

8

Quaderni dei Musei Civici

**Un museo, tanti pubblici
Condizioni di accessibilità per i visitatori anziani.
Risultati di un'indagine.**



Città di Torino
Assessorato per le Risorse
e lo Sviluppo della Cultura

Assessore
Fiorenzo Alfieri

Divisione Servizi Culturali
Direttore
Renato Cigliuti

Settore Musei
Dirigente
Daniele Lupo Jallà

Vincenzo Simone
Cecilia Maseri

Progetto grafico
Daniele Arnaldi

Stampa
Stargrafica

Fotografie
Marco Saroldi

Si ringraziano per la collaborazione:
l'Associazione di volontariato culturale "Volarte"
per aver realizzato l'indagine che presentiamo,
Luana Druetto, che nell'ambito di uno stage
formativo, ha contribuito al completamento
delle ricerche.

*Copia di questo Quaderno dei Musei Civici
può essere richiesta a:*
Città di Torino – Settore Musei
via San Francesco da Paola, 3 – 10123 Torino



Questo nuovo Quaderno dei Musei Civici di Torino è dedicato al rapporto tra le istituzioni museali e il pubblico della terza età. Continuiamo dunque ad occuparci della conoscenza del pubblico, cercando di studiare in modo più approfondito alcuni segmenti specifici di esso verso i quali i musei hanno oggi particolare interesse per essere in grado di elaborare strategie di marketing mirate, ma anche per migliorare la loro intelligibilità, cercando così di assolvere in maniera più piena alla loro funzione educativa.

I visitatori dei musei costituiscono, infatti, un insieme molto variegato di individui che percepiscono il museo con modalità differenziate e che considerano la visita come una delle possibili destinazioni del tempo libero. La nozione di pubblico si è ormai irreversibilmente frammentata, “segmentata” per la precisione, transitando definitivamente o quasi dal singolare al plurale.

I musei, come qualunque altro soggetto che opera all’interno di un contesto competitivo, esprimono un evidente fabbisogno informativo che necessita di essere, almeno in una certa misura, soddisfatto.

Per fare ciò è necessario svolgere numerose attività: comprendere attentamente la natura di tale fabbisogno, individuare le informazioni da ricercare, selezionare gli strumenti più idonei ad accoglierle, elaborare e interpretare i dati acquisiti e utilizzare le conclusioni alle quali si è giunti in sede strategica ed operativa. Particolare importanza, inoltre, riveste oggi la fascia di pubblico cui abbiamo rivolto la nostra attenzione, vivendo in un paese che vanta il primato di anziani al mondo con i suoi quattordici milioni di over Sessanta. Il Piemonte, più in particolare risulta la regione italiana con il maggior numero di anziani, quasi un milione e trecentomila, duecentocinquantamila dei quali residenti a Torino.

Preme sottolineare, infine, come elemento che ha caratterizzato l’indagine e il progetto “Incontro al Museo” che presentiamo in queste pagine, la collaborazione con l’associazionismo culturale che ha consentito di arrivare là dove le istituzioni non possono.

Il rapporto con il volontariato culturale non risulta certo una novità né per i musei né per le attività promosse dalla Divisione Servizi

Culturali della Città. In questo caso esso ha rappresentato una scelta metodologica sostanziale. Crediamo infatti che il rapporto con un pubblico specifico, non sempre di prossimità, sia più facile e risulti più efficace se mediato dal privato sociale e gestito con modalità non istituzionali, ai limiti dell’informalità.

Fiorenzo Alfieri

Assessore alle Risorse e allo Sviluppo della Cultura



Una difficile definizione

Quando si parla di consumi culturali della terza età non si fa riferimento ad un universo omogeneo. Caratteristiche quali il sesso, la professione esercitata in passato, il livello di reddito e, ancor più, il titolo di studio e le abitudini nell'uso del tempo libero, costituiscono elementi di differenziazione che hanno un peso maggiore dell'appartenenza ad una categoria anagrafica.

La prima difficoltà che si presenta è di natura definitoria.

"La soglia della vecchiaia in questi ultimi anni si è spostata di circa un ventennio. Coloro che hanno scritto opere sulla vecchiaia, a cominciare da Cicerone, erano sulla sessantina. Oggi il sessantenne è vecchio solo in senso burocratico, perché è giunto all'età in cui generalmente ha diritto ad una pensione. L'ottantenne, salvo eccezioni, era considerato un vecchio decrepito, di cui non valeva la pena occuparsi. Oggi invece la vecchiaia, non burocratica, ma fisiologica, comincia quando ci si approssima agli ottanta, che è poi l'età media della vita, anche nel nostro paese, un po' meno per i maschi, un po' più per le donne. Lo spostamento è stato tale che il corso della vita umana, tradizionalmente diviso in tre età, ormai anche nelle opere sul tema dell'invecchiamento e nei documenti ufficiali, si è prolungato nella cosiddetta quarta età. Nulla prova però la novità del fenomeno meglio che il constatare la mancanza di una parola per designarlo: anche nei documenti ufficiali agli *âgés* seguono i *très-âgés*, sapete benissimo che accanto alla vecchiaia anagrafica o cronologica e a quella biologica e a quella burocratica, c'è anche la vecchiaia psicologica o soggettiva."¹

Letteralmente è anziana una persona che ha raggiunto "una certa età"², ma è piuttosto difficile limitarsi a questa constatazione per definir e la categoria: convenzionalmente oggi si definiscono anziani coloro che hanno raggiunto i 65 anni, entrando nella cosiddetta età pensionabile.³

Nel mondo anglosassone è invalso l'uso di suddividere⁴ gli anziani in tre gruppi:

- *young-old* (65-70 anni)
- *middle-old* (70-74 anni)
- *old-old* (oltre 75 anni).

Questi raggruppamenti sottolineano il diverso

rapporto con l'anzianità che vivono coloro che sono da poco usciti dalla vita lavorativa o che sono in pensione già da tempo.

Anche se non sempre le statistiche disponibili lo consentono, è utile distinguere tra anziani e pensionati. In alcuni casi sono però a disposizione del ricercatore dati riferiti alla popolazione con oltre i 60-65 anni e in altri casi sono invece disponibili informazioni sui ritirati dal lavoro, indipendentemente dall'età.

La popolazione del Piemonte presenta tutti i requisiti per esemplificare la realizzazione di un rapido e consistente processo di invecchiamento. "Se fissiamo in 65 anni la soglia dell'età anziana ed in 80 anni quella della vecchiaia, dal 1° gennaio 1999 abbiamo nella regione 611.000 abitanti anziani e 102.000 vecchi, rispettivamente il 20,1 e il 4,7 per cento dell'intera popolazione".⁵

Consideriamo inoltre che, mentre nel 1988 l'incidenza percentuale della popolazione ultrasessantacinquenne sul totale ammontava al 16,1%, nel 2008 sarà il 25%.⁶ Negli anni Ottanta il numero degli italiani con oltre 65 anni è cresciuto al ritmo dello 0,8% annuo, nel decennio successivo il tasso di crescita media è stato del 2,1% medio annuo.⁷

Tempo libero e consumi culturali

I consumi culturali sono influenzati dall'ambiente socioeconomico, dal livello d'istruzione e dalle attività professionali svolte in passato. Un ulteriore fattore che rende ancor più differenziato al suo interno l'universo della popolazione degli anziani relativamente ai consumi culturali è legato alla residenza. Numerose ricerche mettono infatti in correlazione positiva l'abitare in un centro urbano e l'intensificarsi di pratiche di consumo di beni e attività culturali. Tale fenomeno è probabilmente legato all'esistenza nei grandi e medi centri urbani di più numerosi luoghi di produzione e di fruizione culturale (cinema, teatri, biblioteche, sale da concerto, musei...) e all'intensificarsi di gruppi aggregativi che stimolano e concorrono alla conoscenza e alla riproduzione della cultura dotta (club, associazioni, ecc...).

Diverso è ancora il significato che viene attribuito alle modalità di consumo conseguenti



ad un'offerta sempre più ricca e generalizzata. La fruizione di "cultura" può infatti avvenire sulla base di scelte, aspettative e modalità multiple, passando da una fruizione passiva, vissuta quale riempitivo e avente spesso come canale privilegiato, se non unico, i mass-media, ad un consumo attivo, concepito quale strumento di crescita individuale e di affermazione della propria personalità tramite il soddisfacimento del bisogno di appartenenza e/o di ascesa sociale.⁸

Tuttavia è decisamente la maggiore disponibilità di tempo libero che rappresenta la vera opportunità per incrementare i consumi culturali degli anziani. Oltre i 65 anni, infatti, le persone hanno a disposizione 6 ore di tempo libero al giorno contro le 4 della classe 25-44.⁹ Questo dato, che parla da solo e che lascia ben sperare, deve tuttavia essere messo in relazione con le abitudini al consumo culturale così come si sono strutturate nel singolo individuo durante la crescita.

Con il pensionamento il soggetto viene infatti a disporre di molto tempo libero, ma non sempre la sua storia di vita e la situazione contingente lo predispongono ad attività di tipo culturale.

"Aumenta con il pensionamento il consumo di beni culturali, sebbene limitato ne rimanga generalmente il ricorso, che presenta una duplice connotazione a seconda delle modalità

e delle motivazioni. Sono coloro che durante il tempo lavorativo avevano già sperimentato un tempo libero inteso come loisir, che riescono a realizzare un atteggiamento di soddisfazione nello svolgimento di alcune pratiche; mentre chi, per il tipo di occupazione svolta (subordinata, ripetitiva e in alcuni casi faticosa), si era orientato a considerare il tempo libero come liberazione dal lavoro, occupandolo in attività massificate di svago e di evasione, tende a viverlo, da anziano, quale problema e spazio da riempire. La pratica culturale assume pertanto una sua dualità, attiva o passiva, a seconda dei soggetti che vi ricorrono, della loro storia di vita e dei bisogni che esprimono. In una posizione intermedia si collocano i consumatori "aggregati", che giungono ai beni della cultura dotta attraverso il gruppo... Si tratta, per lo più, di pensionati giovani che durante il periodo lavorativo non hanno avuto tale opportunità, maturando sentimenti di rivalsa che la realtà del consumo traduce in riscatto."¹⁰

Anziani e musei in Italia e a Torino

Dall'indagine ISTAT sugli aspetti della vita quotidiana delle famiglie italiane risulta che, nel 1999, il 26,8% della popolazione italiana con più di 6 anni aveva visitato un museo o una mostra temporanea. Da una prima lettura questi dati possono sembrare confortanti. Continua infatti il trend positivo iniziato nel 1993 quando era il 22,7% della popolazione a recarsi, almeno una volta l'anno, al museo. Rispetto alla media nazionale il dato riferito all'Italia nordoccidentale è più alto (32%), anche se in assoluto la maggiore frequentazione si registra nell'Italia nordorientale (34,5%). L'aumento più considerevole viene invece registrato nell'Italia insulare dove si passa rapidamente dal 12,4% del 1993 al 21% del 1999.

Se consideriamo gli stessi dati suddivisi per classi d'età, notiamo che la percentuale di coloro che sono andati ad un museo almeno una volta durante il 1999 raggiunge il massimo nella classe 11-14¹¹, per poi diminuire. Le percentuali di frequentazione si attestano, con piccole variazioni, intorno al 30% per le fasce 20-24, 25-34 e 45-54. Diminuiscono in modo più netto dopo i 55 anni, risultando il 22,7% per la fascia 55-59 e il 20,4% delle persone di età compresa tra i 60 e i 64 anni, per poi letteralmente crollare all'11% nella classe successiva 65-74 e al 5% per coloro che hanno compiuto il settantacinquesimo anno d'età. Intuitivamente tra i motivi di questa



rapida disaffezione al museo parallela all'invecchiamento è da annoverare e innanzitutto la fatica fisica che una visita può comportare. La nostra indagine ha cercato di evidenziare, partendo dalle esigenze espresse dal pubblico specifico di riferimento, ulteriori fattori che influenzano la scarsa frequentazione, allargando il concetto di fatica ad una dimensione più ampia, includendovi i servizi e le strategie di intervento richiesti al museo al fine di alleviare i possibili ostacoli e le barriere di accesso fisico, economico e culturale.

La lettura dei dati dell'Istituto Nazionale di Statistica ci autorizza ad inserire il fenomeno nel più generale problema relativo alla scarsa accessibilità degli anziani ai consumi culturali nel loro complesso. Se infatti consideriamo le preferenze per i vari tipi di intrattenimento e spettacoli per le fasce d'età da 60-64 fino a 75+, è la visita ai musei e alle esposizioni temporanee il modo preferito per trascorrere il tempo libero.

Il titolo di studio influisce in maniera significativa sulla frequentazione dei musei.

Un primo dato complessivo ci dice che il 33,3% dei laureati italiani non va mai al museo. La percentuale sale al 50% tra i nostri dottori con oltre 65 anni. Anche gli italiani in possesso di un diploma di scuola secondaria superiore che non frequentano i musei sono circa la metà. Interessante notare che tra i diplomati ultrasessantacinquenni, come peraltro per i laureati, esiste uno zoccolo duro del 2-3% che frequenta i musei più di 12 volte l'anno. I dati sono meno confortanti per quanto concerne le persone con un minor grado di scolarizzazione. Oltre l'80% dei licenziati dalla scuola media con più di 65 anni non mette mai piede in un museo così come il 92,3% delle persone in possesso della licenza elementare o di nessun titolo.

Suggestiva e interessante, per la messa a punto di strategie educative e di marketing, è la presenza di un aspetto affettivo della frequentazione. Al museo ci si reca con il coniuge/fidanzato (49,5%), con amici (40,7%), quasi mai da soli. L'esperienza di visita è un'esperienza di apprendimento sociale condiviso, condizionata dal contesto (in senso fisico, simbolico e relazionale).

L'aspetto più evidente e interessante, per decidere di elaborare o raffinare strategie e progetti per avvicinare musei e pubblico della terza età, è che il 73,2% degli italiani in tale condizione anagrafica, durante l'anno non visita né un museo né una mostra temporanea. Guardando oltre le nostre frontiere, registriamo una situazione sostanzialmente simile. Il 69,32% dei cittadini del Regno Unito con

oltre 55 anni non frequenta i musei; il dato è ancora più simile al nostro se ci limitiamo alla fascia degli oltre 65 dove si raggiunge una percentuale di non-visitatori del 77,04%¹². Il 35% dei francesi con più di quindici anni, secondo i dati del Ministero della Cultura e della Comunicazione, ha dichiarato di essersi recato almeno una volta in un museo nel corso del 1998. In media, un europeo adulto su tre, almeno una volta l'anno, varca la soglia di un museo.¹³

La marginalità della presenza di visitatori anziani (la fascia 55-60 è pari al 6,6% e quella degli ultrasessantenni ha un'incidenza del 7%) è stata segnalata dall'indagine sulla comunicazione nei musei statali italiani curata da Ludovico Solima¹⁴ il quale nota anche come, per converso, emerga una distribuzione dei visitatori abbastanza equilibrata nelle classi 19-24 (15,9%), 25-34 (19,7%) così che "complessivamente il profilo del pubblico dei musei indagati appare tendenzialmente giovanile, malgrado il periodo di rilevazione non sia coinciso con i mesi di maggior affluenza delle scolaresche."

La difficile accessibilità

Alcune ricerche commissionate dal governo britannico e per certi aspetti simili alla nostra, delineano un profilo del visitatore ultrasessantacinquenne leggermente diverso. La fascia d'età in questione, pur non essendo lontana quantitativamente dalla percentuale che si registra in Italia, sembra essere molto attiva, con una frequenza media ai musei di tre volte l'anno. Gli anziani inglesi visitano i musei durante le vacanze e sono attratti da un evento (50%), lo fanno con il partner (52%), con figli o nipoti (25%), soli (25%) o con buoni amici (20%) e apprezzano di più i musei di arte, di storia locale e sociale e di meno i musei di scienza e tecnica e di industria.¹⁵

Orari¹⁶, costi e informazione sono i principali aspetti sottolineati come barriere nei confronti della visita museale. Il tema del costo si rivela in realtà poco rilevante e la gratuità viene percepita più come una forma di attenzione e di accoglienza del cliente piuttosto che per il suo aspetto meramente economico. Il tema dell'informazione assume importanza non tanto in relazione alla conoscenza del patrimonio visitabile, quanto come servizio informativo (mediazione) utile ad una migliore fruizione delle visite. "In altre parole l'assenza di conoscenza su determinati argomenti viene vista come una barriera ("se non so, non vado"), un limite al godimento della visita ("se vado e non so, non mi diverto")."¹⁷

La categoria degli anziani (+60 anni) sembra molto attenta alla disponibilità di supporti informativi quali visite guidate e audio-guide. Quest'ultima tipologia di sussidio, generalmente a pagamento, è particolarmente gradita dal pubblico anziano rispetto alle altre classi d'età. I visitatori anziani, inoltre, sono soliti chiedere informazioni al personale di sala, ampliando così la gamma dei sussidi alla propria visita, molto più dei giovani visitatori.¹⁸ Nella sola città di Torino le persone con oltre 65 anni costituiscono il 20,11% della popolazione residente.¹⁹ Ai sensi dell'art. 3 del Regolamento per l'accesso dei visitatori ai Musei Civici alle Mostre Temporanee, tale categoria di cittadini ha diritto alla riduzione sul biglietto d'ingresso ai Musei Civici. Sulla base dei dati a nostra disposizione²⁰, nella ripartizione delle visite per tipologia di biglietto, i ridotti si attestano su percentuali intorno al 15% del totale, stabili negli ultimi tre anni. Se, a titolo esemplificativo, analizziamo gli ingressi presso i Musei Civici nel mese di marzo 2002 noteremo che, a fronte di 2057 ingressi a Palazzo Madama - Museo d'Arte Antica²¹, 405 sono stati effettuati mediante l'acquisto di biglietto ridotto; alla GAM sono stati 3340 su 18.179, alla Rocca del Borgo Medioevale 384 su 6.433, 155 su 2.272 al Museo Pietro Micca. Per un totale di 4.284 su 28.941.

“Rapportando l'età del pubblico dei musei e delle mostre con la popolazione residente in Piemonte, appare sottorappresentato tra i visitatori dei beni culturali piemontesi il gruppo dei più anziani (maggiori di 64 anni). Se gli over 65 sono rappresentati all'interno del campione per circa l'11%, l'ISTAT indica nel 23,3% la percentuale di residenti piemontesi facenti parte di questa fascia di età²². Tale fascia rappresenta un segmento di popolazione destinato a crescere numericamente,

che, con il passare degli anni, vedrà aumentare il proprio livello di istruzione e che, sommato alla maggiore disponibilità di tempo libero, potrebbe rappresentare un target di riferimento importante per le politiche espositive e per una pianificazione mirata di servizi e di promozione degli eventi. Nell'arco di 10-12 anni dovrebbe compiersi un rinnovamento generazionale in cui le persone nate a metà degli anni Cinquanta, che hanno goduto dell'allargamento del sistema scolastico dei primi anni Settanta, entreranno in età pensionabile. “Il *cluster* degli ultrasessantacinquenni, è il segmento meno numeroso, rappresentato dal 9,7% dei visitatori. Si caratterizza per la bassa percentuale di donne e per la massima incidenza di pensionati e di fruitori residenti in Torino città. Rimanendo importante la modalità di visita con il proprio partner e con gli amici, cresce di importanza la visita con parenti ed in gruppo. Alto è il numero di mostre e musei che il pubblico dichiara di aver visitato (mediamente 8,2 musei e 6 mostre), mentre diminuisce notevolmente rispetto agli altri *cluster* la frequentazione delle sale cinematografiche.”²³ A fronte dunque di una maggiore disponibilità di tempo e di consumo di “cultura”, di un più ampio ventaglio di offerte, di un progressivo innalzamento dei livelli di scolarizzazione, la frequentazione dei musei rimane un'esperienza (fortunata) circoscritta a poche persone. Da considerazioni e riflessioni simili è nato il progetto “Incontro al museo”, elaborato e sviluppato insieme all'associazione di volontariato culturale Volarte.

Daniele Lupo Jallà
Vincenzo Simone

Città di Torino – Settore Musei



1 Bobbio N., *De senectute e altri scritti autobiografici*, Torino, Einaudi, 1996.

2 Devoto-Oli, *Dizionario della lingua italiana*, Le Monnier, 1990.

3 www.terzat.com

4 www.terzat.com

5 Bonifazi C., Gesano G., Heins F., *Popolazione e società in Piemonte. Mutamenti e meccanismi nell'ultimo mezzo secolo*, Ires Piemonte, 2001.

6 AA.VV. *Il futuro di Torino e del Piemonte: popolazione economia e società fino al 2008*, Torino, Edizioni Fondazione Agnelli, 1991.

7 Migliore M.C., *La popolazione piemontese nei prossimi trent'anni. I risultati delle previsioni Ires 2000*, Ires Piemonte, 2001.

8 Maslow A.H., *Motivazione e personalità*, Armando, Roma, 1973.

9 Santagata W., *Indagine sui non-utenti dei musei*, Regione Piemonte - Città di Torino, Torino, 1999.

10 Lazzarini G., *Invecchiare in città. Un'indagine sugli anziani a Torino*, Franco Angeli, 1991.

11 Questo segmento di pubblico, che suole recarsi al museo prevalentemente raggruppato in classi scolastiche, è stato recentemente definito nella letteratura specializzata come gruppo di “*conscripts*”, si tratta di giovanissimi che non scelgono di visitare il museo, ma vi sono piuttosto “obbligati”. Cfr. Hudson K. *Education as a museum tool*, 1999, www.stars.coe.fr

12 MORI, *Visitors to Museums and Galleries in the UK*, Museums and Galleries Commission, London, 1999.

13 Lemerise T., *Les adolescents au musée*, in *Publics et Musées*, 1, 1999.

14 Solima L., *Il pubblico dei musei. Indagine sulla comunicazione nei musei statali italiani*, Gangemi, 1999.

15 *Resource. Access for all: towards better services for disabled people*, dicembre 2001.

16 Città di Torino. *Quaderno Musei Civici n. 6. “Mostre e visitatori a Torino 1996/1999”*, Torino, 2001.

17 Santagata W., 1999, *op. cit.*

18 Solima L., 1999, *op. cit.*

19 Città di Torino - Settore Statistica. *Notiziario di Statistica 2/99 “L'anziano protagonista nella città e nella società”*, Torino 1999.

20 Città di Torino - Settore Musei - Ufficio promozione e attività culturali.

21 Nei giorni considerati presso il Museo Civico d'Arte Antica era allestita la mostra temporanea “L'Oro di Siena. Il tesoro di Santa Maria della Scala” (dal 6.12.2001 al 3.03.2002).

22 ISTAT, www.demo.istat.it/pop1/start

23 Osservatorio Culturale del Piemonte-Fondazione Fitzcarraldo, *Le tessere di libero accesso ai musei di Torino e del Piemonte: Abbonamento ai Musei, Carta Musei, Carta Musei Torino-Piemonte*, in corso di pubblicazione, Torino, 2002.

Incontro al Museo

Il progetto "Incontro al Museo", nato dalla collaborazione tra il Settore Musei del Comune di Torino e l'associazione Volarte, ha concluso con il 31 dicembre 2001 la prima fase. Il Settore Musei aveva rilevato una scarsa frequentazione dei musei da parte della fascia di utenti identificabile con la cosiddetta "terza età". Si è dunque elaborato un progetto per stabilire le motivazioni di tale disinteresse, in un primo tempo attraverso un questionario applicato ad un campione e, successivamente, sulla base dei risultati, con l'elaborazione di una strategia mirata per avvicinare gli anziani al museo.

Poiché la finalità primaria del progetto è favorire la conoscenza e la fruibilità dei musei per tutta la cittadinanza, nel caso specifico risulta di particolare importanza offrire l'opportunità di visite guidate particolarmente gratificanti e stimolanti dirette ad una fascia di utenza che, per varie ragioni, non ha potuto accostarsi alla realtà museale e non è attualmente motivata a compiere questa esperienza.

Il campione

Nell'ambito del territorio cittadino sono state individuate tre Circoscrizioni che si differenziano tra loro per diversi motivi:

- la 3: molto ampia, comprende una zona centrale ed una semiperiferica, con una popolazione eterogenea ma radicata sul territorio;
- la 5: zona periferica di prima immigrazione proveniente da diverse regioni italiane;
- la 10: zona tradizionalmente operaia, intorno allo stabilimento di Mirafiori, di più recente immigrazione e con caratteristiche analoghe alla precedente.

I luoghi prescelti per l'incontro con gli anziani sono state le sedi di aggregazione situate nelle tre Circoscrizioni: centri d'incontro, parrocchie, bocciofile, associazioni.

In rapporto alla popolazione si è poi stabilito il numero delle persone da intervistare (1000 ca) suddivise in rapporto alla diversa incidenza sull'universo della popolazione cittadina (44% nella terza Circoscrizione, 41% nella quinta Circoscrizione, 15% nella decima Circoscrizione), con lo stesso criterio, basandosi sull'Annuario Statistico del Comune, la percentuale tra uomini e donne è stata fissata per i primi nella misura del 41% e per le seconde del 59%. La ricerca ha preso in considerazione le persone con oltre 55 anni, suddivise secondo le fasce d'età comunemente usate dall'ISTAT.

Va rilevato che, per quanto riguarda tutte le fa-

sce di età, in particolar modo tra i gli over 85, non vi è una esatta corrispondenza alle percentuali ipotizzate poiché è stato necessario adattarsi alla disponibilità degli anziani a collaborare accettando di rispondere al questionario. Inoltre per la finalità della nostra indagine non sono state intervistate persone non autosufficienti o residenti in strutture per anziani.

Il questionario

È stato stilato in collaborazione fra il Settore Musei del Comune di Torino e l'associazione Volarte un questionario da sottoporre agli anziani al fine di accertare, ove possibile, le ragioni per cui vi è scarsa frequentazione dei musei da parte della popolazione della terza età. Tale questionario è stato redatto sulla base di precedenti esperienze legate a singoli musei e/o eventi.

È stato suddiviso prendendo in esame:

- a) il **profilo dell'intervistato**: mantenendo l'anonimato si è rilevato il livello di scolarità, l'attività precedentemente svolta e la condizione attuale;
- b) i **consumi culturali**: si è indagato sui rapporti con le entità museali in termini di frequentazione (quantità e stagionalità) e con



altre attività culturali quali cinema, libri, quotidiani.

In tale ambito si sono ricercate le cause che possono tenere lontani gli anziani dai musei;

- c) **le visite ai musei:** in primo luogo si è voluto accertare di quali musei e beni culturali di Torino e provincia l'intervistato, nel corso della sua vita, avesse avuto notizia e attraverso quale mezzo di comunicazione.

Per facilità di compilazione è stato approntato un elenco di trenta musei e beni culturali da sottoporre e all'intervistato solo nel caso dichiarasse di non ricordare al momento di quali avesse conoscenza.

Collateralmente si è voluto analizzare:

- il livello di soddisfazione ricavato dalle visite e stabilire se l'esperienza effettuata portasse a consigliare la visita ad altre persone;
- l'interesse ad acquisti presso il bookshop;
- il gradimento in ordine di preferenza per attività complementari collegate alla visita ai musei (conferenze, laboratori, convivialità...).

- d) **le modalità di approccio al museo:** si sono volute indagare le condizioni favorevoli a rendere la visita al museo un'esperienza positiva e gratificante:

- con chi è più piacevole effettuare le visite;
- il tempo che si ritiene necessario e/o disponibile per ogni singola visita;
- l'utilità della guida di un esperto che illustri il museo.

Si è cercato anche di capire la motivazione per cui si visita un museo e quali possano essere gli interventi atti a favorire un avvicinamento anziani-musei.

Infine si è voluta verificare la conoscenza dell'attività promozionale in termini di gratuità o prezzi di ingresso inferiori al normale per anziani ed abbonati ai musei.

L'indagine

L'indagine è stata realizzata da giugno a dicembre 2001 ed è stata organizzata in due momenti: una prima fase consistente in un incontro con i responsabili delle organizzazioni interessate per far conoscere l'iniziativa ed una seconda fase di rilevamento che ha visto coinvolti ventinove Centri di aggregazione degli anziani.

La risposta è stata molto diversa a seconda della tipologia dei vari Centri:

- in quelli di tipo "Circolo" gli iscritti si sono dimostrati per lo più scarsamente interessati all'iniziativa con percentuali anche solo del 15/20 % dei presenti disposti all'intervista perché impegnati in altre attività, per loro stessa dichiarazione, più consone che non quelle culturali (ad esempio: carte, bocce, danze, biliardo);
- in alcuni "Gruppi anziani" delle parrocchie la rispondenza è stata invece molto positiva al punto di richiedere all'associazione Volarte di arricchire gli incontri con brevi conferenze di carattere storico-artistico.

È stata rilevata una notevole correlazione tra il livello di scolarità e l'interesse all'indagine. Sono state realizzate 1021 interviste, raccolti ed elaborati altrettanti questionari.

Dati statistici emersi dal questionario

Consumi culturali

Il 52,3% degli intervistati ha dichiarato di non aver visitato musei negli ultimi dodici mesi ed il 18,3% di non averne mai visitato alcuno. Le motivazioni emerse sono essenzialmente:

- scarsità d'interesse: 20,93%;
- mancanza di tempo (accudire ai nipoti od a familiari ammalati) - 18,88%;
- motivi di salute: 13,83%;
- difficoltà di raggiungere i musei con i mezzi pubblici, sia per scarsità dei mezzi sia perché ritenuti "scomodi, inaffidabili e pericolosi": 11,59%;
- costo, inteso sia come utilizzo del mezzo pubblico sia come ingresso ai musei: 7,66%;
- solitudine, sia come situazione personale, sia come incapacità o difficoltà ad aggregarsi: 7,48%;
- inerzia, mancanza di volontà di uscire dal proprio ambito quotidiano: 6,36%.

Vi è stata una scarsa disponibilità a rispondere circa la frequentazione dei cinema (il 69,64% non ha risposto) e la lettura di libri (42,90%). Più positive le risposte per quanto riguarda la lettura dei giornali: solo 150 intervistati hanno dichiarato di non leggere alcun quotidiano o di leggerlo saltuariamente due, tre volte al mese.

Conoscenza dei musei

I musei di Torino e dell'area metropolitana più noti agli intervistati sono:

- Palazzo Reale - 86,29%;
- Museo Egizio - 80,61%;
- Palazzo Madama - 71,60%;
- Borgo e Rocca Medioevale - 68,95%;
- Museo dell'Automobile - 53,18%;
- Il 3,23% degli intervistati ha dichiarato di non conoscerne e nessuno dei musei elencati.

Il mezzo mediante il quale ne sono venuti a conoscenza è:

- amici e conoscenti - 44,47%;
- articoli su quotidiani - 22,14%;
- il resto è distribuito sugli altri mezzi di comunicazione (locandine, Tv, radio).

I musei che risultano più visitati sono:

- Palazzo Reale - 63,47% (35,36% 2 o + volte);
- Museo Egizio - 59,75% (41,43% 2 o + volte);



- Borgo e Rocca Medioevale - 50,73% (22,14% 2 o + volte);
- Palazzo Madama - 48,09% (22,72% 2 o + volte);
- Museo dell'Automobile - 33,79% (13,81% 2 o + volte);
- il 15,87% ha dichiarato di non averne visitato nessuno ed il 39,67% di non averne visitato nessuno più di una volta.

I musei che più si vorrebbero visitar e o rivisitare sono:

- Museo Egizio - 23,41%;
- Museo del Cinema - 23,02%;
- Museo Pietro Micca - 11,46%;
- Palazzo Reale - 11,07%;
- Reggia di Venaria Reale - 11,07%;
- Il 21,94% degli intervistati ha dichiarato di non voler più effettuare visite.

L'attività collaterale alla visita di maggior gradimento è stata così indicata:

- trascorrere un momento di convivialità - 38,30%;
- visitare il centro storico - 27,72%;
- tornare a casa subito dopo la visita - 22,23%.

Gli intervistati in genere si sono dichiarati soddisfatti delle visite effettuate (76,79%) e pertanto disponibili a suggerire questo tipo di esperienza ad amici e conoscenti (78,06%). Scarsa invece l'abitudine ad acquistare presso i punti vendita dei musei cataloghi (14,69%) ed altro materiale (11,95%).

Approccio al museo

La stragrande maggioranza degli intervistati (75,02%) ha espresso la preferenza per visite ai musei effettuate in gruppo organizzato di amici e conoscenti.

La disponibilità temporale è stata indicata dal 56,81% tra un'ora e due ore, più di due ore dal 16,06%, meno di un'ora dal 15,18%. I motivi di scelta del museo sono stati così indicati:

- per accrescere il bagaglio culturale - 51,62%;
- per trascorrere un momento di svago - 30,07%;
- per interesse specifico per il tema trattato - 16,85%.

Tra le motivazioni che potrebbero favorire l'approccio degli anziani ai musei sono emerse le seguenti indicazioni:

- se ci fosse qualcuno che guida la visita - 51,13%;
- se ci fosse qualcuno che prima spiega i musei e poi guida la visita - 51,03%;
- se ci fossero mezzi pubblici con cui raggiungere facilmente i musei - 32,03%;
- se ci fosse qualcuno che prima spiega i musei - 21,65%;
- se i musei fossero gratuiti - 17,63%;
- se ci fossero aperture serali - 4,11%.

A questa domanda era possibile dare risposte multiple per cui le percentuali non sono rapportabili a cento.

Tra i servizi museali aggiuntivi sono emerse le seguenti preferenze:

- visite guidate - 70,03%;

- informazioni scritte e facilmente leggibili e comprensibili relative alle opere esposte - 46,13%;
- proiezione di video illustrativi - 34,18%;
- servizi per i visitatori - 34,18%;
- comfort delle sale - 25,27%;
- visite virtuali al computer - 6,76%.

Anche in questo caso era possibile dare risposte multiple.

Solo il 66,01% degli intervistati era a conoscenza della gratuità dei Musei statali per chi ha più di sessantacinque anni, ancora più bassa la percentuale di coloro che conoscevano l'esistenza dell' "Abbonamento Musei" (26,74%) e della "Carta Musei" (21,25%).

Conclusioni

I colloqui con gli intervistati sono stati molto utili ed hanno completato i dati statistici evidenziando problematiche, sottolineando desideri e fornendo suggerimenti per impostare un eventuale progetto di visite mirate studiato appositamente per questa fascia di persone. Ci sembra di poter identificare i principali ostacoli che tengono lontane le persone anziane dai musei:

- i musei sono difficilmente raggiungibili da persone che non usano volentieri i mezzi pubblici, ritenuti "scomodi", "inaffidabili", "pericolosi" (ad esempio alle fermate);
- i musei risultano difficilmente comprensibili (le scritte illustrative, quando ci sono, sono



scomode e poco leggibili) e troppo grandi ("non si sa cosa vedere"), senza una guida ci si sente disorientati.

Sono altresì emerse alcune esigenze preliminari:

- la solitudine degli anziani e la loro scarsa salute li porta a privilegiare le attività organizzate e fatte in gruppo (dallo spostamento verso le sedi museali, alla visita stessa al rientro a casa);
- la scarsa scolarità e/o la lontananza temporale dagli studi, nonché la poca abitudine alla frequentazione museale, li porta a privilegiare mezzi di approccio facilitati, quali visite guidate e spiegazioni preliminari di quel che si può/deve vedere;
- problemi di costi: non sono da sottovalutare poiché, al di là della scarsa conoscenza della gratuità di molti musei, per molte persone il basso livello di pensione costituisce un ostacolo a partecipare ad iniziative collettive che prevedano anche un minimo esborso.

Si può dunque concludere che esiste un ampio margine per favorire un'esperienza che può rivelarsi di estrema importanza per le persone della "terza età" poiché le sottrae in pri-

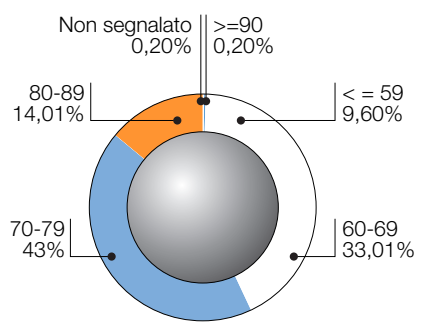
mo luogo ad una situazione di isolamento, soprattutto psicologico, in cui spesso vivono, favorendo il dialogo e le relazioni interpersonali. Le visite ai musei cittadini possono essere fonte di arricchimento del proprio bagaglio culturale, suscitare nuovi interessi e stimolare curiosità.

Per molti può essere anche l'occasione per riscoprire il patrimonio artistico e culturale della nostra città, di vederla con occhi nuovi, di non viverla come ambiente "difficile" ma di sentirsi parte di una comunità.

Carla Parsani Motti
Pierpaolo Palaia
Luciano Parsani

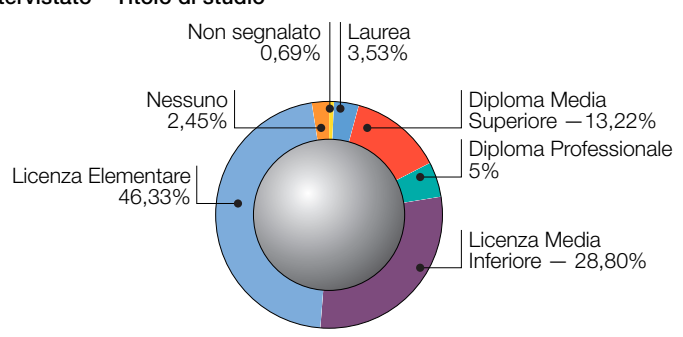
Associazione Volarte

Grafico 1
Profilo dell'intervistato – Età



Le percentuali sono state calcolate su base 1.021 (numero di questionari esaminati) - nelle domande a risposta multipla la somma delle percentuali è maggiore di 100.

Grafico 2
Profilo dell'intervistato – Titolo di studio



Le percentuali sono state calcolate su base 1.021 (numero di questionari esaminati) - nelle domande a risposta multipla la somma delle percentuali è maggiore di 100.

Grafico 3

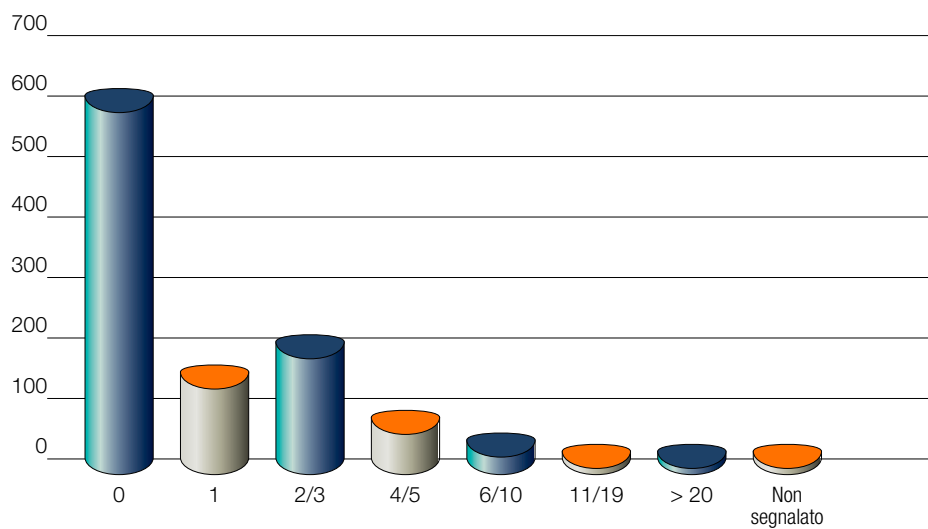
Consumi culturali – Negli ultimi 12 mesi quanti musei ha visitato?

Grafico 4

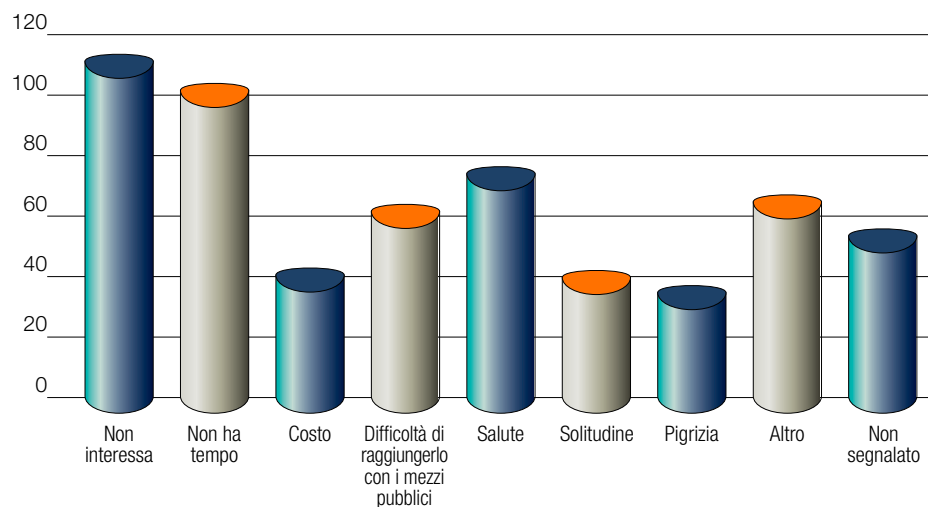
Consumi culturali – Non ha visitato alcun museo, perché?

Grafico 5
Consumi culturali – Da quanti anni non visita un museo?
 (domanda rivolta solo ai 535 intervistati che non hanno visitato un museo nell'ultimo anno).

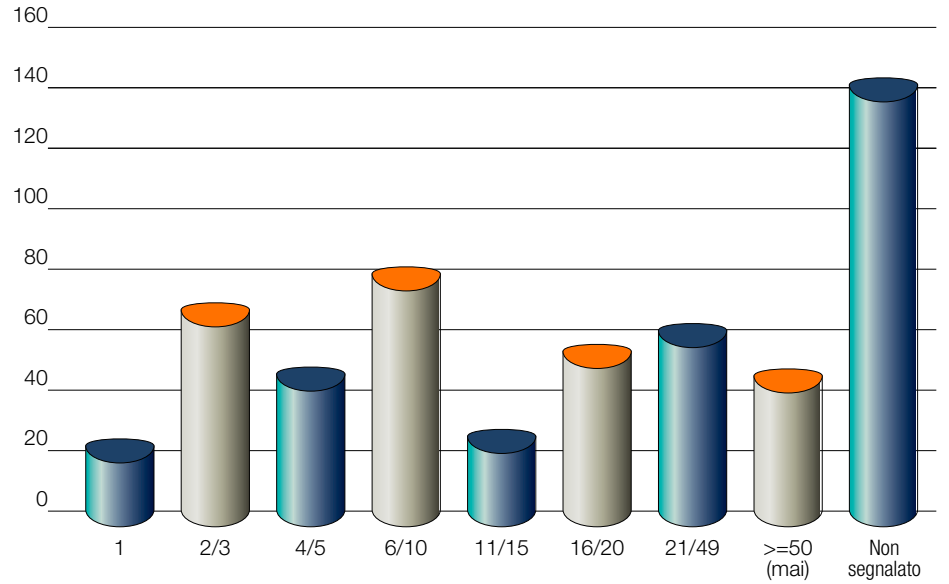


Grafico 6
Consumi culturali – Legge qualcuno dei seguenti quotidiani?

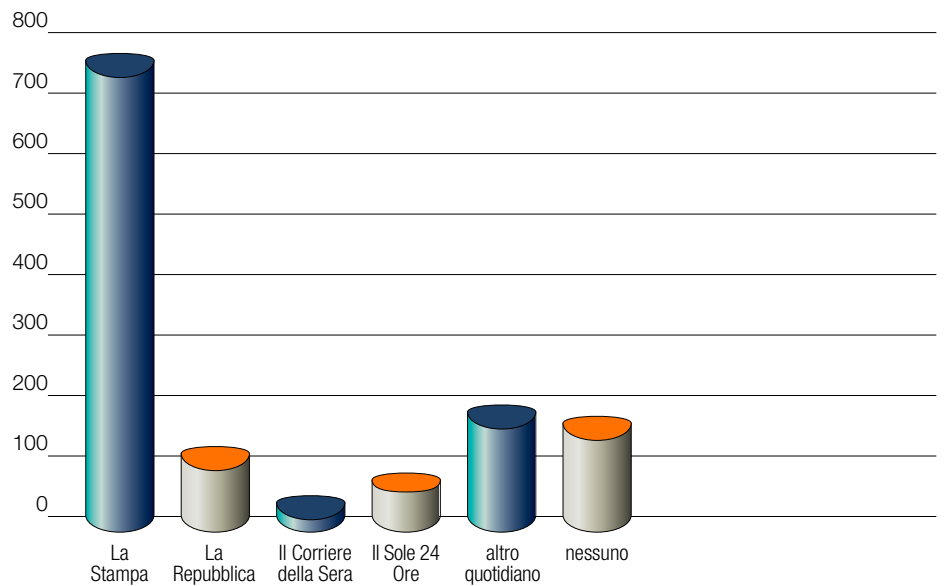


Grafico 7
Cosa farebbe dopo la visita?

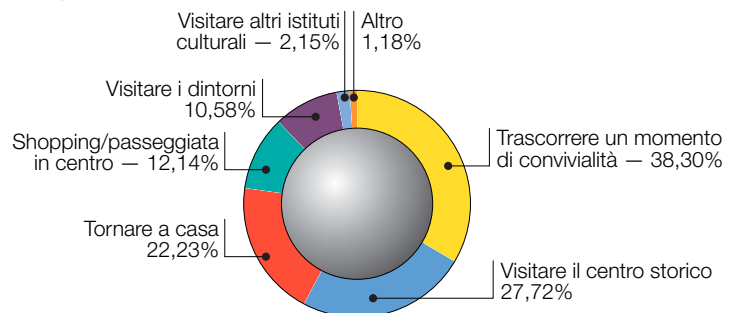


Grafico 8

Approccio al museo – Con chi preferirebbe andare al museo?

da solo	48	4,70%	
con altri parenti	51	5,00%	
con i figli	85	8,33%	
con il partner/coniuge	309	30,26%	
con amici/conoscenti	353	34,57%	
con un gruppo organizzato	413	40,45%	

Grafico 9

Approccio al museo – Quanto tempo pensa di poter dedicare alla visita del museo?

meno di 30 minuti	18	1,76%	
da 30 minuti a 1 ora	137	13,42%	
da 1 a 2 ore	580	56,81%	
più di due ore	164	16,06%	
non segnalato	122	11,95%	

Grafico 10

Approccio al museo – Sarebbe interessato a visitare i musei se:

ci fosse qualcuno che guida la visita	522	51,13%	
ci fosse qualcuno che "prima" li spiega e "poi" ...	521	51,03%	
ci fossero mezzi pubblici ...	327	32,03%	
ci fosse qualcuno che "prima" li spiega	221	21,65%	
fossero gratuiti	180	17,63%	
fossero aperti di sera	42	4,11%	
altro	28	2,74%	

Grafico 11

Approccio al museo – Sa che molti musei sono gratuiti per chi ha di più di 65 anni?

Sì	674	66,01%	
No	314	30,75%	
Non segnalato	33	3,23%	

Grafico 12

Approccio al museo – Sarebbe interessato a svolgere attività di laboratorio guidato in gruppo?

Sì	79	7,74%	
No	724	70,91%	
Non segnalato	218	21,35%	

Grafico 13

Approccio al museo – Ritiene utili:

visite guidate	715	70,03%	
informazioni scritte sulle opere esposte	471	46,13%	
proiezione di video illustrativi	349	34,18%	
servizi accessori	349	34,18%	
comfort delle sale	258	25,27%	
visite virtuali al computer	69	6,76%	
altro	11	1,08%	

Alcune considerazioni e ipotesi di lavoro

L'indagine presentata in questo Quaderno ci consente di fare alcune considerazioni di carattere più generale in ordine all'accessibilità dell'offerta culturale per le diverse categorie di pubblico, oltre ad averci dato l'opportunità di ipotizzare e programmare una seconda fase del progetto "Incontro al museo" (vedi box). Dal punto di vista del museo, questo tipo di ricerca permette di conoscere meglio alcuni segmenti specifici del proprio pubblico, spesso ancora solo di prossimità, attraverso la raccolta di numerosi dati e informazioni di prima mano. In considerazione inoltre della composizione anagrafica caratteristica del nostro Paese, conoscere il potenziale pubblico dei visitatori anziani sembra essere particolarmente importante. Qualunque strategia di marketing non può prescindere dalla conoscenza dei destinatari. L'interesse, in questo caso, va oltre l'intento di avvicinare al museo una fetta, seppur numerosa, di popolazione; mette infatti in gioco dinamiche di appartenenza culturale, di ri-socializzazione e consente di riflettere sulla funzione educativa svolta dalle istituzioni museali.¹

Annoveriamo come particolarmente significativi, tra i risultati emersi, quanto afferisce alla dimensione metodologica della ricerca, grazie alla proficua collaborazione instauratasi con l'associazionismo culturale e con i gruppi di riferimento abituali del cosiddetto pubblico target. Il questionario-intervista è stato somministrato in maniera "calda". L'intervistato veniva inizialmente coinvolto da un incontro del gruppo di riferimento in cui venivano esplicitati gli obiettivi della ricerca e le modalità di somministrazione del questionario, quindi si procedeva all'intervista, nei luoghi di aggregazione familiari e, alla fine, veniva regalato a ciascun intervistato un biglietto di accesso gratuito ai Musei Civici ed una cartolina raffigurante alcune opere delle collezioni civiche.²

Tuttavia alcune considerazioni travalicano l'ambito della nostra ricerca e, probabilmente, possono costituire motivo di ulteriore riflessione. Alcuni ostacoli alla fruizione della visita evidenziati ci appaiono infatti come esigenze più diffuse e presenti all'interno dell'intero universo dei visitatori e - soprattutto - dei non-visitatori dei musei.

Sono probabilmente le fasce di pubblico con maggiori difficoltà di deambulazione e tra queste gli anziani, che avvertono più degli altri, la fatica fisica che una visita al museo comporta. Ma non sono i soli ad essere vittime del fenomeno che è stato definito "affaticamento da museo" (museum fatigues), notato già all'inizio del secolo e imputabile a cause tanto fisiche quanto mentali.³

Gli oggetti in mostra ricevono una certa attenzione soltanto per i primi 30 minuti della visita, dopo di che il pubblico si ferma ad osservarli più di rado e con un tempo inferiore; lo stesso avviene per i piani superiori di un'esposizione a più piani. Questo accade per tutti i visitatori, nessuno escluso, e queste informazioni sono da tempo a disposizione dei curatori e di chi allestisce. Il fenomeno è simile anche per ciò che concerne la leggibilità delle didascalie e dei cartellini, le difficoltà di lettura sono di tutti, maggiore percezione di esse si ha negli ipovedenti e in chi ha problemi di vista, anche solo una comune presbiopia. Un altro fenomeno che la ricerca ha evidenziato e che ci sembra generalizzabile a tutti coloro che non hanno consuetudine al consumo culturale e, in particolare, alle visite museali, è l'effetto di spaesamento.

Da tutte le ricerche empiriche emerge un netto predominio della fruizione "in compagnia". Mediamente, in Europa, la visita in forma di piccoli gruppi - indicativamente da due a cinque persone unite da un legame di parentela o di amicizia - riguarda circa il 75% dei visitatori contro il 15% delle visite individuali e il 10% delle comitive organizzate. La visita in comitiva è invece la modalità di fruizione più diffusa tra i giovani in età scolastica e tra gli anziani. Le principali motivazioni richiamate da chi opta per tale soluzione sono il piacere della visita in compagnia e l'opportunità di comprendere meglio quanto proposto. Il principale svantaggio delle visite di gruppo può invece essere individuato nella loro natura condizionante che non può ovviamente tenere nella dovuta considerazione gli interessi del singolo.

Anche in questo caso esiste la possibilità per il museo di andare parzialmente incontro ad un'esigenza fortemente sentita.

La solitudine, la paura del nuovo, le non sempre ottimali condizioni di salute spingono gli anziani a privilegiare le attività svolte in gruppo e guidate. L'opportunità di fruire di visite guidate di gruppo e realizzate ad hoc, con tutti gli accorgimenti del caso, consentirebbe infatti di ridurre l'effetto di spaesamento derivato dalla visita ad un luogo estraneo, facendo di esso un'esperienza sociale condivisa in un gruppo conosciuto.

Molto limitate sono invece le opportunità per l'istituzione culturale, da sola, di intervenire mediante dei correttivi fuori dal portone del museo. Si tratta, in questo caso, di intervenire sul sistema trasporti e sul sistema città nel suo complesso.

L'effetto di spaesamento si manifesta in modo altrettanto eclatante riguardo l'accessibilità intellettuale e culturale del museo. Viene qui messa alla prova tutta la capacità del museo di mettersi dalla parte del pubblico e di rendersi intellegibile a partire dalla lettura e dalla comprensione dei suoi spazi espositivi.

Questo ruolo è difficilmente assolvibile da altri se non dal museo stesso, che ha a sua disposizione diversi servizi e strumenti di comunicazione con coloro che non hanno a disposizione codici di accesso.

Superato il concetto di visitatore tipo, si sta oggi tentando di rendere la frequentazione di un museo un'esperienza composita, aumentando gli elementi di interazione sociale (luoghi di ritrovo, spazi per conversare e discutere, servizi aggiuntivi) e di esperienza ludica (attrezzature multimediali, strumenti interattivi, vendita di oggetti ricordo).

Ciò all'evidente fine di attrarre segmenti di pubblico intimoriti da una caratterizzazione eccessivamente formale e per i quali il museo svolge un'importante funzione relazionale.

Un'ultima considerazione infine riguarda la programmazione della visita al museo.

Generalmente le visite ai musei non sono casuali né improvvisate, ma il frutto di una scelta tra le diverse opportunità di svago disponibili e in concorrenza tra loro. Scegliere di visitare un museo significa selezionare, tra i tanti, un particolare insieme di aspettative e di valori. Spesso la scelta di fruizione culturale compiuta, se a questo si arriva, è frutto di un pro-

cesso che è possibile spiegare attraverso diversi modelli che hanno alla base due momenti topici quali l'insorgenza del bisogno e le informazioni disponibili.

In entrambi questi decisivi processi il museo può intervenire, mirando le sue politiche promozionali verso target ben definiti, mediante la scelta di canali comunicativi appropriati, ma probabilmente maggiore efficacia sull'insorgenza del bisogno in un pubblico non abituale potrebbero riscuotere politiche di sistema tra diverse istituzioni culturali e strategie condivise con gli Enti territoriali.

Un museo attivo, quindi, ma non da solo.

I dati che la ricerca ci ha messo a disposizione tracciano un quadro frammentato del pubblico dei musei, confermano l'idea dell'impossibilità, che un'unica denominazione, racchiuda in sé tutte le diverse realtà che, per facilità, denominiamo oggi museo. La frammentarietà è del pubblico e contemporaneamente dello spazio museo. La natura stessa delle collezioni, spesso, induce ad incontrare i gusti di una categoria di pubblico in particolare.

Ancora una volta si tratta per ciascuno di riflettere sulla propria *mission* e prendere atto che occorre essere accessibili a tutti, ma che con qualcuno è più facile.

dlj / vs

¹ Vedi Ministero per i Beni e le Attività Culturali, *Atto di indirizzo sui criteri tecnico-scientifici e sugli standard di funzionamento dei musei*.

² È probabilmente da far risalire alla metodologia di ricerca scelta (questionario-intervista) la non-corrispondenza esistente tra i dati di frequentazione ai musei del nostro campione e i dati raccolti a livello nazionale. Per un approfondimento su vantaggi e svantaggi delle interviste vedi Bailey K.D., *Metodi della Ricerca Sociale*, Bologna, Il Mulino, 1995.

³ Gilman B.L., "Museum fatigue", *The scientific Monthly*, 12, 1919.

Nell'ottica della ri-progettazione delle attività e tenendo in considerazione i bisogni esplicitati dal pubblico di riferimento, a partire quindi dai diversi elementi emersi dalla ricerca, è stata realizzata dal Settore Musei della Città di Torino un'iniziativa sperimentale, avviata nella primavera del 2002, che consente a gruppi di visitatori anziani la fruizione di visite guidate mirate e organizzate intorno alle indicazioni provenienti dai questionari. Ogni primo venerdì del mese (in coincidenza con la gratuità di accesso alle collezioni civiche) un gruppo di circa 150 persone con oltre 60 anni, viene coinvolta in una visita guidata ad un museo civico, organizzata e gestita da Volarte, che si sviluppa intorno ai seguenti presupposti di metodo:

- la partecipazione degli anziani avviene su richiesta, prenotazione presso il circolo, il club, la bocciofila, la parrocchia, ed è gratuita;
- la visita al museo ha inizio fuori dal museo: si parte da un luogo familiare, dalla sede del centro di aggregazione con un pullman e con un accompagnatore dell'associazione;
- la visita al museo viene guidata da volontari, rispettando i tempi di affaticamento dei gruppi (30/50 persone), evitando visite enciclopediche e soffermandosi sulle opere più significative e conosciute tra quelle esposte;
- il linguaggio utilizzato dalle guide limita il ricorso a termini tecnici allo stretto necessario, ha un taglio più di tipo divulgativo che storico-artistico, fa spesso riferimento e rimandi a fatti storici locali, ad altri beni artistici e architettonici tipici del nostro paesaggio urbano e familiari per il pubblico.

Al termine della visita, che dura circa un'ora e cerca di rispettare anche i tempi fisiologici del pubblico, il gruppo continua a stare insieme commentando l'esperienza in un caffè o in un bar del museo o situato nelle vicinanze, con cui sono state stipulate apposite convenzioni.

Nell'autunno del 2002 è previsto inoltre un confronto con un insieme di interlocutori più ampio per migliorare l'esperienza, eventualmente stabilizzarla e svilupparla. In questa prospettiva sono stati avviati rapporti di collaborazione, tra gli altri, con il Settore Tempo

Libero della Città di Torino e con il Consiglio dei Seniores della Città di Torino, organismo consultivo e propositivo del Consiglio e della Giunta Comunale istituito con Deliberazione del C. C. il 3 maggio 2000. Esso presenta proposte di interventi, formula pareri non vincolanti sulla proposte di deliberazioni nelle aree relative ad assistenza, sanità, trasporti, abitazione, circolazione, formazione, sicurezza, cultura, sport e tempo libero. Con tale organo, cui aderiscono le più importanti associazioni dell'anzianato aziendale, del volontariato sociale e dell'associazionismo culturale e del tempo libero, sono state concordate delle azioni comuni di informazione, documentazione e promozione per favorire la fruizione dei musei e dei beni culturali cittadini. Il confronto con l'associazionismo e la conoscenza diretta dei frequentatori possono sollecitare l'interesse per la costruzione di strategie di comunicazione museale mirata, ulteriore impulso al progetto può esser dato dal coinvolgimento di altre istituzioni culturali e dalle sedi espositive e museali cittadine e dell'area metropolitana torinese. Ma anche il privato sociale, l'associazionismo culturale, le sedi di aggregazione circoscrizionali, potranno contribuire ad estendere più capillarmente nel territorio una fruizione sostenibile per i visitatori anziani.

