

HOME  
RIVISTA  
COMITATO SCIENTIFICO  
AUTORI  
ILLUSTRATORI  
CONTATTI  
LINK  
NEWSLETTER

# Tafter Journal

Esperienze e strumenti per cultura e territorio

NUMERO 75 - SETTEMBRE 2014

GESTIRE CULTURA

RETI CREATIVE

METROPOLIS

LUOGHI INSOLITI

TECNO-SCENARI

AFTER

EDITORIALI

LIBRI

EPOS

ARCHIVIO


 CERCA

## Il valore del museo

di [Ginevra Stuto](#)Rubrica: [Libri](#)Parole chiave: [accountability](#), [controllo di gestione](#), [economia della cultura](#), [intangibili](#), [musei](#), [valore culturale aggiunto](#)

Irene Sanesi, dottore commercialista e consulente in materia di gestione e fiscalità della cultura, propone in questo volume, edito dalla [Franco Angeli](#), modelli di trasparenza per l'accountability museale.

Il presupposto, da cui si parte l'autrice, è un'angolazione diversa nell'osservazione del museo quale sistema di relazioni, tra contenitore, contenuto e pubblico, che da *stazione di transito* diventa *nodo di una rete*; un museo, dunque, *extra muros* che sia radicato e dialoghi con la realtà territoriale e la sua comunità.

Il volume si articola in tre macro sezioni: la prima sull'accountability museale con una sintetica analisi dei sistemi di rendicontazione già in uso, soprattutto nei paesi anglosassoni, quali il bilancio sociale, di missione o *Balanced Scorecard*. La seconda, che è la più consistente e innovativa, dopo un'analisi del museo quale organizzazione complessa in tutte le sue parti, formula una nuova proposta di bilancio museale ottenuta mettendo a sistema i Criteri tecnico-scientifici e gli Standard per il funzionamento dei musei, gli indicatori del VAC (Valore Aggiunto Culturale) e gli Intangibili. La terza presenta un esempio pratico di applicazione del modello del valore, avviato dalla Fondazione Museo del tessuto di Prato nel 2012.

Il VAC, Valore Aggiunto Culturale, presentato da Zamagni per non "giudicare un istituto culturale solamente sulla base di indicatori di efficienza", è descritto analizzando i suoi parametri (reputazione, fattore d'impatto culturale, varietà delle proposte culturali, effetto moltiplicatore dello sviluppo locale ed efficacia ed efficienza dei prodotti generati), alcuni dei quali sono collegati agli Standard nell'ambito dei rapporti con il territorio e con il pubblico e, quindi, relativi all'immagine di un museo che comunica con l'esterno, che trasmette le proprie conoscenze e la varietà delle proposte culturali elaborate.

Interessante è la sezione dedicata agli intangibili, che seppur rappresentino caratteri intrinseci del museo dal momento che l'esperienza museale ha di per sé un alto contenuto di immaterialità, sono assenti dal Codice Urbani dove non vi è alcun riferimento specifico ai beni immateriali.

L'importanza della misurazione degli intangibili rientra nell'ottica di considerare il museo in una visione olistica, sia nei parametri più ordinari (o che almeno dovrebbero esserlo) di posizionamento strategico e analisi SWOT, fund raising e identità visiva, letti in un'ottica d'incremento della comunicazione e della partecipazione, sia in parametri più fluidi quali il tempo, la demografia e l'innovazione, per recepire e adeguarsi ai cambiamenti in atto.

Si apprezza nella scrittura l'alternanza di concetti economici e di suggestive citazioni letterarie e artistiche, rendendo il libro fruibile e piacevole nella lettura anche a chi opera nel settore e proviene da un ambito di formazione prettamente umanistico. Inoltre, la metodologia di spiegazione è chiara volendo presentare una sorta di cassetta degli attrezzi pronta per l'utilizzo; il lettore è, infatti, aiutato nella comprensione poiché l'autrice, nella descrizione degli indicatori di valutazione, si esprime sempre in risposta a un "What" e "How", ovvero definendo che cosa e come poterlo misurare, uscendo fuori dal confine dell'astrattismo trattatistico. Gli stessi criteri di chiarezza, semplicità e dinamicità, intesa come la capacità di adeguarsi ai cambiamenti, sono repute le misure più adatte a determinare le performance delle istituzioni museali.

### Il valore del museo

Irene Sanesi

[Franco Angeli](#) editore, 2014

Euro 40,00

### PAROLE CHIAVE

ambiente arte contemporanea beni culturali centri storici cities **città** consumi culturali creatività cultural economics cultural management design economia **economia della cultura** epos eventi culturali festival finanziamenti privati finanziamenti pubblici governance identità industria dello spettacolo industrie creative industrie culturali legislazione management culturale mappe musei nuove tecnologie paesaggio partecipazione patrimonio culturale politiche culturali politiche pubbliche politiche urbane progetti partecipativi ricostruzione rigenerazione urbana sociale social network sviluppo locale sviluppo sostenibile terremoto **territorio** turismo urbanistica

### ARTICOLI CORRELATI

Non è un museo per tutti

Monitoraggio e controllo della gestione dei siti UNESCO. Il piano di gestione come opportunità mancata?

Il contesto museale e i suoi pubblici: una definizione integrata

The notion of accountability and its usage in the cultural sector

Musei e disabili: il caso veneto

### GLI ULTIMI ARTICOLI PIÙ LETTI

Silvia Bognesi

Le identità nascoste dello spazio urbano

Il progetto di identità e la ri-significazione dei luoghi. Il patrimonio ebraico in Calabria

Why we should look at space, and more closely at cities

Il valore del museo

GESTIRE CULTURA

RETI CREATIVE

METROPOLIS

LUOGHI INSOLITI

TECNO-SCENARI