

AZIONE 25. MUSEO DELLA SETA - La seta per tutti

1	REFERENTE OPERATIVO (indicare mail e mobile)	Ester Geraci ester.geraci@museosetacomo.com	DATA COMPILAZIONE	14/09/2019	
DENOMINAZIONE E LOCALIZZAZIONE COMUNE					
2	BENI MATERIALI	DENOMINAZIONE	3	BENI IMMATERIALI	DENOMINAZIONE
2a	MUSEO E/O RACCOLTA	Museo didattico della Seta di Como	3b	ITINERARIO TEMATICO	Memoria storica della cultura economica del settore serico nel territorio comasco
4	PROFILO BENE		DESCRIZIONE		
4a	UBICAZIONE - Indirizzo		Via Castelnuovo, 9 – Como - Area Scuola di Setificio, Università, Tessile di Como		
4b	DESCRIZIONE - Tipologia collezione, mission, vision, finalità e obiettivi, storia		<p>L'idea di creare a Como un Museo dedicato al ciclo completo di lavorazione della seta prende le fila a partire dal 1990 sulle sponde del torrente Cosia: lungo i suoi fianchi si sono insediati numerosi opifici tessili già tra la fine dell'Ottocento e la prima metà del secolo breve. La scelta del luogo non è casuale: fin dalla fine del XIX secolo il luogo viene destinato alla tintoria dei tessuti mentre oggi è sede di istituti di ricerca e di didattica del tessile.</p> <p>La memoria della Tintoria Pessina fa anch'essa parte del percorso territoriale perché ha contribuito a creare la struttura industriale e la relativa società operaia di un'intera comunità, ma anche perché da essa, una volta chiusi per l'ultima volta i portoni della produzione, è nata l'idea di conservare i vecchi macchinari industriali obsoleti per dare vita a un primogenito luogo "della memoria": il Museo della Seta. La genesi del Museo è quindi industriale e si basa direttamente sul recupero della filiera mercantile produttiva. La caratteristica fondamentale che contraddistingue il Museo della Seta di Como è la presenza dell'intera filiera di produzione: ogni sala rappresenta e contiene, perciò, una fase di lavorazione. Si parte da una prima sezione composta da sette sale, dedicate alla creazione del filo di seta greggio, alla torcitura, alla tessitura, al controllo qualità e alla preparazione del colore, per poi passare a una seconda sezione in cui si presentano invece tintura, stampa e finissaggio.</p> <p>L'intera filiera della seta è raccontata attraverso macchine, strumenti e attrezzi rigorosamente originali che, dismessa la loro funzione produttiva, sono entrati in Museo. Si tratta di beni originali che hanno, in prima persona, rappresentato quel periodo a cavallo di due secoli in cui l'industria serica comasca si è consolidata ed è cresciuta, andando a occupare uno spazio non solo in termini produttivi ma, anche, storici e culturali. Macchinari che hanno visto sapienti mani produrre ma che testimoniano anche l'asprezza della prossimità del lavoro industriale, ingegno della cultura ingegneristica analogica, tuttavia soggetto di una scarsità di regolamentazione sulla sicurezza, prezzo purtroppo comune a tutta l'industria manifatturiera recente.</p> <p>Al Museo spetta l'importante compito di sviluppare il proprio ruolo educativo, richiamando un ampio pubblico proveniente dalla comunità e dal territorio. L'interazione con la comunità e la promozione del suo patrimonio sono parte integrante della funzione educativa e didattica del Museo.</p> <p>Un aspetto strategico per il Museo è la capacità di dialogare con la città e con il pubblico di visitatori che lo caratterizzano.</p> <p>Oggi l'andamento delle visite segue una curva ascendente e costante: negli ultimi cinque anni il monitoraggio rivela un incremento progressivo di circa mille unità in più per ogni stagione complessiva di apertura: dai 5.825 visitatori del 2014 ai 7.272 del 2017 e ben 11.272 nel 2018. I primi mesi del 2019 (dati di settembre) rilevano un ulteriore incremento sull'anno precedente del 5% con una proiezione finale che porta la struttura a superare di slancio i complessivi 12.000 visitatori entro la fine dell'anno solare. La crescita regolare è frutto anche del lavoro di cura dell'immagine del Museo sul territorio, grazie ai mezzi convenzionali di promozione e a quelli <i>on line</i>, che oggi il Museo continua a sperimentare in modo deciso. Questi sono i canali che maggiormente intercettano l'attenzione di un pubblico in prevalenza turistico.</p>		
4c	CANALI DI COMUNICAZIONE - Web, strumenti cartacei, pubblicizzazioni		Sito web con Newsletter, Depliant con breve descrizione in 8 lingue, Social facebook e Instagram, altro		
4d	ATTIVITA' DI CRM - Descrivere strumenti per la gestione di mailing list e/o contatti di altra natura		Indirizzario di posta elettronica per invio comunicazioni, Newsletter periodica, Social facebook e Instagram		
5	MODELLO GESTIONALE		DESCRIZIONE		
5a	PERSONALITÀ GIURIDICA GESTORE - Pubblica, privata o mista		Associazione privata giuridicamente riconosciuta		
5b	GOVERNANCE - Organi di governo del bene		Consiglio direttivo eletto dall'Assemblea ordinaria dei Soci ogni triennio		
5c	FONTI DI FINANZIAMENTO - Tipologia delle entrate		Quote associative, biglietteria, gift shop, Bandi da enti pubblici e privati, sponsor		
5d	STRUTTURA ORGANIZZATIVA- Soci, personale, volontari		Soci, Consiglieri, Revisori e Tesoriere, personale dipendente, volontari, tirocinanti, stagisti, volontari di Servizio Civile		
5e	NATURA DELLE ATTIVITA' - Gratuite o a pagamento, miste		Miste		
5f	SINERGIE - Collaborazioni con soggetti del territorio		Molte collaborazioni in essere attraverso la rete di partner che da anni il Museo si è costruito: Scuola di Setificio, Teatro Sociale, Politecnico di Milano e Fondazione Politecnico, Università degli studi dell'Insubria, Università Cattolica del Sacro Cuore, Fai, Fondazione Ratti, Villa Carlotta, Museo Villa Bernasconi, Max Museo (Chiasso), Triennale di Milano		
5g	SPONSOR - Soggetti che supportano la valorizzazione del bene		Sponsor tecnico: Sicuritalia		
5h	SOSTENIBILITÀ DI GESTIONE - Descrivere i dati di bilancio del 2018 e criticità di gestione		<p>Criticità di gestione:</p> <ul style="list-style-type: none"> - È largamente sottodimensionata la presenza di visitatori comaschi e del territorio; i comaschi che hanno visitato il Museo ne hanno una fruizione <i>one shot</i>: il Museo offre pretesti per stimolare chi viene una volta a tornare ma non sempre il ritorno avviene compiutamente; - È ancora scarsa la presenza del pubblico adolescente e giovane, questo benché la struttura sia ubicata in un polo che ospita diverse scuole superiori e sedi universitarie; 		

		<ul style="list-style-type: none"> - Il Museo si colloca in un territorio ricco dal punto di vista dell'associazionismo e della vita culturale, ma è ancora poco collegato ad altri soggetti ed enti. Questo è vero se si tiene per riferimento la città di Como, ma è ancora più vero se si pensa a Milano che rappresenta un collegamento naturale per un Museo che si occupa di tessuti e moda, che a oggi non vede alcun collegamento attivo. - La sede del Museo non è adeguata, gli spazi non sono progettati ma semplicemente ricavati da un'area prevista come magazzino.
5i	POTENZIALE INESPRESSO - Descrivere quali strategie allo studio per migliorare l'attrattività del bene	Il Museo si trova oggi in un momento assolutamente fertile e proficuo della sua vita, ricco di potenzialità, creatività e competenze. È in questa ottica che esso amplia la sua progettualità con un ombrello di iniziative conservative e documentaristiche per garantire una maggiore fruizione da parte di nuovi pubblici e per consolidare quelli esistenti. La possibilità di fruire di opportunità culturali è indicata dalla ricerca sociale come <i>driver</i> dell'integrazione sociale. Proseguono l'offerta costante di mostre e eventi che arricchiscono l'offerta del Museo rendendola sempre varia e coinvolgente e l'applicazione di nuove tecnologie digitali che offrono diversi modi di fruire del Museo e viverne il racconto. È inoltre allo studio la possibilità di applicare la realtà aumentata in museo arricchita dal linguaggio " <i>descrivendo</i> " che la rende utilizzabile anche dagli ipovedenti.
6	FRUIBILITA' DEL BENE	DESCRIZIONE
6a	PERIODO DI APERTURA - <i>Stagionale, annuale, saltuaria...</i>	Annuale
6b	GIORNI DI APERTURA - <i>indicare i giorni totali su anno solare</i>	350 giorni da martedì a domenica
6c	PREZZO D'INGRESSO - <i>costo dei biglietti/eventuali convenzioni/incasso medio annuo</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Intero singolo: € 10,00 - Ridotto per gruppi € 7,00 a persona. - Ridotto gruppi scolastici € 4,00 a persona - Studenti singoli con tesserino e Under 18: € 4,00 a persona - Singoli Over 65: € 7,00 - Biglietto famiglia: genitore: € 7,00 figlio fino ai 18 anni: € 3,50 Convenzioni TCI – TOURING CLUB ITALIANO, AICT, FAI, FELTRINELLI, UNICREDITO, ABBONAMENTO MUSEI LOMBARDIA, BENNET Incasso Medio annuo (2017/2018): € 50.421,00
6d	NUMERO VISITATORI - Descrivere il trend del triennio 2016-18	Il Museo della Seta ha registrato nel triennio 2016-2018 un netto trend di crescita passando da 7210 visitatori (2016) a 11272 (2018)
6e	TARGET FRUITORI DEL BENE - %: bimbi (fino a 12 anni), adolescenti (fino a 18 anni), giovani (fino a 35 anni), adulti (fino a 65 anni), anziani (copra i 65 anni)	10% bimbi, 15% adolescenti, 20% giovani, 30% adulti, 25 % anziani
6f	PROVENIENZA VISITATORI - Indicare origine-destinazione	Italia, Europa, Usa, America latina, Russia, Cina, Giappone, Australia
6g	EVENTI PROPOSTI - Numero mostre/eventi temporanei (media annuale)	3 Mostre, 25 eventi
6h	GRADO DI RAGGIUNGIBILITA' - Facilità collegamenti viari (indicare linee di TPL e scorrevolezza strade)	Trenord Fermata Como Borghi, Bus ASF 7, direttrice Como Lecco
6i	GRADO DI NOTORIETA' - Descrivere esito indagini di customer se esistenti e se previste come nuove azioni	Esiti riferiscono una buona notorietà nonostante la collocazione fuori dal centro storico

La seta per tutti

ANALISI DEL CONTESTO E OBIETTIVI CHE SI VOGLIONO RAGGIUNGERE (max 1.000 battute)

Nel 2017, secondo i più recenti dati ISTAT, il numero di visitatori nei musei è salito di oltre un milione rispetto al 2015. Un incremento che testimonia il ruolo di primo piano che le istituzioni culturali, private e pubbliche, stanno andando a ricoprire, favorite da amministrazioni e politiche buone e coraggiose. Grande e costante è lo sforzo da parte degli enti della cultura per mantenere e rafforzare il ruolo primario e di riferimento all'interno dei territori in cui operano: un continuo aggiornarsi, reinventarsi, adeguarsi, trovare nuove forme e modi per trasmettere contenuti. Le statistiche dimostrano che il Museo della Seta di Como, museo più visitato nel 2018 sul territorio comasco, sta riuscendo nell'impresa. Rimane però sempre alta la necessità di mutare e cambiare pelle, proprio come fanno i bachi da seta, per poter essere ogni giorno di più non museo di passaggio ma museo di riferimento, per il turismo nazionale, internazionale e, soprattutto, per la popolazione locale.

DESCRIZIONE DEL PROGETTO (max. 3.000 battute)

La seta, per oltre un secolo e mezzo, ha tessuto l'identità del territorio, entrando nell'apparato scheletrico dell'intera città e determinandone il presente e il destino su più livelli: sociale, economico, urbanistico, culturale. È missione del nostro Museo conservare la memoria, diffonderla e trovare sempre nuovi mezzi per contribuire a dare alla nostra Città e al territorio tutto il lustro faticosamente guadagnato nei secoli addietro, grazie al prezioso lavoro di tutto un apparato gestionale e operativo cittadino, provinciale, regionale e nazionale.

Nel suo *L'Architettura dei Musei (2011)*, Alessandra Criconia individua quattro visitatori-tipo, frequentatori dei musei:

- Il pesce, che si muove rapidamente al centro delle sale, eseguendo una visita rapida;
- La farfalla, che fa una visita oscillando con continui cambi di direzione;
- La cavalletta, che seleziona e presta attenzione solo ad alcuni oggetti;
- La formica, che segue rigorosamente il percorso indicato, soffermandosi a lungo sugli elementi esposti.

Il visitatore del Museo della Seta di Como, dopo un'attenta analisi riferita ad alcuni mesi, è sicuramente del tipo formica: permane all'interno del museo per oltre un'ora, spesso due, a volte addirittura tre. Questo anche per via dei nuovi contenuti al museo: installazioni interattive, video storici e documentari, percorsi sensoriali. Spende molto tempo, in particolare, nella lettura del libro-guida che viene fornito all'inizio della visita, inerente l'intero percorso museale. Proprio sulla base di queste informazioni nasce l'idea del progetto *La Seta per tutti*: per rendere più agevole e confortevole il Museo non solo per chi lo vive ma anche per le realtà del territorio – gli Enti e le Istituzioni culturali - che possono trovarvi spazi adeguati per iniziative condivise. Prese in considerazione le varie tipologie e le diverse fasce di età, le possibili esigenze di partner, si è deciso di progettare ed attuare degli interventi mirati affinché il Museo della Seta di Como sia sempre più un *museo per tutti*, con tutti gli elementi necessari ad accogliere tutti i pubblici in maniera correttamente adeguata.

INNOVAZIONE PER LA FRUIZIONE DELL'EVENTO O BENE CULTURALE (se presente descrivere nell'apposita voce)

Potenziamento dell'attrattività turistica (indicare le azioni specifiche)	<p>Le attività pensate per ampliare l'offerta e migliorare la fruizione degli spazi interni ed esterni al Museo sono le seguenti:</p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>Il Miglio della Seta</i>: una linea temporale che verrà posta sul lungo muro del corridoio esterno che porta al Museo della Seta di Como, spazio esterno e attualmente non-luogo, che verrebbe finalmente valorizzato proponendo una carrellata di date ed eventi significativi della storia millenaria della seta, con particolare attenzione agli ultimi secoli e all'importanza di Como e del suo territorio per le continue innovazioni e sperimentazioni nel settore. - Nell'ottica della valorizzazione dello spazio esterno al Museo, al momento solo luogo di transito non sfruttato ma con grandi potenzialità, si vuole implementare la presenza di didascalie esplicative per iniziare il percorso di visita con i suoi gelsi, la scuola di Setificio, la sua posizione strategica, in quello che una volta era il fulcro dell'industria serica comasca. - Per dare maggior senso all'area verde esterna al Museo, è previsto l'acquisto e la messa in posa di attrezzature (tavolo e panche da esterno) che possano accogliere e offrire al visitatore la possibilità di godersi un momento di relax ancora prima di accedere all'interno, fruendo del cortile e della storia che verrà già da lì raccontata. - Sempre per ciò che concerne l'accoglienza e l'idea del progetto "<i>La Seta per tutti</i>", si prevede l'allestimento di un'area bimbi da situare nell'atrio, dove le famiglie con bambini possano sostare prima o dopo la visita per un momento di riposo e relax, mentre i bambini si possano immergere tra fogli, colori, giochi e libri tutti legati al mondo della seta. Sempre per rendere il Museo più accogliente per famiglie con bambini piccoli è previsto l'acquisto di un fasciatoio da posizionare nell'area dei servizi igienici dei visitatori. - Per rendere più confortevole e facilitare la visita all'interno del percorso museale, per un pubblico anziano o con difficoltà motorie ma non solo, è previsto l'acquisto di panche/sedute da posizionare in alcune delle sale museali (che ricoprono 1200 mq di superficie), anche in corrispondenza con l'ampliamento dei contenuti, e dunque con l'incremento del tempo della visita, in Museo.
---	---

Adesione o ulteriore promozione dell'Abbonamento Musei Lombardia	Aderiamo a Abbonamento Musei da quando è nata l'iniziativa nel 2015 e lo promuoviamo attraverso volantini e manifesto presenti all'ingresso del museo e in biglietteria, nonché segnalandolo puntualmente al visitatore.
--	--

Fruizione per le fasce più fragili, dei cittadini lombardi con disabilità e culturalmente più svantaggiati	Il Museo sta lavorando molto sul concetto di inclusione verso tutte le tipologie di visitatori. Recentemente si è dotato di un percorso apposito per non vedenti in collaborazione con l'Istituto dei ciechi di Milano composto da 9 tavole tattili con breve descrizione in braille e un pannello introduttivo al museo sempre in braille. Per le fasce di popolazione più svantaggiate il Museo ha istituito il biglietto sospeso col quale ciascun visitatore può donare una cifra a piacere che verrà utilizzata per offrire il biglietto con visita guidata a un gruppo di persone con difficoltà socio-economiche.
--	--

Facilitazione per la raggiungibilità attraverso l'uso del TPL	È in atto la richiesta all'azienda dei trasporti locali per effettuare rivendita dei biglietti, data l'assenza nell'area circostante di luoghi a ciò deputati.
---	--

PREMIALITA' PER INTERVENTI MATERIALI A TUTELA E VALORIZZAZIONE DI BENI CULTURALI

Prevenzione dai rischi sismici	Il Museo è rientrato nella mappatura eseguita dalla Regione Lombardia in merito ai rischi sismici.
Prevenzione dai rischi alluvionali	La Provincia di Como, proprietaria dell'immobile è intervenuta nel corso degli anni con lavori strutturali volti a mettere in sicurezza l'edificio dal rischio alluvionale o di allagamento; da parte sua il Museo ha predisposto il sollevamento e la messa in sicurezza degli <i>exhibit</i> esposti ponendoli su pedane di 16 cm. e dotando l'archivio di sistema anti-allagamento.
Riconoscimento, catalogazione e monitoraggio del bene (Codice beni culturali)	Il Museo sta portando avanti da anni la catalogazione on line del proprio patrimonio. Oltre alla catalogazione di una buona parte dei reperti sul sistema regionale S.I.R.B.E.C. e Lombardia Beni Culturali, esiste il catalogo in costante crescita (grazie a progetti che prevedono il coinvolgimento di altri enti quali Servizio Civile, SIAM di Milano, IED Accademia Aldo Galli e Università Cattolica del Sacro Cuore) disponibile alla consultazione internamente al Museo per studiosi, appassionati o semplici curiosi.

INNOVAZIONE PER LA TIPOLOGIA DEGLI EVENTI E DEGLI INTERVENTI DI VALORIZZAZIONE DEI BENI

Realizzazione di grandi eventi che facciano conoscere le meraviglie della Lombardia	Il Museo è profilato dal 1990, dall'apertura della sede, per organizzare e ospitare mostre ed eventi culturali di grande rilievo per il territorio, con collaborazioni nazionali e internazionali. Essi trasmettono e divulgano il bagaglio di competenze e conoscenze dell'artigianato e del manifatturiero locale e regionale (per citare le recenti iniziative, la attuale mostra per i 50 anni di carriera del grande stilista Lorenzo Riva; la precedente sul famoso artista-disegnatore Manlio Rho Il senso del colore di cui il Museo ha pubblicato anche il catalogo).
---	--

QUALITÀ DEL BUDGET DELL'AZIONE PROGETTUALE

Capacità di attrarre investimenti da parte di sponsor	Il Museo della Seta fa della capacità di attrarre investimenti uno dei suoi punti di forza; attraverso una campagna associativa consolidata negli anni e a elargizioni libere da parte di numerosi enti e aziende è in grado di raccogliere fondi che, affiancati alla costante ricerca e partecipazione a bandi di enti pubblici e privati, hanno permesso la crescita costante del Museo.
Capacità di generare sviluppo economico sui territori coinvolti	Il Museo si pone da sempre come <i>trait de union</i> tra la zona più decentrata, il centro storico e lo stesso bacino lacustre grazie alla quotidiana diffusione della conoscenza dei luoghi maggiormente attrattivi e raggiungibili; il Museo, per quanto non quantificabile, risulta anche come componente dell'indotto economico in quanto parte del gran tour del territorio.
Affidabilità del cofinanziamento	Il Museo è in grado di coprire il cofinanziamento sostenendo i costi del proprio personale strutturato e attraverso l'apporto di personale non strutturato a coordinamento del progetto.

INDICATORI DI EFFICACIA DELL'AZIONE DA PREVEDERE NELLA PROGETTAZIONE

Fruizione visitatori (se musei o mostre)	Ci aspettiamo che i nuovi interventi da soli possano portare a un incremento annuo dei visitatori di ca il 10%
Nuovi target a cui viene proposta l'iniziativa	Il progetto "La seta per tutti" si rivolge in realtà a tutte le tipologie di visitatore. Se vogliamo in particolare individuare 1 categoria possiamo dire che cerchiamo di attirare ancor più giovani, anche se le migliorie previste andrebbero a impattare positivamente sulla fruizione da parte di tutte le fasce di utenti.
Biglietti delle rete di TPL venduti	Attivazione di una rivendita biglietti per TPL bus di linea: numero biglietti venduti