

## 'Il museo diventa impresa' di Maurizio Vanni, quando carmina dant panem

LINK: <https://www.articolo21.org/2018/12/il-museo-diventa-impresa-di-maurizio-vanni-quando-carmina-dant-panem/>



'Il museo diventa impresa' di Maurizio Vanni, quando carmina dant panem Libridine 4 dicembre 2018 di: Bruna Alasia Se nei riguardi della cultura Francesco Petrarca poteva sintetizzare nel Canzoniere 'Povera e nuda vai, Filosofia - dice la turba al vil guadagno intesa' alle soglie del terzo millennio, nei paesi cosiddetti sviluppati, qualcosa sembra essere cambiato anche negli strati più popolari. Lo storico dell'Arte, docente universitario, direttore del Lucca Center of Contemporary Art, Maurizio Vanni ha da poco pubblicato con Celid 'Il museo diventa impresa. Il marketing museale per il break even di un luogo da vivere quotidianamente' nel quale, tra l'altro, afferma: : 'L'industria culturale è in costante espansione e sta entrando sempre più nella quotidianità delle persone. Musei, teatri, concert hall e fondazioni culturali stanno incrementando le loro funzioni, stanno perfezionando il loro posizionamento nei mercati di riferimento e stanno prendendo sempre più dimestichezza con il pubblico generico. L'industria dei prodotti, al contrario, è in piena crisi perché non riesce ad adattarsi ai cambiamenti sociali, antropologici ed economici della civiltà globalizzata e perché sono cambiati i desideri delle persone che sono passate dal bisogno di possesso (Che cosa vorrei possedere che ancora non ho?) alla necessità di momenti più veri e profondi (Quali esperienze posso sperimentare che ancora non ho vissuto?) '. Maurizio Vanni precisa: 'L'approccio manageriale è indispensabile per elevare la qualità dei servizi e dell'offerta culturale, per rispondere in modo più appropriato alle esigenze e ai desideri del pubblico, ma anche per reagire a una restrizione economica che fa confluire sempre meno denaro pubblico nelle sue casse'. 'Il museo diventa impresa', preziosissimo per gli addetti ai lavori ma di facile lettura, chiarisce come l'idea di museo non possa più essere considerata quale mero contenitore di beni storico-artistici, ma istituzione didattica capace di coinvolgere un pubblico sempre più ampio e diverso. Analizza le strategie che tengono in conto l'equità sociale e il suo valore produttivo, adottando ciò che genericamente è definito 'marketing' esperienziale, che non si propone cioè come metodo scientifico, ma nasce di volta in volta dall'esperienza diretta. Vanni descrive le nuove funzioni del museo attraverso parole chiave quali divertimento, socializzazione, divulgazione, approccio interdisciplinare, indicando le strategie adattabili ai bisogni di una platea sempre più vasta . Tenendo presente che il 'break even' del sottotitolo è il pareggio tra entrate e uscite dell'investimento , il libro è una sorta di dettagliato, puntuale, esaustivo vademecum per il potenziamento economico del tempio dell'arte e della memoria. Completo di questionari di gradimento rivolti agli utenti, l'autore mostra come il museo possa spingersi oltre la funzione di luogo di conservazione, rafforzando il suo orientamento sociale, quello di tesoriere ed dispensatore del benessere collettivo, corpo vivo in continua trasformazione. Secondo Vanni non esistono modelli standard applicabili, ma è importante comprendere il meccanismo che anima l'evoluzione in positivo della struttura. La

visione teorica dell'autore è altresì supportata da un'analisi accurata di casi e risultati concreti. A tal fine il volume si avvale dei contributi di esperti di ambiti specifici, e degli interventi dell'ex Ministro dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca Stefania Giannini, del Responsabile del Polo Museale e dei Musei Scientifici di Milano Domenico Piraina e dell'avvocato, scrittore, specialista in comunicazione d'impresa e pubblicità **Riccardo Rossotto**. Maurizio Vanni rileva inoltre come il dover conseguire risultati economici non significa far venire meno gli obiettivi fondamentali del Museo, quelli cioè della crescita intellettuale, culturale e sociale. Il museo si conferma dunque come strumento educativo fondamentale adattandosi al nuovo. "Il museo diventa impresa" - di Maurizio Vanni Cedit editore Pag. 229 Euro 18

## Cedit editore. "Il museo diventa impresa" di Maurizio Vanni: per uno

...

LINK: <http://www.dazebaonews.it/cultura/49465-credit-editore-il-museo-diventa-impresa-di-maurizio-vanni-per-uno-sviluppo-sostenibile-della-cultura-...>

Cedit editore. "Il museo diventa impresa" di Maurizio Vanni: per uno sviluppo sostenibile della cultura. Recensione Martedì, 04 Dicembre 2018 13:16 Cedit editore. "Il museo diventa impresa" di Maurizio Vanni: per uno sviluppo sostenibile della cultura. Recensione Scritto da Bruna Alasia Sappiamo come quello culturale spesso non sia stato considerato investimento anche economico e relegato tra i lussi di cui la società si nutre, solo negli ultimi tempi diventa sempre più chiaro come la civiltà progredisca di pari passo con la sua crescita e come lo sviluppo della creatività sia un antidoto alla distruttività umana. Se Francesco Petrarca poteva scrivere nel Canzoniere "Povera e nuda vai, Filosofia - dice la turba al vil guadagno intesa" alle soglie del terzo millennio, nei paesi cosiddetti sviluppati, qualcosa sembra essere cambiato anche negli strati più popolari. Lo storico dell'Arte, docente universitario, direttore del Lucca Center of Contemporary Art, Maurizio Vanni ha da pocopubblicato con Celid "Il museo diventa impresa. Il marketing museale per il break even di un luogo da vivere quotidianamente" nel quale, tra l'altro, afferma: : "L'industria culturale è in costante espansione e sta entrando sempre più nella quotidianità delle persone. Musei, teatri, concert hall e fondazioni culturali stanno incrementando le loro funzioni, stanno perfezionando il loro posizionamento nei mercati di riferimento e stanno prendendo sempre più dimestichezza con il pubblico generico. L'industria dei prodotti, al contrario, è in piena crisi perché non riesce ad adattarsi ai cambiamenti sociali, antropologici ed economici della civiltà globalizzata e perché sono cambiati i desideri delle persone che sono passate dal bisogno di possesso (Che cosa vorrei possedere che ancora non ho?) alla necessità di momenti più veri e profondi (Quali esperienze posso sperimentare che ancora non ho vissuto?) ". Chiarito che il "break even" del sottotitolo del saggio di Vanni è il pareggio tra entrate e uscite di un'impresa, l'autore precisa: "L'approccio manageriale è indispensabile per elevare la qualità dei servizi e dell'offerta culturale, per rispondere in modo più appropriato alle esigenze e ai desideri del pubblico, ma anche per reagire a una restrizione economica che fa confluire sempre meno denaro pubblico nelle sue casse". "Il museo diventa impresa", preziosissimo per gli addetti ai lavori ma di facile lettura, chiarisce come l'idea di museo non possa più essere considerata quale mero contenitore di beni storico-artistici, ma istituzione didattica capace di coinvolgere un pubblico sempre più ampio e diverso. Analizza le strategie che tengono in conto l'equità sociale e il suo valore produttivo, adottando ciò che genericamente è definito "marketing" esperienziale, che non si propone cioè come metodo scientifico, ma nasce di volta in volta dall'esperienza diretta. Vanni descrive le nuove funzioni del museo attraverso parole chiavi quali divertimento, socializzazione, divulgazione, approccio interdisciplinare, indicando le strategie adattabili ai bisogni di una platea sempre più vasta. "Il museo diventa impresa" è una sorta di dettagliato, puntuale, esaustivo vademecum, completo di questionari di gradimento rivolti agli utenti, nel quale l'autore mostra come il museo possa spingersi oltre la funzione di luogo di conservazione, rafforzando il suo orientamento sociale, quello di tesoriere e dispensatore del benessere collettivo, corpo vivo in continua trasformazione. Secondo Vanni non esistono modelli standard applicabili, ma è importante comprendere il meccanismo che anima l'evoluzione in positivo di questa struttura. La visione teorica dell'autore è altresì supportata da un'analisi accurata di casi e risultati concreti. A tal fine il volume si avvale dei contributi di esperti di ambiti specifici, e degli interventi dell'ex Ministro dell'Istruzione, dell'Università e

della Ricerca Stefania Giannini, del Responsabile del PoloMuseale e dei Musei Scientifici di Milano Domenico Piraina e dell'avvocato, scrittore, specialista in comunicazione d'impresa e pubblicità **Riccardo Rossotto**. Maurizio Vanni rileva inoltre come il dover conseguire risultati economici non significa far venire meno gli obiettivi fondamentali del Museo, quelli cioè della crescita intellettuale, culturale e sociale. Il museo si conferma dunque come strumento educativo fondamentale adattandosi al nuovo. Maurizio Vanni

## "Il museo diventa impresa" di Maurizio Vanni. Recensione

LINK: <http://www.artemagazine.it/attualita/item/8197-il-museo-diventa-impresa-di-maurizio-vanni-recensione>

Lunedì, 03 Dicembre 2018 17:08 "Il museo diventa impresa" di Maurizio Vanni. Recensione  
Commenta per primo! Il volume, edito da Celid, risulta preziosissimo per gli addetti ai lavori ma anche di facile lettura, chiarisce come il museo non possa più essere considerato un mero contenitore di beni storico-artistici, ma un'istituzione didattica capace di coinvolgere un pubblico sempre più ampio e diverso ROMA - Lo storico dell'Arte, docente universitario, direttore del Lucca Center of Contemporary Art, Maurizio Vanni ha da poco pubblicato con Celid "Il museo diventa impresa. Il marketing museale per il break even di un luogo da vivere quotidianamente". Il break even è il pareggio tra entrate e uscite di un'impresa. Sappiamo come quella culturale spesso sia stata relegata tra gli optional di cui la società si nutre, solo negli ultimi tempi è divenuto sempre più chiaro come la civiltà progredisca con la sua crescita. Senza contare l'inestimabile guadagno spirituale sinonimo di pace, il manuale di Maurizio Vanni dimostra che questa ricchezza può essere monetizzata e contraddice il detto "carmina non dant panem". Maurizio Vanni in "Il museo diventa impresa", preziosissimo per gli addetti ai lavori ma anche di facile lettura, chiarisce come il museo non possa più essere considerato un mero contenitore di beni storico-artistici, ma un'istituzione didattica capace di coinvolgere un pubblico sempre più ampio e diverso. Analizza le strategie che tengono in conto l'equità sociale e il suo valore produttivo, adottando ciò che genericamente è definito "marketing" esperienziale, che non si propone cioè come metodo scientifico, ma nasce di volta in volta dall'esperienza diretta. Scrive Maurizio Vanni: "L'approccio manageriale è indispensabile per elevare la qualità dei servizi e dell'offerta culturale, per rispondere in modo più appropriato alle esigenze e ai desideri del pubblico, ma anche per reagire a una restrizione economica che fa confluire sempre meno denaro pubblico nelle sue casse". Vanni descrive le nuove funzioni del museo attraverso parole chiave quali divertimento, socializzazione, divulgazione, approccio interdisciplinare, indicando le strategie adattabili ai bisogni di una platea sempre più vasta. "Il museo diventa impresa" è una sorta di dettagliato, puntuale, esaustivo vademecum, completo di questionari di gradimento rivolti agli utenti, nel quale l'autore mostra come il museo possa spingersi oltre la funzione di luogo di conservazione, rafforzando il suo orientamento sociale, quello di tesoriere e dispensatore del benessere collettivo, corpo vivo in continua trasformazione. Secondo Vanni non esistono modelli standard applicabili, ma è importante comprendere il meccanismo che anima l'evoluzione in positivo di questa struttura. A tal fine il volume si avvale dei contributi di esperti di ambiti specifici, nonché degli interventi dell'ex Ministro dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca Stefania Giannini, del Responsabile del Polo Museale e dei Musei Scientifici di Milano Domenico Piraina e dell'avvocato, scrittore, specialista in comunicazione d'impresa e pubblicità **Riccardo Rossotto**. Maurizio Vanni rileva inoltre come il dover conseguire risultati economici non significa far venire meno gli obiettivi fondamentali del Museo, quelli cioè della crescita intellettuale, culturale e sociale. Il museo si conferma come strumento educativo fondamentale adattandosi al nuovo. La visione teorica dell'autore è altresì supportata da un'analisi accurata di casi e risultati concreti. Anzi leggendo il testo sorge spontanea la sensazione che nel potenziamento di un'offerta sempre più efficiente e allargata si celi una delle risposte ai bisogni di un'epoca attraversata da disagio non solo economico. Scrive, infatti, l'autore: "L'industria culturale è in costante espansione e sta entrando sempre più nella quotidianità delle persone. Musei, teatri, concert hall e fondazioni culturali stanno incrementando le loro funzioni, stanno perfezionando

il loro posizionamento nei mercati di riferimento e stanno prendendo sempre più dimestichezza con il pubblico generico. L'industria dei prodotti, al contrario, è in piena crisi perché non riesce ad adattarsi ai cambiamenti sociali, antropologici ed economici della civiltà globalizzata e perché sono cambiati i desideri delle persone che sono passate dal bisogno di possesso (Che cosa vorrei possedere che ancora non ho?) alla necessità di momenti più veri e profondi (Quali esperienze posso sperimentare che ancora non ho vissuto)". Maurizio Vanni