

7. PRIMI RISULTATI DELL'INDAGINE PER LA VALUTAZIONE DEI RISULTATI ESTERNI DELL'APQ SUI BENI CULTURALI

7.1 INTRODUZIONE

Le domande centrali di questo primo tentativo di valutazione dei risultati dell'APQ in corso sui Beni culturali sono incentrate attorno al concetto di sistema:

1. quanto è diffuso fra il pubblico e fra i cittadini in genere, il concetto che il patrimonio è qualcosa di più della semplice somma di un elenco di beni?
2. come reagiscono gli attori interessati da queste politiche (operatori commerciali e turistici, amministratori locali) e in che misura percepiscono le opportunità offerte dalla realizzazione di sistemi di beni in luogo di iniziative di valorizzazione puntuali?
3. quali risultati si sono finora ottenuti e quali difficoltà si sono incontrate nella costruzione di simili sistemi (limitatamente al caso dei musei) in altre esperienze europee?

Alla prima domanda si è cercato di rispondere con una *indagine sul pubblico* e una *indagine sui cittadini* svolta nell'estate del 2004. L'analisi dei risultati è ancora in corso ma siamo comunque in grado di dare alcune anticipazioni in questo capitolo.

La seconda domanda chiama in causa il comportamento di *attori locali* il cui atteggiamento sarà studiato nel dettaglio mediante una serie di incontri in corso di attuazione. In questo caso non disponiamo ancora di anticipazioni sufficienti per un rapporto intermedio.

La terza domanda infine richiederà una serie di incontri e di corrispondenze dirette con *esperti di settore* di altri paesi o di altre regioni italiane, al momento solo iniziata. Anche in questo caso siamo in grado di dare alcune anticipazioni.

7.2 L'INDAGINE SUL PUBBLICO E SUI CITTADINI

Per la raccolta di dati quantitativi relativi ai Sistemi dei Musei, delle Fortificazioni e delle Residenze Sabaude si sono adottate due differenti metodologie di lavoro:

- la somministrazione di un questionario all'utenza di una serie di beni facenti parte dei sistemi oggetto di studio, sottoposto ai visitatori in uscita da parte di nostri incaricati;
- la realizzazione di un sondaggio telefonico ad un campione di 1200 abitanti piemontesi, stratificato per una serie di variabili fra cui età, sesso e provincia; tale lavoro è stato affidato ad un'apposita società di rilevazione.

Il questionario

La rilevazione tramite questionario si è svolta durante i mesi di maggio (8 date), giugno (5 date) e luglio (5 date).

I beni interessati dalla rilevazione sono stati scelti di comune accordo con la Direzione Regionale dei Beni culturali e sono i seguenti:

- 4 musei – il Museo Egizio, il Museo del Cinema, la Galleria d'Arte Moderna, la Fondazione Accorsi;
- 2 Residenze Sabaude – Palazzo Reale e la Palazzina di Stupinigi;
- 2 Fortificazioni – il Forte di Exilles e la Fortezza di Fenestrelle.

In totale, sono stati compilati 757 questionari, così distribuiti. Il questionario era composto da 11 domande chiuse relative alla conoscenza e il gradimento del bene, la frequenza di visita ad altri luoghi simili, l'utilizzo di servizi esterni quali bar, ristoranti, alberghi, ecc.; vi era, inoltre, una sezione relativa ai dati anagrafici: età, sesso, titolo di studio, professione, provincia (Allegato 1).

Tab. 7.1 Distribuzione dei questionari della rilevazione

<i>Sede</i>	<i>N. Interviste</i>
GAM	121
Exilles	120
Stupinigi	114
Palazzo Reale	105
Museo Egizio	99
Fenestrelle	90
Museo del Cinema	65
Fondazione Accorsi	43

Tab. 7.2 Le sedi più visitate dagli intervistati

<i>Musei</i>	<i>Residenze</i>	<i>Fortezze</i>
Egizio (180)	Stupinigi (135)	Exilles (57)
Cinema (145)	Palazzo Reale (99)	Fenestrelle (57)
GAM (132)	Reggia di Venaria (68)	Mastio della Cittadella (13)
Palazzo Bricherasio (116)	Racconigi (52)	Cittadella di Alessandria (8)

Il 68% degli intervistati dichiara di visitare il forte, museo o residenza per la prima volta, contro un 32% che, invece, ci è già stato, almeno in passato.

Quasi il 70% dichiara di aver comunque visitato, nell'arco degli ultimi 12 mesi, altri beni appartenenti ai diversi sistemi oggetto di studio. Il questionario conteneva un elenco dettagliato, da cui si ricava che, fra i musei, i primi quattro più visitati sono nell'ordine: l'Egizio (180 risposte), il Cinema (145), la Gam (132) e Palazzo Bricherasio (116); fra le Residenze la più visitata è quella di Stupinigi (135), seguita da Palazzo Reale (99), dalla Reggia di Venaria (68) e dal Castello di Racconigi (52); per quanto riguarda le Fortificazioni, tanto a Exilles (57), che a Fenestrelle (57) è stato rilevato lo stesso numero di visitatori, mentre con un numero assai inferiore di presenze si trovano il Mastio della cittadella (13) ma attualmente chiuso per lavori e la Cittadella di Alessandria (8).

Quasi il 90% degli intervistati dichiara di avere l'intenzione di visitarne altri, tra quelli indicati, nell'arco dell'anno in corso.

Il gradimento generale può, quindi, ritenersi decisamente positivo: più dell'80% ha espresso la propria soddisfazione per quanto ricevuto dalla visita. Il questionario non prevedeva risposte aperte, tuttavia i rilevatori hanno registrato a margine alcuni commenti, sia in positivo che in negativo. Tra questi ultimi si possono citare l'eccessiva brevità delle visite e l'assenza di un bookshop organizzato a Palazzo Reale, oppure le condizioni "precarie" in cui si trova la palazzina di Stupinigi.

Tra i servizi esterni più utilizzati vi sono i bar, i parcheggi auto e i ristoranti. Il 56% degli intervistati, infatti, inserisce la visita nell'arco di un itinerario più ampio in più giorni (17%) o in giornata ma comprendente altre mete (39%). Poiché la maggior parte dei visitatori rilevati attraverso i questionari proviene dalla Provincia di Torino e dal Piemonte, si può dedurre che la visita al forte o al museo rappresentano un'occasione per visitare anche i dintorni, soprattutto per quanto riguarda le due fortezze di Exilles e Fenestrelle.

Se si analizza la provenienza, infatti, quasi il 60% proviene dal Piemonte e, in particolare dalla Provincia di Torino, mentre la restante parte dalle altre Regioni italiane (37,6%) mentre è decisamente esigua la percentuale di chi proviene dall'estero (3%).

Tra i visitatori provenienti da altre regioni, rilevante è il peso della Lombardia (37%) di cui il 22% da Milano. Su percentuali inferiori si trovano l'Emilia-Romagna (7%) la Toscana (6,6%) e il Nord Est (8,7%).

Come rilevato in analoghe indagini, più della metà dei visitatori sono donne.

Tab. 7.3 Distribuzione degli intervistati per sesso

Sesso	% dei visitatori
Donne	54,4%
Uomini	45,4%

Tab. 7.4 Distribuzione degli intervistati per classi di età

Classi d'età	%
>70	2,51
60-70	8,98
50-60	15,19
40-50	20,34
30-40	26,16
20-30	25,10
<20	1,72

Cambia, invece, rispetto ad altri questionari sul pubblico degli eventi culturali, la composizione per fasce d'età: più del 50% del campione rilevato ha meno di 40 anni come si può notare nella tabella 7.4.

Il dato rispecchia tuttavia le recenti indagini sul mondo giovanile che evidenziano un maggiore interesse e partecipazione per manifestazioni d'arte e di cultura. (si confrontino le indagini dello Iard di Milano).

Un ultimo accenno alle professioni e ai titoli di studio. La maggior parte (27%) dichiara di essere impiegato; si trovano poi altre professioni (19%) che non rientrano direttamente nelle tipologie proposte, tra le quali le più frequenti risultano essere le casalinghe, gli studenti e gli insegnanti.

Il 51% è in possesso del diploma di scuola superiore, il 33% della laurea, il 15,5% della scuola dell'obbligo.

È possibile segnalare un dato, che pur non arrivando direttamente dai questionari ma piuttosto dal processo di rilevazione, sembra importante per la nostra indagine in relazione al concetto di "sistema". In alcune delle sedi oggetto della rilevazione, in particolare due fra le più importanti, probabilmente a causa di un difetto di comunicazione interna ai musei, non è stata recepita l'ufficialità e l'utilità pubblica della ricerca in corso, con il risultato che non si è facilitato il lavoro degli incaricati, costretti a intervistare i visitatori al di fuori della struttura museale, con evidenti e comprensibili difficoltà. Per fortuna, presso altre sedi, è avvenuto esattamente il contrario. Questi problemi mostrano, comunque, le difficoltà che ancora sono da superare per operare con una logica di sistema: da un lato diffidenze verso operazioni che non partono direttamente dall'ente di governo direttamente sovra-ordinante (come se un museo comunale non fosse interessato da una rilevazione di origine regionale) e dall'altro la difficoltà a far sì che le logiche di sistema approvate nei documenti ufficiali diventino patrimonio, e quindi orientativi dell'azione quotidiana, anche per gli anelli della catena operativa più vicini al pubblico come sorveglianza o gestione degli ingressi (con problemi ancora maggiori quando si tratta di società operanti in outsourcing).

Il sondaggio telefonico

Il secondo strumento di rilevazione adottato è stato un sondaggio telefonico su di un campione di 1200 cittadini piemontesi. L'incarico di tale rilevazione è stato affidato a una società specializzata che opera con il sistema Cati.

In particolare, l'indagine prevedeva la rilevazione di 1200 interviste telefoniche su un campione estratto casualmente dagli elenchi telefonici della popolazione residente in Piemonte, maschi e fem-

Tab. 7.5 Valutazioni sul concetto e sulla rilevanza del patrimonio culturale

	<i>Valutazioni positive (molto+abbastanza)</i>	<i>Media (totale campione)</i>		<i>Valutazioni positive (molto+abbastanza)</i>	<i>Media (totale campione)</i>
Centri storici	92,3%	4,58	Paesaggio collinare	79,6%	4,14
Chiese	91,0%	4,53	Parchi	78,5%	4,11
Palazzi storici	88,8%	4,49	Flora	76,3%	4,03
Monumenti	87,2%	4,47	Fauna	75,0%	4,01
Castelli	88,2%	4,45	Case tipiche	75,6%	4,00
Linguaggio	82,4%	4,27	Giardini	71,1%	3,92
Siti Archeologici	79,9%	4,25	Paesaggio lacustre	71,6%	3,91
Paesaggio Alpino	82,8%	4,23	Fiumi	66,7%	3,78
Artigianato d'arte	82,9%	4,22	Canali e terre d'acqua	54,8%	3,49
Prod. tipiche enogastronomia	81,5%	4,21	Cimiteri	49,1%	3,26
Oggetti e collezioni d'arte	75,8%	4,15	Design industriale	47,8%	3,25

mine, dai 18 anni in su, stratificato sulla base della struttura di popolazione per: Area Metropolitana torinese (ristretta a 26 comuni), Provincia, Sesso, Classe di età decennale.

La distribuzione delle interviste è stata fatta sulla base di un cluster minimo (circa 80 interviste) per ognuna delle 8 province e dell'area metropolitana e con la distribuzione proporzionale delle restanti interviste in modo da consentire una lettura con una certa significatività e che dia ad ogni Provincia il peso effettivo che essa ha rispetto all'universo del Piemonte.

Scopo dell'indagine era quello di ottenere elementi sul concetto di patrimonio culturale e sulla sua funzione e fruizione, nonché sulla conoscenza o meno di apposite politiche di recupero e valorizzazione del patrimonio culturale piemontese messe in atto da parte della Regione Piemonte (cfr. Allegato 2).

Il sondaggio si è svolto tra il mese di giugno e quello di luglio 2004.

Una delle domande sottoposte al campione di cittadini piemontesi riguardava il concetto di "patrimonio culturale" e a che cosa questo si associ maggiormente nell'immaginario degli intervistati.

Le risposte ottenute mostrano che il campione contattato mette i centri storici al primo posto come rilevanza per il patrimonio culturale, seguiti poi dai singoli e più tradizionali beni puntuali come le chiese, i palazzi storici o i monumenti. La rilevanza dei centri storici si può forse spiegare con il verificarsi, più o meno consapevole, di un effetto di sistema fra il pubblico e il privato. E' sintomatico che forze di mercato che in passato e in altri casi avrebbero probabilmente prodotto degrado per mancanza di coordinazione e di unità d'intenti, in contesti diversi hanno invece prodotto riqualificazione come nel caso, ad esempio, del centro storico di Torino nella zona del quadrilatero romano (sia pure con i problemi di conflitto nell'uso degli spazi pubblici attualmente insorgenti). Probabilmente gioca anche a favore dei centri storici la quotidianità dei benefici ad essi associati, che ne fanno elementi permanenti e non occasionali del panorama culturale dei cittadini.

Notevole importanza viene data al linguaggio, la cui rilevanza come patrimonio è probabilmente il frutto sia di una forte identità locale che di apposite politiche per la tutela messe in atto, con notevole lungimiranza, dalla Regione Piemonte fin dagli anni '70.

Tra i concetti associati all'idea di patrimonio culturale si trova anche quello del paesaggio, tuttavia con diversi valori percentuali che segnalano come venga percepita l'importanza del tipo di ambiente: quello alpino precede quello collinare e quello lacustre. Anche in questo caso si può parlare dell'attenzione riservata dalle politiche regionali per l'ambiente di montagna, che è pur sempre predominante sul territorio rispetto a quello collinare o lacustre.

Il fattore "arte cultura" viene maggiormente associato al patrimonio culturale piemontese dalla popolazione femminile facente parte del campione selezionato, dai giovani adulti nella fascia d'età 25-44 dotati di livelli d'istruzione superiori. I paesaggi culturali, dall'altro lato, hanno una più forte presenza nelle percezioni dei più adulti (45-54enni). Sono invece, i più giovani a presentare una maggio-

re propensione nei confronti di tutti i fattori che compongono l'area "usi e costumi" del patrimonio. Le opere dell'uomo e i suoi interventi sulla natura colpiscono maggiormente l'immaginario del campione più adulto.

Un'altra domanda riguardava la funzione del patrimonio culturale, considerato dalla maggior parte degli intervistati come un rilevante capitale sociale, in grado di sviluppare un apposito turismo culturale e in grado di portare a benefici collettivi anche di carattere economico.

Sulla frequenza di fruizione dei beni culturali si nota una decisa spaccatura fra chi dichiara di non recarsi mai a visitare una mostra o un museo (39%) un castello (43.4%) o una residenza sabauda (70%) e chi invece li visita almeno 1 o 2 volte l'anno.

Tra le diverse strutture del patrimonio culturale della Regione, quelle maggiormente visitate sono i parchi e i giardini pubblici, con una frequenza media di 12 volte nel corso dell'anno, seguiti dalle chiese storiche (circa 6 volte) mentre all'ultimo posto si trovano le residenze sabaude.

Circa la metà del campione è a conoscenza della politica di recupero e conservazione messa in atto dalla Regione (il 6,8% in maniera approfondita, mentre il 41,1% ne ha solo sentito parlare) in special modo per alcuni dei principali cantieri di restauro attivati, tra cui spiccano quelli di Stupinigi, della Venaria Reale, di Palazzo Reale e della Mandria.

Al momento risulta difficile commentare questo dato, in mancanza di raffronti sufficienti, tuttavia va sottolineato come uno degli obiettivi della rilevazione sia anche quello di iniziare un monitoraggio del pubblico che andrà proseguito con cadenza pluriennale, in modo da verificare l'evoluzione nel tempo di aspetti quali appunto la conoscenza di determinate politiche o di determinate iniziative regionali o di altri enti pubblici.

È importante comunque sottolineare come il 6,8% di conoscenza approfondita non sia da sottovalutare, ricordando sempre che le politiche culturali, per difetto purtroppo delle medesime e per i ritardi che ancora si scontano in questo campo e non solo in Italia, riguarda una parte soltanto della popolazione. Politiche considerate di successo, come ad esempio la diffusione delle carte di abbonamento ai musei per i residenti, coinvolgono percentuali molto inferiori dei cittadini (Abbonamento Musei riguarda meno dell'1% delle visite e circa altrettanto dei cittadini residenti nell'area metropolitana e dati similari si riscontrano nelle analoghe iniziative del Louvre a Parigi).

7.3 RETI E SISTEMI MUSEALI: IL CONTESTO EUROPEO

Da dove nasce la spinta all'organizzazione sistemica

La realtà europea e mondiale, mette in evidenza una generale tendenza a creare, nel campo dei beni culturali puntuali, ma soprattutto dei musei, organizzazioni che raggruppano in un unico progetto coordinato, diversi soggetti di natura analoga.

Non è ancora stato possibile effettuare colloqui con i testimoni privilegiati (ad eccezione dei casi del Portogallo e del Veneto). Tuttavia una prima analisi dei documenti programmatici di queste iniziative e l'osservazione delle azioni degli enti che li hanno promossi suggeriscono alcune prime considerazioni.

I motivi che spingono alla creazione di queste organizzazioni ricadono normalmente di tre categorie:

- migliore performance economica, ossia minori costi grazie alla messa in opera di economie di scala e quindi alla fornitura di servizi sostanzialmente analoghi a quelli precedenti l'iniziativa, ma a costi minori. Quando ciò accade, di regola, gli aderenti occupano posizioni gerarchicamente paritarie e si tratta quindi di una assetto organizzativo orizzontale. Normalmente in questo caso si dovrebbe parlare di Reti piuttosto che di Sistemi, ossia di progetti organizzati nei quali ogni aderente persegue sostanzialmente il progetto originario e raggiunge i medesimi risultati del passato ma con maggiore efficienza economica;
- migliore profilo dei risultati, ossia raggiungimento di obiettivi di caratura più rilevante sostanzialmente con l'utilizzo delle stesse risorse. In questo caso in genere i progetti degli aderenti sono diversi rispetto alla fase precedente l'organizzazione collettiva e comunque esiste un "valore aggiunto" di sistema. Si dovrebbe infatti in questo caso parlare a rigore di Sistema piuttosto che di Rete.

Solitamente ciò implica una specializzazione divisione dei compiti e dunque una certa forma di organizzazione gerarchica verticale;

- migliore visibilità. Questo obiettivo si declina poi nella migliore visibilità dell'ente promotore (ad esempio un ente di governo locale) o del suo territorio di riferimento (ad esempio una regione o provincia di cui si vuole sottolineare l'unitarietà in termini identitari).

La nostra analisi comparata delle organizzazioni di questo tipo in Europa, limitando l'osservazione ai casi più recenti, ha preso in considerazione:

In contesti nazionali non regionalisti:

- Resource, Renaissance in the Regions (Gran Bretagna, creato nel 2003)
- La Rede Portuguesa de Museus (Portogallo, creato nel 2000)
- Lo Irish Heritage Council (Irlanda, creato nel 1999)

In contesti nazionali regionalisti:

- Il sistema de Museus de Catalunya (Spagna, creato nel 1998¹).

Sempre in questo contesto si è effettuata una breve ricognizione di due sistemi regionali tematici di tipo etnografico. Si tratta di una tipologia interessante perché è uno dei campi di maggiore frammentazione nella nostra regione e forse più interessato a operare in una logica di sistema. I due casi considerato sono:

- Itinerari Etnografici del Veneto
- Itinerari Etnografici del Trentino.

Le prime analisi e i primi colloqui (Graça Filipe per la Rede Portuguesa, Daniela Perco per l'Itinerario Veneto e Giovanni Kezich e Emanuel Renzetti per quello Trentino) suggeriscono che quasi mai il primo obiettivo (riduzione dei costi grazie alle economie di scala) costituisce un elemento decisivo per la messa in opera di sistemi e reti museali, anche se viene spesso dichiarato. Il caso inglese potrebbe costituire una eccezione, ma va studiato con maggiore attenzione, anche alla luce della sua recente nascita che non permette ancora neppure ai suoi promotori di avere un punto di vista chiaro in merito.

Il secondo motivo, innalzamento del profilo dei risultati, viene sempre dichiarato e costituisce sicuramente una motivazione reale per queste iniziative, anche se non esistono riscontri certi della sua fondatezza ossia del fatto che vengano effettivamente raggiunti migliori risultati.

Il terzo motivo, quasi mai dichiarato esplicitamente (salvo forse il caso delle Regioni italiane), è sempre presente ed è molto importante, spesso decisivo, nei paesi regionalistici. Più importante ancora della visibilità dell'ente sembrerebbe in questi casi essere quello della visibilità territoriale o meglio della affermazione dei caratteri di unitarietà e di identità locale di una certa area geografica.

Caratteristiche di Reti e Sistemi

Renaissance in the Regions. Creato sulla base di un provvedimento del 2001 ma tuttora in fase di sperimentazione, ha realizzato raggruppamenti di musei su base territoriale per ognuno dei quali ha individuato un capofila (lo Hub) cui vanno determinati finanziamenti, maggiori rispetto agli altri musei, purché offra determinati servizi anche agli altri e raggiunga determinati risultati come raggruppamento. Se non li raggiunge può perdere il ruolo di Hub. Ha come obiettivo principale la razionalizzazione economica, ma anche il raggiungimento di risultati migliori (ad esempio maggiore integrazione di determinate fasce sociali, maggiori visite scolastiche,...). E' un sistema territoriale, ossia composto da territori perfettamente distinti.

¹ Definito da una legge del 1990, è stato poi realizzato effettivamente con una serie di provvedimenti, l'ultimo dei quali (Decreto 85/1998, del 31 marzo), approva il regolamento del *Sistema territorial del Museu de la Ciència i de la Tècnica de Catalunya*, il più complesso e ambizioso dei tre sub-sistemi.

Rede Portuguesa de Museus. Creata nel 2001 sulla base di una legge nazionale del 2000, raggruppa 116 musei, statali e locali, pubblici e privati, di varie tipologie (ecomusei compresi). Dispone di un documento programmatico, creato da gruppi di lavoro interdisciplinari dei musei coordinati da una agenzia ministeriale (Istituto Portugues de Museus) e successivamente presentato e discusso in assemblee plenarie dei musei in cinque regioni del paese. Ha come obiettivo principale il superamento della frammentazione museale e della proliferazione di piccoli musei locali non professionali, la crescita del profilo delle singole istituzioni attraverso l'offerta di occasioni formative. E' un sistema unitario (né tematico né territoriale), tipico di un paese non grande e senza rilevanti problemi di identità territoriale.

Irish Museum Council. Creato con una legge del 1995 e operativo dal 1999, prevede due principali azioni, accreditamento e formazione professionale, con la finalità di accrescere il profilo degli aderenti. E' un sistema unitario (né tematico né territoriale), tipico di un paese non grande e senza rilevanti problemi di identità territoriale.

Sistema de Museus de Catalunya. Definito da una legge del 1990, è stato poi realizzato effettivamente con una serie di provvedimenti, l'ultimo dei quali (Decret 85/1998, del 31 marzo), approva il regolamento del *Sistema territorial del Museu de la Ciència i de la Tècnica de Catalunya*, il più complesso e ambizioso dei tre sub-sistemi. Si tratta di un sistema tematico articolato su tre temi: arte, archeologia e tecnica e storia sociale, i cui territori si intersecano fra loro. Ogni sub-sistema dispone di un museo capofila (definito museo nazionale) cui fanno riferimento due ulteriori tipologie di musei, in una scala gerarchica. Criticato anche da parte degli aderenti perché ritenuto troppo rigido e basato su una ripartizione tematica sorpassata, dimostra con evidenza l'intenzione di riaffermare l'unitarietà della Catalogna come "nazione" e di usare i musei in modo fortemente strumentale e funzionale a obiettivi politici.

Itinerari Etnografici del Veneto. Creato a seguito di una legge regionale del 1995, è costituito da cinque itinerari che raggruppano oltre 40 musei etnografici e oltre 100 siti. Viene documentato attraverso una sezione internet del sito regionale e opuscoli specifici. Non prevede azioni specifiche di miglioramento dei risultati dei singoli. All'interno di una rete di tipo tematico (etnografico) è organizzata su base territoriale.

Itinerari Etnografici del Trentino. Creato nel 2001 su iniziativa del Museo degli usi e Costumi delle Genti Trentine, ente funzionale della Provincia Autonoma di Trento, collega una trentina di località e di emergenze di tipo etnografico. L'adesione avviene in parte per iniziativa del Museo e in parte su richiesta locale, comunque vagliata dal Museo, dopo appositi sopralluoghi e studi di merito. Viene documentato con un giornale annuale e una sezione del sito internet del Museo. Non prevede azioni specifiche di miglioramento dei risultati dei singoli. All'interno di una rete di tipo tematico (etnografico) è organizzata su base unitaria (né tematica né territoriale).

Queste prime analisi sembrerebbero sottolineare l'interesse, per motivi diversi, soprattutto per le esperienze inglesi e portoghese.

Quest'ultima è interessante anche in ragione delle caratteristiche di frammentazione dei musei, prevalentemente realizzatasi nel decennio '80, soprattutto a opera di amministrazioni locali, in un paese di dimensioni comparabili, con una identità abbastanza definita ma senza conflitti con quelle vicine e dunque complessivamente con forti analogie con il caso piemontese.

Il caso inglese, benché molto ambizioso negli obiettivi e complesso nell'organizzazione e nella valutazione dei risultati, rappresenta però quello di nascita più recente e in qualche misura originale rispetto agli altri.

Presupposti di Reti e Sistemi

Sono almeno tre i presupposti necessari alla creazione e al funzionamento di organizzazioni di rete o di sistema:

- omogeneità degli aderenti entro limiti conosciuti;
- conoscenza dello stato dell'arte in divenire del sistema;
- regole di gestione del sistema.

Il primo requisito viene raggiunto sia con una indagine analitica preliminare molto capillare e approfondita (è il caso di Portogallo e Gran Bretagna per esempio) che sia in grado di dare conto della omogeneità degli aderenti potenziali, sia con la fissazione di criteri (standard) di inclusione.

Il secondo requisito richiede valutazioni in itinere e analisi dei risultati raggiunti. Senza questa condizione la rete o sistema rischia lo sfaldamento per la crescita della disomogeneità interna (divergenza) oppure l'inefficacia delle prestazioni offerte agli aderenti perché adeguate solo a una parte di essi.

Il terzo requisito richiede l'esistenza di un ente terzo, e riconosciuto come tale, sovra-ordinante e in grado di arbitrare e di gestire eventuali conflitti o di prendere decisioni nell'interesse collettivo. Alternativamente deve esistere un sistema di regole semplici e condivise.

7.4 ALCUNI INTERROGATIVI FINALI

Questa prima analisi, da completarsi nei prossimi mesi, ha comunque suggerito alcuni ulteriori interrogativi, verosimilmente utili anche ai fini di una riflessione in ambito regionale sulla questione dell'organizzazione sistemica dei musei. Questi suggeriscono anche alcuni possibili ulteriori percorsi di ricerca:

- i) L'obiettivo della visibilità sembra importante, ma chi dovrebbe diventare più visibile grazie all'organizzazione di rete-sistema: l'ente regolatore, i singoli aderenti, il valore del bene interessato, il territorio geografico interessato?
- ii) Esistono davvero economie di scala o comunque qualsiasi riorganizzazione sistemica implica un aumento di spesa?
- iii) Alcuni servizi collettivi, come, per esempio, l'offerta formativa, richiedono necessariamente una rete formale?
- iv) Quali risultati stanno raggiungendo queste iniziative? Vi sono infatti alcune reti che ricevono critiche rilevanti anche da chi ha attivamente partecipato alla loro progettazione, soprattutto perché ritenute troppo "leggere" in termini organizzativi e troppo costruite "dall'alto"; ugualmente, i sistemi tematici sembrano superati e contrastano fortemente con il concetto di "territorialità come dimensione autonoma dello sviluppo" sostenuta in sede comunitaria.

ALLEGATO 1**MUSEI, FORTI, RESIDENZE SABAUDE: IL SISTEMA DELLA CULTURA IN PIEMONTE**

1) È la prima volta che visita il museo, forte/residenza?

- Sì
 No

2) Quante volte ha visitato questo luogo nell'arco degli ultimi 12 mesi?

- Mai
 Da 1 a 3 volte
 Da 4 a 6 volte
 Oltre 6 volte

3) Ha visitato anche altri musei, forti o residenze?

- Sì
 No

4) Se ha risposto sì alla precedente domanda quali, fra i seguenti, ha visitato nell'arco degli ultimi 12 mesi?

- | | | |
|--|--|--|
| <input type="checkbox"/> Armeria Reale | <input type="checkbox"/> Galleria Sabauda | <input type="checkbox"/> Museo del Risorgimento |
| <input type="checkbox"/> Biblioteca Reale | <input type="checkbox"/> GAM | <input type="checkbox"/> Museo della Montagna |
| <input type="checkbox"/> Borgo Medievale | <input type="checkbox"/> Museo Pietro Micca | <input type="checkbox"/> Museo dell'automobile |
| <input type="checkbox"/> Castello di Rivoli | <input type="checkbox"/> Museo della Sindone | <input type="checkbox"/> Museo di Scienze Naturali |
| <input type="checkbox"/> Fondazione Accorsi | <input type="checkbox"/> Museo di Antichità | <input type="checkbox"/> Palazzo Cavour |
| <input type="checkbox"/> Fondazione Fotografia | <input type="checkbox"/> Museo Egizio | <input type="checkbox"/> Palazzo Barolo |
| <input type="checkbox"/> Fondazione Teatro Regio | <input type="checkbox"/> Museo del Cinema | <input type="checkbox"/> Pinacoteca Albertina |
| <input type="checkbox"/> Palazzo Bricherasio | <input type="checkbox"/> Orto botanico | <input type="checkbox"/> Pinacoteca Agnelli |
| <input type="checkbox"/> Exilles | <input type="checkbox"/> Mastio della Cittadella | <input type="checkbox"/> Cittadella di Alessandria |
| <input type="checkbox"/> Finestrelle | <input type="checkbox"/> Museo di artiglieria | <input type="checkbox"/> Altro |
| <input type="checkbox"/> Reggia di Venaria Reale | <input type="checkbox"/> Racconigi | <input type="checkbox"/> Palazzo Reale |
| <input type="checkbox"/> Stupinigi | <input type="checkbox"/> Agliè | <input type="checkbox"/> Altro |
| <input type="checkbox"/> Palazzo Madama | <input type="checkbox"/> Castello di Moncalieri | |

5) Ha intenzione di visitarne altri nell'arco del 2004?

- Sì
 No

6) Qual è il Suo grado di soddisfazione per le informazioni ricevute nel corso della visita?

- Molto buono
 Abbastanza buono
 Sufficiente
 Negativo

7) Se fosse possibile avere a disposizione un esperto che Le raccontasse la storia del territorio in cui vive, quale prezzo sarebbe disposto a pagare?

- 2 €
 da 2 a 5 €
 Più di 5 €
 Altro (specificare)

8) In questa area o nelle immediate vicinanze quali servizi, fra i seguenti, ha utilizzato?

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Bar | <input type="checkbox"/> Parcheggio auto |
| <input type="checkbox"/> Ristorante | <input type="checkbox"/> Pro loco |
| <input type="checkbox"/> Negozi di prodotti locali | <input type="checkbox"/> Musei locali |
| <input type="checkbox"/> Albergo | <input type="checkbox"/> Altro |

9) Può indicare, approssimativamente, quanto ha speso e presso quale servizio?

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Bar | <input type="checkbox"/> Parcheggio auto |
| <input type="checkbox"/> Ristorante | <input type="checkbox"/> Pro loco |
| <input type="checkbox"/> Negozi di prodotti locali | <input type="checkbox"/> Musei locali |
| <input type="checkbox"/> Albergo | <input type="checkbox"/> Altro |

10) Qual è il Suo grado di soddisfazione per la segnaletica e le informazioni esterne?

- buono
 Abbastanza buono
 Sufficiente
 Negativo

11) La Sua visita al museo/forte/residenza è parte di un itinerario più ampio?

- Sì, di più giorni
 Sì, limitato ad oggi
 No

Anno di nascita 19....

Professione

- | | |
|---|--------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Operaio | <input type="checkbox"/> Casalinga |
| <input type="checkbox"/> Commerciante-artigiano | <input type="checkbox"/> Disoccupato |
| <input type="checkbox"/> Impiegato | <input type="checkbox"/> Pensionato |
| <input type="checkbox"/> Dirigente | <input type="checkbox"/> Studente |
| <input type="checkbox"/> Imprenditore | <input type="checkbox"/> Altro |

Titolo di studio

- Laurea
 Diploma scuola media superiore
 Scuola dell'obbligo

Comune e Provincia di provenienza

..... (.....)

Sesso M F

Giorno dell'intervista

.....

Sede dell'intervista

.....

Nome dell'intervistatore

.....

ALLEGATO 2 OMNIBUS

1) Secondo Lei, quali elementi e in che misura sono associabili al concetto di “patrimonio culturale”?

	Molto	Poco	Nulla
Castelli	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Chiese	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Palazzi storici	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Monumenti	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Cimiteri	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Parchi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Giardini	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Case tipiche	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Centri storici	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Fiumi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Canali e terre d'acqua	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Flora	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Fauna	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Linguaggio – dialetto locale	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Siti archeologici	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Oggetti e collezioni d'arte	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Paesaggio alpino	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Paesaggio collinare	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Paesaggio lacustre	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Artigianato d'arte	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Produzioni tipiche dell'enogastronomia	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Design industriale (auto, telefonia, tessile, ecc.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

2) In che misura ritiene di poter condividere le seguenti affermazioni?

	Molto	Abbastanza	Niente
La valorizzazione del patrimonio culturale, attraverso opportune attività, può portare a benefici collettivi anche di carattere economico prevalentemente attraverso lo sviluppo del turismo culturale	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Il patrimonio culturale costituisce un capitale sociale in grado, se opportunamente valorizzato, di contribuire ad una maggiore coesione della società e del senso d'identità locale, generando effetti positivi sotto diversi profili, non solamente economici.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Il patrimonio culturale costituisce un'opportunità di svago e una risorsa per il tempo libero, contribuisce all'arricchimento culturale dei cittadini e favorisce lo sviluppo del turismo culturale	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

3) Quante volte, nell'arco degli ultimi 12 mesi, si è recato nei seguenti luoghi?

	Mai	Da 1 a 3	Più di 3
Mostre e musei	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Castelli e fortificazioni	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Residenze Sabaude	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Parchi e giardini	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Archivi e biblioteche	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Chiese storiche e patrimonio ecclesiastico	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

4) Se fosse possibile avere a disposizione una guida professionale che Le raccontasse la storia del territorio in cui vive, quale prezzo sarebbe disposto a pagare?

- 2 € Più di 5 €
 da 2 a 5 € Altro (specificare)

5) È a conoscenza della politica di recupero e conservazione del patrimonio culturale da parte della Regione?

- Sì, ma vorrei saperne di più
 No
 Abbastanza

6) È a conoscenza dei seguenti cantieri per il restauro e la conservazione?

	Nulla	Ne ho sentito parlare	Molto
Reggia della Venaria Reale	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
La Mandria	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Villa della Regina	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Stupinigi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Castello Ducale di Agliè	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Castello di Rivoli	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Palazzo Reale	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Armeria Reale	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Galleria Sabauda	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Castello di Racconigi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Castello di Moncalieri	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Palazzo Madama	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Reggia di Valcasotto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Forte di Exilles	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Forte di Fenestrelle	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Anno di nascita 19....

Sesso M F

Titolo di studio

- Laurea
 Diploma scuola media superiore
 Scuola dell'obbligo

Comune di residenza