitoraggio ha messo in evidenza alcuni aspetti su cui è importante lavorare per comunicare il patrimonio culturale e promuovere flussi turistici (scolastici e culturali). Innanzitutto creare accordi e partnership con altri enti che operano nel territorio per la promozione e la valorizzazione: proprio il recente contatto con le comunità montane della zona rappresenta un'opportunità da non sottovalutare, per ampliare ulteriormente la Rete.

Inoltre si è palesata la necessità di rendere partecipi dell'esistenza della Rete e consapevoli della sua importanza nel valorizzare l'Alto Vicentino, anche i commercianti e gli operatori dei servizi, dai trasporti alla ristorazione fino alla ricettività, per creare sinergie e potenziare la rete intorno alla Rete.

A tal fine sono programmate delle "Giornate della Rete", in cui i musei escono in piazza, incontrano i cittadini e i probabili partner, invitandoli a visitare le esposizioni, e stabilendo così un rapporto privilegiato con la comunità, di cui custodiscono memorie e culture locali.



Ad alcuni musei della Rete appartiene una particolare modalità di conduzione della visita, che, con l'utilizzo di tecniche narrative e teatrali, ha il potere di rendere vivi gli oggetti e le pareti dei musei - stile che attraverso dei percorsi interni autoformativi, potrebbe diventare il modo consueto per raccontare la Rete ai visitatori e per farli entrare tra le maglie del territorio.

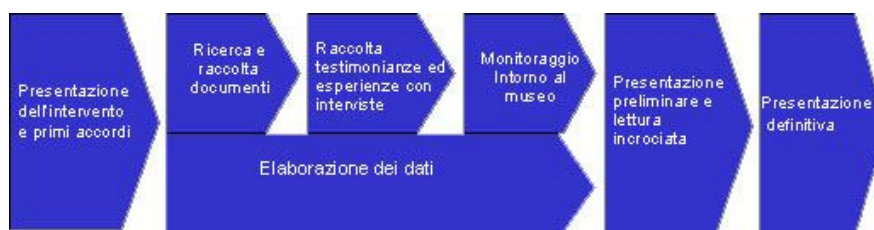
Una certa attenzione andrà prestata anche al creare una modalità unica di informazioni sulla Rete stessa oltre che sui servizi del territorio.

### Note conclusive

Giovane d'età la Rete Museale è l'oggetto di una sperimentazione di auditing di marketing museale.

L'auditing di marketing museale è una metodologia per l'analisi delle strategie di un museo o di un sistema/rete museale, utile a (ri)vederne le politiche di marketing. Le sue fasi sono:

- l'incontro preliminare
- la progettazione dell'intervento
- la realizzazione dell'auditing (raccolta ed elaborazione documenti, interviste, monitoraggio)
- la presentazione interlocutoria
- la presentazione definitiva del progetto



Il caso, presentato in occasione dell'ultimo incontro seminariale Formamuseo organizzato dalla Regione Veneto, nasce grazie alla volontà riscontrata nella responsabile del Centro Servizi e nell'assessore alla cultura di Malo, comune capoconvenzione di accettare la sperimentazione proposta da Bonucchi & Associati, (società di consulenza per il marketing, la creazione di impresa, e il marketing culturale e territoriale). Ha coinvolto in modo diretto e indiretto quasi tutti i responsabili e alcuni operatori dei differenti musei, nella visita ai musei e nella verifica dei servizi della Rete. In seconda battuta sono stati informati e coinvolti gli amministratori dei differenti comuni facenti parte della Rete, ai quali è stata presentata la prima relazione dell'intervento di auditing per ottenere ulteriori informazioni e visioni. L'Ufficio Musei della Regione Veneto che ha seguito con curiosità e attenzione la sperimentazione in atto.

In questo caso ha rivestito particolare importanza il monitoraggio rivolto ad osservare il rapporto con il sistema città/territorio nel quale la rete è inserita per ricavare informazioni sulla fruibilità del territorio oltre che del patrimonio culturale.

Non solo, infatti, si è messa a punto una metodologia nuova per l'ambito culturale, ma è stato tracciato un quadro analitico e di insieme delle politiche di marketing finora realizzate, in base agli obiettivi prefissati nella convenzione dai comuni.

Le riflessioni, sopra riportate, vogliono sottolineare l'importanza di stabilire un rapporto tra patrimonio museale e territorio, e in questo senso va interpretato il ruolo di una rete museale, nell'ottica di favorire lo sviluppo culturale e la valorizzazione di un'area.

**Laura Lunardon**

Responsabile Centro Servizi, Rete Museale dell'Altovicentino

[llunardon@libero.it](mailto:llunardon@libero.it)

[www.retemusealealtovicentino.it](http://www.retemusealealtovicentino.it)



**Noemi Satta**

Responsabile Progetto Cultura, Bonucchi & Associati srl - auditing e metodo

[staff@bonucchi.com](mailto:staff@bonucchi.com)

[www.bonucchi.com](http://www.bonucchi.com)

<a href="#">il progetto</a>	<a href="#">lo staff</a>	<a href="#">credits</a>	<a href="#">feedback</a>	martedì 27 maggio 15:29	
<a href="#">News</a>	<a href="#">Press</a>	<a href="#">Focus</a>	<a href="#">Osservatorio</a>	<a href="#">Risorse in rete</a>	<a href="#">punto.eGovernment</a>
<a href="#">Appuntamenti</a>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ <a href="#">Ultima settimana</a></li> <li>➤ <a href="#">Archivio</a></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ <a href="#">L'intervista</a></li> <li>➤ <a href="#">L'opinione</a></li> <li>➤ <a href="#">Esperienze in evid.</a></li> <li>➤ <a href="#">Dossier</a></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ <a href="#">Overview</a></li> <li>➤ <a href="#">Banca progetti</a></li> <li>➤ <a href="#">Zoom</a></li> <li>➤ <a href="#">Monitor</a></li> <li>➤ <a href="#">Iscrizione al sito</a></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ <a href="#">Area istituzionale</a></li> <li>➤ <a href="#">Area best practice</a></li> <li>➤ <a href="#">Program. negoziata</a></li> <li>➤ <a href="#">Agenzie di sviluppo</a></li> <li>➤ <a href="#">Marketing territoriale</a></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ <a href="#">il premio</a></li> <li>➤ <a href="#">il dossier</a></li> <li>➤ <a href="#">myRe-SET</a></li> <li>➤ <a href="#">e-Government</a></li> </ul>
<a href="#">Biblioteca</a>	<a href="#">Contributi</a>	<a href="#">Forum</a>			
<a href="#">Marketing territoriale</a>	<a href="#">Newsletter</a>				
<a href="#">E-labs</a>					