



Ministero
per i beni e le attività culturali
e per il turismo

DIREZIONE GENERALE MUSEI

Lettera inviata solo tramite e-mail
SOSTITUISCE L'ORIGINALE
d.lgs. 7 marzo 2005, n. 82, art. 47

- Ai Direttori delle Direzioni Regionali Museali
- Ai Direttori dei Musei Autonomi
- Ai Direttori dei Musei Statali afferenti Alle Direzioni Regionali Museali
- Ai Funzionari della Comunicazione

CIRCOLARE N 42

Oggetto: Comunicazioni sociali a basso costo.

L'emergenza Covid è stata un'occasione per mettere alla prova le relazioni digitali e social dei musei e luoghi di cultura che, secondo i monitoraggi hanno avuto un riscontro evidente.

Nei prossimi mesi di riapertura dei musei e luoghi della cultura sarà tuttavia molto importante dedicare particolare impegno al raggiungimento dei pubblici di prossimità, letteralmente, a coloro che abitano vicino ai musei, raccontando loro con specifici supporti comunicativi del museo o luogo della cultura, delle iniziative estive e comunque dell'arricchimento che può offrire una visita ad ogni tipo di persona. Per tale tipo di comunicazione è importante non limitarsi agli strumenti digitali o social, ma utilizzare anche supporti cartacei come flyer o semplici brochure da far giungere alle case, ad esempio nelle buche delle lettere o da far trovare nel percorso quotidiano del pubblico di prossimità. Sono attività di comunicazione a basso costo che portano spesso risultati inattesi e rilevanti.

Suggerisco pertanto di sviluppare semplici iniziative di sensibilizzazione che appaiono particolarmente utili nelle periferie urbane, quando rivolte alle giovani generazioni o alle tipiche categorie di non pubblico, alle persone con bassa scolarità, agli abitanti di piccoli Comuni o persone momentaneamente prive di lavoro. In tale tipo di comunicazione è importante per il direttore essere presente ed è comunque importante la cosiddetta *call of action*, l'invito esplicito ad uscire di casa e andare o ritornare al museo.

La predetta tipologia di attività comunicativa a basso costo e a forte impatto comunicativo, sulla quale vi è ormai interessante letteratura, è particolarmente efficace nei piccoli centri delle zone interne del Paese che in questi ultimi anni hanno risposto con entusiasmo alle proposte museali. Essa appare quindi di particolare



Ministero per i beni e delle attività culturali e per il turismo

DIREZIONE GENERALE MUSEI

importanza per le Direzioni regionali (pur nella consapevolezza dei loro organici ormai ridottissimi, ma anche del fatto che esse comprendono comunque alte professionalità nell'accoglienza per visitatori già raggiunti e quelli potenziali. In quest'ultimo caso, ai sensi dell'art.8, comma primo del D.P.C.M. 2 dicembre 2019, n. 169 sarà opportuno informare preventivamente l'ufficio stampa di eventuali iniziative, attraverso questa direzione generale.

Informo infine che è di prossima pubblicazione un primo rapporto dell'esito dei questionari sul rapporto fra la cittadinanza ai musei e luoghi della cultura chiusi che evidenzia quanto essi siano mancati a una buona parte della popolazione.

Per ricordare l'opportunità della visita museale e per diffondere elementi del racconto sul patrimonio artistico sono notoriamente anche molto efficaci le radio e televisioni private ,soprattutto nei piccoli centri , pertanto vi suggerisco di valutare l'opportunità di coinvolgerle in una comunicazione rinnovata per il periodo di ripartenza.

Colgo l'occasione per salutarVi e ringraziarVi del lavoro svolto in questi mesi di emergenze

MIBACT_DG-MU|06/08/2020|0010431-P

IL DIRETTORE GENERALE

Dott. Antonio Lampis