

Presentazione del libro di Maurizio Vanni ?il museo diventa impresa?

LINK: <https://www.maremmaNews.it/index.php/cultura-spettacolo/55510-presentazione-del-libro-di-maurizio-vanni-il-museo-diventa-impresa>



Presentazione del libro di Maurizio Vanni 'il museo diventa impresa' Stampa Email IT news " Il marketing museale per il break even di un luogo da vivere quotidianamente". Follonica: Giovedì 26 luglio, alle ore 21.30 alla Pinacoteca civica, si svolgerà la presentazione del libro del noto storico dell'arte, museologo e specialista di marketing museale, il follonichese Maurizio Vanni. Oltre a Maurizio Vanni, interverrà Carmine Marinucci, Segretario Generale Digital Cultural Heritage School. Storico dell'arte, museologo, specialista in marketing museale, marketing non convenzionale e advanced marketing, nonché docente universitario e curatore di eventi in Italia all'estero, direttore generale del Lu.C.C.A.- Lucca Center of Contemporary Art e presidente&CEO di MVIVA, Maurizio Vanni spiega in questo manuale come il museo non possa più essere considerato solo un contenitore per beni culturali di alto interesse storico-artistico, ma un'istituzione didattica che deve rispondere alle nuove esigenze di pubblici sempre più ampi e diversificati. La struttura museale deve aprirsi a nuove strategie di coinvolgimento, a inedite modalità di interazione e a offerte culturali sempre più orientate alla fidelizzazione. "Il museo, specchio della società contemporanea - approfondisce Vanni - sta attraversando una profonda metamorfosi nella ricerca delle modalità con cui raggiungere i propri obiettivi, svolgere le proprie funzioni e offrire servizi utili a una collettività sempre più numerosa, esigente ed informata. Oltre alle tradizionali funzioni istituzionali - incremento ed esposizione delle collezioni permanenti, conservazione, archiviazione, ricerca scientifica e pubblicazioni, restauro, progetti museografici, progetti didattici e collaborazioni culturali con altri paesi e istituzioni -, il museo contemporaneo guarda la società, ammicca a tutti target, va a braccetto con il marketing e l'economia e inserisce il benessere emotivo del visitatore tra le sue mission principali". Il divertimento, la socializzazione, l'interazione con i diversi mondi della conoscenza, la divulgazione delle collezioni con un approccio interdisciplinare e l'auto-finanziamento diventano quindi elementi imprescindibili. Il museo diventa impresa entrando nel mercato delle aziende private, dei territori e del tempo libero delle persone. A sostegno di queste tesi l'autore porta la propria esperienza diretta, con numerosi esempi pratici sia nel campo della direzione museale che in casi di successo di altri settori, anche nel confronto con quanto avviene nel mondo. 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**.