

ROME MUSEUM EXHIBITION/L'OFFERTA TURISTICA E CULTURALE SI CONCENTRA SUI MUSEI

# Il futuro è già presente



di Maria Teresa Rossi

L'offerta turistica alle soglie del terzo decennio del XXI secolo, si concentra sui musei, i luoghi e le destinazioni culturali. Il tema, affascinante per la dimensione culturale e interessante per le prospettive, è stato al centro di una Fiera ospitata a Roma che ha consentito l'incontro dei diversi player nazionali e internazionali impegnati nella valorizzazione e salvaguardia del patrimonio culturale mondiale. "Rome Museum Exhibition", giunta alla seconda edizione, è una piattaforma di lavoro, networking e business di tutti gli operatori, istituzionali e privati che operano nel settore.

Un Padiglione della Fiera di Roma di 9.000 mq ha accolto più di 100 espositori, 150 speakers intervenuti in panel, workshop, insight specialistici e incontri professionali, in un programma articolato di interventi, nei tre giorni della manifestazione, che ha affrontato con un approccio sinergico gli aspetti connessi alla valorizzazione e alla salvaguardia del patrimonio culturale e paesaggistico, con tutti gli operatori dell'intera filiera chiamati a confrontarsi su progetti e innovazioni tecnologiche, nella ricerca di soluzioni per conciliare il diritto alla fruizione con i flussi turistici in crescita esponenziale. I dati raccontano che in tutto il mondo si registra una grande attenzione per i musei, catalizzatori di un rinnovato interesse culturale.

Roma, con la sua rete dei 21 Musei in Comune che dialogano con un patrimonio monumentale senza eguali al mondo, negli ultimi anni ha saputo ripensare il ruolo dei musei per rispondere all'esigenza di partecipazione sempre più attiva espressa dalla cittadinanza oltre che dai turisti. Zetema Progetto Cultura, l'Ente attuativo di Roma Capitale, è uno dei player che copre l'offerta più ampia a livello museale e turistico in ambito italiano ed europeo e che ha saputo ideare delle Card che consentono l'accesso nei musei, a tutti i residenti, a un prezzo talmente simbolico da sfiorare la gratuità. La percezione del museo è oggi ovunque notevolmente cambiata, non appare più come luogo di rapina degli oggetti sottratti al territorio, ma spazio di intelligente ricollocazione ed esposizione di oggetti che appartengono alla storia e parlano a tutti.

Molti musei sono oggetto di sperimentazione per nuove tecnologie digitali che

consentono di avvicinarsi e fruire l'arte in maniera sempre diretta e sensoriale, aggiungendo altre informazioni e conoscenze sulle opere attraverso strumenti innovativi e interattivi che consentono una nuova narrazione e una raffinata valorizzazione delle collezioni in essi esposte.

Il Ministro delle Attività Culturali e del Turismo Dario Franceschini, che conosce perfettamente la macchina dei Beni Culturali e non solo perché è al suo secondo mandato, ha aperto i lavori della manifestazione salutandoli con apprezzamento una fiera che occupandosi di servizi museali, promuove la conoscenza dei musei, soprattutto i piccoli e meno noti, stimola effetti positivi sull'economia del Paese e favorisce la crescita educativa e culturale soprattutto delle giovani generazioni. E ancora una volta il patrimonio artistico e culturale incontra il turismo, che i dati indicano in crescita esponenziale nei prossimi decenni, e molti dei tesori artistici italiani costituiti da musei, borghi, città d'arte, diventano attrattori di turismo internazionale, soprattutto di fascia alta, sui quali occorre investire.

"Il presente è già futuro" potrebbe essere il sottotitolo della Rome Museum Exhibition, che restituisce al visitatore l'immagine di un passato e di un futuro già connessi in un presente accattivante e coinvolgente. Curiosare tra gli stand della fiera fa rivivere le emozioni degli album delle figurine dei calciatori Panini, la storica casa editrice che oggi ha saputo rinnovarsi, lavora a stretto contatto con i musei e propone, alla stessa platea di piccoli utenti, pubblicazioni divulgative che conservano inalterato il fascino della collezione ma che avvicinano alle opere d'arte e ai tesori conservati nei musei, anche con una divisione che si occupa di riprodurre immagini in gigapixel per mostre esperienziali o erogate su piattaforme web.

Ma il futuro dell'esperienza museale lo si incontra anche in alcuni stand che si occupano di realtà virtuale o aumentata, applicata sempre più spesso all'archeologia e utilizzata nei musei, di cui il Gruppo Magister, brand di Cose Belle d'Italia è leader, sviluppando e producendo contenuti culturali, con musei e istituzioni e curatori scientifici di profilo internazionale che consentono l'approfondimento



e la conoscenza di opere presenti nei musei ma che non si possono spostare. L'iconografia e una ripresa filmica di assoluta qualità abbinata a una narrazione affidata a comunicatori impor-

tanti che hanno appeal sul pubblico, con colonne sonore composte ad hoc, permettono alle opere di viaggiare virtualmente, accompagnate anche da installazioni, come il gruppo scultoreo di Amore e Psiche realizzato da un robot che ha lavorato incessantemente per 270 ore e che accoglie i visitatori alla mostra sul Canova, nel cortile del Museo di Roma. Il connubio tra cultura e tecnologia reale che aiuta la fruizione restituendo una conoscenza senza rischio di spostamento per le opere stesse, è la sfida attraverso la quale superare il rischio dello spostamento delle opere e del consumo diretto, promuovendo una fruizione ad un target sempre più ampio di persone.

Osservatorio Roma, per America Oggi, ha incontrato il prof. Andrea Billi, coordinatore scientifico della Rome Museum Exhibition, che ha proposto un programma scientifico e culturale apprezzato da tutti gli operatori internazionali, e focalizzato l'attenzione su Roma come polo di interesse culturale e turistico.

**Prof. Billi, la manifestazione è solo alla seconda edizione ma è già un punto di riferimento nel settore culturale internazionale. E' un traguardo o una tappa?**

La manifestazione è una scommessa che riteniamo di aver vinto in quanto in questa seconda edizione abbiamo avuto un incremento di visitatori ma soprattutto di espositori molto importante. La fiera è stata caratterizzata da una serie di incontri molto densi tra operatori, B2B, e si sta affermando come la piattaforma professionale in cui imprese, musei e professionisti si incontrano per costruire uno sviluppo del proprio business. In questa prospettiva riteniamo che le imprese e gli operatori italiani, quindi non solo le istituzioni museali, abbiano soluzioni e un livello qualitativo della loro offerta veramente eccellente. Questo ha messo in evidenza la mostra e noi speriamo che la piattaforma possa essere di grande aiuto agli operatori per promuovere internazionalmente il loro business e le loro attività.

**Roma è la sede ospitante ma la manifestazione ha una dimensione nazionale e internazionale. Il Ministro del Mibact Dario Franceschini ha aperto la Rome Museum Exhibition. Qual è stata l'importanza di una presenza tanto autorevole?**

Il Ministro Franceschini ci ha dato un supporto diretto non solo per l'intervento di apertura, ma ha visitato tutti gli stand della Fiera e ha voluto incontrare tutti gli operatori presenti per scambiare idee e impressioni. Per noi è stato un attestato di grande stima ed è una sprone forte per continuare a crescere nella direzione in cui abbiamo fin qui lavorato.

**La manifestazione racconta tante cose dell'Italia, il volto bello del nostro Paese che si offre tra arte, beni culturali, turismo. Qual è la sfida del futuro?**

La sfida è quella di costruire, nell'ambito della manifestazione, un appuntamento che abbiamo chiamato TEMM, Traveling Exhibition Meeting & Marketplace tra gli operatori del settore che producono mostre itineranti. Riteniamo che quel segmento sia quello che consente una maggiore flessibilità, sia per unire elementi di fruizione tradizionale ed elementi di tecnologia, sia per promuovere e proiettare all'estero musei e collezioni di livello medio, che fanno più fatica e hanno bisogno di un supporto, di una spinta, per arrivare sui mercati internazionali.

**Una intera giornata è stata dedicata ai Musei, con talk e focus molto partecipati, espressione di un rinnovato interesse per il sistema museale. Un sogno fino a qualche anno fa?**

In questo momento c'è indubbiamente un humus adatto, una attenzione dell'opinione pubblica non soltanto in termini di fruizione del patrimonio culturale ma nell'utilizzare i messaggi e gli strumenti della cultura anche per veicolare e diffondere altre iniziative. Nella manifestazione abbiamo riservato un ruolo importante al tema del rapporto tra musei e impresa e la circostanza che moltissime imprese italiane considerino il loro stesso patrimonio un elemento strutturale per la comunicazione aziendale, riteniamo sia un elemento assolutamente di valore e che può aiutare, come una sorta di altra faccia che naturalmente non sostituisce il tema del made in Italy e dell'importanza dei grandi brand italiani. Chiudiamo con soddisfazione questa seconda edizione che ha avuto il merito di presentare innovazioni e concepire visioni.

Copyright www.osservatorioroma.com