



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI MACERATA

CORSO DI DOTTORATO DI RICERCA IN
FORMAZIONE, PATRIMONIO CULTURALE E TERRITORI
CICLO 38

MUSEI E INVECCHIAMENTO ATTIVO: UN'ANALISI COMPARATA DI
STRUMENTI, PRATICHE E LINEE GUIDA PER L'INCLUSIVITÀ

SUPERVISORE DI TESI
Chiar.ma Prof.ssa Patrizia Dragoni

DOTTORANDO
Dott. Luca Torelli

COORDINATORE
Chiar.ma Prof.ssa Anna Ascenzi

ANNO 2026



ecosistema di innovazione,
digitalizzazione e sostenibilità
per l'economia diffusa
nell'Italia centrale

Identificativi del finanziamento

This work has been funded by the European Union – NextGenerationEU under the Italian Ministry of University and Research (MUR) National Innovation Ecosystem grant ECS00000041 - VITALITY, MUR D.D. n. 3277/2021, CUP n° D83C22000710005.

Dichiarazione di non responsabilità

I punti di vista e le opinioni espresse sono tuttavia solo quelli degli autori e non riflettono necessariamente quelli dell'Unione europea o della Commissione europea. Né l'Unione europea né la Commissione europea possono essere ritenute responsabili per essi.

Acknowledgment

La presente tesi di dottorato è stata realizzata nell'ambito del Progetto VITALITY - Ecosistema dell'Innovazione, Digitalizzazione e Sostenibilità per l'Economia Diffusa nell'Italia Centrale (ECS00000041), finanziato dal Ministero dell'Università e della Ricerca nell'ambito del Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza (PNRR) - Missione 4 "Istruzione e Ricerca", Componente 2 "Dalla ricerca all'impresa", Investimento 1.5 "Creazione e rafforzamento di ecosistemi dell'innovazione per la sostenibilità", con fondi dell'Unione Europea - NextGenerationEU.



Abstract

Italiano

Questa tesi di dottorato esamina il ruolo dei musei nell'invecchiamento attivo e nel benessere della popolazione senior nel contesto del welfare culturale. Il suo obiettivo principale consiste nell'effettuare un'analisi comparativa dello stato attuale dell'accessibilità e dell'inclusività per i visitatori di età superiore ai 65 anni.

La metodologia adottata si fonda su un'indagine quantitativa, condotta tramite un questionario online che ha raccolto 665 risposte da istituzioni museali di quattro paesi campione: Italia (con particolare attenzione alla regione delle Marche), Giappone, Germania e Polonia. La selezione di questi paesi riflette la diversità dei profili demografici e delle strategie adottate per supportare l'invecchiamento della popolazione. L'analisi dei dati è stata integrata con lo studio della letteratura dedicata ai principali programmi di creative ageing, come 'Meet me at MoMA' e 'House of Memories', nonché con la normativa italiana di riferimento.

I risultati ottenuti mettono in luce un dato con grande evidenza: i musei di tutti i paesi analizzati riconoscono l'importanza del pubblico anziano a livello numerico ma anche in qualità di volontari o fonte di conoscenza per i più giovani, ma al tempo stesso non propongono attività strutturate rivolte a questa categoria di visitatori. La maggior parte dei musei in Italia (89,5%), nelle Marche (91,9%), in Giappone (68,5%) e in Germania (59,5%) non offre infatti servizi specifici né programmi culturali dedicati, mentre la Polonia si distingue come eccezione virtuosa, con un'offerta mirata (66,7% dei musei) e incentivi garantiti (96,7%).

Il contributo originale della tesi consiste inoltre nello sviluppo di strumenti operativi volti a colmare tale divario. In particolare, vengono presentati: un set di linee guida operative per la

progettazione e l'implementazione di attività di creative ageing basate sull'osservazione, sulla creazione artistica e sulla reminiscenza; una checklist di autovalutazione per l'accessibilità strutturale, sensoriale e dei servizi museali; e un elenco di buone pratiche provenienti dai quattro paesi di riferimento.

La tesi dunque offre ai professionisti museali concetti teorici e strumenti concreti per favorire l'evoluzione del museo da semplice custode del patrimonio a istituzione attiva nella promozione del benessere della comunità e dell'invecchiamento attivo.

English

This doctoral thesis examines the role of museums in active ageing and the well-being of the senior population within the context of cultural welfare. Its primary objective is to conduct a comparative analysis of the current state of accessibility and inclusivity for visitors aged 65 and above.

The adopted methodology is based on a quantitative survey, conducted via an online questionnaire that collected 665 responses from museum institutions in four sample countries: Italy (with a specific focus on the Marche region), Japan, Germany, and Poland. The selection of these countries reflects the diversity of demographic profiles and the strategies adopted to support population ageing. The data analysis was complemented by a literature review dedicated to major creative ageing programs, such as ‘Meet me at MoMA’ and ‘House of Memories’, as well as relevant Italian regulations.

The results highlight a significant finding: museums in all analyzed countries recognize the importance of the senior audience, both numerically and as volunteers or sources of knowledge for younger generations, however they fail to propose structured activities aimed at this category of visitors. The majority of museums in Italy (89.5%), Marche (91.9%), Japan (68.5%), and Germany (59.5%) do not offer specific services or dedicated cultural programs. Poland stands out as a virtuous exception, with a targeted offer (66.7% of museums) and guaranteed incentives (96.7%).

Furthermore, the original contribution of this thesis lies in the development of operational tools designed to bridge this gap. Specifically, it presents: a set of operational guidelines for the design and implementation of creative ageing activities based on observation, artistic creation,

and reminiscence; a self-assessment checklist for structural, sensory, and museum service accessibility; and a list of best practices from the four reference countries.

Therefore, the thesis offers museum professionals theoretical concepts and concrete tools to support the museums' evolution from simple heritage keepers to active partners in promoting community well-being and active ageing.

Ringraziamenti

Ho potuto portare a termine questo progetto di ricerca grazie al corso di dottorato in ‘Formazione, Patrimonio culturale e Territori’ del Dipartimento di Scienze della Formazione, dei Beni Culturali e del Turismo dell’Università di Macerata e al supporto di Fondazione Vitality (CUP n. D83C22000710005).

Ringrazio la mia supervisor, professoressa Patrizia Dragoni, per il costante supporto fornito durante questi tre anni, e la coordinatrice del dottorato, professoressa Anna Ascenzi, per aver creduto nelle mie potenzialità fin dal principio.

La mia gratitudine va anche a chi ha reso possibili le mie collaborazioni internazionali. In Giappone: professor Michiaki Koshikawa, professor Tatsuya Ito e Yoko Kanahama (Tokyo University of the Arts). In Germania e in Polonia: professoressa Izabella Parowicz (Europa-Universität Viadrina Frankfurt/Oder).

Indice della tesi

1. Introduzione	10
1.1 Il contesto istituzionale: Fondazione Vitality e lo Spoke 7 (SAFINA)	10
1.2 Il ruolo dei luoghi della cultura nell'invecchiamento attivo: il focus del Task 2.2.....	13
1.3 Invecchiamento attivo e anziani. Diverse condizioni di salute, diverse necessità.....	14
1.3.1 Anziani in salute.....	14
1.3.2 Anziani con disabilità temporanea o permanente.....	15
1.3.3 Anziani con demenza.....	24
2. Stato dell'arte.....	28
2.1 Cultura, salute e benessere nella terza età.....	28
2.2 'Meet me at MoMA', 'House of Memories' e gli altri progetti pionieristici dedicati al creative ageing.....	32
2.2.1 Il progetto pilota di creative ageing nei musei: 'Meet me at MoMA'	32
2.2.2 Il secondo modello di riferimento a livello internazionale: 'House of Memories' dei National Museums Liverpool.....	37
2.2.3 Un terzo approccio che ha ispirato numerosi programmi di creative ageing: TimeSlips.....	40
2.2.4 Un progetto italiano di rilevanza internazionale. Dance Well: Movement Research for Parkinson	43
2.2.5 Due programmi di creative ageing con importanti output di ricerca presso l'Irish Museum of Modern Art (IMMA): 'Azure Tours' e 'Talking Art with IMMA'	47
2.2.6 Due programmi di creative ageing nei Paesi Bassi con 'Meet me at MoMA' come punto di riferimento: 'Unforgettable' e 'Elderly meet Van Gogh'	51
2.2.7 Oltre la galleria: modelli innovativi di accesso all'arte per anziani in Canada.....	57
2.2.8 Un ulteriore punto di vista: organizzare una mostra che parli della società super anziana. 'Blowing Up The Tale of Ageing Society' al Bangkok Art and Culture Centre (BACC), Thailandia	59
2.3 L'evoluzione del modello: i musei che fanno rete. I Musei Toscani per l'Alzheimer e la Rete MADER	62
2.4 Panoramica normativa sull'invecchiamento attivo in Italia.....	68
3. Metodologia della ricerca.....	75
4. Analisi dei risultati	78
4.1 Il caso studio: Marche.....	78
4.1.1 Le prospettive dei responsabili museali	78
4.1.2 Le esperienze degli utenti.....	95
4.2 Il confronto internazionale: Italia	109

4.3 Il confronto internazionale: Giappone.....	125
4.4 Il confronto internazionale: Germania	149
4.5 Il confronto internazionale: Polonia	162
5. Dalla teoria alla pratica: confronto dei risultati, linee guida e casi di studio	176
5.1 Analisi comparativa dei risultati.....	176
5.2 <i>Practice as research</i> : i laboratori di creative ageing svolti a Macerata.....	179
5.3 Buone pratiche dall'Italia e dalle nazioni campione	182
5.3.1 Casi studio: Italia	182
5.3.2 Casi studio: Giappone	229
5.3.3 Casi studio: Germania	240
5.3.4 Casi studio: Polonia	249
5.4 Linee guida operative	254
5.4.1 Introduzione	254
5.4.2 Realizzare un'attività culturale adatta agli anziani con demenza: i primi passi.....	256
5.4.3 Programma di osservazione culturale per anziani con demenza.....	258
5.4.4 Laboratorio di creazione artistica per anziani con demenza	260
5.4.5 Attività di reminiscenza per anziani con demenza	262
5.5 Checklist di autovalutazione per i musei.....	264
6. Conclusioni	287
Bibliografia/Sitografia	289

1. Introduzione

1.1 Il contesto istituzionale: Fondazione Vitality e lo Spoke 7 (SAFINA)

Questo progetto di ricerca si colloca all'interno delle attività della Fondazione Vitality, un ecosistema di ricerca e innovazione finanziato dal Ministero dell'Università e della Ricerca (MUR) tramite i fondi del Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza (PNRR). Vitality nasce con l'ambiziosa missione di promuovere uno sviluppo sostenibile e resiliente nelle regioni del Centro Italia: le Marche, l'Umbria e l'Abruzzo. Queste aree, accomunate da tendenze demografiche e industriali simili e profondamente segnate dai recenti eventi sismici, sono al centro di un progetto che mira a ridefinire il concetto di benessere, ponendo la persona e la comunità al centro di ogni iniziativa. L'approccio di Vitality è olistico e si concentra sul miglioramento della qualità della vita, sulla prevenzione sanitaria e sull'inclusione sociale, con particolare sensibilità verso le fasce più fragili della popolazione, tra cui gli anziani. La sensibilità della Fondazione verso queste tematiche legate al benessere collettivo ha permesso di vedere la partecipazione culturale sotto una luce diversa, ponendo l'attenzione sulle numerose qualità che le permettono di svolgere un ruolo importante anche nel welfare sociale.

L'ecosistema è strutturato in una rete di Spoke, ossia nodi tematici di eccellenza affidati a diverse università e centri di ricerca, ciascuno con una propria area di specializzazione. Questa



Figura 1. Il logo della Fondazione Vitality (© fondazionevitality.it)

architettura collaborativa è progettata per massimizzare le sinergie tra il mondo accademico, il tessuto imprenditoriale, le istituzioni pubbliche e il terzo settore, permettendo alla ricerca scientifica di fornire soluzioni concrete e ad alto impatto sociale ed economico.

I dieci Spoke sono così suddivisi tra i territori delle tre regioni: 4 in Abruzzo, 4 nelle Marche e 2 in Umbria. Vediamoli nel dettaglio:

Fondazione Vitality, i dieci Spoke
Spoke 1 – Università degli Studi dell’Aquila Megalithic – Methods and technologies enhancing local specialization strategies in health, industry and cybersecurity
Spoke 2 – Gran Sasso Science Institute Astra - Advanced space technologies and research alliance
Spoke 3 - Università degli Studi di Teramo Innovative food production: matching sustainability and quality of life
Spoke 4 – Università degli Studi di Chieti–Pescara One-health telemedicine and environment
Spoke 5 – Università Politecnica delle Marche Environmental, economic and social sustainability of living and working environments
Spoke 6 – Università degli Studi di Camerino Innovation and safeness in living environments in the digital and green transition era
Spoke 7 – Università degli Studi di Macerata Safina – Smart solutions and educational programs for anti-fragility and inclusivity

Spoke 8 – Università degli Studi di Urbino Carlo Bo Innovative therapeutic approaches: new chemical entities, biologics and drugs delivery
Spoke 9 – Università degli Studi di Perugia Nanostructured materials and devices
Spoke 10 – Università degli Studi di Perugia Bio based and bio compatible materials and devices

Lo Spoke 7, coordinato dall'Università di Macerata con il supporto dell'Università degli Studi dell'Aquila, dell'INRCA, di Meccano e di Cosmob, è denominato 'Smart solutions and educational programs for anti-fragility and inclusivity' (SAFINA). La sua peculiarità consiste nell'approccio che pone le scienze umane e sociali come motore dell'innovazione, considerando la tecnologia come uno strumento al servizio della persona, orientato da una comprensione approfondita dei bisogni, delle aspirazioni e dei diritti degli individui e delle comunità. La vocazione umanistica dell'Università di Macerata rappresenta il fulcro attorno al quale si sviluppano attività multidisciplinari finalizzate a promuovere competenze e innovazioni in grado di affrontare le sfide sociali del momento, quali l'invecchiamento della popolazione e la riduzione delle disuguaglianze. L'attenzione che lo Spoke 7 pone sulla centralità della persona lo rende un attore privilegiato per indagare il potenziale dei beni culturali e delle istituzioni museali come strumenti di inclusione e di benessere per la popolazione anziana (Fondazione Vitality, 2023).



Figura 2. Il logo di SAFINA (© safina-vitality.it)

1.2 Il ruolo dei luoghi della cultura nell'invecchiamento attivo:

il focus del Task 2.2

Il tema alla base di questa tesi di ricerca è direttamente collegato agli obiettivi del Task 2.2, 'Turismo sostenibile e inclusivo per la fruibilità del patrimonio culturale', una delle componenti chiave del Work Package 2, 'Economia, industrie e cultura per la popolazione anziana attiva', di SAFINA. Il task affronta una sfida di grande attualità: trasformare i musei e le altre istituzioni della cultura, come parchi archeologici, biblioteche e archivi, da luoghi di conservazione a realtà dinamiche fonti di apprendimento ma anche di partecipazione attiva, in particolare per la silver age. Uno dei documenti interni del Task 2.2 sottolinea come una delle sue finalità sia quindi lo "sviluppo di strumenti per migliorare l'accessibilità e l'inclusione dei siti museali, rivolti in particolare agli anziani, alle categorie vulnerabili o svantaggiate. [...] L'obiettivo è avere musei realmente aperti a tutti, indipendentemente dall'età, dall'origine e dalle condizioni psicofisiche".

Il mio progetto vuole dunque superare una visione passiva dell'anzianità, spesso associata solamente a concetti negativi come fragilità o isolamento, a favore di un invecchiamento di tipo attivo, in cui la persona anziana è protagonista della vita sociale e culturale. Come vedremo, la ricerca scientifica internazionale e l'Organizzazione Mondiale della Sanità hanno infatti ampiamente sostenuto e dimostrato l'efficacia delle attività artistiche e culturali nel promuovere la salute sotto una prospettiva psicosociale, stimolando le facoltà cognitive e migliorando la qualità della vita nel suo complesso.

1.3 Invecchiamento attivo e anziani. Diverse condizioni di salute, diverse necessità

L'invecchiamento attivo può essere proposto a tutte le categorie di anziani, ma fra di esse vi sono notevoli differenze: le attività proposte dalle istituzioni museali devono tenere conto di questo, proponendo visite guidate e workshop che riflettano le diverse necessità. Se, ad esempio, a un anziano in piena salute è possibile proporre programmi simili a quelli rivolti al pubblico generalistico, ciò non può essere detto per persone over 65 con Alzheimer o con disabilità, anche temporanea. Vediamo ora nel dettaglio una suddivisione in macrocategorie del pubblico anziano, analizzandone anche le necessità.

1.3.1 Anziani in salute

Valorizzare le esperienze e le competenze che le persone anziane hanno maturato nel corso della propria vita professionale, sociale e culturale è fondamentale per cambiare la prospettiva con cui vengono viste. L'anziano è, infatti, prima di tutto una risorsa che può contribuire al benessere collettivo proprio grazie al suo vissuto.

Un ottimo esempio di come un'istituzione museale possa coinvolgere attivamente gli anziani in salute proviene dalla Regione Marche, più precisamente dal Museo del Mare di San Benedetto del Tronto (AP). Il museo nell'ambito della mostra 'La scuola dei nonni' (17/11/2023-09/06/2024), ha attinto alle ricerche storiografiche degli alunni dell'ISC Nord di San Benedetto del Tronto realizzate nell'anno scolastico 1996/97 nell'ambito della mostra 'La Civiltà marinara a San Benedetto del Tronto...da ìre a uije', ricostruendo fedelmente un'aula scolastica del passato, integrandola con diversi materiali d'epoca della collezione Firmani e dando alle persone anziane del posto un ruolo attivo. La descrizione della scuola di un tempo è

infatti riservata ai nonni del museo, persone che, grazie alla propria esperienza e ai ricordi dei momenti trascorsi in aule simili, riescono a trasmettere uno sguardo unico alle nuove generazioni che si recano presso il museo per visitare la mostra (Il Mascalzone, 2023). Il dialogo intergenerazionale è uno dei cardini sui quali si basano gli obiettivi educativi del Museo del Mare, con lo scopo finale di fare scoprire ai più giovani il valore dell'ascolto ma anche, e soprattutto, del confronto e della partecipazione, includendo gli anziani per sottolineare il contributo educativo che ancora oggi, come un tempo, possono dare alle nuove generazioni (Museo del Mare, s.d.).



Figura 3. Uno dei momenti dell'attività (© ilmascalzone.it)

1.3.2 Anziani con disabilità temporanea o permanente

Disabilità motoria

Una delle limitazioni fisiche che colpiscono più comunemente le persone anziane è la disabilità motoria, più o meno grave. In Italia, il 9,7% delle persone fra i 65 e i 74 anni ne soffre

in modo significativo, mentre oltre i 75 anni la percentuale sale al 36,6%. Questo tipo di disabilità ha molte ripercussioni sulle persone anziane, che possono avere bisogno di assistenza nella deambulazione, essere ostacolate nei propri movimenti o faticare ad afferrare o sollevare oggetti. Ai disturbi della mobilità è possibile che se ne associno anche altri, direttamente collegati, come quelli relativi alla sfera del linguaggio e dell'apprendimento (Fondazione Scuola Beni Attività Culturali [FSBAC], 2022, p. 9).

I visitatori anziani con disabilità motoria o ridotta mobilità, dunque, possono spostarsi all'interno dell'istituzione culturale in diverse modalità: deambulando con fatica, aiutandosi con un bastone o un girello oppure, nei casi più gravi, con una sedia a ruote. Si capisce che, specialmente nei primi due casi, una delle soluzioni per garantire un buon grado di accessibilità per questa categoria di visitatori è prevedere almeno una seduta per sala espositiva, includendo anche eventuali ambienti di collegamento fra gli spazi.

Al fine di offrire al visitatore anziano con problemi motori un'esperienza gratificante e senza stress, è molto importante che l'ambiente sia accessibile. È necessario che fin da subito vengano chiarite eventuali problematiche legate a parti del percorso non fruibili e che venga evidenziata la posizione di dispositivi specifici, come ascensori, rampe e scivoli, all'interno degli spazi (FSBAC, 2022, p. 12). Questi accorgimenti dovrebbero essere già inclusi sul sito web dell'istituzione per permettere alla persona disabile di programmare al meglio la propria visita.

I dislivelli rappresentano per gli anziani con disabilità motoria il maggiore ostacolo con cui hanno a che fare durante una visita a un luogo della cultura. Attualmente, quattro soluzioni consentono di ovviare a questa problematica: la rampa, l'ascensore, la piattaforma elevatrice e il servoscala. La rampa deve, salvo casi eccezionali, avere una pendenza massima dell'8%, anche se per un maggiore comfort l'ideale sarebbe attestarsi attorno al 5-6%, con una zona di riposo

almeno ogni 10 metri di sviluppo lineare e un massimo di 3,20 metri di dislivello complessivo. Di grande importanza sono inoltre la presenza di un parapetto o di un corrimano e di un cordolo di almeno 10 cm di altezza. L'ascensore è invece l'ausilio che consente all'anziano di muoversi con maggiore indipendenza. La misura minima prevista dalla normativa per gli edifici preesistenti è di 1,20 m di profondità e 0,80 m di larghezza, ma è raccomandabile superare tali dimensioni, soprattutto per facilitare la manovra alle persone che si muovono su sedia a ruote. È importante, inoltre, segnalare chiaramente l'ascensore mediante materiali riconoscibili al tatto o alla vista, anche mediante l'illuminazione, e facilitare l'uso da parte degli anziani della pulsantiera, collocandola a un'altezza consona a un uso dalla sedia a ruote, con scritte anche in Braille. Per un impatto minore all'interno di strutture antiche, è invece consigliabile l'uso di piattaforme elevatrici, in grado di coprire dislivelli fino a 10-12 m. Di contro, le piattaforme elevatrici hanno una minore velocità di esercizio e richiedono l'uso continuo del comando di funzionamento da parte dell'utente. È sconsigliato, infine, l'utilizzo del servoscala, soluzione che presenta diverse problematiche, tra cui l'impossibilità di un impiego autonomo da parte dell'utente interessato e notevoli rischi per la sicurezza personale (Ministero per i Beni e le Attività Culturali [MiBAC], 2008, pp. 27-32).

Non sempre è possibile adottare le soluzioni menzionate, ma ci sono semplici accorgimenti che facilitano notevolmente gli spostamenti per un'ampia parte dei visitatori con disabilità motorie. Fra questi troviamo l'installazione di corrimano lungo le scale, la segnalazione della presenza delle scale stesse tramite indicatore tattile (di 5-7 cm) che evidenzia l'inizio e la fine di ogni rampa (MiBAC, 2008, pp. 32-33).

In caso di luoghi particolarmente ampi (come grandi complessi museali), prevedere zone di riposo ogni 50-100 metri, possibilmente al coperto (MiBAC, 2008, p. 25).



Figura 4. Un esempio di buone pratiche: il PEBA del MUSE di Trento (© muse.it)

Disabilità sensoriale visiva

La disabilità sensoriale di tipo visivo in Italia, invece, coinvolge il 2,2% delle persone fra i 65 e i 75 anni, raggiungendo l'8,8% negli over 75. Questa problematica implica la riduzione (ipovisione) o, in rari casi, la perdita completa della capacità di vedere (cecità). L'ipovisione si divide, a sua volta, in ipovisione lieve, ipovisione medio-grave e ipovisione grave, con

conseguenze che possono provocare una visione offuscata, la compromissione della visione centrale o quella periferica (FSBAC, 2022, p. 15).

Abbiamo visto che in Italia oltre 10 persone su 100 con più di 65 anni hanno una disabilità visiva, e questo dato incide anche sugli strumenti che un'istituzione culturale attenta ai bisogni di questa fascia di visitatori deve mettere a disposizione. Le persone ipovedenti, di ogni età, traggono grandi benefici da una sala ben illuminata e da testi ben contrastati, di ampie dimensioni e caratteri facilmente leggibili. In aggiunta a queste accortezze, gli spazi culturali possono diventare inclusivi anche tramite la normalizzazione degli ausili tecnici solitamente utilizzati dalle persone ipovedenti o cieche, come il bastone bianco di supporto per gli spostamenti o il cane guida, che deve sempre essere accettato dallo staff presente in sala o all'ingresso (FSBAC, 2022, p. 16). In alternativa, un membro dell'istituzione può offrirsi di accompagnare personalmente l'anziano con disabilità visiva, seguendo i suoi ritmi e garantendo una visita sicura e stimolante.

La segnaletica informativa, direzionale e identificativa deve essere chiara e coerente per favorire un orientamento agevole all'interno degli spazi, anche per gli anziani con disabilità sensoriale visiva.

Per ottenere questo risultato i segnali e i messaggi scritti devono essere:

- Brevi e leggibili con facilità;
- Dotati di colori adeguati, di un font semplice e di un forte contrasto luminoso. Le persone con deficit della percezione dei colori faticano a distinguere tonalità simili, soprattutto tra rossi e verdi. Di conseguenza, le combinazioni cromatiche utilizzate devono essere progettate adeguatamente. È inoltre importante prevedere un'ampia spaziatura fra le lettere e le parole, così come un'interlinea che favorisca la comprensione del testo. Non

è consigliabile utilizzare più di 12/15 lettere per riga (spazi inclusi, ovvero circa 2/3 parole);

- Raggruppati, evitando lunghe liste. Utilizzare preferibilmente simboli, pittogrammi e numeri invece delle parole che richiedono un maggiore sforzo interpretativo. Evitare, se possibile, la punteggiatura e le abbreviazioni;
- Chiaramente visibili anche in movimento e a una distanza superiore ai 10 metri;
- Ben illuminati da ogni direzione;
- Posizionati a un'altezza media compresa tra 1,40 e 1,70 metri, se a terra, e a un'altezza massima di 2,30 metri, se in sospensione;
- Collocati su supporti opachi, evitando superfici riflettenti come vetro, metalli lucidi, specchi) (MiBAC, 2008, pp. 21-23).

Una soluzione molto utile per rappresentare in modo efficace gli spazi dell'istituzione culturale in cui il visitatore anziano con disabilità sensoriale visiva si muove è la mappa. Questa può essere fissa, collocata in un punto preciso, oppure portatile. Nel secondo caso è il visitatore stesso a portarla con sé durante la visita. Dando seguito ai principi dell'Universal Design, è consigliabile realizzare mappe tattilo-visive che riportino, oltre alla consueta rappresentazione bidimensionale, anche spessori e linee a rilievo, scritte in Braille e texture riconoscibile tramite il tatto. La tridimensionalità di un modello, oltre a facilitare la comprensione delle persone non vedenti, ha risvolti molto positivi anche per i visitatori normalmente abili, poiché favorisce la comprensione degli spazi e dei dettagli. Per realizzare una mappa tattile adeguata al suo scopo possiamo riportare tre punti chiave:

- Lo spessore minimo della linea deve essere superiore a 0,5 mm. Nel caso del punto Braille, invece, la dimensione minima è di 1 mm;

- Il disegno, pur mantenendosi fedele al concetto rappresentato, deve essere essenziale e di facile interpretazione;
- Le superfici utilizzate devono essere gradevoli al tatto, possibilmente differenziate fra loro per facilitare l'interpretazione tattile e igienizzabili comodamente da parte dello staff presente presso l'istituzione (MiBAC, 2008, pp. 23-24).

Una particolare attenzione deve essere posta agli ostacoli presenti lungo i percorsi, problematica che non riguarda soltanto i visitatori con disabilità visiva, ma l'intera utenza. Tavolini, fioriere, cestini e ogni altro oggetto non devono interferire con il corretto svolgimento della visita, né i marciapiedi. Questi non possono avere un'altezza inferiore a 2 cm e vanno opportunamente segnalati in modo chiaro. Vanno evitati anche eventuali ostacoli in sospensione, poiché ogni oggetto superiore a 95 cm è un pericolo per le persone non vedenti (MiBAC, 2008, p. 26).

Nel caso in cui l'istituzione culturale preveda di esporre oggetti di valore artistico e culturale, è molto importante studiare le didascalie per facilitarne la lettura da parte delle persone con disabilità sensoriale visiva. I caratteri devono essere di una grandezza adeguata, fortemente contrastati tra loro, collocati su una superficie non riflettente, ben illuminati e facilmente leggibili (MiBAC, 2019), anche per una persona su sedia a ruote (MiBAC, 2008, p. 42). L'altezza ideale per le didascalie dunque si attesta fra i 140 e i 170 cm, mentre per i pannelli a parete la quota si colloca fra i 110 e i 170 cm (MiBAC, 2019, p. 10). Nel caso di stampe a rilievo o in linguaggio Braille i supporti, per essere percepiti comodamente al tatto da tutte le tipologie di visitatori, devono trovarsi fra un'altezza minima di 60 cm e una massima di 100 cm (MiBAC, 2019, p. 16).

Per garantire un livello adeguato di accessibilità e inclusione verso i propri visitatori con disabilità sensoriale visiva un luogo culturale dovrebbe dunque offrire: attrezzature, materiali e sussidi specifici alla visita, come audioguide o audiodescrizioni, pannelli tattili, schede tattili, lenti di ingrandimento, materiale informativo con font ad alta visibilità e a caratteri ingranditi o in Braille, guide in CAA (Comunicazione Aumentativa Alternativa) e personale specializzato nell'assistenza alla mobilità delle persone con questo tipo di disabilità (FSBAC, 2022, p. 19).



Figura 5. Un'eccellenza italiana a livello mondiale: il Museo Tattile Statale Omero di Ancona (© museoomero.it)

Disabilità sensoriale uditiva

La disabilità sensoriale più diffusa fra le persone anziane è senza dubbio quella uditiva. In Italia, il 5,4% delle persone fra i 65 e i 74 anni ne soffre, e questa percentuale sale al 18,9% se si considerano i soggetti oltre i 75 anni. L'entità della perdita uditiva determina il grado di sordità dell'individuo su una scala di 6 livelli: normoacusia, lieve, media, moderata, severa e profonda. La capacità uditiva normale ha una soglia inferiore a 20 dB, mentre in caso di sordità lieve è compresa tra 16 e 25 dB. Fra i 41 e i 65 dB, la sordità viene considerata moderata, mentre oltre i 96 dB si entra nella sordità profonda (FSBAC, 2022, p.22).

Non è sempre scontato riuscire a identificare tempestivamente un anziano con disabilità sensoriale uditiva, poiché è solitamente abituato a compensare le difficoltà legate all'udito con la lettura del labiale. Alcune caratteristiche comuni agli individui con funzionalità uditiva ridotta sono la diversità del timbro vocale, dell'intonazione e del volume, che può essere più o meno elevato rispetto a quello di una persona udente.

Alla disabilità sensoriale uditiva viene spesso associata la Lingua dei Segni (in Italia la più utilizzata è la Lingua dei Segni Italiana, LIS), ma, soprattutto nel caso degli anziani, non bisogna dare per scontato che la persona la conosca. Può capitare, infatti, che la perdita dell'udito avvenga gradualmente con il passare degli anni e in tal caso raramente il soggetto conosce la Lingua dei Segni, non essendo disabile uditivo fin dalla nascita (FSBAC, 2022, p.23). È dunque importante proporre come supporto alla permanenza presso l'istituzione museale una guida in LIS, oppure dei video in lingua dei segni, preferibilmente sottotitolati, per rispondere alle esigenze di chi, pur non udente, non conosce questo linguaggio.

È raccomandabile affiancare alle guide in LIS e alle videoguide sottotitolate delle visite guidate con personale appositamente formato, preferibilmente scegliendo per lo svolgimento delle attività con gli anziani un momento tranquillo della giornata. Alcune accortezze da seguire per mettere a loro agio gli ospiti con disabilità sensoriale uditiva sono: parlare articolando le parole, rivolgersi frontalmente al soggetto, garantire una buona illuminazione costante, riformulare le proprie frasi se alcune parole non sono facilmente comprensibili, dare priorità alla comunicazione scritta e aiutarsi con i gesti (FSBAC, 2022, pp. 24-25).

1.3.3 Anziani con demenza

Il termine demenza comprende un gruppo di disturbi cerebrali, fra i quali il più diffuso è la malattia di Alzheimer, responsabile di oltre la metà dei casi totali. Gli altri disturbi comprendono la demenza vascolare, la demenza mista, la demenza da corpi di Lewy e la demenza frontotemporale. La demenza, di ogni tipo, causa inevitabilmente il declino dell'attività mentale in forma più o meno severa e i suoi effetti incidono sulla vita quotidiana del soggetto. Lui o lei, infatti, non è più in grado di svolgere alcune delle azioni più elementari a causa della perdita di alcune delle funzioni chiave del cervello, come l'utilizzo della memoria recente, la capacità linguistica, la funzionalità visuospatiale e quella di esecuzione (Museum of Modern Art [MoMA], 2009, p. 12).

Alois Alzheimer, medico tedesco, ha descritto per la prima volta nel 1906 il disturbo che porta il suo nome. Questa tipologia di demenza è progressiva e fatale, distruggendo le cellule del cervello e compromettendo le capacità di memoria, linguistiche e comportamentali del soggetto. Attualmente non esiste una cura, ma un corretto supporto al paziente, insieme a terapie adeguate, può agevolare la sua vita. Per seguire il progresso della malattia è consuetudine suddividere il suo decorso in fasi, anche se le tempistiche legate ai sintomi variano ampiamente fra i soggetti e possono coprire una fascia temporale che va dai tre ai venti anni (MoMA, 2009, pp. 12-15).

A causa dell'invecchiamento globale della popolazione, si stima che nel corso delle prossime decadi il numero di persone affette da demenza raddoppierà. Questo perché la probabilità di soffrire di questo disturbo nel corso della propria vita è strettamente legata all'età: a 65 anni, per esempio, è del 5%, mentre a 90 anni sale al 40% (Stedelijk Museum, 2017, p. 9).

I sintomi della malattia di Alzheimer si manifestano solitamente in relazione allo stadio in cui si trova il disturbo: nelle prime fasi l'individuo fatica ad orientarsi, perdendosi facilmente anche all'interno di un ambiente familiare. In seguito, si verifica la perdita dell'orientamento temporale, della capacità di riconoscere le persone e di svolgere i compiti più basilari.

La demenza vascolare è invece causata da una scarsa circolazione del sangue nel cervello, che può danneggiare le cellule cerebrali o perfino ucciderle. Similmente ai soggetti con malattia di Alzheimer, chi è affetto da questa tipologia di demenza ha difficoltà a parlare e a completare semplici compiti, ma può anche mostrare lentezza nei processi cognitivi, incontinenza e problemi nella deambulazione. Solitamente il decorso è più rapido rispetto a quello della malattia di Alzheimer (Stedelijk Museum, 2017, p.10).

Nel caso della demenza frontotemporale, invece, i soggetti tendono a modificare il proprio comportamento, perdendo la capacità di provare empatia e di comportarsi in modo controllato. La maggior parte dei casi riguarda individui sotto i 65 anni.

Alla demenza da corpi di Lewy si associano, invece, gravi difficoltà motorie e di concentrazione, oltre ad allucinazioni. Memoria e abilità nello svolgere attività quotidiane, invece, solitamente si mantengono inalterate per molto tempo.

A livello statistico le più comuni forme di demenza si dividono secondo queste percentuali:

- 60–80%: malattia di Alzheimer;
- 15–20%: demenza mista (malattia di Alzheimer e demenza vascolare);
- 5–10%: demenza vascolare;
- 5–10%: demenza da corpi di Lewy;
- <2%: altro (Stedelijk Museum, 2017, p. 11).

Le persone con demenza presentano dunque sintomi che inevitabilmente incidono sulla loro vita quotidiana e sul loro modo di rapportarsi agli spazi culturali. Nello specifico, le difficoltà che solitamente vengono incontrate da parte loro nel corso di una visita museale sono di tipo visivo (lettura di parole, numeri, simboli, didascalie), motorio (orientarsi all'interno degli spazi) e cognitivo (comprendere la segnaletica, interpretare e memorizzare le informazioni fornite dalle guide o dal materiale informativo) (FSBAC, 2022, p. 34). Proprio a causa di queste difficoltà, si può pensare che una visita ai luoghi della cultura per gli anziani affetti da demenza possa essere un evento traumatico e sovra-stimolante ma, con le dovute accortezze da parte dello staff, questa opportunità può rivelarsi benefica sotto molti aspetti.

Per riuscire ad accogliere al meglio i visitatori è consigliabile seguire dei semplici principi di accoglienza:

- Creare un'atmosfera positiva senza mai mostrare disagio;
- Offrite aiuto solamente una volta accertato che il visitatore lo voglia o ne abbia bisogno;
- Nel caso in cui non sia possibile fare seguire la persona con demenza sempre al medesimo membro dello staff, rassicurare il visitatore spiegando il motivo del cambio di accompagnatore;
- Parlare sempre direttamente alla persona prima che al suo accompagnatore. Se il visitatore è da solo e si trova in difficoltà, chiedere il numero di telefono di uno dei suoi cari;
- Fare attenzione a come si entra in contatto con la persona, evitando il contatto fisico se non espressamente richiesto;
- Essere chiari, parlando con voce calma e un tono naturale;

- Mantenere la conversazione semplice, iniziando dando sempre del Lei e solo in seguito passare al tu;
- Evitare la sovrastimolazione;
- Concentrarsi sulle capacità residue;
- Permettere ai partecipanti di dare il proprio contributo spontaneamente, fornendo loro il tempo necessario per rispondere e interagire;
- Rispondere in maniera positiva;
- Offrire i supporti informativi presenti presso l'istituzione culturale (guide in CAA o con linguaggio facilitato);
- Sorridere (Stedelijk Museum, 2017, pp. 15-16; FSBAC, 2022, pp. 35-37).

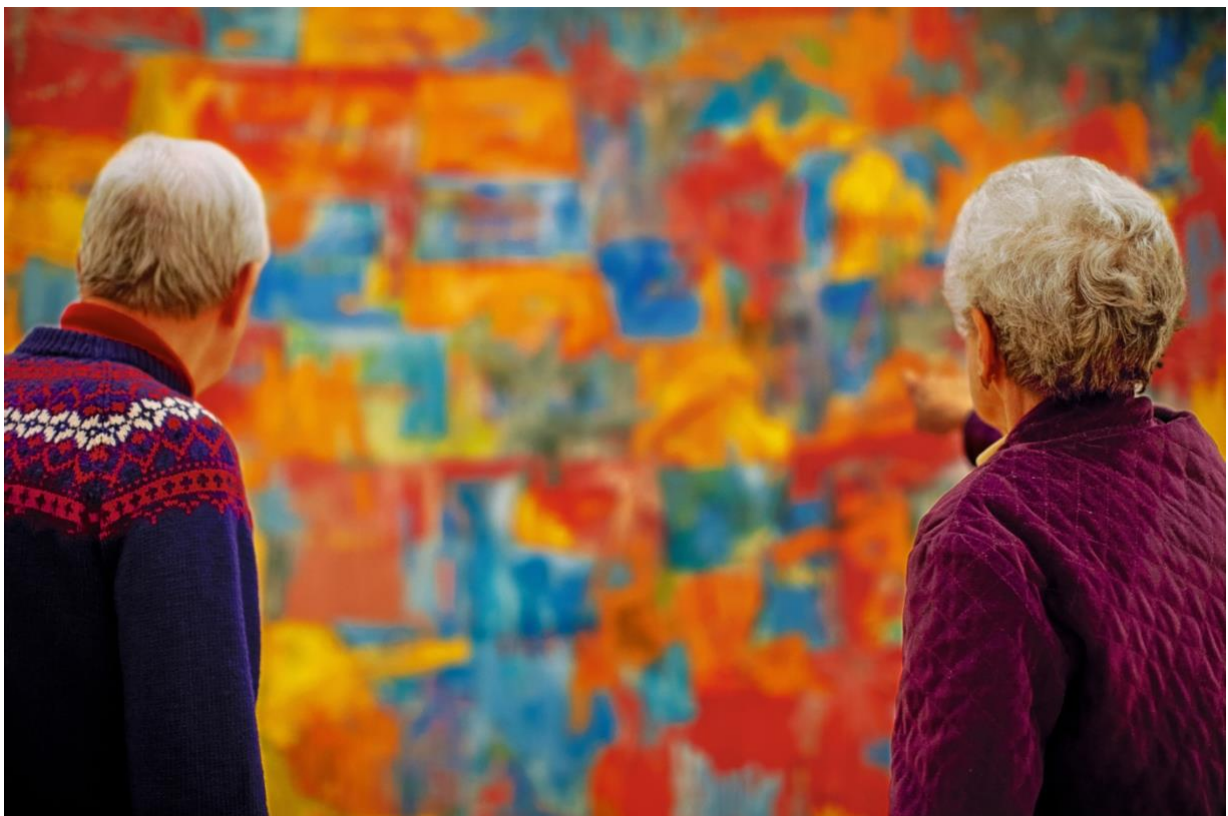


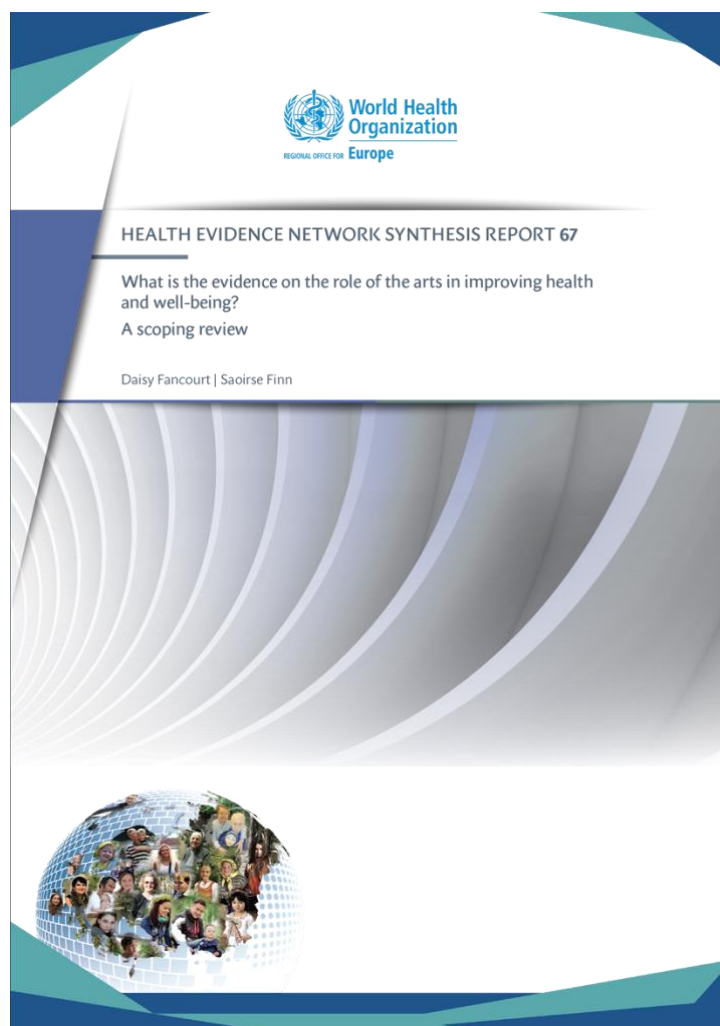
Figura 6. 'Meet me at MoMA', il programma pionieristico per persone con demenza del Museum of Modern Art di New York (© moma.org)

2. Stato dell'arte

2.1 Cultura, salute e benessere nella terza età

La terza età porta con sé un bagaglio di esperienze che arricchisce significativamente il tessuto culturale della nostra società: è quindi essenziale valorizzare e promuovere il coinvolgimento attivo degli anziani negli spazi museali, affinché le persone anziane possano contribuire attivamente e sviluppare un dialogo che rafforza l'intera comunità.

I concetti appena citati si ricollegano a quello più ampio di welfare culturale e sono in sintonia con le linee guida dell'Organizzazione Mondiale della Sanità sull'efficacia delle attività



*Figura 7. La pubblicazione di Fancourt & Finn
(© Organizzazione Mondiale della Sanità)*

culturali, artistiche e creative per la salute degli anziani. Il documento dell'OMS, pubblicato nel 2019 (Fancourt & Finn, 2019), illustra il ruolo delle attività e delle pratiche culturali come fattori salutogenici, ovvero elementi che contribuiscono alla promozione della salute, alla prevenzione delle malattie e al miglioramento dei processi relazionali. L'OMS già nel 1946 definiva la salute come “uno stato di completo benessere fisico, mentale e sociale, e non semplicemente l'assenza di malattie o infermità” (Organizzazione Mondiale della Sanità, 1946, p. 1).

I fattori che influenzano lo stato di salute sono numerosi e comprendono condizioni sociali, economiche, ambientali e culturali: la salute non è infatti semplicemente una questione individuale, ma collettiva, e richiede un impegno della società a tutti i livelli per la sua salvaguardia e promozione.

Per questo motivo, le istituzioni culturali, in quanto luoghi di comunità e fonti di relazioni interpersonali, ricoprono un ruolo essenziale nel migliorare le condizioni generali di benessere e salute, riducendo la solitudine e l'esclusione sociale anche tra gli anziani. Il problema della solitudine è evidenziato dai dati ISTAT del 2022, contenuti nel Rapporto sul Benessere Equo e Sostenibile (BES) (Tinto, 2023), che rileva come il senso di solitudine aumenti con l'età e sia più elevato tra gli over 75: il 38,5% delle persone di questa fascia d'età ha dichiarato di essersi sentito solo almeno occasionalmente nel 2021. Il welfare culturale viene dunque proposto come soluzione per favorire il benessere attraverso la partecipazione alla vita di una comunità, garantendo un accesso equo ai luoghi culturali, che devono essere considerati risorse fondamentali per il benessere individuale e collettivo. Questa idea di welfare vuole superare il concetto tradizionale di assistenza, concentrandosi sullo sviluppo delle potenzialità individuali e promuovendo nuovi approcci basati sulle relazioni (Cicerchia et al., 2022).

Anche l'OMS riconosce l'efficacia di specifiche attività culturali, artistiche e creative, indicandole come fattori per:

- La promozione della salute da una prospettiva biopsicosociale e salutogenica, legata anche all'acquisizione di strategie di adattamento e allo sviluppo di competenze psicosociali;
- Il benessere soggettivo e la soddisfazione della propria vita attraverso aspetti relazionali, autodeterminazione e capacità di apprendimento;
- Affrontare le disuguaglianze sanitarie e favorire la coesione sociale facilitando l'accesso e sviluppando il capitale sociale individuale e comunitario;
- L'invecchiamento attivo, combattendo la depressione e il declino psicofisico derivanti dall'abbandono e dall'isolamento;
- L'inclusione per persone con gravi disabilità e per coloro che si trovano in condizioni marginali o svantaggiate, inclusi i senzatetto e i detenuti;
- Integrare i percorsi terapeutici tradizionali;
- Sostenere la relazione medico-paziente attraverso le medical humanities e trasformare i contesti sanitari;
- Sostenere le relazioni di cura, soprattutto per i caregiver non professionisti;
- Mitigare e ritardare la comparsa di condizioni degenerative come la demenza e il morbo di Parkinson (Cicerchia et al., 2020).

Il welfare culturale, sperimentato da oltre tre decenni nei paesi scandinavi, nel Regno Unito e, più recentemente, in Canada e in Italia, implica una collaborazione sistematica e metodica tra professionisti di varie discipline. Questo approccio integra gli obiettivi dei sistemi sanitari, delle politiche sociali e delle arti e della cultura. In particolare, il Regno Unito ha

sviluppato un'esperienza avanzata con il programma 'Arts on Prescription', basato sulla convinzione che la partecipazione ad attività creative possa promuovere la salute e il benessere. Può essere definito come una sorta di prescrizione sociale, in cui operatori sanitari e assistenti sociali indirizzano le persone verso servizi di supporto non strettamente medici, come attività fisiche o la lettura di libri, per migliorare la qualità della vita e il benessere generale (Cicerchia et al., 2020).

Ad oggi però solo una piccola parte dei musei offre programmi di inclusione dedicati al pubblico senior, che trarrebbe grande vantaggio da nuove esperienze culturali (Bernardo & Carvalho, 2020), ma nel corso degli anni sono state sviluppate attività che hanno gettato le fondamenta perché questa tendenza possa finalmente invertirsi.

Vediamo ora i programmi museali di creative ageing che hanno definito lo stato dell'arte di questo tipo di proposte, a partire dal capostipite: 'Meet me at MoMA' del Museum of Modern Art di New York.

2.2 ‘Meet me at MoMA’, ‘House of Memories’ e gli altri progetti pionieristici dedicati al creative ageing

2.2.1 Il progetto pilota di creative ageing nei musei: ‘Meet me at MoMA’

Il Museum of Modern Art (MoMA) di New York si impegna da tempo nel rendere l’arte moderna e contemporanea accessibile a tutti, superando le barriere legate all’età, alle capacità individuali o al background socioculturale (Museum of Modern Art [MoMA], 2009, p. 7). Sotto quest’ottica e riconoscendo le scarse opportunità per le persone affette da malattia di Alzheimer di mantenere un ruolo attivo e significativo all’interno della comunità, il MoMA ha ideato e lanciato nel 2006 il programma ‘Meet Me at MoMA’ (MoMA, 2009, p. 9). L’iniziativa scaturisce dalla consapevolezza del grande potenziale dell’esperienza artistica come veicolo di autoconsapevolezza per questo segmento della popolazione e il suo obiettivo fondamentale è offrire un’esperienza completa, volta a migliorare la qualità della vita attraverso la stimolazione cognitiva, la facilitazione della comunicazione, la promozione della crescita personale e l’incoraggiamento dell’impegno sociale. Questo programma si inserisce nell’iniziativa più ampia ‘The MoMA Alzheimer’s Project’, sostenuta dalla MetLife Foundation e finalizzata allo sviluppo e alla diffusione di metodologie e risorse per rendere l’arte accessibile alle persone con Alzheimer nelle fasi iniziali e intermedie della malattia (MoMA, 2009, p. 87).



Figura 8. Un'istantanea da 'Meet me at MoMA' (© moma.org)

‘Meet Me at MoMA’ è stato attentamente strutturato per rispondere alle esigenze specifiche dei suoi partecipanti, compresi i caregiver familiari o professionisti (MoMA, 2009, p. 88). Le sessioni si tengono con cadenza mensile, in un giorno di chiusura del museo al pubblico (tipicamente il martedì), garantendo così un ambiente più intimo e tranquillo, il che contribuisce a creare un’atmosfera rilassata e piacevole (MoMA, 2009, pp. 90, 100).

La dimensione dei gruppi è volutamente mantenuta ridotta, ospitando generalmente non più di otto persone con demenza più i loro accompagnatori, per un totale di circa sedici partecipanti per gruppo, al fine di favorire l’interazione personale (MoMA, 2009, pp. 90, 127). L’accoglienza è un momento molto importante: i partecipanti vengono ricevuti in un’area dedicata, vengono date loro delle targhette con il proprio nome (spesso solo il nome di battesimo, per promuovere un clima informale), sgabelli portatili leggeri per potersi sedere comodamente davanti alle opere e, se richiesto, dispositivi di ascolto individuali per

l'amplificazione dei suoni (MoMA, 2009, pp. 88, 90). L'intera esperienza è progettata per far sentire i partecipanti benvenuti e a proprio agio sin dal primo contatto (MoMA, 2009, p. 20).

Il nucleo del programma consiste in un tour guidato interattivo della durata di circa un'ora e mezza. Durante questo tempo il gruppo, guidato da un educatore museale specializzato, si concentra sull'osservazione e sulla discussione approfondita di un numero limitato di opere d'arte, solitamente quattro o cinque, selezionate in base a un tema specifico e presentate secondo una sequenza predefinita. Ad ogni opera vengono dedicati circa quindici-venti minuti, il che consente un'analisi adeguata (MoMA, 2009, p. 88).

L'efficacia di 'Meet Me at MoMA' è intrinsecamente legata al suo approccio centrato sulla persona: l'elemento cardine è il focus sulle capacità residue dei partecipanti, anziché sulle mancanze imposte dalla malattia. Il programma valorizza l'immaginazione, le emozioni, l'accesso ai ricordi e la capacità di pensiero critico, tutte facoltà che l'interazione con l'arte può stimolare efficacemente, anche quando la memoria a breve termine è compromessa (MoMA, 2009, p. 79).

Gli educatori, che svolgono un ruolo cruciale in qualità di facilitatori, sono accuratamente selezionati per le loro doti di empatia, pazienza e flessibilità, e vengono specificamente formati sulla malattia di Alzheimer e sulle tecniche di comunicazione più adatte, adottando un approccio che privilegi le domande aperte rispetto alla divulgazione frontale delle informazioni. Il processo di analisi di ogni opera segue tipicamente quattro fasi: un'osservazione attenta e silenziosa iniziale, seguita da una descrizione collettiva dettagliata per costruire una comprensione visiva condivisa e un'interpretazione guidata delle possibili intenzioni dell'artista, del contesto e dei significati dell'opera, e infine una connessione personale, invitando i partecipanti a collegare l'opera alle proprie esperienze, emozioni e ricordi (MoMA, 2009, pp. 118-119, 138).

Per stimolare ulteriormente l'interazione, talvolta si utilizzano attività in sottogruppi (Turn and Talk), in cui coppie o piccoli gruppi di partecipanti discutono tra loro un aspetto specifico dell'opera, favorendo scambi più intimi. Fondamentale è la creazione di un ambiente psicologicamente sicuro, privo di giudizio, in cui ogni contributo, verbale o non verbale, viene accolto e integrato nella conversazione collettiva. Gli educatori devono essere in grado di prestare attenzione anche alla comunicazione non verbale, ripetendo chiaramente i commenti per garantire l'ascolto di tutti e gestendo la conversazione in modo inclusivo e rispettoso (MoMA, 2009, pp. 80, 122).

Per misurare scientificamente l'impatto del programma, il MoMA ha collaborato con il Center of Excellence for Brain Aging and Dementia della New York University (NYU) conducendo uno studio di valutazione formale (MoMA, 2009, pp. 14, 87). Questa ricerca, durata nove mesi, ha coinvolto persone con demenza nella fase iniziale e i loro caregiver familiari. Sono stati impiegati vari strumenti, combinando misure quantitative (scale di autovalutazione somministrate prima e una settimana dopo la visita, relative a umore, autostima, relazioni familiari e qualità della vita) e approcci qualitativi (osservazioni sistematiche durante i tour da parte di ricercatori, questionari da portare con sé e compilare nei giorni successivi e focus group realizzati a distanza di mesi) (MoMA, 2009, pp. 89, 90-93).

I risultati chiave dello studio hanno fornito una solida base di conferme in merito all'efficacia del programma: è emerso un miglioramento statisticamente significativo dell'umore nei partecipanti con demenza e nei loro caregiver, misurato immediatamente dopo la sessione museale. Le osservazioni dirette hanno confermato un elevato livello di coinvolgimento visivo, legato all'attenzione verso le opere e gli educatori da parte delle persone con demenza,

accompagnato da manifestazioni di gradimento come sorrisi e risate, mentre i segni di disagio erano pressoché assenti (MoMA, 2009, pp. 93–96).

I caregiver hanno riportato esperienze molto positive, sottolineando spesso la sorpresa e la gioia nel vedere la persona cara così reattiva e impegnata in dei comportamenti che ricordavano la sua personalità precedente alla malattia, percependo inoltre un miglioramento nelle relazioni familiari e un aumento del supporto sociale percepito.

Anche le persone con demenza hanno espresso altissima soddisfazione, riportando un miglioramento dell'umore e, in alcuni casi, dell'autostima. L'impatto positivo si estendeva oltre la durata della visita, con dei caregiver che notavano un aumento della conversazione nei giorni successivi e un desiderio condiviso di partecipare ad altre attività simili. L'altissima percentuale di partecipanti che intendevano tornare testimonia il valore dell'esperienza (MoMA, 2009, pp. 100–102).

Per dare seguito alla grande importanza assunta dal programma 'Meet Me at MoMA' nel corso degli anni, il modello è divenuto flessibile e replicabile (MoMA, 2009, pp. 69, 87), con l'intento di ispirare e supportare altri musei, gallerie e organizzazioni culturali a livello nazionale e internazionale, nell'implementazione di iniziative analoghe, adattate ai rispettivi contesti e collezioni (MoMA, 2009, pp. 7, 105). Il programma dunque da molti anni non si limita più ad essere un servizio prezioso per la comunità locale, ma è ormai divenuto un esempio significativo per lo sviluppo di pratiche inclusive e l'avanzamento nel campo del creative ageing su scala più vasta.

2.2.2 Il secondo modello di riferimento a livello internazionale: ‘House of Memories’ dei National Museums Liverpool

Lanciato nel 2012, ‘House of Memories’ è un programma internazionale pluripremiato rivolto alle persone con demenza, guidato dai National Museums Liverpool (NML) nel Regno Unito. Il programma utilizza oggetti museali, collezioni di storia locale e le connessioni che queste hanno con i ricordi personali, la vita familiare e le identità comunitarie per ispirare e sviluppare approcci alla cura della demenza incentrati sulla persona (Wilson, 2022, p. 3).



Figura 9. ‘On the road’, programma outreach di ‘House of Memories’ (© National Museums Liverpool)

L’iniziativa è nata in risposta alla crescente importanza attribuita alla demenza, alla sua diagnosi e alla sua cura nelle strategie di salute pubblica del Regno Unito, sviluppandosi in dialogo con i professionisti dei settori sanitari e sociali. L’obiettivo fondamentale è proporre i musei come risorse comunitarie nella strategia e nella politica di cura della demenza, inserendosi

nella missione dei National Museums Liverpool come servizio museale inclusivo nel campo delle arti e della salute (Wilson, 2022, pp. 4–7).

Il programma ‘House of Memories’ include eventi formativi dedicati, tenuti presso i musei, e una serie di risorse supplementari, tra cui l’app gratuita ‘My House of Memories’. Gli eventi formativi dal vivo includono, ad esempio, film documentari incentrati su personaggi e testimonianze reali delle esperienze di cura. Oltre al suo nucleo a Liverpool, il programma si è espanso a livello nazionale nel Regno Unito attraverso collaborazioni con musei e gallerie partner, sviluppando anche adattamenti internazionali su licenza, come quelli con la Minnesota Historical Society in Nord America e con il National Heritage Board a Singapore (Wilson, 2022, p. 3). In risposta alla pandemia e per raggiungere le comunità isolate, l’offerta si è evoluta in chiave digitale, lanciando nel 2021 ‘On The Road’, un museo mobile immersivo che si trasforma in uno spazio cinematografico, e ‘Connect My Memories’, un servizio legato al prestito di tablet (Wilson, 2022, p. 14).

L’approccio di ‘House of Memories’ è concentrato sugli individui e vuole fare risaltare la persona dietro la diagnosi di demenza (Wilson, 2022, p. 5). A differenza di altri programmi, ‘House of Memories’ si concentra in modo prioritario sul benessere dei caregiver, sia professionali che familiari, e sul miglioramento della pratica di cura. La metodologia stessa si basa sulla co-progettazione: l’app ‘My House of Memories’, ad esempio, è stata sviluppata in collaborazione con persone affette da demenza e i loro familiari o caregiver.

Il programma nutre un particolare interesse verso i bisogni specifici delle comunità, come evidenziato dallo sviluppo di versioni multiculturali e bilingui dell’app: queste includono il progetto intergenerazionale ‘Memories of Yemen’ (in arabo e inglese) e ‘House of Memories Cymru’ (in gallese e inglese), co-prodotto con reti di musei e con l’assistenza del Galles. Nel

programma ‘Train the Trainer’, invece, i professionisti museali di ‘House of Memories’ formano il personale sanitario (ad esempio negli ospedali NHS) affinché possa, a sua volta, insegnare quanto appreso agli altri colleghi (Wilson, 2022, pp. 8–15).

Fin dal 2013, l’impatto di ‘House of Memories’ è stato oggetto di ricerca e valutazione da parte dell’Institute of Cultural Capital (ICC). Le valutazioni hanno mostrato esiti positivi per le organizzazioni sanitarie e sociali: in particolare, si è registrato un aumento dell’empatia e della compassione tra i professionisti, nonché un miglioramento della loro comprensione cognitiva ed emotiva della demenza. Il programma ‘Train the Trainer’ ha dimostrato di soddisfare i requisiti formativi nazionali relativi alla demenza e nel caso dei caregiver familiari, mostrando esiti positivi nel contrastare l’isolamento, l’esclusione sociale e la solitudine. L’efficacia è stata misurata anche economicamente attraverso il ‘Ritorno Sociale sull’Investimento’ (SROI): l’analisi ha rivelato che per ogni 1 sterlina investita, il programma ‘Train the Trainer’ ha generato 19,06 sterline di valore sociale per il sistema sanitario nazionale (NHS), mentre il programma per i familiari ha generato 18,73 sterline di valore sociale su un periodo di cinque anni. In 10 anni, il programma ha coinvolto oltre 100.000 persone (Wilson, 2022, pp. 3–11).

L’impatto di ‘House of Memories’ è stato significativo sul piano politico e su quello culturale. È stato citato nel ‘Prime Minister’s Challenge on Dementia’ (2012) e lodato dalla Care Quality Commission (2014) come un programma creativo focalizzato sulla qualità della vita (Wilson, 2022, p. 5). Il suo successo ha portato la direttrice del programma, Carol Rogers, a essere invitata presso il Champion Group (PMCG) per la demenza del primo ministro britannico. ‘House of Memories’ ha ricevuto numerosi riconoscimenti da organizzazioni sanitarie e museali (tra cui Alzheimer’s Society, NHS Health Education England e World Health and Design Forum), consolidando il ruolo dei musei come attori nel settore della salute. La visione futura del

programma è quella di “rimanere il leader dell’innovazione museale a livello mondiale per la comunità della demenza” (Wilson, 2022, p. 18) e i suoi obiettivi includono lo sviluppo di un modello nazionale di prescrizione sociale e un’ulteriore espansione internazionale (Wilson, 2022, p. 19).

Oltre al programma ‘House of Memories’, i National Museums Liverpool promuovono altre attività dementia-friendly. Tra queste vi è la ‘Memory stroll’ presso il Museum of Liverpool. Si tratta di una visita guidata di circa un’ora, condotta da personale formato sulla consapevolezza della demenza, rivolta a persone che vivono con questa condizione e ai loro accompagnatori (familiari, amici o partner di cura). L’attività è basata sulla conversazione e sulla reminiscenza, utilizzando oggetti iconici della storia della città (come l’Overhead Railway o il cavallo a dondolo Blackie) per stimolare la condivisione di ricordi, offrire nuove esperienze e creare un’esperienza accogliente (Museum of Liverpool, 2025).

2.2.3 Un terzo approccio che ha ispirato numerosi programmi di creative ageing: TimeSlips

TimeSlips è un’organizzazione internazionale no-profit e un metodo di narrazione creativa fondato da Anne Basting a Milwaukee (Wisconsin, Stati Uniti d’America), alla fine degli anni Novanta. L’iniziativa nasce da una profonda riflessione critica sull’approccio tradizionale dell’assistenza agli anziani, che solitamente mira a stabilire una connessione basata sui ricordi del passato ma che spesso va a scontrarsi con episodi di smarrimento e difficoltà del ricordare da parte degli individui soggetti a demenza. TimeSlips è stato concepito proprio per evitare queste problematiche: la sua filosofia fondamentale è sostituire la pressione del ricordare con la libertà

dell'immaginare, spostando radicalmente l'attenzione da chi la persona era a quella che è adesso, accettandola e valorizzandone le capacità residue.

TimeSlips è un'organizzazione indipendente che funge da centro globale per la formazione e la certificazione di facilitatori specializzati nel suo metodo: questa impostazione ne consente un'ampia scalabilità e adattabilità. Il programma opera attraverso una vasta rete di collaborazioni che include partner di varia tipologia, tra cui strutture di assistenza agli anziani (case di riposo, centri diurni), musei, biblioteche e università. Sebbene originariamente sviluppato per persone con demenza, il target si è ampliato per includere chiunque sia soggetto ad isolamento o problematiche legate alla sfera cognitiva. Le sessioni si svolgono tipicamente in piccoli gruppi, ma il metodo è flessibile e può essere anche utilizzato individualmente. (TimeSlips, 2022, p. 1).

Il cuore del metodo è una forma di narrazione creativa e improvvisata: la sessione è strutturata per essere senza possibilità di errori, allo scopo di limitare l'ansia per le prestazioni nei partecipanti. Un facilitatore formato presenta al gruppo un'immagine evocativa e pone esclusivamente domande aperte per stimolare l'immaginazione, non la memoria. Invece di domande basate sulla memoria (come 'Cosa ti ricorda questo?'), il mediatore chiede: 'Cosa vedi?', 'Cosa potrebbe succedere qui?', 'Cosa potremmo chiamare questo personaggio?'. Il ruolo del facilitatore è accogliere e commentare ogni singolo contributo, che sia una frase complessa, una parola, un suono o un gesto. Ogni risposta viene trascritta fedelmente e il facilitatore la rilegge al gruppo, intrecciando i vari contributi per costruire collettivamente una storia unica.

L'efficacia del modello TimeSlips è supportata da una crescente base di prove scientifiche, che ne hanno comprovato gli effetti sui partecipanti con demenza, sul personale di assistenza e sui volontari (TimeSlips, 2022, pp. 1-3).

Un Randomized Controlled Trial (RCT) pubblicato nel 2025 ha fornito prove molto indicative. Lo studio ha valutato un programma di narrazione creativa basato sull'arte (CrEAS-AC) confrontando 39 coppie (partecipante con demenza e caregiver) nel gruppo di intervento con 39 coppie nel gruppo di controllo, basato sul semplice contatto sociale. Dopo 12 settimane di attività (due volte a settimana), il gruppo CrEAS-AC ha mostrato riduzioni statisticamente significative dei sintomi comportamentali e psicologici della demenza (BPSD). Inoltre, i partecipanti hanno registrato punteggi più alti nella qualità della vita (QOL-AD) e un miglioramento misurabile nella capacità di comunicazione. Un risultato importante di questo studio è stato l'impatto sui caregiver, che hanno riportato una riduzione significativa del loro livello di stress e del carico assistenziale rispetto al gruppo di controllo.

Numerosi altri studi corroborano questi risultati. Uno studio condotto in Missouri ha rilevato che i residenti che partecipavano a TimeSlips mostravano un maggiore benessere e una migliore capacità comunicativa. Uno studio successivo tenuto in Michigan, condotto su residenti con demenza da moderata a grave, ha osservato un aumento significativo delle risposte assertive, cioè la partecipazione spontanea alla narrazione, senza richiesta specifica da parte del facilitatore. Un terzo studio condotto in Cina ha dimostrato che sei settimane di sessioni TimeSlips hanno portato a un declino significativo dei punteggi sulla Scala Cornell per la depressione nella demenza. Parallelamente, è stato osservato un aumento significativo dell'espressione di emozioni positive e una diminuzione di quelle negative: una ricerca nei Paesi Bassi ha rilevato che i partecipanti a TimeSlips mostravano scambi interpersonali più giocosi, sorridevano e ridevano più spesso. L'impatto del programma si estende a tutto l'ambiente di cura: un'ampia analisi in Wisconsin e in North Carolina ha rilevato un maggiore coinvolgimento dei residenti, ma anche un miglioramento degli atteggiamenti del personale nei confronti della

demenza. Altri studi hanno rilevato che lo staff sanitario ha iniziato a comprendere meglio i residenti e a concepire la programmazione generale in modo più creativo: questo cambiamento di attitudine è stato confermato anche da tre studi separati in Pennsylvania, che hanno dimostrato come gli atteggiamenti degli studenti di medicina verso le persone con demenza siano migliorati significativamente dopo aver condotto sessioni di TimeSlips.



Figura 10. Un'attività TimeSlips svolta presso Milwaukee (© uwm.edu)

2.2.4 Un progetto italiano di rilevanza internazionale. Dance Well: Movement

Research for Parkinson

Dance Well è un'iniziativa che promuove il benessere e la coesione sociale attraverso la danza. Nasce per sostenere lo sviluppo professionale di artisti e organizzazioni di danza che lavorano con persone affette dal morbo di Parkinson o da altri disturbi del movimento.

L'obiettivo centrale è offrire alle persone l'opportunità di sperimentare la danza come parte integrante della vita quotidiana all'interno di spazi in cui le comunità possano scoprire il potenziale della danza attraverso esperienze condivise. Sebbene la pratica sia fondamentalmente artistica, incorpora strategie di riabilitazione sviluppate in collaborazione con operatori sanitari, medici e ricercatori. Questa iniziativa è descritta dai propri fondatori come una rivoluzione lenta: lenta, per permettere un cambiamento duraturo in grado di radicarsi, e rivoluzione perché scuote e rimodella la comprensione tradizionale della danza, della malattia e dell'invecchiamento (Dance Well, 2025, pp. 5-6).

La pratica di Dance Well si fonda su quattro pilastri chiave:

1. Le lezioni sono gratuite e si tengono in luoghi di valore artistico e culturale, come musei, gallerie, centri culturali e teatri, o all'aperto a contatto con la natura. Questa scelta, voluta fin dall'inizio dal suo fondatore, Roberto Casarotto, serve a legittimare la pratica come attività artistica e ad allontanarla dall'etichetta di terapia (Dance Well, 2025, p. 8);
2. Le lezioni sono condotte da artisti di danza e coreografi professionisti con stili distinti. L'attività si basa principalmente sull'improvvisazione e sulla composizione in tempo reale, anziché sulla ripetizione di movimenti coreografati (Dance Well, 2025, pp. 5, 10, 85);
3. I partecipanti sono definiti danzatori, non pazienti né clienti. Questo per porre l'attenzione sulla natura artistica della pratica, pur riconoscendo i chiari benefici terapeutici che ne derivano (Dance Well, 2025, pp. 5, 86);
4. L'approccio si basa su uno scambio orizzontale e su una collaborazione attiva tra gli artisti professionisti, le organizzazioni culturali e i partecipanti (Dance Well, 2025, pp. 5, 12).

Dance Well è stato avviato nel 2013 presso il Comune di Bassano del Grappa, all'interno del CSC Centro per la Scena Contemporanea e nell'ambito dell'Operaestate Festival, con l'obiettivo di coinvolgere persone non professioniste nella pratica della danza. La connessione specifica con il Parkinson è nata dopo aver sentito il neuroscienziato Dr. Bas Bloem descrivere la malattia come una condizione che colpisce la motivazione, sollevando la domanda fondamentale: 'Cosa muove le persone?'.

Dal 2016 la pratica si è espansa significativamente, coinvolgendo numerose organizzazioni culturali in Italia, oltre che in Giappone e a Hong Kong (Dance Well, 2025, pp. 7, 8). Un consorzio di istituzioni culturali, sostenuto dal programma Europa Creativa dell'Unione Europea, ha ulteriormente ampliato il progetto, grazie alla creazione di nuove comunità Dance Well in cinque paesi europei: Italia, Repubblica Ceca, Francia, Germania e Lituania (Dance Well, 2025, pp. 7, 29).



Figura 11. Dance Well presso il Festival ORLANDO a Bergamo (© dancewell.eu)

Alla base del progetto vi è un modello costruito sulla fiducia reciproca e sullo scambio continuo, composto da tre attori principali:

- La comunità dei danzatori.

Per formare nuovi gruppi, il progetto attinge alle comunità Parkinson esistenti come associazioni, medici, centri di riabilitazione, tuttavia, le classi sono aperte a tutti (familiari, cittadini, studenti, persone con altre fragilità). Questa apertura è stata una decisa fin dall'inizio per evitare di creare un contesto clinico e favorire lo scambio intergenerazionale e sociale (Dance Well, 2025, pp. 5, 8, 12);

- Il team degli insegnanti.

Gli artisti che desiderano diventare insegnanti di Dance Well devono frequentare un percorso di formazione specifico a Bassano del Grappa, dove le lezioni sono sempre condotte da almeno due insegnanti contemporaneamente. Agli artisti è richiesto un impegno a tempo indeterminato, poiché Dance Well è concepito come un progetto senza una data di fine, che mira a creare relazioni a lungo termine (Dance Well, 2025, p. 13);

- Le organizzazioni.

Le istituzioni che ospitano Dance Well (musei, organizzazioni di danza) sono partner attivi. I loro membri sono incoraggiati a partecipare alle lezioni e a impegnarsi nello sviluppo della pratica, creando un ambiente accogliente (Dance Well, 2025, p. 13).

Questa iniziativa si differenzia nettamente dagli altri approcci nel campo della 'Danza e salute', come la Danza Movimento Terapia (DMT) o altri interventi clinici, essendo guidato da danzatori professionisti, e avendo come obiettivo primario l'esperienza artistica: i benefici terapeutici sono considerati un effetto collaterale positivo, anziché lo scopo finale. A differenza

dei programmi mirati esclusivamente alle persone con Parkinson, Dance Well inoltre è aperto a tutta la comunità e ai partecipanti non viene chiesto di dichiarare il proprio stato di salute, eliminando così l'identificazione con la malattia (Dance Well, 2025, pp. 84-87).

Dance Well, infine, non essendo un marchio o una proprietà di una singola entità, può essere definita come una proprietà collettiva che appartiene a tutti coloro (artisti, danzatori, organizzazioni) che contribuiscono attivamente ai suoi valori e al suo sviluppo.

2.2.5 Due programmi di creative ageing con importanti output di ricerca presso

l'Irish Museum of Modern Art (IMMA): 'Azure Tours' e 'Talking Art with IMMA'

L'Irish Museum of Modern Art (IMMA), fin dalla sua fondazione nel 1991, ha assunto un ruolo pionieristico nello sviluppo di programmi culturali rivolti alla popolazione anziana in Irlanda.

Il programma 'Art & Ageing' è stato concepito e lanciato nell'autunno del 2020 come una nuova iniziativa inclusiva, nata da una partnership con The Creative Ireland Programme, rappresentando una risposta diretta e tempestiva alla pandemia di Covid-19. Le misure di isolamento protettivo imposte dal governo avevano, di fatto, interrotto l'accesso degli anziani agli incontri culturali e sociali, amplificandone l'isolamento. L'obiettivo fondamentale del programma è stato quindi quello di contrastare gli effetti collaterali sociali del lockdown, offrendo un accesso facilitato ad attività artistiche da fruire in totale sicurezza dalla propria casa o da un contesto residenziale (Isard & Gardner, 2021, pp. 3-16).

Il programma 'Art & Ageing' è stato interamente strutturato come un'offerta online, sfruttando le piattaforme digitali per superare le barriere fisiche imposte dalla pandemia. Tra

gennaio e marzo 2021, in un periodo di intensa attività pilota, oltre 400 persone hanno partecipato gratuitamente alle varie iniziative. Il target di riferimento erano gli anziani confinati nelle loro abitazioni e agli anziani residenti in strutture come le case di cura, con un focus sulle persone con demenza. La diffusione del programma è stata amplificata da una solida rete di collaborazioni con organizzazioni partner chiave nel settore dell'invecchiamento e della demenza, tra cui Age & Opportunity, l'Alzheimer's Society of Ireland e l'Irish Dementia Working Group. Tutta l'attività era gestita e facilitata dal Visitor Engagement Team dell'IMMA, che ha adattato le proprie competenze al contesto virtuale di Zoom (Isard & Gardner, 2021, pp. 3-6). L'analisi dei partecipanti ha confermato il raggiungimento del target: l'85% dei rispondenti al sondaggio di valutazione aveva infatti un'età pari o superiore a 65 anni (Isard & Gardner, 2021, p. 23).

La metodologia del programma si è basata su una serie di attività interattive e legate alla conversazione, accessibili, progettate per rendere comprensibile l'arte moderna e stimolare il dialogo. L'approccio pedagogico è stato così riassunto da un partecipante: "Il messaggio generale è che l'arte è per tutti e non è necessario essere esperti per apprezzarla e capirla" (Isard & Gardner, 2021, p. 37). Le attività principali includevano 'Talking Art with IMMA', la più popolare, che ha registrato una partecipazione del 73% sul pubblico totale e consisteva in sessioni online interattive, supportate da pacchetti di risorse stampabili inviati in anticipo, contenenti immagini di opere e spunti per conversare. Un'altra proposta di grande impatto è stata 'Armchair Azure', un'esperienza online pensata per le persone che vivono con demenza e ai loro cari: queste sessioni erano condotte da facilitatori con formazione specifica sull'inclusione della demenza. Altre iniziative includevano video accessibili con sottotitoli e audiodescrizione per un'esplorazione guidata, nonché veri e propri tour virtuali che simulavano una visita al museo (Isard & Gardner, 2021, pp. 18-25).

L'IMMA ha dato grande importanza alla misurazione dell'impatto, commissionando una ricerca formale condotta da Quality Matters per valutare i risultati del programma pilota. Questa valutazione ha utilizzato una metodologia mista e i suoi risultati quantitativi hanno fornito le prove di un grande successo: il 79% dei partecipanti ha riportato un aumento della propria soddisfazione della vita come risultato diretto della partecipazione. Inoltre, il 74% ha dichiarato di aver avuto maggiori opportunità di impegnarsi in attività artistiche e il 61% di aver riscontrato un aumento del contatto sociale durante un periodo di profondo isolamento. Il programma ha anche raggiunto un obiettivo culturale di rilievo: il 64% dei partecipanti ha riferito un aumento del proprio interesse per l'arte moderna. L'impatto si è esteso oltre i singoli partecipanti, influenzando positivamente anche le strutture residenziali: l'83% dello staff e dei volontari di tali strutture ha riportato un aumento della propria capacità e della fiducia nel fornire sessioni interattive online ai propri residenti, grazie al supporto ricevuto dall'IMMA (Isard & Gardner, 2021, pp. 29-33).

Il programma 'Art & Ageing' è stato definito da IMMA uno dei pochi aspetti positivi della pandemia. Il museo è stato capace di trasformare un momento difficile in un'opportunità, dimostrando grande agilità nell'adattarsi a circostanze estreme riuscendo a mantenere un legame con i suoi visitatori più vulnerabili. Grazie al modello online, inoltre, il museo è stato in grado di raggiungere un pubblico completamente nuovo, superando le barriere geografiche e coinvolgendo partecipanti provenienti da aree rurali dell'Irlanda e persino del pubblico internazionale.

Il successo di queste attività è stato tale che IMMA ha deciso di sviluppare un modello ibrido, mantenendo accanto alla ripresa delle attività in presenza la componente digitale per riuscire a sfruttare al meglio il potenziale del programma integrandolo nelle strategie di salute pubblica nell'ambito del piano strategico nazionale 'Healthy Ireland' (Isard & Gardner, 2021, p. 43).



Figura 12. 'Azure Tour' presso l'Irish Museum of Modern Art (© imma.ie)

2.2.6 Due programmi di creative ageing nei Paesi Bassi con ‘Meet me at MoMA’

come punto di riferimento: ‘Unforgettable’ e ‘Elderly meet Van Gogh’

Il programma ‘Unforgettable’ (Onvergetelijk) è stato avviato nel 2013 dallo Stedelijk Museum di Amsterdam e dal Van Abbemuseum di Eindhoven, con il sostegno di vari enti benefici rivolti agli anziani (Stedelijk Museum, 2017, p. 3). L’ispirazione proviene dal successo del programma ‘Meet Me at MoMA’ del Museum of Modern Art di New York (Stedelijk Museum, 2017, p. 5). L’iniziativa nasce dalla convinzione che i musei debbano essere accessibili a tutti e che l’arte possa arricchire, sorprendere e connettere le persone. Il suo scopo principale è migliorare la qualità della vita delle persone che vivono con demenza e dei loro cari, offrendo attività che non si concentrino sulla malattia ma sul piacere di stare in compagnia e sul contatto sociale. In seguito al successo iniziale, tra il 2014 e il 2016 il programma è stato implementato in altri dieci musei olandesi, coprendo quasi ogni provincia, supportato da un importante studio scientifico del VU Medical Centre (VUmc) di Amsterdam (Stedelijk Museum, 2017, pp. 3–12)



Figura 13. Una sessione del programma ‘Unforgettable’ dello Stedelijk Museum di Amsterdam (© stedelijk.nl)

Il programma ‘Unforgettable’ offre tour interattivi e workshop pensati su misura. Ai visitatori individuali, solitamente una coppia formata da persona con demenza e caregiver, viene proposto un tour mensile con data e ora fisse, mentre i gruppi provenienti da centri diurni o istituti di cura possono prenotare delle attività su richiesta. Una sessione dura circa 90 minuti, includendo un momento di benvenuto, solitamente con tè o caffè, e la discussione approfondita di sei opere d’arte selezionate in base a un tema specifico. Nei workshop vengono invece affrontate al massimo due opere prima di dedicarsi a un’attività creativa pratica in uno spazio dedicato all’interno del museo. Le sessioni sono svolte preferibilmente negli orari di apertura regolari scegliendo i momenti di minore affluenza, come i giorni feriali nel primo pomeriggio, per garantire un’atmosfera tranquilla, mentre la dimensione massima del gruppo varia da dieci a quattordici persone per favorire l’interazione e la concentrazione. Il prezzo richiesto per partecipare alle attività è basso per garantire l’inclusione anche verso gli anziani con meno disponibilità economica, coprendo principalmente le spese di gestione (Stedelijk Museum, 2017, p. 18).

Il programma è gestito da un team composto da guide appositamente formate e da assistenti, entrambi essenziali per il successo dell’esperienza. La guida si occupa dei contenuti e del gruppo in generale, mentre l’assistente si concentra sul benessere individuale e sul supporto logistico (Stedelijk Museum, 2017, p. 19)

La metodologia alla base di ‘Unforgettable’ pone al centro l’esperienza individuale e la percezione dei partecipanti, dando poca importanza alla trasmissione di conoscenze accademiche. Non è richiesta alcuna base pregressa di storia dell’arte: l’obiettivo primario è facilitare il contatto sociale utilizzando le opere d’arte come mezzo e a tal proposito le guide adottano un approccio di indagine, ponendo domande aperte per incoraggiare la condivisione di storie, ricordi e idee (Stedelijk Museum, 2017, pp. 5, 71).

La discussione di ogni opera segue una struttura flessibile ma definita: guardare, descrivere, interpretare e connettere (Stedelijk Museum, 2017, pp. 31–35): questo permette a tutti di avvicinarsi gradualmente all’opera. Vengono spesso incorporati brevi compiti creativi come il disegno, la musica o attività tattili per coinvolgere più sensi e offrire modalità alternative di partecipazione, ma per ognuna è fondamentale creare un’atmosfera positiva e sicura, in cui non esistono risposte sbagliate e ogni contributo è valorizzato (Stedelijk Museum, 2017, pp. 43–45). I facilitatori mantengono un linguaggio chiaro e semplice, ripetendo ad alta voce le risposte per assicurarsi che tutti le sentano, gestendo i silenzi con pazienza e prestando attenzione alla comunicazione non verbale. Vengono forniti supporti pratici come targhette con i nomi dei partecipanti, sedie pieghevoli leggere per tutti e un piccolo souvenir (spesso una cartolina) da portare a casa (Stedelijk Museum, 2017, pp. 20–25).

Lo studio scientifico condotto dal VUmc di Amsterdam, menzionato in precedenza, ha accompagnato l’implementazione nazionale del programma, fornendo dati significativi sul suo impatto (Stedelijk Museum, 2017, p. 6). La ricerca ha confermato i risultati positivi già osservati in studi analoghi, come quello sul programma del MoMA: è emerso che le persone con demenza e i loro accompagnatori mostravano un umore più allegro immediatamente dopo il tour rispetto a prima, valutando molto positivamente l’esperienza complessiva, apprezzando in particolare l’interazione sociale durante il tour, nonché la cordialità e l’impegno dello staff museale. Le risposte hanno evidenziato un elevato livello di attenzione alle opere e alla guida, ma un effetto notevole è stato riscontrato anche sul personale museale coinvolto come guide, assistenti, volontari. Dopo alcuni mesi dall’introduzione del programma avevano infatti un’immagine più positiva delle persone con demenza, vedendole semplicemente come individui e concentrandosi sulla loro malattia in maniera secondaria. Questo aspetto sottolinea come il programma

contribuisca attivamente a creare una società più accogliente verso la demenza (Stedelijk Museum, 2017, pp. 65-72).

Quello di ‘Unforgettable’ si è dimostrato un modello efficace e replicabile, capace di adattarsi a diversi tipi di musei, dai musei d’arte moderna a quelli di storia naturale: il suo successo risiede nella capacità di offrire un’esperienza che va oltre la semplice visita museale, creando momenti di connessione tra le persone con demenza, i loro cari e l’arte stessa. Molti accompagnatori si sono detti sorpresi nel vedere i propri cari rispondere in modo attivo, mostrando emozioni e partecipando in modi inaspettati, riscoprendo anche aspetti della loro personalità che la malattia aveva sopito (Stedelijk Museum, 2017, pp. 65-66).

Passiamo ora al programma ‘Elderly meet Van Gogh’, un’iniziativa del Van Gogh Museum di Amsterdam lanciata per allinearsi alla missione del museo di rendere la vita e l’opera di Vincent van Gogh accessibili al maggior numero possibile di persone, per arricchirle e ispirarle. Per supportare l’invecchiamento costante della popolazione olandese, il museo si è posto l’obiettivo di avere un impatto positivo sulla salute degli anziani e tal fine ha elaborato un programma che mira a rendere più attiva la popolazione senior attraverso l’arte di Van Gogh, migliorandone l’interazione sociale e aiutandola a riscoprire i propri talenti. Il target è composto dagli anziani oltre i 70 anni, in particolare quelli che vivono autonomamente e che, a causa di disabilità fisiche o di una rete sociale limitata, non sono in grado di visitare il museo da soli. Per raggiungere questo pubblico, il museo collabora attivamente con partner del settore della salute e del benessere (Van Gogh, s.d., p. 4).

Il programma offre diverse modalità di partecipazione per venire incontro alle esigenze del suo pubblico. Ad esempio, organizza giornate speciali di visita al museo con attività e guide dedicate. Queste visite prevedono un’accoglienza personalizzata con caffè e tè, una breve

introduzione e, infine, un tour guidato in piccoli gruppi, condotto direttamente dal personale del museo (Van Gogh, s.d., p. 24). Oltre alle visite, il programma prevede attività di outreach che portano l'esperienza di Van Gogh direttamente nei luoghi frequentati dagli anziani: vengono organizzate lezioni interattive di circa un'ora per 12-30 partecipanti, presso case di riposo o centri comunitari, incentrate su temi come 'Casa e viaggio nella vita di Van Gogh', per stimolare i ricordi. Inoltre, vengono offerti workshop pratici in loco di 90 minuti rivolti a 8-15 partecipanti, durante i quali i responsabili del workshop si recano presso le strutture con uno studio mobile. Questi workshop sono dedicati alla vita e all'opera dell'artista, permettendo ai partecipanti di sperimentare in prima persona delle attività creative (Van Gogh, s.d., p. 25).

La metodologia di 'Elderly meet Van Gogh' è attentamente calibrata per accogliere partecipanti con diversi livelli di familiarità con l'arte e la cultura (Van Gogh, s.d., p. 1), e il suo elemento chiave è l'accessibilità: le attività sono presentate in modo da non intimidire chi ha poca conoscenza della materia, ponendo l'enfasi sull'interazione sociale e sulla creazione di un'atmosfera piacevole. Un'accoglienza calorosa e l'attenzione di tutto lo staff, formato da guide, addetti all'ospitalità e alla sicurezza, permettono ai partecipanti di sentirsi benvenuti e apprezzati.

Le guide adattano il contenuto della visita ai diversi livelli di conoscenza, offrendo nuove prospettive anche a chi già conosce Van Gogh: in questo modo si supporta l'apprendimento permanente, permettendo agli anziani di continuare a imparare e a migliorarsi. Dopo la visita, viene spesso offerto un piccolo dono, che permette di prolungare l'esperienza anche una volta giunti a casa (Van Gogh, s.d., pp. 11-23)

Nel 2018, il Van Gogh Museum ha commissionato all'agenzia MARE una ricerca sul pubblico del programma, combinando un'indagine quantitativa su 158 visitatori nelle giornate

dedicate a interviste qualitative con 15 anziani, effettuate nelle loro abitazioni tre settimane dopo la visita. I risultati hanno confermato l'impatto positivo del programma sulla salute degli anziani (Van Gogh, s.d., p. 5): la soddisfazione è risultata estremamente alta, dato che il 66% si è dichiarato 'molto soddisfatto' e il 32% 'soddisfatto' (Van Gogh, s.d., p. 15). Le ragioni principali di questi risultati vanno ricercate nel carattere informativo e interessante delle attività, l'entusiasmo delle guide, la buona organizzazione e l'atmosfera piacevole. Durante la visita, i partecipanti hanno riportato di sentirsi a proprio agio (68% sempre), felici (43% sempre, 40% molto spesso) e coinvolti (49% sempre, 40% molto spesso) (Van Gogh, s.d., p. 20).

La ricerca ha concluso che il programma aiuta effettivamente a creare momenti importanti per gli anziani, stimolando l'interazione sociale, e ispirandoli a impegnarsi più spesso in attività artistiche e culturali, dato che l'esperienza positiva viene ricordata per settimane e condivisa con entusiasmo. Inoltre, l'analisi ha mostrato che il programma contribuisce positivamente a



*Figura 14. Il programma svolto all'interno delle sale del Van Gogh Museum di Amsterdam
(© vangoghmuseum.nl)*

tutte e sei le dimensioni della ‘Salute positiva’ definite da Machteld Huber in questo modo: funzioni corporee, funzioni mentali, dimensione spirituale/esistenziale, qualità della vita, partecipazione sociale e funzionamento quotidiano (Van Gogh, s.d., pp. 22-23).

Il programma proposto dal Van Gogh Museum di Amsterdam mostra chiaramente come un museo possa assumere un ruolo sociale attivo, proponendosi come un’istituzione amica degli anziani (Van Gogh, 2018, p. 1), collaborando con il settore socio-sanitario per raggiungere gli anziani più vulnerabili e superare le barriere fisiche, sociali ed economiche che impedirebbero loro di accedere al museo (Van Gogh, 2018, p. 2).

2.2.7 Oltre la galleria: modelli innovativi di accesso all’arte per anziani in Canada

Abbiamo visto i programmi che ad oggi rappresentano i punti di riferimento per diverse tipologie di attività di creative ageing, ma accanto ad essi emergono iniziative che esplorano approcci di diversa natura per raggiungere il pubblico anziano, affrontando barriere come l’alfabetizzazione digitale o l’impossibilità di muoversi dal proprio domicilio. Due esempi significativi provengono da altrettanti musei canadesi.

‘Connecting Through Art’ è un’iniziativa della National Gallery of Canada (NGC) a Ottawa, sviluppata in partnership con l’organizzazione no-profit Connected Canadians, che si distingue in quanto programma di supporto personalizzato volto a promuovere l’alfabetizzazione digitale tra gli anziani. I volontari di Connected Canadians offrono sessioni individuali gratuite per insegnare agli anziani a navigare efficacemente sul sito web della galleria e ad accedere alle sue crescenti risorse virtuali, come tour online, eventi in streaming e altre piattaforme digitali.

Il target è rappresentato genericamente dagli anziani che necessitano di aiuto per migliorare le proprie competenze tecnologiche e per superare il gap tecnologico con il mondo moderno, con l'obiettivo di abbattere le barriere tecnologiche che impediscono a molti anziani di rimanere connessi con l'offerta culturale online (National Gallery of Canada, s.d.).



Figura 15. L'immagine pensata per pubblicizzare il programma (© gallery.ca)

‘Art Talks’, invece, è un programma offerto dall’Ottawa Art Gallery (OAG) in collaborazione con alcuni centri per anziani locali, come The Good Companions Seniors’ Center, e si inserisce nel contesto più ampio del programma Seniors’ Centre Without Walls. La sua caratteristica innovativa risiede nella modalità di erogazione: il telefono. Le attività consistono in conversazioni guidate gratuite su opere d’arte, artisti e le loro vite, condotte dagli educatori della galleria tramite chiamate telefoniche.

L’iniziativa in questo caso si rivolge all’insieme degli anziani residenti nella comunità in generale, con particolare attenzione a chi potrebbe essere socialmente isolato. L’obiettivo è arricchire la loro vita attraverso l’arte, offrendo un’opportunità di conversazione e di condivisione di ricordi in un ambiente confortevole e accessibile. Utilizzando il telefono, ‘Art

Talks’ supera anche le barriere digitali, proponendo un approccio estremamente inclusivo: si differenzia quindi dai programmi visti in precedenza per il mezzo utilizzato, focalizzandosi sull’accessibilità comunicativa e sul contrasto all’isolamento attraverso uno strumento versatile e di facile utilizzo (Ottawa Art Gallery, s.d.).

2.2.8 Un ulteriore punto di vista: organizzare una mostra che parli della società super anziana. ‘Blowing Up The Tale of Ageing Society’ al Bangkok Art and Culture Centre (BACC), Thailandia

Nel 2023, il Bangkok Art and Culture Centre (BACC) ha affrontato una delle trasformazioni sociali più urgenti della Thailandia contemporanea con la mostra temporanea ‘Blowing Up The Tale of Ageing Society’. Tenutasi dal 22 agosto al 26 novembre 2023, l’esposizione ha sfruttato il potere dell’arte contemporanea e dei media creativi per analizzare criticamente e stimolare la riflessione pubblica sulla società anziana thailandese, destinata a diventare presto super anziana.

Il contesto della mostra era particolarmente attuale: il 2023 segnava l’anno in cui la generazione del milione di nascite della Thailandia, cioè gli individui nati tra il 1963 e il 1983, iniziava a compiere 60 anni, innescando uno cambiamento demografico destinato a rimodellare la nazione. Di fronte a questa realtà, l’obiettivo principale del BACC, oltre a quello di presentarne i dati scientifici, era quello di sensibilizzare l’opinione pubblica sulle profonde implicazioni sociali, economiche e culturali di questo cambiamento.

La mostra è stata curata da un team composto da Chainarong Ariyaprasert, Veeraya Iamcham, Onanong Glinsiri e Suebsang Sangwachirapiban (capo del dipartimento espositivo del

BACC) e il loro approccio mirava a creare un effetto a catena, stimolando i visitatori a porsi domande sulla realtà dell'invecchiamento in Thailandia. Pur essendo incentrata sugli anziani, la mostra si rivolgeva deliberatamente a persone di tutte le età. I curatori hanno inoltre sottolineato l'importanza strategica della sede del BACC per una mostra di questo tipo, situata nel centro della città di Bangkok e frequentata principalmente da adolescenti e giovani lavoratori, per promuovere la comprensione e l'accettazione tra le diverse generazioni e per incoraggiare i più giovani a prepararsi alla propria vecchiaia.

Il percorso espositivo era strutturato attorno a quattro temi chiave:

1. Salute e benessere;
2. Economia e innovazione;
3. Una società equa;
4. Ambiente fisico e accessibilità.

Per esplorare questi temi, i curatori hanno selezionato un gruppo eterogeneo di artisti che includeva anche opere video, fotografia, installazioni e artigianato locale. Tra gli artisti partecipanti figuravano nomi come il monaco e pensatore Phra Paisal Visalo, l'artista multimediale Kamonlak Sukchai e il designer Karakot Arromdee, oltre a molti altri.

Le opere scelte volevano evidenziare possibili criticità, ma anche esplorare il valore dell'esperienza, la condivisione della saggezza e la ricerca di nuovi ruoli per gli anziani. Una proposta da sottolineare, ad esempio, è stata l'opera di Phra Paisal Visalo, intitolata 'The Art of Senior Living' (2023), che, attraverso gli insegnamenti buddisti, rifletteva sulla saggezza acquisita con l'età. L'opera portava con sé un messaggio di accettazione e resilienza, sottolineando come, avendo meno tempo a disposizione, non si dovrebbe più sprecarlo nella

sofferenza ma piuttosto vivere nel presente: una filosofia pensata per trovare la pace e sfruttare la propria vita fino in fondo.

La mostra 'Blowing Up The Tale of Ageing Society' si è rivelata un'importante occasione per ispirare il dialogo nazionale, utilizzando l'arte per cancellare gli stereotipi e incoraggiare una visione positiva e proattiva del futuro demografico della Thailandia, promuovendo una società inclusiva verso tutte le età (Bangkok Art and Culture Centre, 2023).



Figura 16. Uno dei manifesti relativi alla mostra (@bacc.or.th)

2.3 L'evoluzione del modello: i musei che fanno rete. I Musei Toscani per

l'Alzheimer e la Rete MADER



*Figura 17. Il logo del Sistema Musei Toscani per l'Alzheimer
(© museitoscanialzheimer.org)*

Il Sistema Musei Toscani per l'Alzheimer rappresenta un'eccellenza italiana nel campo del welfare culturale, unendo in modo innovativo il patrimonio artistico della regione alle esigenze delle persone che vivono con la demenza e dei loro caregiver.

Sebbene molti musei toscani proponessero da anni programmi dedicati, è dal 2020 che queste esperienze si sono consolidate in un sistema formalizzato, guidato dall'associazione culturale 'L'immaginario' di Firenze, fondata da due storiche dell'arte: Cristina Bucci e Chiara Lachi. Il Sistema vede il museo come una istituzione culturale inclusiva e non vede la demenza come una malattia invalidante, ma piuttosto come una condizione che coinvolge l'intera sfera della vita della persona e di chi se ne prende cura. Ciò che lega le decine di istituzioni aderenti, pur nella loro autonomia, è la condivisione di principi comuni.

Le attività proposte sono degli incontri interattivi con il patrimonio culturale, pensati per coinvolgere contemporaneamente la persona con demenza e i suoi accompagnatori, rafforzandone la relazione in un contesto diverso rispetto al solito. L'obiettivo finale non è quindi di tipo terapeutico, ma interamente incentrato sul benessere, sulla socializzazione e sul miglioramento della qualità della vita dell'anziano: ciò è reso possibile da una stretta collaborazione progettuale tra educatori museali e professionisti dell'ambito geriatrico, che assicura che l'esperienza culturale si integri perfettamente con la rete dei servizi sociosanitari del territorio.

Questo approccio ha ottenuto un riconoscimento istituzionale di altissimo profilo: già dal 2019 la Regione Toscana ha inserito le attività museali tra le prestazioni di supporto previste per le persone con demenza. Di conseguenza, la visita al museo può essere prescritta dai geriatri, entrando a pieno titolo nel piano assistenziale individuale e consolidando l'idea della cultura come strumento fondamentale per la salute e la coesione (Musei Toscani per l'Alzheimer, s.d.).

L'efficacia di questo modello è stata anche misurata scientificamente. Una recente ricerca, intitolata 'Take Part' e presentata nel 2025, ha analizzato l'impatto delle esperienze museali, fornendo dati molto chiari. È emerso che nel corso delle attività il 95% dei pazienti si sentiva ascoltato e coinvolto attivamente, e come l'esperienza migliorasse sensibilmente il legame con i propri caregiver. Le visite, inoltre, hanno aumentato il senso di appartenenza a una comunità, riducendo il rischio di isolamento sociale. L'impatto positivo si è riflettuto anche sulle istituzioni: il 90% dei musei coinvolti ha successivamente sviluppato nuovi programmi di accessibilità per altri tipi di pubblico (InToscana.it, 2025).

La forza del sistema risiede anche nella sua diffusione capillare. Dalle iniziative 'A più voci' di Palazzo Strozzi a 'Le radici della memoria' dell'Orto Botanico di Pisa, fino al progetto 'Mettillo in valigia' del MuDev, che porta l'esperienza nelle RSA, la rete MTA dimostra

una profonda capacità di adattamento. Il sistema unisce decine di realtà tra comuni, fondazioni (come i Musei Senesi e il Centro Pecci di Prato) e sistemi universitari, che collaborano attivamente con le ASL, l'Istituto Superiore di Sanità e associazioni come ICOM Italia e AIMA (Musei Toscani per l'Alzheimer, s.d.).

Se i paragrafi precedenti hanno illustrato il ruolo pionieristico della rete museale toscana per l'Alzheimer nell'introdurre in Italia un approccio strutturato al welfare culturale, l'analisi della Rete MADER (Musei per l'Alzheimer e le Demenze in Emilia-Romagna) consente di osservare una possibile evoluzione di tale modello. L'esempio emiliano-romagnolo, pur traendo ispirazione esplicita dall'esperienza toscana, si distingue per una forte integrazione tra il settore culturale e quello socio-sanitario ed emerge come un caso studio utile per comprendere la progressiva istituzionalizzazione di tali pratiche.

Promossa e finanziata dal settore 'Patrimonio culturale' della Regione Emilia-Romagna a partire dal 2024, la Rete MADER vuole rendere i musei locali sempre più luoghi legati alla salute pubblica e al benessere delle comunità. La sua genesi si inserisce in un contesto regionale, quello dell'Emilia-Romagna, caratterizzato da un forte investimento nel sistema di welfare e da una consolidata tradizione di cooperazione interistituzionale. La decisione del settore 'Patrimonio culturale' di finanziare la rete è legata a molteplici fattori: l'invecchiamento demografico e l'aumento dell'incidenza delle demenze, uniti all'adesione da parte della regione ad una visione del patrimonio culturale allineata con i principi della Convenzione di Faro (2005) e la nuova definizione di museo dell'ICOM (2022), che ne sottolinea il ruolo al servizio della società e del suo sviluppo sostenibile.

I quattro obiettivi della rete, pur condividendo i concetti alla base del modello della Regione Toscana, vengono qui declinati con un forte accento sulla strutturazione del servizio:

1. Utilizzare l'esperienza estetica e l'ambiente museale come strumento di stimolazione cognitiva, relazionale ed emotiva per le persone con demenza prestando un'attenzione particolare alla qualità della vita della persona con demenza e del suo caregiver;
2. Abbattere le barriere fisiche, ma anche quelle cognitive, psicologiche e sociali. Il museo viene visto come uno spazio sicuro, dotato di un ambiente accogliente che contrasta l'isolamento sociale e lo stigma che spesso accompagnano la malattia;
3. Sviluppare, testare e validare linee guida e metodologie d'intervento condivise per assicurare un livello qualitativo omogeneo delle proposte su scala regionale e garantire la replicabilità e la sostenibilità dei percorsi;
4. Collaborare con il sistema sanitario, integrando l'offerta museale nel Percorso Diagnostico Terapeutico Assistenziale (PDTA) per le demenze e farla riconoscere come risorsa complementare agli interventi farmacologici e assistenziali.

La Rete MADER è coordinata dalla Fondazione Parco Archeologico di Classe - RavennAntica, che funge da capofila, mentre il nucleo operativo comprende istituzioni museali di primaria importanza come i Musei Civici di Bologna, la Fondazione Palazzo Magnani di Reggio Emilia, il MAR di Ravenna. A questi si aggiunge il settore 'Patrimonio storico e artistico' dell'AUSL della Romagna: l'inclusione diretta di un'azienda sanitaria locale (AUSL) come partner attivo e progettuale è un elemento di grande innovazione, che garantisce numerosi vantaggi a tutti i musei facenti parte della rete. I percorsi, ad esempio, sono organizzati con la collaborazione dei geriatri, psicologi e terapisti che hanno in carico i pazienti che verranno poi coinvolti nelle attività, mentre le metodologie e i risultati possono essere monitorati e valutati con un rigore scientifico basato sulle competenze sanitarie. La presenza di un canale di reclutamento facilita inoltre l'accesso ai programmi per le persone seguite dai Centri per i

Disturbi Cognitivi e le Demenze (CDCD), integrando l'offerta museale direttamente nei piani di cura proposti alle famiglie.

Un ruolo di fondamentale importanza è svolto dalle associazioni Alzheimer locali. Esse infatti rappresentano concretamente la voce e il vissuto dei destinatari e si assicurano che le attività proposte rispondano ai bisogni reali e siano improntate a un approccio incentrato sulla persona, fungendo da ponte tra le famiglie e le istituzioni culturali e sanitarie. Collaborano inoltre attivamente alla formazione e alla sensibilizzazione del pubblico sul tema della demenza.

Il lavoro della Rete MADER si poggia su due basi metodologiche interconnesse: la formazione dei mediatori e la progettazione delle attività. Il prerequisito per l'efficacia della rete è la creazione di un linguaggio comune, creato tramite un processo di formazione congiunta e di miglioramento delle capacità collettive con lo scopo finale di creare competenze ibride, destinate tanto agli educatori museali quanto agli operatori sanitari. Gli operatori museali infatti acquisiscono gli strumenti necessari per comprendere le diverse fasi della demenza, le tecniche di comunicazione facilitata, la gestione delle dinamiche di gruppo con persone fragili e la rimodulazione della mediazione culturale in chiave relazionale ed emotiva. Agli operatori socio-sanitari e ai caregiver, familiari e professionali, vengono invece trasmesse le conoscenze per riuscire a riconoscere e utilizzare il potenziale dell'opera d'arte e dello spazio museale come strumenti di relazione, memoria e benessere, al di fuori del consueto ambiente clinico.

Le attività proposte dalla Rete MADER, come laboratori sensoriali, percorsi narrativi e attività di reminiscenza basate su opere artistiche, non sono lezioni di storia dell'arte né esercizi cognitivi. Si distanziano notevolmente dalla visita guidata tradizionale in quanto momenti di socialità dedicati al benessere individuale che, nell'ambito della salute pubblica, possono essere assimilati agli interventi non farmacologici. L'opera d'arte anche in questo caso viene vista come

il mezzo per ottenere dei risultati: si privilegiano opere capaci di evocare risposte emotive e attivare canali comunicativi non verbali, usandole come stimoli per la narrazione e la reminiscenza, valorizzando la memoria autobiografica e l'identità della persona. Il successo dell'attività si misura dunque dal benessere relazionale osservato nella coppia paziente-caregiver e nel gruppo, piuttosto che dalla quantità di nozioni apprese (Rete MADER, 2025).



Figura 18. Un'attività svolta presso un museo della Rete MADER (@retemader.it)

2.4 Panoramica normativa sull'invecchiamento attivo in Italia

Concludiamo il capitolo dedicato allo stato dell'arte dei programmi di creative ageing con un approfondimento sulle normative più recenti legate all'invecchiamento attivo in Italia. Vorrei aprire la discussione con una legge della Regione Marche, che in questo senso si è già mossa efficacemente da tempo dimostrando un grande interesse verso la tematica.

Si tratta della Legge Regionale n. 3 del 12 marzo 2018, dal titolo: 'Istituzione del servizio civile volontario degli anziani' (Regione Marche, 2018). Il Servizio civile volontario degli anziani è una iniziativa destinata a coloro che hanno compiuto sessant'anni, titolari di pensione o disoccupati. Gli ambiti in cui le attività possono essere svolte sono vari e fra questi, a livello culturale, troviamo: assistenza agli studenti presso le biblioteche scolastiche; animazione, gestione e supporto alle attività che si svolgono durante mostre e manifestazioni nonché nei musei, biblioteche, parchi pubblici, sale ricreative e di aggregazione; iniziative dedicate a far conoscere e perpetuare le tradizioni locali artigianali, artistico-musicali, del folclore e del vernacolo; assistenza culturale e sociale nelle strutture sanitarie, socio-sanitarie, sociali, educative e nelle carceri, in modo particolare in quelle minorili. La gestione del servizio è affidata agli Ambiti Territoriali Sociali (Regione Marche, 2021), che, mediante un avviso pubblico, possono presentare i propri progetti di servizio civile volontario per gli anziani, specificando in particolare gli ambiti di intervento selezionati e i relativi fabbisogni di servizi e di persone anziane. Per la stipula del servizio tra l'ente e il volontario deve invece essere sottoscritto un atto d'impegno delle parti che non comporta l'instaurazione di un rapporto di lavoro, ma prevede il rimborso delle spese sostenute dall'anziano a seguito della presentazione della relativa documentazione fiscale.

Passiamo ora ad una normativa più recente. Il 15 novembre 2023 è stato pubblicato il Bollettino Ufficiale della Regione Toscana che, nella sua seconda parte, contiene una grande innovazione legata all'inclusione dei luoghi della cultura nei confronti delle persone con demenza. La delibera n.1269 (Regione Toscana, 2023), dal titolo 'Caratteristiche dei programmi museali dedicati alle persone con demenza', definisce e formalizza i requisiti e le caratteristiche dei programmi museali dedicati alle persone con demenza, garantendo uno standard di qualità per tutte le attività museali accreditate ai sensi di questa normativa. I programmi vengono definiti sotto tutti gli aspetti principali, tra cui la partecipazione dei caregiver, il numero di partecipanti, l'ambiente in cui si svolgono le attività e il ruolo centrale degli educatori. Questa tipologia di programmi è stata ampiamente sperimentata grazie alla rete Musei Toscani per l'Alzheimer, di cui abbiamo parlato poco sopra.

L'iniziativa della Regione Toscana prende inoltre spunto dal 'Piano nazionale demenze' (Ministero della Salute, 2014), che include tra i suoi obiettivi l'aumento della consapevolezza e la riduzione dello stigma per un miglioramento della qualità della vita. Questo obiettivo si declina in tre sotto-obiettivi:

1. Supportare le persone con demenza e i loro familiari fornendo loro corrette informazioni sulla malattia e sui servizi disponibili per facilitare un accesso ad essi quanto più tempestivo possibile;
2. Migliorare la qualità della vita e della cura, promuovendo la piena integrazione sociale per le persone con demenze anche attraverso strategie di coinvolgimento personale e familiare;
3. Favorire tutte le forme di partecipazione, in particolare attraverso il coinvolgimento delle famiglie e delle associazioni.

Il piano prevede, inoltre, un forte impegno a sostegno dei familiari e dei caregiver che si concretizza in due modalità: da un lato, attraverso lo sviluppo di interventi che mirano al loro coinvolgimento attivo e consapevole, offrendo parallelamente un supporto personalizzato, formazione specifica e informazioni mirate; dall'altro lato, il piano si impegna a sostenere e valorizzare le associazioni dei familiari e le reti di volontariato per le attività che dedicano ai caregiver. Infine, si intendono incentivare tutte le opportunità di sostegno informale, definite a bassa soglia e ad alta capacità di contatto, come, ad esempio, i Caffè Alzheimer e altre iniziative territoriali di provata efficacia, fondamentali per coinvolgere le persone con demenza e le loro famiglie.

Vediamo ora le caratteristiche principali dei programmi museali dedicati alle persone con demenza come definite dalla delibera n. 1269 della Regione Toscana. In primis, viene sottolineato come l'obiettivo degli incontri non sia sostituire la terapia, bensì aiutare a mantenere le capacità cognitive dei partecipanti e a ridurre i disturbi del comportamento attraverso la partecipazione culturale e la connessione con la vita sociale della comunità. I mezzi per facilitare queste attività sono l'incontro con opere d'arte, reperti archeologici, oggetti scientifici o d'uso quotidiano, nonché la proposta di attività creative. L'esperienza vissuta al museo permette dunque alle persone con demenza e ai caregiver di partecipare ad attività nuove e stimolanti e, allo stesso tempo, di incontrare persone nella loro stessa condizione e professionisti del settore della cura, affidandosi a un programma museale che rispetta i requisiti previsti per gli 'Altri servizi alla persona' del sistema sociale integrato.

L'attività museale può svolgersi all'interno dell'istituzione ma anche negli spazi esterni e, nel caso in cui il programma sia proposto da un soggetto accreditato diverso dal museo, deve comunque esserci un'intesa formalizzata tra il soggetto e il museo stesso. Tutte le fasi del

programma, dalla progettazione alla conduzione degli incontri fino alla valutazione, devono essere co-gestite da professionisti del settore museale e dell'ambito educativo-geriatrico: è dunque necessario prevedere percorsi formativi congiunti.

I percorsi formativi devono prevedere l'acquisizione di conoscenze e competenze relative alle demenze, alle implicazioni comportamentali e sociali, alle modalità di comunicazione e di relazione con le persone con demenza, ma anche agli approcci educativi nel museo e alle modalità di coinvolgimento in ambito museale delle persone con demenza e di chi se ne prende cura. Questi percorsi sono rivolti agli educatori museali e ai professionisti con competenze in ambito geriatrico e vengono promossi direttamente dal Sistema dei Musei Toscani per l'Alzheimer con il sostegno della Direzione Beni, Istituzioni, Attività Culturali e Sport della Regione Toscana. Sono condotti da operatori esperti che hanno al loro attivo anni di esperienza nelle attività museali per le persone con demenza e nella formazione degli educatori, con competenze specifiche nell'ambito dell'educazione museale e della cura e della relazione con le persone con demenza. Il Sistema MTA propone:

1. Percorsi formativi di base (o primo livello);
2. Percorsi formativi di secondo livello;
3. Percorsi formativi di terzo livello (internazionali).

Vediamo ora nel dettaglio le peculiarità dei programmi museali. Il primo elemento da tenere in considerazione per assicurarne qualità ed efficacia riguarda le caratteristiche dei partecipanti: interessi, tipologia dei disturbi sensoriali ed eventuali disturbi del comportamento, che vanno approfonditi preventivamente. La metodologia utilizzata per la mediazione con le opere e la presenza di professionisti dell'ambito educativo-geriatrico rendono le attività realmente accessibili: solo alcuni disturbi del comportamento specifici costituiscono criterio di

esclusione dalla partecipazione, come l'aggressività fisica. Si può scegliere di indirizzare i programmi a persone con un livello lieve-moderato di avanzamento della demenza, per le quali gli effetti positivi potrebbero essere maggiori: determinare, o almeno conoscere in anticipo, le caratteristiche dei partecipanti permette di creare gruppi quanto più omogenei possibile per modalità comunicative e di interazione, elemento che favorisce il coinvolgimento di tutti. Una seduta con 6-8 coppie, formate da persone con demenza e i loro caregiver, consente ai partecipanti di dialogare facilmente e allo stesso tempo assicura maggiore vivacità e interazione. Il numero dei partecipanti dipende in ogni caso dallo spazio a disposizione nel museo e dal tipo di attività proposta. Gruppi numerosi formati da più di 16 persone sono da evitare anche nei musei dotati di ampi spazi, poiché rendono più difficile la partecipazione: rispettare i turni di conversazione, sentire ciò che dicono gli altri, prestare attenzione e avere il tempo per esprimersi sono attività difficili se il gruppo è numeroso.

Va prestata particolare attenzione agli ambienti in cui si svolgono le attività.

L'accessibilità al museo va garantita anche per le persone che si muovono in sedia a ruote negli spazi interni al museo, nelle sale e fra le opere, così come la possibilità di sedersi su sedie comode e di raggiungere facilmente i servizi igienici. Va inoltre tenuto conto che una persona con demenza potrebbe essere particolarmente confusa in ambienti rumorosi, poco luminosi e affollati, e che tutto il personale del museo che i partecipanti possono incontrare sia stato preventivamente informato dell'attività. Affinché un programma museale sia in grado di favorire il benessere delle persone con demenza e di chi se ne prende cura, è necessario che gli appuntamenti al museo non siano isolati e che la programmazione sia continuativa: una proposta con cadenza settimanale, quindicinale o mensile è preferibile rispetto all'offerta di attività singole.

Un processo sistematico di raccolta di dati e informazioni sulle caratteristiche, attività e risultati dei programmi dedicati alle persone con demenza e a chi se ne prende cura è fondamentale per favorirne il miglioramento e lo sviluppo. Le modalità di valutazione possono variare, tuttavia è importante prevedere e pianificare l'intervento di valutazione già in fase di progettazione, considerando i dati raccolti come la base fondamentale per progettazioni future e diffondendo i risultati a beneficio di altre organizzazioni culturali e della collettività (Regione Toscana, 2023).

Concludiamo questa rassegna dedicata alle norme più attuali in materia di supporto all'invecchiamento attivo con il decreto legislativo n. 29, del 15 marzo 2024 (Presidenza del Consiglio dei Ministri [PCM], 2024), rivolto specialmente agli anziani non autosufficienti.

Questo importante decreto è un testo ampio, composto da 43 articoli, che attua una legge delega del 2023 e si inserisce anche negli obiettivi del PNRR. L'obiettivo finale è promuovere la dignità, l'autonomia e l'inclusione sociale degli anziani prevenendone la fragilità anche grazie alla cultura (PCM, 2024, p. 2).

Il decreto insiste molto sull'accessibilità. Non si può infatti mirare all'inclusione se i luoghi e le iniziative non sono comodamente fruibili: per questo l'articolo 4 prevede l'adozione di linee guida a livello nazionale per favorire l'accessibilità universale. Queste linee riguardano principalmente i servizi essenziali, ma si estendono anche alle iniziative e ai servizi ricreativi, commerciali e culturali, riconoscendo in maniera formale come la partecipazione alla vita culturale costituisca un diritto da garantire a tutti (PCM, 2024, p. 4). Questo concetto è rafforzato dall'articolo 8, che nel settore turistico mira a promuovere l'accessibilità turistico-culturale, con l'idea di rendere concretamente fruibili gli istituti e i luoghi della cultura per le persone anziane (PCM, 2024, p. 6).

La cultura viene considerata uno strumento di connessione e di dialogo: l'articolo 11, ad esempio, incoraggia le università a creare percorsi specifici per l'inclusione sociale e culturale delle persone anziane e, nello stesso articolo, si propone una collaborazione tra il Ministero dell'Istruzione e quello della Cultura per valorizzare e tramandare alle nuove generazioni la conoscenza del patrimonio culturale immateriale, riconoscendo così gli anziani come custodi di un sapere prezioso (PCM, 2024, p. 8).

Il decreto sottolinea infine l'importanza della partecipazione culturale attiva. L'articolo 14, infatti, apre la porta a progetti di servizio civile universale dedicati proprio agli anziani allo scopo di favorirne l'inclusione sociale, intesa come piena partecipazione alla vita sociale, economica e culturale (PCM, 2024, p. 10).

3. Metodologia della ricerca

Passiamo ora alla metodologia alla base di quanto verrà affrontato nel capitolo quattro, intitolato: ‘Analisi dei risultati’. L’indagine che segue è stata sviluppata a partire da questa domanda di ricerca: quale è lo stato attuale dell’accessibilità e dell’inclusività dei musei dei paesi campione: Italia (con un focus sulla regione delle Marche, luogo in cui ha sede l’Università di Macerata), Giappone, Germania e Polonia, nei confronti dei membri più anziani del loro pubblico?

I paesi campione sono stati scelti secondo un criterio preciso: la loro percentuale di popolazione con età superiore ai 65 anni. In Europa, la media è del 21,6% e l’Italia è il paese con la percentuale più alta in assoluto: il 24,3%. La Germania presenta numeri simili, in quanto il 22,4% ha 65 anni o più, mentre in Polonia la percentuale di persone anziane è solamente del 20,5%: va però sottolineato come il trend sia in evoluzione e che, molto probabilmente, nei prossimi anni questo numero cambierà notevolmente. Risulta dunque interessante, per la mia ricerca, confrontare una nazione con numeri simili e un’altra con percentuali differenti, per

Top10	Country/Region	The population (in millions)	The population over 65 years and older (in millions)	The proportion of the population over 65 years and older (%)
1	Japan	125.22	36.40	29.1
2	Italy	60.37	14.25	23.6
3	Portugal	10.17	2.35	23.1
4	Finland	5.55	1.27	23.0
5	Greece	10.37	2.35	22.6
6	Martinique	0.37	0.08	22.3
7	Germany	83.9	18.44	22.0
8	Republic of Malta	0.44	0.1	21.8
9	Republic of Bulgaria	6.9	1.5	21.8
10	Republic of Croatia	4.08	0.88	21.7

Figura 19. Le dieci nazioni con la percentuale di popolazione anziana più elevata al mondo nel 2021 (fonte: Fujioka, 2022)

cogliere possibili similitudini e differenze (European Union, 2024). Il Giappone, infine, grazie alla sua percentuale di popolazione anziana del 29,1% (Fujioka, 2022), la più alta al mondo, rappresenta la migliore scelta per un confronto al di fuori dell'Europa.

L'analisi si è basata sui dati ottenuti tramite l'invio di questionari online realizzati con Google Forms, adattati alle quattro nazioni di riferimento e suddivisi in diverse sezioni basate su tipi di domande a risposta con scelta multipla, caselle di controllo, risposta breve o più estesa. Le tematiche principali delle sezioni possono essere così riassunte:

Struttura questionari
Sezione 1. Introduzione e consenso
Sezione 2. Informazioni sul museo
Sezione 3. Tipologia e utenza
Sezioni 4, 5. Accessibilità e ostacoli
Sezioni 6, 7. Servizi dedicati e supporto
Sezioni 8, 9. Incentivi e priorità
Sezioni 10-15. Attività e coinvolgimento
Sezione 16. Contatti

I dati raccolti sono stati successivamente esportati in Google Sheets, revisionati e ripuliti prima dell'analisi. Microsoft Excel è stato utilizzato, invece, per identificare i pattern e le tendenze più interessanti nei set di dati grazie alla sua capacità di creare grafici.

La somministrazione è avvenuta tramite l'invio via e-mail del link al singolo questionario, corredato da una lettera di presentazione del progetto e del ricercatore. Gli indirizzi di posta elettronica dei destinatari sono stati raccolti utilizzando risorse ottenute on-line (per i musei

italiani: Direzione generale Musei, s.d. Per quelli giapponesi: The Japanese Council of Art Museums, s.d.), integrate con un'indagine manuale effettuata tramite motori di ricerca. La raccolta dei dati, avvenuta fra il 2023 e il 2025 in momenti diversi a seconda del singolo questionario proposto, è rimasta aperta per ciascun questionario per almeno 2 mesi. Le risposte ottenute sono state complessivamente numerose: 37 dai musei marchigiani, 74 dagli utenti dei musei marchigiani, 334 dai musei italiani, 111 dai musei giapponesi, 79 dai musei tedeschi e 30 dai musei polacchi. Il campione totale dell'indagine ammonta dunque a 665 risposte.

È necessario sottolineare che la ricerca presenta alcuni limiti. Il primo è legato al bias della risposta positiva, ossia la potenziale inclinazione del rispondente a fornire una risposta positiva: per minimizzarlo, è stato comunicato in anticipo ai partecipanti che il sondaggio era anonimo. Il secondo limite è un bias di selezione: è stato possibile contattare solo i musei con un indirizzo e-mail, escludendo di fatto a priori le altre istituzioni. Inoltre, le risposte ottenute provengono solo da coloro che erano interessati all'argomento e aperti al dialogo. Il terzo limite è dovuto a una barriera linguistica nei musei giapponesi, tedeschi e polacchi: le domande erano scritte in inglese, quindi i rispondenti dovevano conoscerlo. Nel caso giapponese, questo bias è stato superato grazie all'aiuto del professor Michiaki Koshikawa (Tokyo University of the Arts Geidai) e di Kirin Hirai (studentessa magistrale presso la stessa università), che ha tradotto le domande in giapponese.

Infine, in coda a ogni questionario è stata data la possibilità di esprimere la propria disponibilità a ricevere aggiornamenti ed essere successivamente contattati dal ricercatore, con un numero elevato di adesioni.

4. Analisi dei risultati

4.1 Il caso studio: Marche

4.1.1 Le prospettive dei responsabili museali

Report

Le risposte al questionario sono giunte principalmente da musei di piccole dimensioni: il 73% dichiara infatti di avere una media compresa tra 0 e 5.000 visitatori annui. Il 15% ne accoglie invece fra 5.000 e 10.000, con le rimanenti opzioni di risposta che vanno dal 6% (25.000–50.000) al 3% (10.000–25.000) e oltre i 50.000.

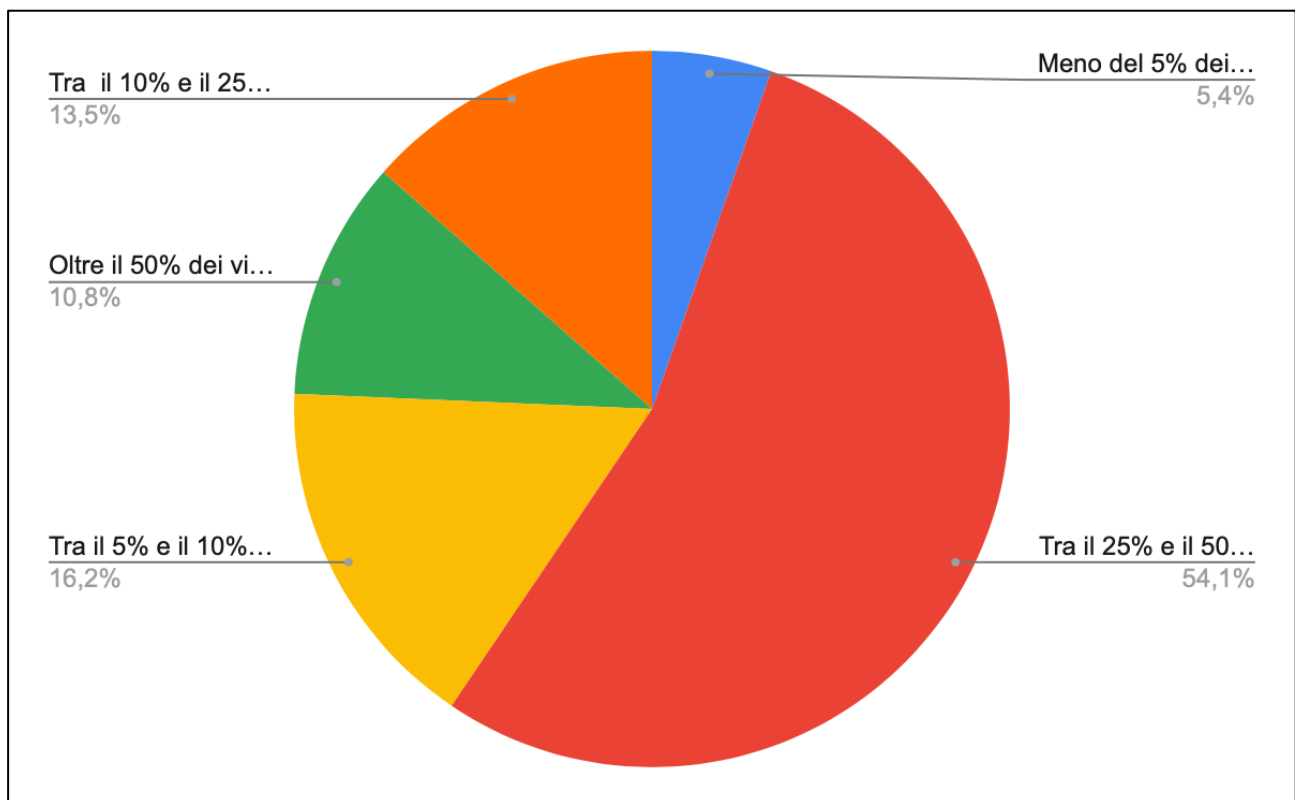


Figura 20. Il grande impatto del pubblico anziano nei musei marchigiani

Fra questi, 22 hanno lasciato il proprio indirizzo e-mail nell'apposito form per proseguire la collaborazione e venire coinvolti nel progetto anche in futuro.

I visitatori di età superiore ai 65 anni sono numerosi. Per il 54% dei responsabili delle istituzioni culturali che hanno deciso di collaborare, la fascia d'età dei visitatori totali si attesta tra il 25% e il 50%, arrivando, secondo l'11% delle risposte, oltre la metà dei visitatori.

Secondo la maggior parte delle risposte, i musei sono generalmente privi di ostacoli significativi che possano compromettere una visita piacevole per gli utenti over 65. Tuttavia, le barriere architettoniche e le difficoltà di accessibilità linguistica/culturale dei contenuti informativi sono state individuate come possibili criticità.

La quasi totalità delle risposte relative ai servizi pensati specificamente per gli anziani è negativa: solo tre musei offrono infatti soluzioni per questa fascia d'età. Nello specifico, le soluzioni proposte sono: bagni adatti agli anziani, panchine e visite inclusive.

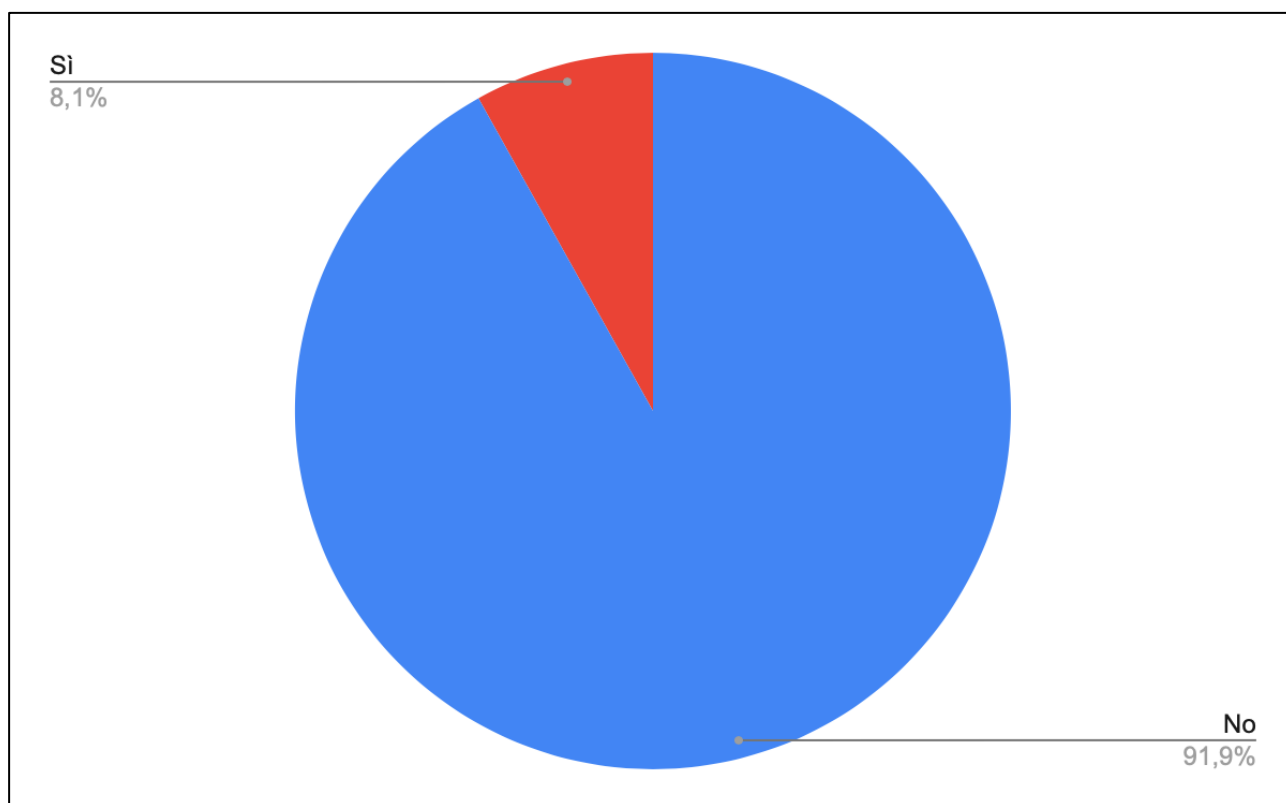


Figura 21. La maggior parte dei musei marchigiani non offre servizi dedicati esclusivamente agli anziani

Allo stesso modo, i dati evidenziano che il 76% del nostro campione non propone soluzioni per garantire una visita soddisfacente alle persone over 65 con disabilità visiva e/o uditiva. Ci sono però alcune buone pratiche già messe in atto, come percorsi o elementi tattili per persone non vedenti, pannelli con scrittura Braille e/o con caratteri aumentati per una maggiore visibilità, visite guidate in LIS, app dedicate, audioguide auto localizzanti o spiegazioni a voce a cura del personale di sala.

Gli over 65, nel 58% delle risposte a noi pervenute, hanno diritto ad agevolazioni sul prezzo del biglietto, che spaziano da uno sconto sul costo totale fino alla gratuità.

I responsabili dei musei credono che per migliorare l'accesso alla cultura per gli over 65 si debba investire principalmente in due aspetti: incrementare il numero di attività culturali pensate appositamente per loro e garantire mezzi di trasporto dedicati, in particolare per le persone sole.

Migliorare l'accessibilità per i visitatori anziani è una priorità per il 57% del nostro campione e le strategie più comunemente messe in atto sono il miglioramento della comunicazione e la promozione di attività culturali, nonché il superamento delle barriere fisiche e culturali presenti all'interno dell'istituzione.

Le attività che coinvolgono maggiormente i visitatori anziani sono prettamente legate alle visite (guidate e non) alle mostre o alle collezioni permanenti e agli eventi speciali, con una netta minoranza di attività culturali e didattiche. Prendendo come spunto le numerose proposte provenienti soprattutto dall'estero, questa sarebbe una grande opportunità per migliorare l'esperienza museale degli anziani, in particolare se affetti da demenza.

La comunicazione delle attività museali alla popolazione over 65 è svolta tramite canali digitali (social media, newsletter), tradizionali (carta stampata, volantini) e, in misura ridotta,

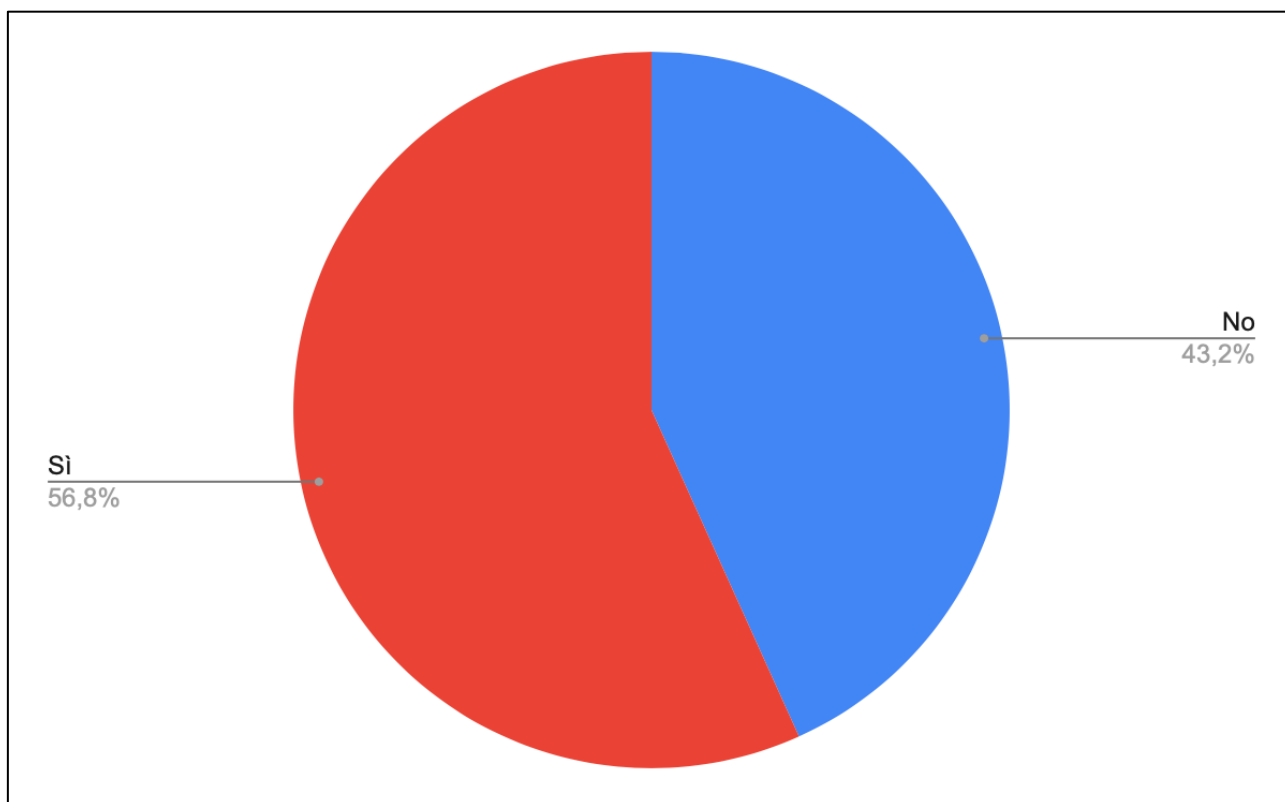


Figura 22. Migliorare l'accessibilità per gli anziani è una priorità per la maggior parte dei musei marchigiani

direttamente presso gli eventi organizzati dal museo. La maggior parte delle istituzioni non offre attività culturali dedicate esclusivamente agli anziani.

Il possibile contributo che la persona anziana può dare al museo è, secondo i nostri dati, prettamente legata al volontariato: grazie alla sua età, l'anziano può condividere esperienze di vita e conoscenze legate al proprio vissuto.

L'importanza della creazione di attività dedicate agli anziani emerge anche dal dato relativo alla percentuale di partecipazione degli anziani alle attività culturali proposte dal museo, se paragonata a quella delle altre fasce d'età. Vediamo infatti che solo il 18% sostiene che sia inferiore, mentre il restante 82% la ritiene uguale o superiore. Le persone over 65 sono dunque molto interessate a partecipare ad attività culturali, anche se non dedicate a loro, e sicuramente questa percentuale salirebbe se l'offerta fosse più adeguata ai loro interessi e necessità.

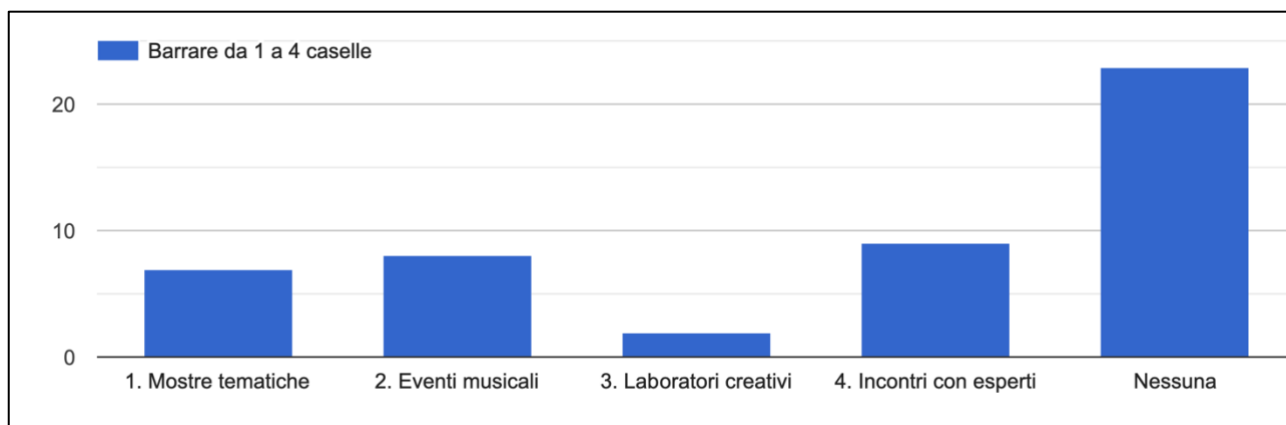


Figura 23. Pochissimi musei delle Marche offrono attività rivolte esclusivamente agli anziani

L'interesse da parte dei musei per lo sviluppo di attività dedicate agli anziani è però confermato dalle risposte a noi pervenute, e la difficoltà nel realizzarle è spesso legata a motivi precisi. Fra questi, in ordine di frequenza, troviamo la mancanza di fondi, l'inadeguatezza degli spazi, la mancanza di tempo e di supporto da parte di altre istituzioni. Fra le attività di maggiore interesse che potrebbero essere messe in atto in collaborazione con altre istituzioni, troviamo quelle di formazione e quelle sociali.

Dalle risposte a noi giunte, infine, vediamo come, per quanto riguarda la progettazione di attività culturali efficaci per questa fascia di età, ci sia una chiara predilezione per il confronto diretto con le persone anziane, mediante incontri in cui sia possibile un'interazione fra loro e gli operatori museali, e giungere così a una proposta ragionata e concreta.

Domande e risposte

Domanda 1. Flussi di visitatori annui

Il tessuto museale marchigiano si compone prevalentemente di realtà di dimensioni contenute: la stragrande maggioranza, pari al 70,3% (26 musei), ha dichiarato di rientrare nella fascia da 0 a 5.000 visitatori annui. A seguire, con un notevole distacco, si colloca la fascia da

5.000 a 10.000 visitatori, indicata dal 16,2% (6 musei). Le realtà con un'affluenza più elevata sono minoritarie: la categoria da 25.000 a 50.000 visitatori è stata rappresentata dall'8,1% (3 musei). Infine, le fasce da 10.000 a 25.000 visitatori e quella che supera i 50.000 visitatori sono state indicate dal 2,7% dei partecipanti, corrispondente a un singolo museo per ciascuna categoria.

Quanti visitatori ricevete su base annua approssimativamente? (N=37)
0-5000: 70,3% (26)
5000-10000: 16,2% (6)
25000-50000: 8,1% (3)
10000-25000: 2,7% (1)
oltre 50000: 2,7% (1)

Domanda 2. Stima della percentuale di visitatori over 65

Interrogati su quanti, a loro parere, fossero i visitatori over 65, i 37 responsabili hanno fornito una risposta che sottolinea l'importanza di questo segmento di pubblico. Oltre la metà, pari al 54,1% (20 musei), ritiene che gli over 65 rappresentino una quota compresa tra il 25% e il 50% dei visitatori totali. Il secondo gruppo più consistente, pari al 16,2% (6 musei), stima una presenza di senior compresa tra il 5% e il 10%. Segue un 13,5% (5 musei) che colloca questa fascia tra il 10% e il 25% del totale. È particolarmente significativo che il 10,8% dei responsabili (4 musei) affermi che gli over 65 rappresentino addirittura oltre il 50% dei visitatori. La stima più bassa, ovvero 'meno del 5%', è stata fornita solo dal 5,4% dei rispondenti (2 musei).

A suo parere quanti fra questi sono over 65? (N=37)
Tra il 25% e il 50% dei visitatori totali: 54,1% (20)
Tra il 5% e il 10% dei visitatori totali: 16,2% (6)
Tra il 10% e il 25% dei visitatori totali: 13,5% (5)
Oltre il 50% dei visitatori totali: 10,8% (4)
Meno del 5% dei visitatori totali: 5,4% (2)

Domanda 3. Principali ostacoli incontrati dagli over 65

Sui principali ostacoli che gli over 65 incontrano nel museo, le 44 risposte hanno espresso pareri diversi. Una parte consistente, pari al 34% (N=15), ritiene che non vi sia alcun ostacolo specifico. Tuttavia, la criticità più segnalata è rappresentata dalle ‘barriere architettoniche’, identificate dal 22,7% dei rispondenti (10). Al terzo posto, con il 15,9% (7), emergono le ‘difficoltà legate all’accessibilità linguistica e/o culturale dei contenuti informativi’. Tre tipologie di ostacoli hanno ricevuto la stessa percentuale di preferenze, pari al 9% (4 risposte ciascuna): la ‘difficoltà a muoversi all’interno dei luoghi’, la ‘difficoltà di accesso ai servizi’ (come parcheggi o servizi igienici) e le ‘difficoltà legate all’accessibilità psico-fisica/sensoriale’ (come illuminazione insufficiente o caratteri di testo troppo piccoli).

Quali sono i principali ostacoli che gli over 65 incontrano nel visitare il vostro museo? (N=44)
Nessuno: 34% (15)
Barriere architettoniche: 22,7% (10)

Difficoltà legate all'accessibilità linguistica e/o culturale dei contenuti informativi (guide, cataloghi, audiovisivi, audioguide, visite guidate, ecc.): 15,9% (7)
Difficoltà a muoversi all'interno dei luoghi: 9% (4)
Difficoltà di accesso ai servizi (ad esempio, mancanza di parcheggi o di servizi igienici): 9% (4)
Difficoltà legate all'accessibilità psico-fisica/sensoriale (ad esempio scarsità di illuminazione, testi con caratteri troppo piccoli, assenza di aree di sosta per il riposo, ecc.): 9% (4)

Domanda 4. Presenza di servizi specifici per over 65

La domanda sull'esistenza di servizi specifici per la fascia d'utenza over 65, rivolta ai 37 responsabili, ha prodotto un risultato molto interessante: la stragrande maggioranza, pari al 91,9% (34 musei), ha risposto 'No', evidenziando una quasi totale assenza di un'offerta dedicata. Di contro, solo l'8,1% (3 musei) ha dichiarato di aver messo a disposizione servizi specifici.

Ci sono servizi specificamente messi a disposizione per la fascia d'utenza over 65? (N=37)
No: 91,9% (34)
Sì: 8,1% (3)

Domanda 5. Soluzioni per persone over 65 con disabilità visiva e/o uditiva

Anche l'interrogativo sulla presenza di soluzioni per persone over 65 con disabilità sensoriali, a cui hanno risposto in 37, mostra una carenza significativa. La maggior parte dei musei, il 78,4% (29 strutture), ha risposto 'No', indicando di non avere proposte specifiche per queste esigenze. Il restante 21,6% (8 musei) ha invece dichiarato di offrire soluzioni in tal senso.

Il vostro museo propone delle soluzioni per consentire a persone over 65 con disabilità visiva e/o uditiva di godere del patrimonio culturale presente? (N=37)
No: 78,4% (29)
Sì: 21,6% (8)

Domanda 6. Offerta di sconti o agevolazioni per over 65

La maggior parte dei musei, il 62,2% (23 strutture), ha dichiarato di non offrire sconti o agevolazioni per gli over 65. Una quota comunque importante, pari al 37,8% (14 musei), ha invece risposto affermativamente, indicando di aver adottato politiche di riduzione dei prezzi per questa fascia di pubblico.

Offrite sconti o agevolazioni per gli over 65? (N=37)
No: 62,2% (23)
Sì: 37,8% (14)

Domanda 7. Servizi necessari per migliorare l'accesso alla cultura (relativi al museo)

Alla domanda su quali servizi siano ritenuti necessari per migliorare l'accesso alla cultura per gli over 65 all'interno della propria struttura, i 52 rispondenti hanno indicato come priorità la creazione di 'attività culturali pensate appositamente per gli over 65', opzione scelta dal 38,4% (20 musei). Al secondo posto, con il 26,9% (14 musei), emerge la necessità di 'servizi di trasporto dedicati'. Una quota del 15,4% (8 musei) ha ritenuto che non fosse necessario alcun

servizio aggiuntivo. Infine, percentuali inferiori sono state rilevate nelle ‘agevolazioni economiche’ (11,6%, 6 musei) e nella richiesta di ‘personale qualificato per l’assistenza’ (7,7%, 4 musei).

Quali sono i servizi che pensate siano necessari per migliorare l’accesso alla cultura per gli over 65 nel vostro museo? (N=52)
Attività culturali pensate appositamente per gli over 65: 38,4% (20)
Servizi di trasporto dedicati: 26,9% (14)
Nessuno: 15,4% (8)
Agevolazioni economiche per l’acquisto dei biglietti: 11,6% (6)
Personale qualificato per l’assistenza agli over 65: 7,7% (4)

**Domanda 7.1. Servizi necessari per migliorare l’accesso alla cultura
(relativi al servizio pubblico)**

Quando la domanda si sposta a livello di servizio pubblico, le priorità indicate dal campione di 59 risposte cambiano. La necessità più sentita è quella dei ‘servizi di trasporto dedicati’, che balzano al primo posto con il 37,3% (22 preferenze). Le ‘attività culturali pensate appositamente per gli over 65’ scendono al secondo posto con il 22% (13 preferenze), seguite dalle ‘agevolazioni economiche per l’acquisto dei biglietti’ con il 20,3% (12 preferenze). La richiesta di ‘personale qualificato’ si attesta all’11,9% (7 preferenze), mentre la quota di chi non ritiene necessari interventi è dell’8,5% (5 preferenze).

Quali sono i servizi che pensate siano necessari per migliorare l'accesso alla cultura per gli over 65 a livello di servizio pubblico? (N=59)
Servizi di trasporto dedicati: 37,3% (22)
Attività culturali pensate appositamente per gli over 65: 22% (13)
Agevolazioni economiche per l'acquisto dei biglietti: 20,3% (12)
Personale qualificato per l'assistenza agli over 65: 11,9% (7)
Nessuno: 8,5% (5)

Domanda 8. L'accessibilità per gli over 65 come priorità

Alla domanda 'Migliorare l'accessibilità per gli over 65 è una vostra priorità?', i 37 responsabili si sono divisi quasi a metà. Una leggera maggioranza, pari al 56,7% (21 musei), ha risposto 'Sì', mentre il restante 43,3% (16 musei) ha risposto 'No'.

Migliorare l'accessibilità per gli over 65 è una vostra priorità? (N=37)
Sì: 56,7% (21)
No: 43,3% (16)

Domanda 8.1. Strategie adottate per migliorare l'accessibilità

A coloro che hanno dichiarato l'accessibilità come priorità è stato chiesto quali strategie stessero adottando (N=48). La strategia più comune è 'migliorare la comunicazione e la promozione delle attività culturali', indicata dal 35,4% dei rispondenti (17 musei). Segue da vicino il 'migliorare l'accessibilità fisica ai luoghi culturali' con il 29,2% (14 musei). Al terzo posto si trova il 'facilitare l'accessibilità linguistica e/o culturale dei contenuti informativi' con

il 22,9% (11 musei). L'opzione meno selezionata è stata 'incrementare l'offerta di attività culturali pensate per gli over 65' con il 12,5% (6 musei).

Se sì, quali strategie state adottando? (N=48)
Migliorare la comunicazione e la promozione delle attività culturali: 35,4% (17)
Migliorare l'accessibilità fisica ai luoghi culturali: 29,2% (14)
Facilitare l'accessibilità linguistica e/o culturale dei contenuti informativi (guide, cataloghi, audiovisivi, audioguide, visite guidate, ecc.): 22,9% (11)
Incrementare l'offerta di attività culturali pensate per gli over 65: 12,5% (6)

Domanda 9. Principali attività svolte dai visitatori over 65

Dalle risposte alla domanda relativa alle attività che i visitatori over 65 svolgono più spesso in museo (N=82) emerge un panorama diviso in maniera abbastanza equilibrata. L'attività più popolare è la partecipazione alle 'visite guidate', indicata nel 35,4% dei casi (29 preferenze), alla quale segue la visita autonoma alle 'mostre o alle collezioni permanenti', con il 30,5% (25 preferenze). Anche la partecipazione a 'eventi o manifestazioni speciali' è significativa, pari al 25,6% (21 preferenze), mentre l'opzione meno comune è la partecipazione ad 'attività culturali e didattiche', con l'8,5% delle preferenze (7).

Quali sono le principali attività che i vostri visitatori over 65 svolgono durante la visita al museo? (N=82)
Partecipano a visite guidate: 35,4% (29)

Visitano le mostre o le collezioni permanenti: 30,5% (25)
Partecipano a eventi o manifestazioni speciali 25,6% (21)
Partecipano a attività culturali e didattiche 8,5% (7)

Domanda 10. Modalità di promozione delle attività culturali presso gli over 65

Sulle modalità di promozione (N=67), si osserva un equilibrio tra i canali più moderni e quelli tradizionali. I ‘canali di comunicazione digitale’ sono i più utilizzati, con il 32,8% (22 musei), seguiti a breve distanza dai ‘canali di comunicazione tradizionali’ come la carta stampata, con il 29,9% (20 musei). Un dato rilevante è che il 20,9% (14 musei) dichiara esplicitamente di non organizzare ‘promozioni per fasce di età’. Il 16,4% (11 musei) promuove le proprie attività attraverso la ‘partecipazione ad eventi o manifestazioni speciali’.

Come promuovete le attività culturali presso la popolazione over 65? (N=67)
Attraverso i canali di comunicazione digitale (social media, newsletter): 32,8% (22)
Attraverso i canali di comunicazione tradizionali (carta stampata, volantini): 29,9% (20)
Non organizziamo promozioni per fasce di età degli utenti: 20,9% (14)
Attraverso la partecipazione ad eventi o manifestazioni speciali: 16,4% (11)

Domanda 11. Attività culturali rivolte specificamente agli over 65

La domanda su quali attività specifiche vengano offerte (N=49) conferma la carenza di proposte mirate. Quasi la metà dei rispondenti, il 46,9% (23 musei), ha selezionato l’opzione ‘Nessuna’. Tra le attività offerte, gli ‘incontri con esperti’ sono i più frequenti con il 18,4% (9

musei), seguiti dagli ‘eventi musicali’ con il 16,3% (8 musei) e dalle ‘mostre tematiche’ con il 14,3% (7 musei). I ‘laboratori creativi’ sono l’offerta meno comune, con solo il 4,1% (2 musei).

Quali attività culturali sono rivolte specificamente agli over 65? (N=49)
Nessuna: 46,9% (23)
Incontri con esperti: 18,4% (9)
Eventi musicali: 16,3% (8)
Mostre tematiche: 14,3% (7)
Laboratori creativi: 4,1% (2)

Domanda 12. Potenziale contributo degli over 65 alla gestione del museo

La modalità principale secondo cui gli over 65 potrebbero contribuire alla vita del museo (N=57) è la ‘condivisione di esperienze di vita e trasferimento di conoscenze culturali’, indicata dal 47,4% dei partecipanti (27 preferenze). Al secondo posto, il 28,1% (16 preferenze) ritiene che possano ‘aiutare nell’organizzazione di attività culturali’. Il ‘supporto economico’ è considerato un’opzione dal 17,5% (10 preferenze). Solo una piccola minoranza, pari al 7% (4 preferenze), ritiene che gli over 65 non possano contribuire.

Come pensate che gli over 65 possano contribuire alle attività di gestione del museo? (N=57)
Condividendo esperienze di vita e trasferendo conoscenze culturali: 47,4% (27)
Aiutando nell’organizzazione di attività culturali: 28,1% (16)
Supportando le attività culturali sotto il profilo economico: 17,5% (10)

Non pensiamo che gli over 65 possano contribuire alle attività di gestione del museo: 7% (4)
--

Domanda 13: Livello di partecipazione degli over 65 rispetto ad altre fasce d'età

La maggioranza relativa, pari al 45,9% (17 musei), ritiene che la partecipazione da parte del pubblico senior alle attività culturali proposte dal museo sia 'simile a quella delle altre fasce di età'. Il 32,4% (12 musei) la considera addirittura 'più alta rispetto alle altre fasce di età', mentre solo il 21,6% (8 musei) la giudica 'più bassa'.

In che percentuale gli over 65 partecipano alle attività culturali proposte presso il vostro museo rispetto ad altre fasce di età? (N=37)

La partecipazione degli over 65 è simile rispetto alle altre fasce di età: 45,9% (17)

La partecipazione degli over 65 è più alta rispetto alle altre fasce di età: 32,4% (12)

La partecipazione degli over 65 è più bassa rispetto alle altre fasce di età: 21,6% (8)

Domanda 14. Attività culturali pianificate ma non ancora realizzate

Alla domanda su quali attività si vorrebbero organizzare (N=50), emerge il desiderio di ampliare la propria offerta culturale. L'opzione più votata, con il 34% (17 preferenze), è 'Incontri con autori e artisti di fama nazionale e internazionale'. Il 28% (14 preferenze) dichiara di non avere in mente alcuna attività specifica ('Nessuna'), mentre il 22% (11 preferenze) vorrebbe organizzare 'visite guidate a luoghi di interesse storico e culturale'. Il 16% (8 preferenze) desidererebbe realizzare 'attività di teatro e recitazione'.

Quali sono le attività culturali che vorreste organizzare ma che ancora non avete avuto l'opportunità di realizzare? (N=50)
Incontri con autori e artisti di fama nazionale e internazionale: 34% (17)
Nessuna: 28% (14)
Visite guidate a luoghi di interesse storico e culturale: 22% (11)
Attività di teatro e recitazione: 16% (8)

Domanda 15. Collaborazioni per l'organizzazione di attività culturali

C'è una grande apertura alla collaborazione con altre istituzioni (N=66). Le 'attività di formazione' sono l'ambito preferito, come indicato dal 39,4% (26 preferenze), ma seguono da vicino le 'attività sociali', con il 36,4% (24 preferenze). Anche le 'attività di volontariato' sono viste come un'opportunità di collaborazione dal 19,7% (13 preferenze). Solo una piccola parte, pari al 4,5% (3 preferenze), non è interessata a collaborare ('Nessuna').

Quali sono le attività culturali che potrebbero essere organizzate in collaborazione con altre organizzazioni o enti pubblici o privati? (N=66)
Attività di formazione: 39,4% (26)
Attività sociali: 36,4% (24)
Attività di volontariato: 19,7% (13)
Nessuna: 4,5% (3)

Domanda 16. Modalità di coinvolgimento degli over 65 nella progettazione

Infine, riguardo alle modalità di coinvolgimento attivo degli over 65 nella progettazione culturale (N=75), le risposte suggeriscono un approccio partecipativo. L'idea preferita è 'creare gruppi di lavoro composti da over 65 e operatori culturali', con il 25,3% (19 preferenze), seguita da vicino dall' 'organizzare incontri di confronto e di ascolto delle esigenze', con il 24% (18 preferenze). La 'promozione della partecipazione come volontari' è un'altra opzione ritenuta interessante, con il 21,3% (16 preferenze). Il 'coinvolgimento nella scelta dei temi e delle attività' è indicato dal 17,3% (13 preferenze). Il 12% (9 preferenze) ha risposto 'Nessuno', non avendo pensato ad alcuna modalità di coinvolgimento.

Quali sono i modi in cui potreste coinvolgere gli over 65 nella progettazione e nella realizzazione delle attività culturali? (N=75)
Creare gruppi di lavoro composti da over 65 e operatori culturali per la progettazione di attività: 25,3% (19)
Organizzare incontri di confronto e di ascolto delle esigenze degli over 65: 24% (18)
Promuovere la partecipazione degli over 65 come volontari nella gestione delle attività culturali: 21,3% (16)
Coinvolgere gli over 65 nella scelta dei temi e delle attività culturali da proporre: 17,3% (13)
Nessuno: 12% (9)

4.1.2 Le esperienze degli utenti

Report

Il campione analizzato è composto da 74 individui residenti nelle Marche, con una leggera prevalenza femminile (51,1% contro il 44,6% maschile). L'età degli intervistati si concentra nella prima fase della terza età: le fasce più rappresentate sono 65 anni (17,6%), i 69 anni (13,5%) e i 71 anni (10,8%). Dal punto di vista socio-culturale emerge un profilo di livello medio-alto: il 44,6% possiede un diploma di scuola superiore, il 41,9% ha conseguito una laurea e un ulteriore 8,1% detiene titoli post-laurea. A livello di reddito, sebbene la metà del campione (50%) si collochi in una fascia 'medio-bassa', una quota molto consistente (40,5%) dichiara un reddito 'medio-alto'. Coerentemente con l'anagrafica, la quasi totalità degli intervistati è pensionata (91,9%) e la maggioranza è sposata (70,3%).

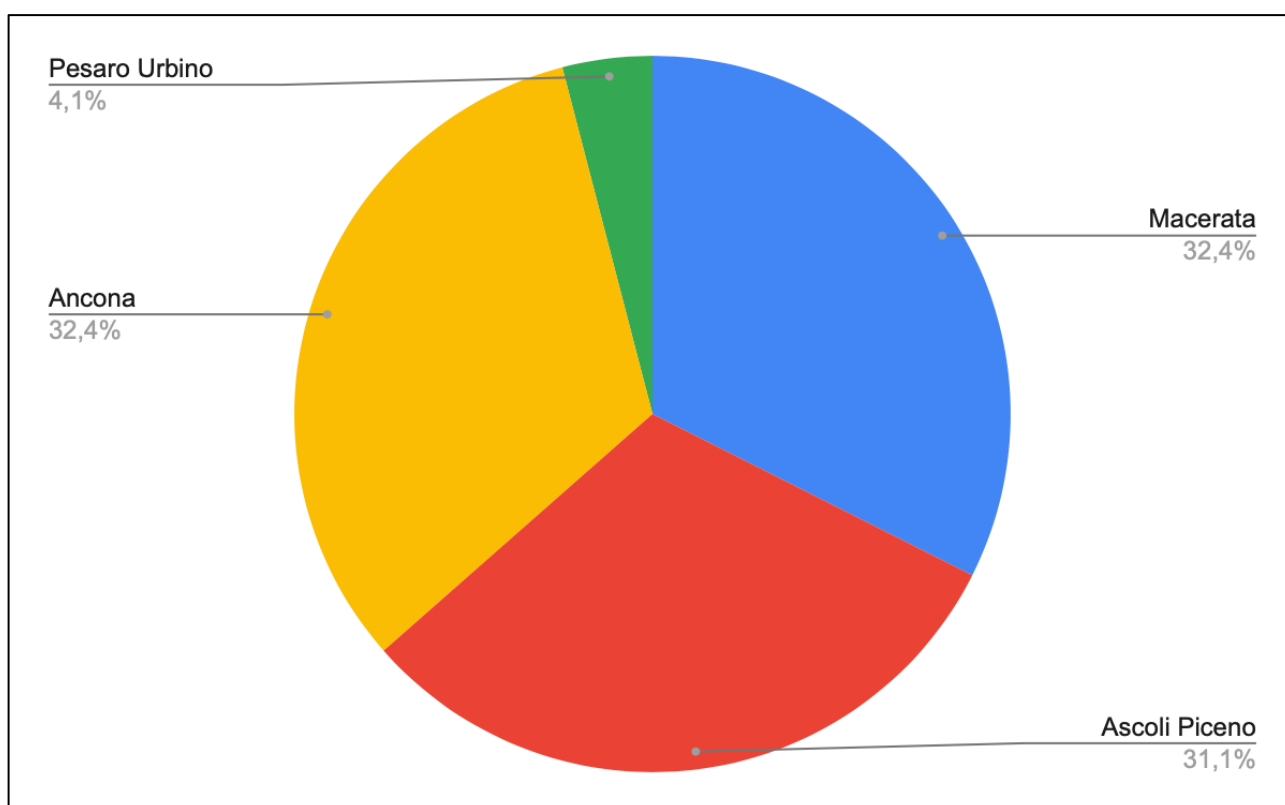


Figura 24. Le province di residenza degli utenti over 65 che hanno risposto al questionario

I partecipanti provengono in modo quasi omogeneo dalle province di Ancona (32,4%), Macerata (32,4%) e Ascoli Piceno (31,1%), con una piccola percentuale di risposte da Pesaro Urbino (4,1%). Nessuna risposta giunge invece dalla provincia di Fermo.

La maggior parte dei rispondenti (67,6%) vive con il proprio coniuge o compagno, anche se si rileva una quota importante di persone che vivono da sole (24,3%). Il quadro generale dello stato di salute dichiarato è molto positivo: ben il 90,5% degli intervistati afferma di non avere disabilità o patologie rilevanti tra quelle elencate. Le problematiche segnalate, come la disabilità motoria (4,1%), sono presenti in percentuali molto ridotte.

L'abitudine a frequentare i musei è evidente. Oltre la metà degli intervistati visita un museo almeno una volta al mese (il 32,4% una volta al mese e il 20,3% più di una volta al mese). Il 43,2% dichiara di farlo una volta all'anno, dimostrando un grande interesse verso questa istituzione. Le ragioni per le quali i musei non vengono visitati più assiduamente sono prevalentemente di natura pratica: emergono la mancanza di tempo libero (26,9%), la carenza di informazioni sull'offerta culturale (24,4%) e la distanza o la difficoltà di raggiungere le sedi (20,5%), mentre il costo del biglietto è indicato come ostacolo pari al 16,7%.

L'accessibilità delle strutture museali emerge in maniera ampiamente positiva: il 90,5% degli utenti dichiara di non aver mai incontrato difficoltà durante la visita. Per quella piccola quota (9,5%) che ha riscontrato problemi, la criticità principale riguarda la leggibilità dei testi informativi, come pannelli e didascalie (42,9%). Nonostante questa elevata frequentazione e la buona accessibilità percepita, è chiaro che la partecipazione a eventi specificamente pensati per

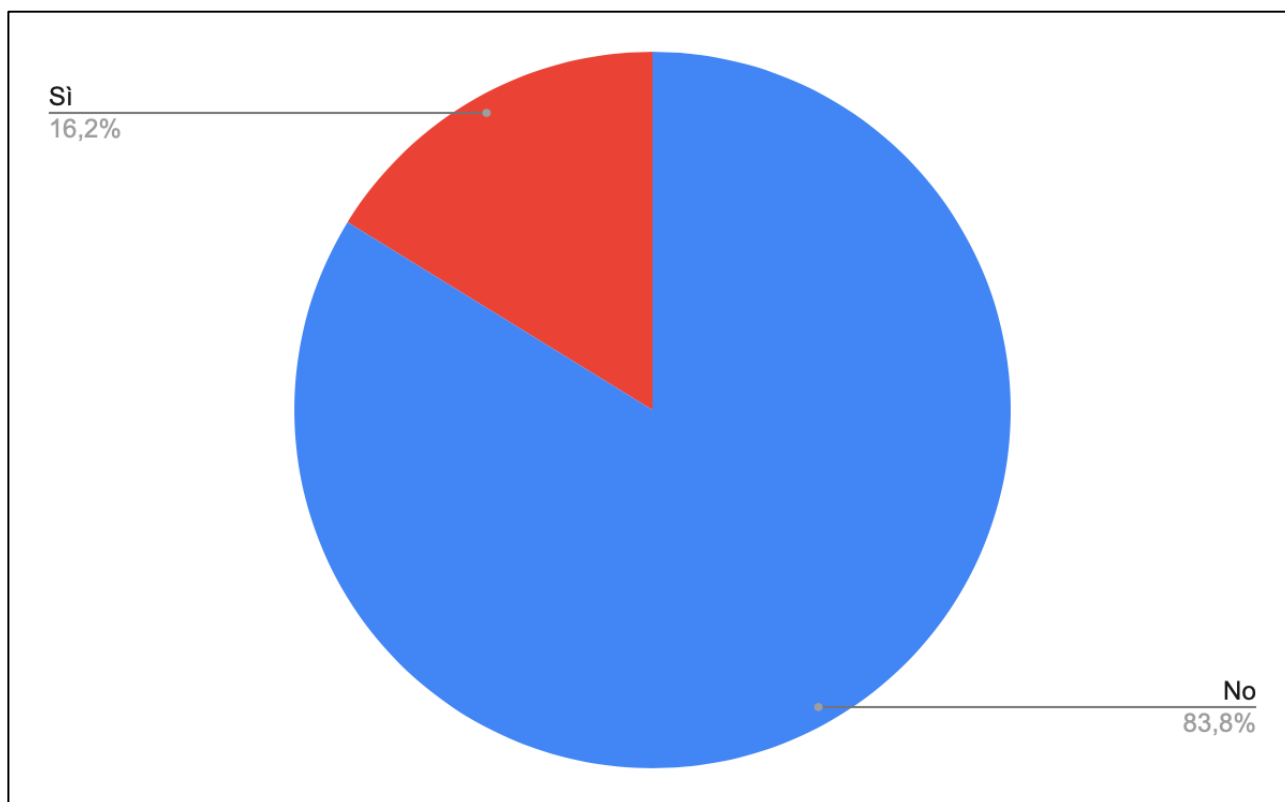


Figura 25. La percentuale degli anziani che ha partecipato ad un'attività museale dedicata esclusivamente alla propria fascia di età è molto bassa

la terza età è molto bassa: l'83,8% degli intervistati afferma di non aver mai partecipato a un'iniziativa culturale museale rivolta esclusivamente agli anziani.

Emerge una forte domanda per le visite guidate lente e di gruppo, indicate dal 29,6% degli intervistati: molto apprezzate sono inoltre le visite che abbinano il momento guidato a un'attività pratica di laboratorio (14,8%) e i momenti di socialità incentrati su oggetti del passato (13%).

Interrogati su quale luogo della cultura preferirebbero per svolgere le attività loro dedicate, gli intervistati indicano il museo al primo posto con il 39,2% delle preferenze, seguito dalla biblioteca (33,8%).

Su una scala di soddisfazione da 1 a 5, quasi la totalità degli utenti esprime un giudizio favorevole in merito alle esperienze museali: il 47,8% si dichiara 'soddisfatto' (voto 4) e il 38,8% 'molto soddisfatto' (voto 5). Questa alta gratificazione si traduce in una forte intenzione di tornare a visitare i musei in futuro: il 63% si dichiara certo che lo farà (voto 5), a cui si aggiunge

un 23,3% che lo ritiene probabile (voto 4), confermando il legame del campione con le istituzioni museali.

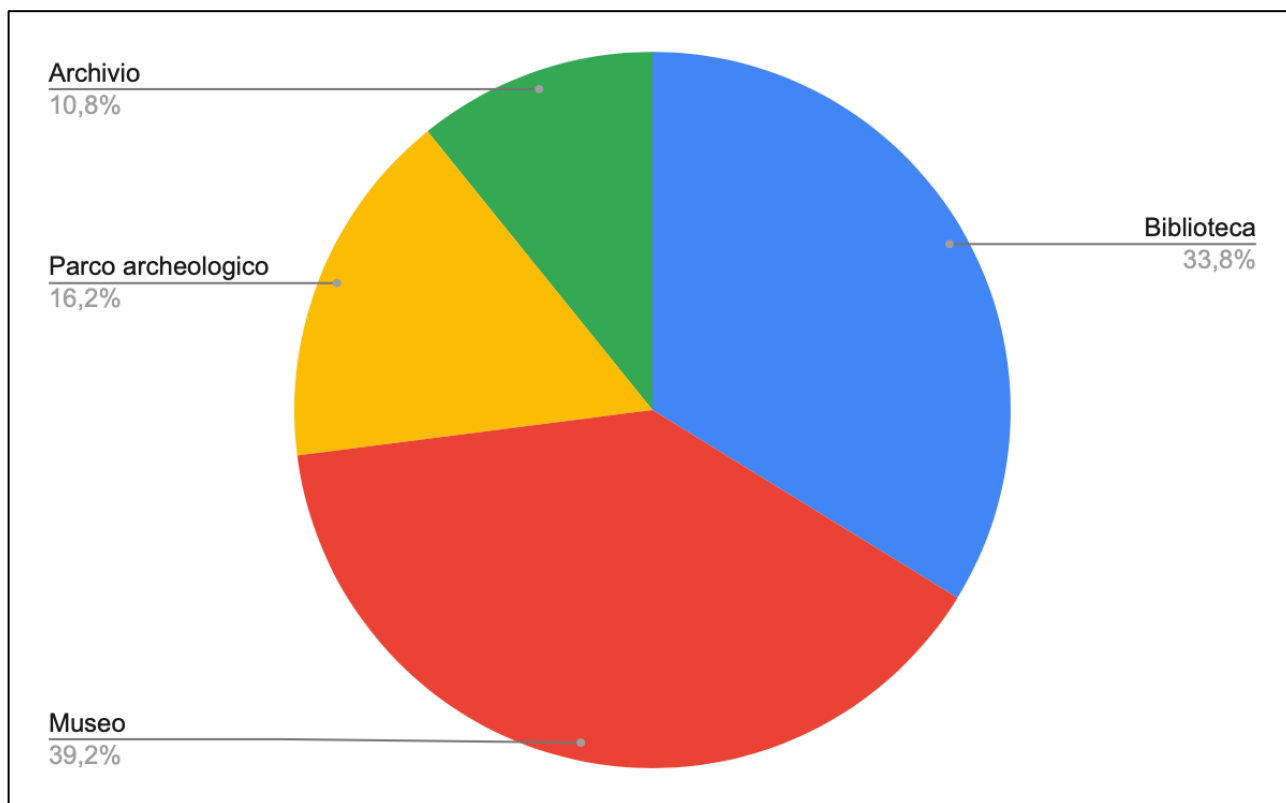


Figura 26. Il museo è l'istituzione culturale preferita dagli anziani per svolgere attività di invecchiamento attivo

Domande e risposte

1. Dati personali

1.1-1.2 Età e genere

L'analisi del campione (N=74) rivela una leggera prevalenza femminile: le donne rappresentano il 51,1% del totale, contro il 44,6% degli uomini, mentre l'età degli intervistati è concentrata nella prima fase della terza età. L'età più rappresentata è quella dei 65 anni, pari al 17,6% del campione, ma seguono da vicino i 69 anni con il 13,5% e i 71 anni con il 10,8%.

Età (in anni compiuti) (N=74)
65: 17,6% (13)
69: 13,5% (10)
71: 10,8% (8)
73: 8,1% (6)
67: 8,1% (6)
70: 6,8% (5)
77: 5,4% (4)
66: 5,4% (4)
76: 4,15 (3)
72: 4,15 (3)
79: 2,7% (2)
78: 2,7% (2)
75: 2,7% (2)
68: 2,7% (2)
84: 1,4% (1)
82: 1,4% (1)
80: 1,4% (1)
74: 1,4% (1)

Genere (N=74)
Femminile: 51,1% (40)

Maschile: 44,6% (33)
Preferisco non specificarlo: 1,4% (1)

1.3–1.4 Titolo di studio e livello di reddito

Il profilo socio-culturale è di livello medio-alto. Gli intervistati possiedono un'istruzione elevata: il 44,6% ha un diploma di scuola superiore e il 41,9% una laurea. A questi si aggiunge un ulteriore 8,1% di titoli post-laurea, come master o dottorati. In termini economici, la metà del campione si colloca in una fascia di reddito 'medio-bassa' (50%), mentre una quota molto consistente dichiara un reddito 'medio-alto' (40,5%).

Titolo di studio (N=74)
Diploma di scuola superiore: 44,6% (33)
Laurea: 41,9% (31)
Titolo post laurea (es. dottorato, specializzazione, perfezionamento, master): 8,1% (6)
Licenza elementare, media o avviamento: 5,4% (4)

Livello di reddito (N=74)
Medio-basso: 50% (37)
Medio-alto: 40,5% (30)
Preferisco non rispondere: 8,1% (6)
Basso: 1,4% (1)

1.5–1.6 Stato civile e occupazionale

Lo stato civile evidenzia una netta maggioranza di persone sposate (70,3%).

Coerentemente con la fascia d'età, lo stato occupazionale è caratterizzato dalla categoria dei pensionati, che rappresentano il 91,9% del campione, il che indica che la maggior parte degli intervistati si trova al di fuori del mondo del lavoro attivo.

Stato civile (N=74)
Sposato/a: 70,3% (52)
Divorziato/a – Separato/a: 14,9% (11)
Vedovo/a: 8,1% (6)
Celibe/nubile: 6,8% (5)

Stato occupazionale (N=74)
Pensionato/a: 91,9% (68)
Occupato/a a tempo pieno: 5,4% (4)
Disoccupato/a: 1,4% (1)
Occupato/a a tempo parziale: 1,4% (1)

1.7–1.8 Residenza e composizione familiare

La distribuzione geografica degli intervistati è quasi omogenea tra tre delle cinque province delle Marche: Ancona (32,4%), Macerata (32,4%) e Ascoli Piceno (31,1%), mentre Pesaro Urbino (4,1%) e Fermo (0%) sono poco o non del tutto rappresentate. La maggior parte di essi vive con il proprio coniuge o compagno (67,6%), ma una quota significativa vive da solo, pari al 24,3% del totale.

Provincia di residenza (N=74)
Ancona: 32,4% (24)
Macerata: 32,4% (24)
Ascoli Piceno: 31,1% (23)
Pesaro Urbino: 4,1% (3)
Fermo: 0% (0)

Con chi vive? (N=74)
Con coniuge o compagno/a: 67,6% (50)
Da solo/a: 24,3% (18)
Con figli/figlie e/o nuore/generi: 4,1% (3)
Con nipoti: 2,7% (2)
Con altri (es. sorelle/fratelli, cugini/e, zie/zii, amici): 1,4% (1)

1.9 Stato di salute

Il quadro generale relativo alla salute è molto positivo. La quasi totalità degli intervistati, il 90,5%, dichiara di non avere né disabilità né patologie rilevanti tra quelle elencate. Le problematiche segnalate, come la disabilità motoria (4,1%), sono presenti in percentuali molto basse.

Stato di salute (N=74)

Nessuna di queste: 90,5% (67)
Disabilità motoria: 4,1% (3)
Disabilità uditiva: 1,4% (1)
Disabilità visive: 1,4% (1)
Problema cardiologici: 1,4% (1)
Vari interventi chirurgici: 1,4% (1)

2. Il rapporto con i musei

2.1 Frequenza delle visite

Oltre la metà degli intervistati visita un museo almeno una volta al mese: il 32,4% una volta al mese e il 20,3% più di una volta al mese. Un altro 43,2% lo fa una volta all'anno, dimostrando comunque interesse per l'offerta museale. Solo una piccola minoranza, pari al 4,1%, non ha mai frequentato un museo.

Quanto spesso frequenta i musei? (N=74)
Una volta all'anno: 43,2% (32)
Una volta al mese: 32,4% (24)
Più di una volta al mese: 20,3% (15)
Mai frequentati: 4,1% (3)

2.2 Barriere alla frequentazione

Le ragioni per cui gli anziani non frequentano i musei più assiduamente sono prevalentemente di natura pratica. La mancanza di tempo libero è l'ostacolo più citato (26,9%),

seguito dalla carenza di informazioni sull'offerta culturale (24,4%) e dalla distanza o dalla difficoltà nel raggiungere le sedi (20,5%). Il costo del biglietto è un fattore rilevante per il 16,7%.

Perché non frequenta affatto o non frequenta più spesso i musei? (N=78)
Mancanza di tempo libero: 26,9% (21)
Mancanza di informazioni: 24,4% (19)
Troppo distanti, difficili da raggiungere per me: 20,5% (16)
Biglietto di entrata troppo costoso: 16,7% (13)
Mancanza di interesse per le attività culturali proposte: 11,5% (9)

2.3 Attività culturali desiderate

Vi è una forte domanda per le visite guidate lente e di gruppo, indicate dal 29,6% degli intervistati. Molto apprezzate sono anche le visite che abbinano il momento guidato a un'attività pratica di laboratorio (14,8%) e i momenti di socialità incentrati su oggetti del passato (13%).

Quali delle seguenti attività culturali desidererebbe svolgere presso i musei? (N=115)
Visita guidata lenta di gruppo: 29,6% (34)
Visita libera: 15,7% (18)
Visita guidata lenta e laboratorio di attività pratiche: 14,8% (17)
Momento di socialità con oggetti del passato: 13% (15)
Visita guidata lenta individuale: 11,3% (13)
Attività di volontariato (es. guide per visite guidate specifiche, vigilanza delle sale): 9,6% (11)

Laboratorio di attività pratiche: 6,1% (7)
--

2.4 Accessibilità

L'accessibilità dei musei è vissuta in maniera ampiamente positiva: il 90,5% degli utenti dichiara di non aver mai riscontrato difficoltà. Per quella piccola quota (9,5%) che ha avuto problemi, la criticità principale riguarda la leggibilità dei testi informativi, come pannelli e didascalie (42,9%).

Ha mai incontrato difficoltà legate all'accessibilità nei musei? (N=74)

No: 90,5% (67)

Sì: 9,5% (7)

Se sì, quali? (N=14)

Difficoltà nella lettura degli apparati informativi (es. dimensioni dei caratteri, colori): 42,9% (6)

Difficoltà di accessibilità fisica al percorso espositivo: 14,3% (2)
--

Difficoltà di accesso alle informazioni utili per organizzare la visita: 14,3% (2)
--

Difficoltà di orientamento: 7,1% (1)

Difficoltà legate agli orari di apertura al pubblico: 7,1% (1)
--

Il costo dovuto al viaggio ed al biglietto: 7,1% (1)
--

Mancanza di un servizio di visite guidate: 7,1% (1)

2.5 Partecipazione a eventi dedicati

Nonostante l'interesse per la cultura da parte del pubblico senior è evidente che la partecipazione agli eventi pensati appositamente per la terza età è molto bassa. L'83,8% degli intervistati afferma di non aver mai partecipato a un'iniziativa culturale museale rivolta esclusivamente agli anziani.

Ha mai partecipato a un evento culturale rivolto esclusivamente agli anziani all'interno di un museo? (N=74)
No: 83,8% (62)
Sì: 16,2% (12)

2.6 Livello di soddisfazione

L'esperienza museale è generalmente valutata in modo molto positivo. Su una scala da 1 a 5, il 47,8% si dichiara 'soddisfatto' (voto 4) e il 38,8% 'molto soddisfatto' (voto 5).

Se in passato ha frequentato almeno un museo, indichi su una scala da 1 a 5 il grado di soddisfazione per le esperienze vissute in tale/i contesto/i (1 = Molto insoddisfatto/a; 2 = Insoddisfatto/a; 3 = Né soddisfatto/a né insoddisfatto/a; 4 = Soddisfatto/a; 5 Molto soddisfatto/a) (N=67)
4: 47,8% (32)
5: 38,8% (26)
3: 9% (6)
1: 4,5% (3)

2.7 Probabilità di frequentazione futura

La soddisfazione generale si traduce in un forte desiderio di tornare a visitare i musei. Il 63% degli intervistati si dichiara certo di frequentare un museo in futuro, assegnando il punteggio massimo (5), mentre a questi si aggiunge un 23,3% che ritiene probabile una visita futura (voto 4), confermando un legame solido e duraturo.

Indichi su una scala da 1 a 5 il grado di probabilità di frequentare un museo in futuro (1 = Sicuramente non lo frequenterò; 2 = Credo che non lo frequenterò; 3 = Non so se lo frequenterò; 4 = Credo che lo frequenterò; 5 = Sicuramente lo frequenterò) (N=73)	
5:	63% (46)
4:	23,3% (17)
3:	9,6% (7)
2:	2,7% (2)
1:	1,4% (1)

2.8 Luoghi della cultura preferiti

Infine, interrogati su quale luogo della cultura preferirebbero per svolgere attività dedicate alla loro fascia d'età, gli intervistati indicano il museo con il 39,2% delle preferenze. Segue a breve distanza la biblioteca, scelta dal 33,8%.

In quale di questi luoghi della cultura preferirebbe svolgere delle attività rivolte alla sua fascia di età? (N=74)

Museo: 39,2% (29)
Biblioteca: 33,8% (25)
Parco archeologico: 16,2% (12)
Archivio: 10,8% (8)

4.2 Il confronto internazionale: Italia

Report

La distribuzione geografica dei 334 musei che hanno risposto al questionario mostra una netta prevalenza delle regioni del Nord e del Centro Italia: Lombardia (17,1%), Emilia-Romagna (15,6%) e Toscana (13,2%) da sole rappresentano quasi la metà del campione. Il panorama è diversificato, con una forte presenza di musei pubblici (23,1%) e una settorialità orientata verso musei storici, archeologici ed etnografici. Il tessuto museale è composto prevalentemente da istituzioni di piccole e medie dimensioni: circa il 63% degli intervistati accoglie infatti meno di 10.000 visitatori all'anno (il 39,2% meno di 5.000 e il 23,7% tra 5.000 e 10.000), mentre solo il 10,5% supera i 50.000 visitatori annui.

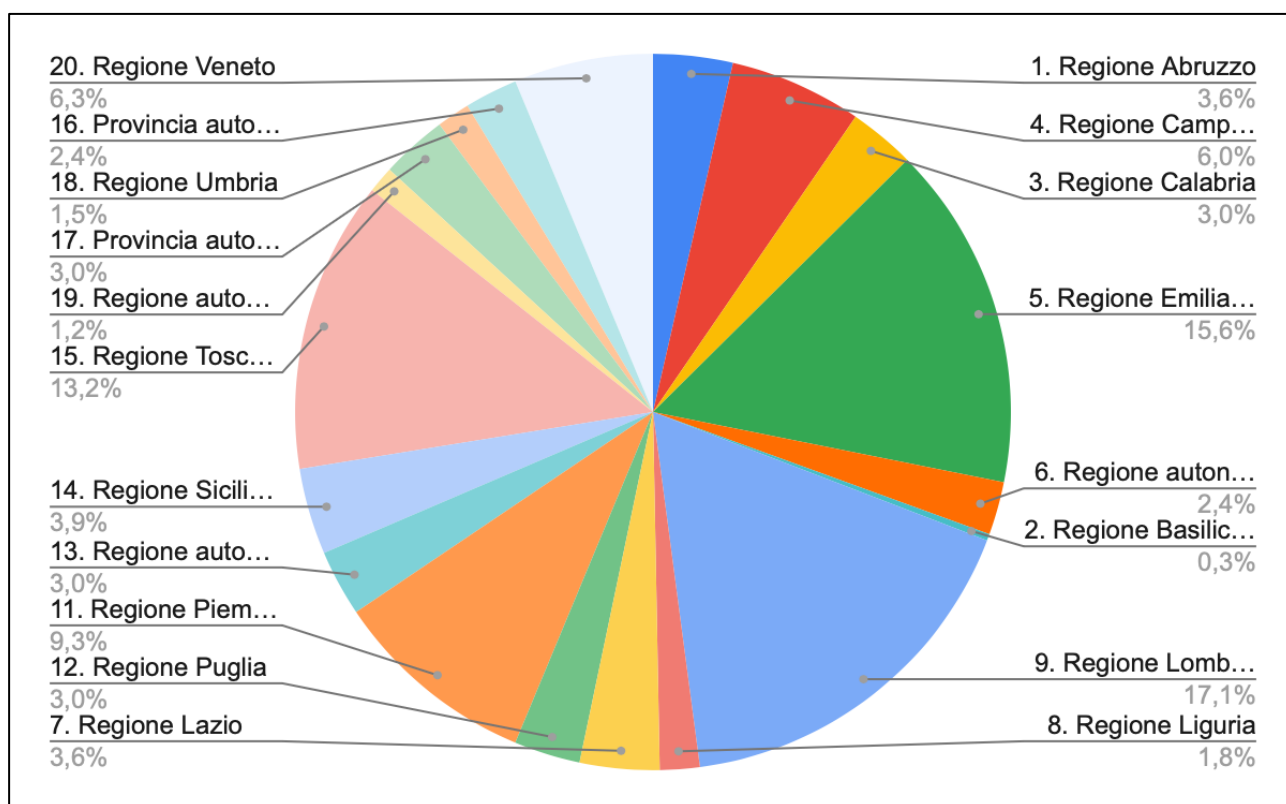


Figura 27. Il campione analizzato coinvolge musei da quasi tutta Italia

Dalle risposte emerge una prima problematica relativa alla conoscenza del proprio pubblico: oltre un quarto dei musei (26,6%) dichiara di non conoscere la composizione demografica dei propri visitatori. Tuttavia, chi monitora il dato sottolinea come il pubblico senior rappresenti una componente molto importante: per quasi il 37% delle istituzioni gli over 65 vanno a comporre più del 25% del totale degli ingressi (26,9% tra il 25% e il 50%; 9,6% oltre il 50%). Nonostante la sua importanza, una percentuale molto alta di musei (28,8%) non sa quali siano i principali ostacoli incontrati da questa fascia di pubblico, mentre tra le difficoltà segnalate le più frequenti (24,1%) sono le barriere architettoniche all'accesso.

La quasi totalità delle risposte (89,5%) relative ai servizi pensati specificamente per gli over 65 è negativa. La piccola quota che offre soluzioni (10,5%) si concentra principalmente su visite guidate speciali (38,6%) e sulla presenza di panchine o sale relax (21,4%). Allo stesso modo, la maggioranza dei musei (57,2%) non offre supporti specifici per visitatori con disabilità visive

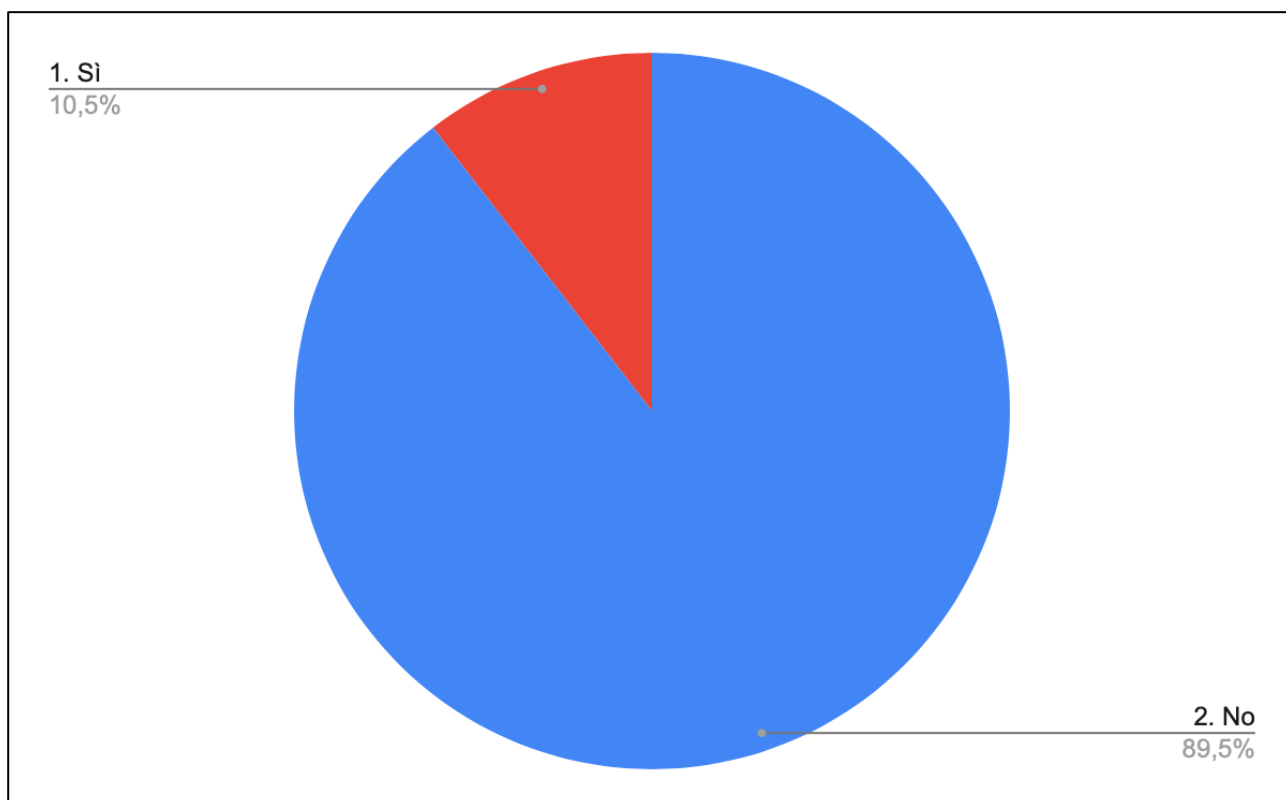


Figura 28. Solamente il 10% dei musei italiani offre attività dedicate agli anziani

e/o uditive. Sebbene una quota significativa (42,8%) abbia già implementato delle misure, la soluzione più comune resta la visita guidata dedicata (40,5%).

Per quanto riguarda gli incentivi economici, il campione si è diviso quasi a metà: il 48,8% offre agevolazioni (principalmente sconti sul biglietto, pari al 74,8%), mentre il 51,2% non ne prevede.

Il 56% del campione pensa che migliorare l'accessibilità per i visitatori anziani sia una priorità: le strategie messe in atto però si concentrano più sulla promozione (30%) e sul miglioramento dell'accessibilità fisica (29,7%) che sull'aumento dell'offerta culturale mirata (18,3%).

I responsabili museali non hanno strategie specifiche in merito alle comunicazioni. Un terzo (32,7%) adotta una comunicazione indifferenziata per fasce d'età e un altro terzo (32,7%) si affida ai canali digitali, rischiando di escludere la popolazione meno digitalizzata.

Questo approccio si riflette anche nell'offerta culturale, dato che il 42,3% dei musei non offre alcuna attività specifica per gli over 65. Le attività che coinvolgono maggiormente i visitatori anziani sono le visite guidate (33,3%), ma si evidenzia anche una buona partecipazione a eventi speciali (20,4%) e ad attività culturali ed educative (18,2%). L'interesse di questo pubblico verso i musei è confermato da un dato: per oltre la metà dei musei che monitorano il dato (55,6%), la partecipazione degli anziani alle attività culturali è pari o superiore a quella delle altre fasce d'età.

Vi è, infine, piena consapevolezza del potenziale degli anziani come risorsa attiva: la maggioranza dei rispondenti (38,7%) riconosce il valore delle loro esperienze di vita. Per quanto riguarda la progettazione futura, i musei mostrano una netta apertura verso un approccio

partecipativo: le strategie preferite per il coinvolgimento sono la promozione del volontariato (36,9%) e l'organizzazione di incontri diretti per approfondire le esigenze (31,4%).

Domande e risposte

1. In quale regione o in quale provincia autonoma si trova il vostro museo?

La distribuzione geografica dei musei che hanno risposto al questionario mostra una netta prevalenza delle regioni del Nord e del Centro Italia. Lombardia, Emilia-Romagna e Toscana, da sole, rappresentano quasi la metà del campione (45,9%), suggerendo una maggiore densità museale o una maggiore disponibilità a partecipare all'indagine. Le regioni del Sud e le isole, pur avendo un patrimonio culturale vastissimo, risultano invece sottorappresentate.

In quale regione o provincia autonoma si trova il vostro museo? (N=334)
Regione Lombardia: 17,1% (57)
Regione Emilia-Romagna: 15,6% (52)
Regione Toscana: 13,2% (44)
Regione Piemonte: 9,3% (31)
Regione Veneto: 6,3% (21)
Regione Campania: 6% (20)
Regione Siciliana: 3,9% (13)
Regione Abruzzo: 3,6% (12)
Regione Lazio: 3,6% (12)

Provincia autonoma di Trento: 3% (10)
Regione Puglia: 3% (10)
Regione Calabria: 3% (10)
Regione autonoma della Sardegna: 3% (10)
Provincia autonoma di Bolzano: 2,4% (8)
Regione autonoma Friuli Venezia Giulia: 2,4% (8)
Regione Liguria: 1,8% (6)
Regione Umbria: 1,5% (5)
Regione autonoma Valle d'Aosta: 1,2% (4)
Regione Basilicata: 0,3% (1)

2. Selezionare la tipologia del vostro museo

L'analisi indica una netta prevalenza di musei a carattere pubblico, pari al 23,1% del campione. Il panorama relativo alle collezioni è invece molto diversificato. La forte presenza di musei storici, archeologici ed etnografici va a riflettere la ricchezza del nostro patrimonio nazionale.

Che tipo di museo è il vostro? (proprietà; tipologia di collezione) (N=791)
Proprietà
Museo pubblico: 23,1% (183)
Museo privato: 10% (79)

Tipologia di collezione
Storico: 67% (53)
Archeologico: 6,4% (51)
Etnografico: 5,6% (44)
Museo multimediale: 5,1% (40)
Biblioteca: 3,5% (28)
Casa museo: 3,3% (26)
Arti visive 3,2% (25)
Museo ecclesiastico: 2,9% (23)
Storia naturale: 2,8% (22)
Archivio: 2,8% (22)
Naturalistico: 2,7% (21)
Ville e palazzi: 2,1% (17)
Della scienza: 2,1% (17)
Monumento: 1,9% (15)
Della tecnica: 1,8% (14)
Museo universitario: 1,6% (13)
Archeologia industriale: 1,5% (12)
Sito archeologico: 1,4% (11)
Rocche e castelli: 1,4% (11)

Ecomuseo: 1,1% (9)
Sito UNESCO: 1% (8)
Museo tattile: 0,9% (7)
Orto botanico: 0,6% (5)
Militare: 0,6% (5)
Delle arti applicate e del design: 0,6% (5)
Museo dei bambini: 0,5% (4)
Prodotti enogastronomici: 0,4% (3)
Museo aziendale: 0,4% (3)
Land art: 0,4% (3)
Fattoria didattica: 0,4% (3)
Spettacolo: 0,3% (2)
Sistema museale: 0,3% (2)
Parco tematico: 0,3% (2)
Strumenti musicali: 0,1% (1)
Luogo del FAI: 0,1% (1)
Dello sport: 0,1% (1)

3. Quanti visitatori ricevete approssimativamente ogni anno?

Il campione museale italiano è composto prevalentemente da istituzioni di piccole e medie dimensioni. Circa il 63% degli intervistati, infatti, accoglie meno di 10.000 visitatori all'anno,

indicando un forte radicamento nel territorio ma un bacino di utenza limitato: solo una minoranza (10,5%) ha oltre 50.000 visitatori all'anno.

Quanti visitatori ricevete approssimativamente ogni anno? (N=334)
Meno di 5.000: 39,2% (131)
5.000–10.000: 23,7% (79)
10.000–25.000: 17,4% (58)
Più di 50.000: 10,5% (35)
25.000–50.000: 9,3% (31)

4. Quanti di questi visitatori hanno più di 65 anni?

Il pubblico senior è una parte molto importante dei visitatori complessivi: per quasi il 37% dei musei gli over 65 rappresentano più del 25% degli ingressi. Anche in questo caso va sottolineato come oltre un quarto dei musei (26,6%) ignori la composizione demografica del proprio pubblico.

Quanti di questi visitatori hanno più di 65 anni di età? (N=334)
Fra il 25% e il 50%: 26,9% (90)
Dato non conosciuto: 26,6% (89)
Fra il 10% e il 25%: 22,5% (75)
Fra il 5% e il 10%: 11,4% (38)
Oltre il 50%: 9,6% (32)
Meno del 5%: 3% (10)

5. Quali sono i principali ostacoli che i visitatori anziani incontrano durante la visita al vostro museo?

La percentuale dei musei che non conoscono gli ostacoli incontrati dal proprio pubblico è molto alta (28,8%). Tra le difficoltà note, le barriere architettoniche in accesso sono le più citate (24,1%), il che sottolinea l'importanza di interventi strutturali per rendere gli spazi veramente inclusivi.

Quali sono i principali ostacoli che i visitatori anziani incontrano durante la visita al vostro museo? (N=344)
Dato non conosciuto: 28,8% (99)
Barriere architettoniche in accesso: 24,1% (83)
Difficoltà relative all'accessibilità psico-fisica e sensoriale: 14,8% (51)
Difficoltà nell'accedere ai servizi: 12,2% (42)
Difficoltà nel muoversi all'interno degli spazi museali: 12,2% (42)
Difficoltà relative all'accessibilità linguistico-culturale: 7,8% (27)

6. Offrite servizi esclusivamente ai visitatori di età superiore ai 65 anni?

Quasi il 90% dei musei non offre alcun servizio specifico per il pubblico senior. La piccola parte che lo fa si concentra principalmente su visite guidate speciali, dato che va a sottolineare come l'offerta dedicata sia ancora poco strutturata.

Offrite servizi rivolti esclusivamente ai visitatori over 65? (N=334)
No: 89,5% (299)
Sì: 10,5% (35)

Che tipo di servizi offrite? (N=70)
Visite guidate speciali: 38,6% (27)
Sale relax e/o panchine: 21,4% (15)
Servizi e spazi accessibili: 15,7% (11)
Laboratori creativi: 15,7% (11)
Scontistica sul biglietto: 8,6% (6)

7. Offrite supporto ai visitatori di età superiore ai 65 anni con disabilità visiva e/o uditive?

Sebbene la maggioranza (57,2%) non offra supporti specifici, è incoraggiante vedere come una quota importante (42,8%) abbia già implementato delle soluzioni. Tuttavia, la proposta più comune resta la ‘visita guidata dedicata’ (40,5%), che dipende dalla disponibilità di personale e non rappresenta una soluzione garantita a tutti i visitatori.

Offrite supporto ai visitatori over 65 con disabilità visive e/o uditive? (N=334)
No: 57,2% (191)
Sì: 42,8% (143)

Che tipo di supporto offrite? (N=244)
Visita guidata dedicata: 40,5% (98)

Modelli tattili: 27% (66)
Descrizione audio di almeno alcuni degli oggetti esposti: 16.8% (41)
Didascalie a grande formato, pannelli informativi o scritte in braille: 16% (39)

8. Offrite sconti o incentivi dedicati ai visitatori di età superiore ai 65 anni?

Il tema degli incentivi economici divide il campione quasi a metà, dato che il 48,8% dei musei offre agevolazioni. Tra queste, la formula più comune è di gran lunga lo sconto sul biglietto d'ingresso (74,8%), un aiuto ormai consolidato per attrarre il pubblico senior.

Offrite sconti o incentivi dedicati ai visitatori over 65? (N=334)
No: 51,2% (171)
Sì: 48,8% (163)

Che tipo di sconti o incentivi offrite? (N=163)
Sconto sul biglietto di ingresso: 74,8% (122)
Entrata gratuita: 12,9% (21)
Entrata e visita guidata gratuite: 6,7% (11)
Visita guidata gratuita: 3,1% (5)
Entrata gratuita per tutte le fasce di età: 2,5% (4)

9. Migliorare l'accessibilità per i visitatori anziani è una delle vostre priorità?

Per oltre la metà dei musei (56%) migliorare l'accessibilità per gli anziani è una priorità.

Le azioni intraprese si concentrano sulla promozione (30%) e sul miglioramento strutturale (29,7%), meno sull'aumento dell'offerta culturale mirata.

Migliorare l'accessibilità per i visitatori anziani è una delle vostre priorità? (N=334)
Sì: 56% (187)
No: 44% (147)

Come state cercando di raggiungere questo obiettivo? (N=327)
Promuovendo in maniera più efficace le attività culturali del museo: 30% (98)
Migliorando l'accessibilità fisica degli spazi museali: 29,7% (97)
Migliorando l'accessibilità linguistico-culturale: 22% (72)
Aumentando l'offerta di attività culturali rivolte ai visitatori over 65: 18,3% (60)

10. Quali sono le principali attività svolte dai vostri visitatori anziani durante la visita al museo?

La visita guidata è la modalità di fruizione preferita (33,3%), dato che sottolinea un desiderio di coinvolgimento e interazione con lo staff museale.

Quali sono le principali attività che i vostri visitatori anziani svolgono durante la loro visita al museo? (N=814)
Partecipano a visite guidate: 33,3% (271)
Visitano in maniera individuale: 26,5% (216)

Partecipano ad eventi speciali: 20,4% (166)
Partecipano ad attività culturali ed educative: 18,2% (148)
Dato non disponibile: 1,5% (12)
Diventano volontari: 0,4% (3)

11. Come promuovete le vostre attività culturali fra le persone anziane?

Un terzo dei musei (32,7%) adotta una comunicazione indifferenziata. Un'altra percentuale equivalente (32,7%) si affida ai canali digitali, rischiando di escludere la parte della popolazione anziana meno digitalizzata.

Come promuovete le vostre attività culturali fra le persone anziane? (N=495)
Nessuna divisione per fasce di età: 32,7% (162)
Metodi di comunicazione digitale: 32,7% (162)
Metodi di comunicazione tradizionali: 27,1% (134)
Partecipazione a eventi speciali: 7,5% (37)

12. Offrite alcune di queste attività culturali rivolte specificamente alle persone over 65?

Il 42,3% dei musei non offre alcuna delle attività culturali specifiche per gli over 65 da noi indicate. Le 'visite guidate lente' (17,9%) sono invece la soluzione più comune fra quelle già adottate.

Offrite alcune di queste attività culturali rivolte specificatamente a persone over 65? (N=452)

Nessuna: 42,3% (191)
Visite guidate lente: 17,9% (81)
Incontri con esperti: 14,2% (64)
Eventi musicali: 9,7% (44)
Mostre tematiche: 9,5% (43)
Laboratori creativi: 6,4% (29)

13. In che modo pensate che le persone anziane possano contribuire alle attività museali?

La maggior parte degli intervistati (38,7%) riconosce il valore degli anziani come fonte di conoscenze ed esperienze di vita. Solo l'1,8% ritiene che il pubblico senior non possa contribuire alle attività museali.

In che modo pensate che le persone anziane possano contribuire alle attività museali? (N=653)
Condividendo le proprie esperienze di vita e conoscenza: 38,7% (253)
Lavorando come volontari: 24,8% (162)
Aiutando ad organizzare alcune attività culturali: 22,4% (146)
Supportando economicamente il museo: 12,3% (80)
Non crediamo che le persone anziane possano supportare le attività museali: 1,8% (12)

14. In quale percentuale i visitatori anziani partecipano alle attività culturali del vostro museo rispetto alle altre fasce d'età?

Per oltre la metà dei musei che monitorano il dato (55,6%), la partecipazione degli anziani alle attività culturali è pari o addirittura superiore a quella delle altre fasce d'età.

In quale percentuale i visitatori anziani partecipano alle attività culturali del vostro museo, in confronto alle altre fasce di età? (N=334)
Una percentuale simile: 29,9% (100)
Una percentuale più alta: 25,7% (86)
Dato non disponibile: 24,3% (81)
Una percentuale minore: 20,1% (67)

15. In che modo pensate che le persone over 65 possano essere coinvolte nella pianificazione e nella realizzazione delle attività museali?

La promozione del volontariato (36,9%) e l'organizzazione di incontri per approfondire le necessità (31,4%) sono le modalità di coinvolgimento del pubblico senior più scelte, dato che va a sottolineare la volontà di adottare un approccio partecipativo verso gli anziani.

In che modo pensate che le persone over 65 possano essere coinvolte nella pianificazione e nella realizzazione delle attività museali? (N=471)
Promuovendo la partecipazione degli anziani come volontari: 36,9% (174)
Organizzando incontri con gli anziani per approfondire le loro necessità: 31,4% (148)
Creando dei gruppi di lavoro composti da anziani e professionisti museali: 24,2% (114)
Non crediamo che gli anziani debbano essere direttamente coinvolti: 7,4% (35)

4.3 Il confronto internazionale: Giappone

Report

Il sondaggio ha raccolto le risposte di 111 istituzioni museali giapponesi, con una distribuzione geografica ampia che copre 38 delle 47 prefetture del paese. Vi è una netta concentrazione delle risposte nella prefettura di Tokyo (22,5%), seguita da Aichi (7,2%) e da Ibaraki (6,3%).

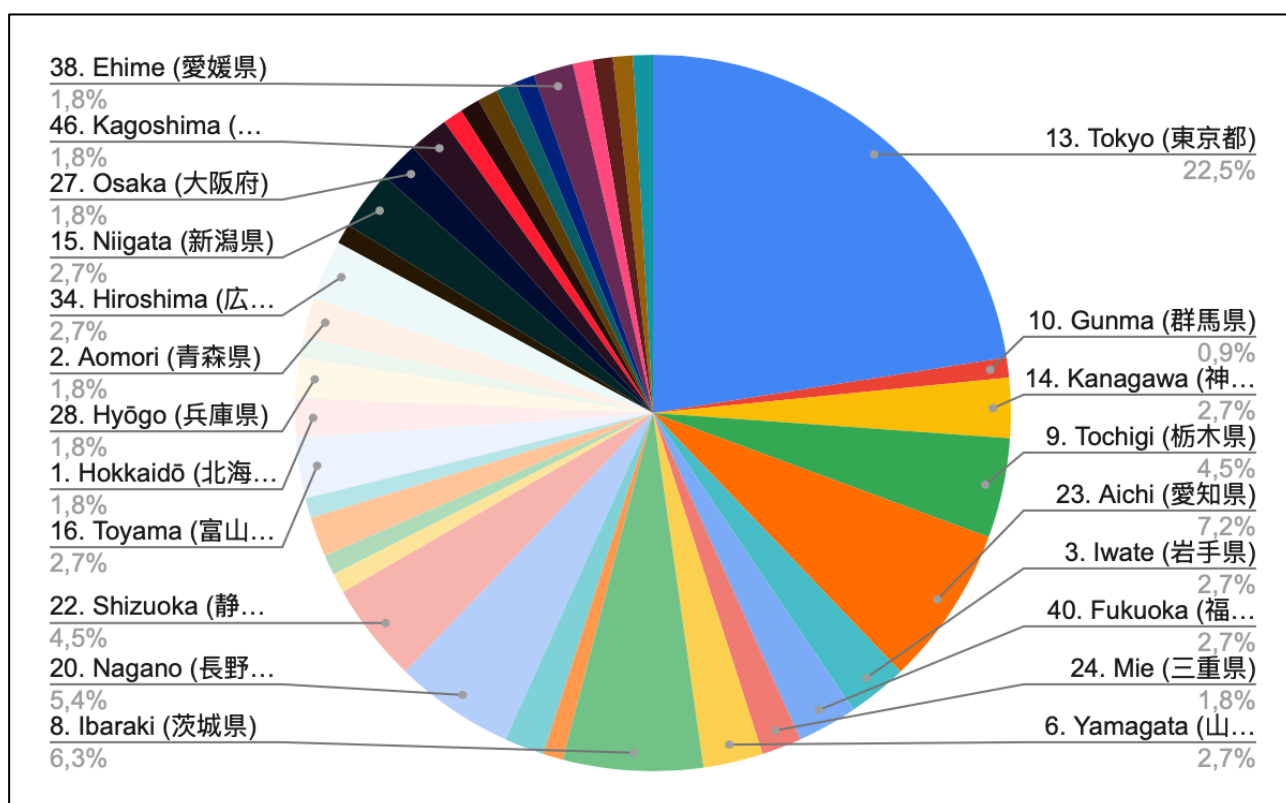


Figura 29. Il campione comprende quasi tutte le prefetture del Giappone

Il campione è composto in prevalenza da istituzioni pubbliche: l'80% dei rispondenti gestisce un museo municipale, con una forte presenza di musei d'arte (musei d'arte municipali: 50,6%; musei municipali: 30,1%). Le collezioni più comuni sono di arte moderna (29,2%) e arte contemporanea (23,8%). A differenza ad esempio del contesto italiano, il tessuto museale giapponese analizzato è composto prevalentemente da istituzioni di dimensioni medio-grandi: la

stragrande maggioranza (circa il 90%) accoglie almeno 10.000 visitatori all'anno e il gruppo più numeroso (40,5%) è costituito da grandi musei con oltre 50.000 visitatori all'anno.

Una prima criticità emersa è lo scarso monitoraggio del pubblico: il 21,6% dei musei ha dichiarato di non conoscere la composizione anagrafica dei propri visitatori. In ogni caso, il pubblico over 65 rappresenta una quota fondamentale per i musei che rilevano i dati relativi alle presenze: per il 44,1% del campione i senior costituiscono una quota compresa tra il 25% e oltre il 50% del pubblico totale. Nonostante questi numeri, la maggioranza dei musei (52,3%) ammette che migliorare l'accessibilità per i visitatori anziani non è una priorità.

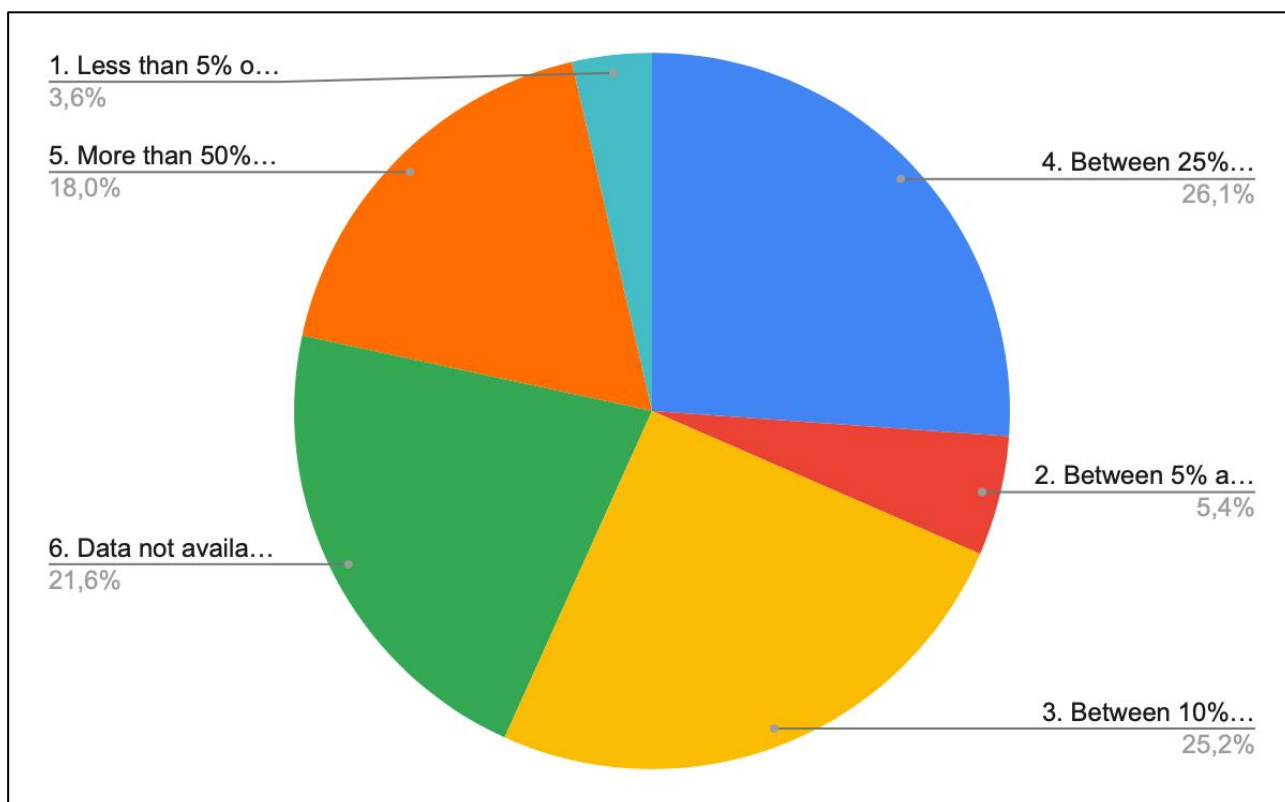


Figura 30. Il pubblico over 65 nei musei giapponesi è molto numeroso

Per quanto riguarda gli ostacoli, il 12% dei musei non sa quali siano le difficoltà incontrate dai senior. Tra le problematiche indicate l'ostacolo più citato non è quello architettonico (17,2%), ma sono le difficoltà legate all'accessibilità psicofisica e sensoriale (27,1%), come illuminazione

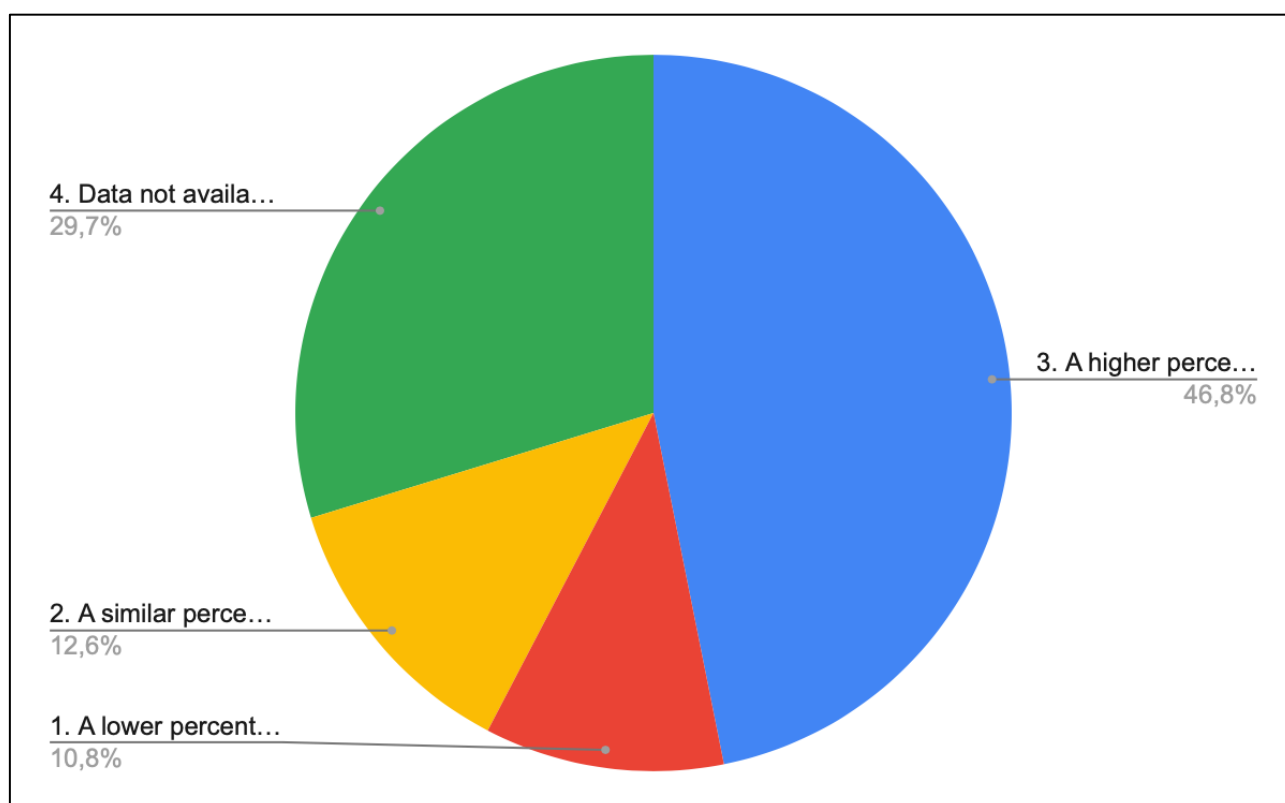


Figura 31. La maggior parte dei musei giapponesi pensa che gli anziani partecipino alle attività offerte in percentuale maggiore rispetto alla media

inadeguata, testi poco leggibili o la mancanza di aree di sosta adeguate. Seguono le difficoltà di accesso ai servizi, come parcheggi o bagni (18,2%).

La maggioranza dei musei (68,5%) non offre servizi specifici per gli over 65. Il 31,5% che ne prevede si concentra su strutture accessibili (34%) e panchine o bagni adeguati (32%), e non su programmi culturali mirati, come visite guidate speciali (8%). Allo stesso modo, il 76,6% delle istituzioni non offre supporto ai visitatori anziani con disabilità visiva e/o uditive, mentre i musei che hanno risposto affermativamente (23,4%) offrono un mix di modelli tattili, audiodescrizioni e pannelli con caratteri grandi. Anche sul fronte degli incentivi economici il campione è diviso: il 55% non offre sconti, mentre il 45% lo fa, principalmente tramite biglietti ridotti (54,9%) o gratuità (45,1%).

Gli over 65 si dimostrano ancora una volta un pubblico attivo: sebbene la visita individuale sia l'attività prevalente (41,2%), partecipano attivamente ad attività culturali ed

educative (20,4%), a eventi speciali (16,8%) e a visite guidate (15,9%). Il dato più interessante è che, per i musei che monitorano la partecipazione (il 29,7% non ha il dato), la maggioranza (46,8% del campione totale) afferma che la percentuale di partecipazione degli over 65 alle attività culturali è superiore a quella delle altre fasce d'età.

I musei hanno la chiara volontà di vedere il pubblico anziano coinvolto attivamente in qualità di volontari (30,2%) e portatori di esperienze di vita e di conoscenza (30,2%). Per quanto riguarda la progettazione di attività future, la modalità preferita è la promozione del volontariato (48,2%), seguita dall'organizzazione di incontri per approfondire le loro esigenze (24,1%).

Domande e risposte

1. In quale prefettura del Giappone si trova il vostro museo?

La maggioranza dei 111 rispondenti gestisce un'istituzione con sede nella prefettura di Tokyo (東京都) (22,5%, N=25), ma le risposte sono pervenute da musei situati in 38 delle 47 prefetture giapponesi. La prefettura di Aichi (愛知県) è stata la seconda più numerosa (7,2%, N=8), seguita da Ibaraki (茨城県) al terzo posto (6,3%, N=7). I restanti contributi sono arrivati da Nagano (長野県) (5,4%, N=6), Shizuoka (静岡県) e Tochigi (栃木県) (4,5%, N=5), Fukuoka (福岡県), Hiroshima (広島県), Toyama (富山県), Niigata (新潟県), Kanagawa (神奈川県), Yamagata (山形県), Iwate (岩手県) (2,7%, N=3), Kagoshima (鹿児島県), Ehime (愛媛県), Hyōgo (兵庫県), Osaka (大阪府), Mie (三重県), Yamanashi (山梨県), Chiba (千葉県), Aomori (青森県), Hokkaidō (北海道) (1,8%, N=2), Miyazaki (宮崎県), Saga (佐賀県), Kagawa (香川県), Tokushima (徳島県), Yamaguchi (山口県), Shimane (島根県), Tottori (鳥取県), Wakayama (和

歌山県), Nara (奈良県), Kyoto (京都府), Gifu (岐阜県), Ishikawa (石川県), Saitama (埼玉県), Gunma (群馬県), Akita (秋田県) e Miyagi (宮城県) (0,9%, N=1).

In quale prefettura del Giappone si trova il vostro museo? (N=111)
Tokyo (東京都): 22,5% (25)
Aichi (愛知県): 7,2% (8)
Ibaraki (茨城県): 6,3% (7)
Nagano (長野県): 5,4% (6)
Tochigi (栃木県): 4,5% (5)
Shizuoka (静岡県): 4,5% (5)
Yamagata (山形県): 2,7% (3)
Toyama (富山県): 2,7% (3)
Niigata (新潟県): 2,7% (3)
Kanagawa (神奈川県): 2,7% (3)
Iwate (岩手県): 2,7% (3)
Hiroshima (広島県): 2,7% (3)
Fukuoka (福岡県): 2,7% (3)
Yamanashi (山梨県): 1,8% (2)
Osaka (大阪府): 1,8% (2)
Mie (三重県): 1,8% (2)
Kagoshima (鹿児島県): 1,8% (2)
Hyōgo (兵庫県): 1,8% (2)
Hokkaidō (北海道): 1,8% (2)

Ehime (愛媛県): 1,8% (2)
Chiba (千葉県): 1,8% (2)
Aomori (青森県): 1,8% (2)
Yamaguchi (山口県): 1,8% (1)
Wakayama (和歌山県): 1,8% (1)
Tottori (鳥取県): 1,8% (1)
Tokushima (徳島県): 1,8% (1)
Shimane (島根県): 1,8% (1)
Saitama (埼玉県): 1,8% (1)
Saga (佐賀県): 1,8% (1)
Nara (奈良県): 1,8% (1)
Miyazaki (宮崎県): 1,8% (1)
Miyagi (宮城県): 1,8% (1)
Kyoto (京都府): 1,8% (1)
Kagawa (香川県): 1,8% (1)
Ishikawa (石川県): 1,8% (1)
Gunma (群馬県): 1,8% (1)
Gifu (岐阜県): 1,8% (1)
Akita (秋田県): 1,8% (1)

2. Selezionare la tipologia del vostro museo

La maggior parte dei dati proviene da musei gestiti dalle municipalità, dato che l'80%

(N=59) dei rispondenti a questa domanda (N=73) ha indicato questa opzione. I musei d'arte municipali hanno contribuito con la metà delle risposte (50,6%, N=37), mentre i musei municipali non legati all'arte si sono fermati poco sotto un terzo (30,1%, N=22). I musei d'arte nazionali (4,1%, N=3) e i musei nazionali (2,7%, N=2) hanno rappresentato il 6,8% (N=5) degli partecipanti rimanenti, mentre i musei aziendali hanno raggiunto il 4,1% (N=3). Altre tipologie di musei con una sola risposta includono un museo universitario, un museo di una fondazione riconosciuta di pubblico interesse, un museo d'arte privato, un museo prefettizio, un museo d'arte prefettizio e un centro culturale.

Le collezioni dei musei sono più varie. Prendendo in considerazione un campione di 147 risposte, l'arte moderna (29,2%, N=43) e l'arte contemporanea (23,8%, N=35) rappresentano le tipologie più comuni di beni culturali conservati nei musei, seguite da vicino dalla categoria della cultura e della storia (17,6%, N=26). Altri dati provengono da istituzioni come musei d'arte tradizionale (9,5%, N=14), musei della ceramica (8,1%, N=12), musei di scienza e tecnologia (3,4%, N=5) e musei di oggetti di uso quotidiano (2,7%, N=4). Con una sola risposta per tipologia figurano inoltre: museo d'arte fotografica, museo di scultura all'aperto, museo dei manga, museo letterario, museo industriale, museo del folclore, museo del cinema e museo della società e dell'attualità (0,6%, N=1).

Selezionare la tipologia del vostro museo (N=160)
Museo d'arte municipale: 16,9% (27)
Museo d'arte moderna: 16,9% (27)
Museo d'arte contemporanea: 13,8% (22)
Museo municipale: 13,4% (21)

Museo di storia e cultura: 10,6% (17)
Museo della ceramica: 5,6% (9)
Museo d'arte tradizionale: 5,0% (8)
Museo della scienza e della tecnologia: 2,5% (4)
Museo degli oggetti di uso quotidiano: 2,5% (4)
Museo d'arte nazionale: 1,9% (3)
Museo aziendale: 1,9% (3)
Museo nazionale: 1,3% (2)
Museo senza collezione: 1,3% (2)
Museo d'arte prefettizio: 1,3% (2)
Museo della società e dell'attualità: 0,6% (1)
Museo d'arte fotografica: 0,6% (1)
Centro culturale: 0,6% (1)
Museo del cinema: 0,6% (1)
Museo dei manga: 0,6% (1)
Museo d'arte privato: 0,6% (1)
Museo universitario: 0,6% (1)
Fondazione: 0,6% (1)
Museo della letteratura: 0,6% (1)
Museo all'aperto: 0,6% (1)

3. Quanti visitatori ricevete approssimativamente ogni anno?

Successivamente, è stato preso in considerazione il numero di visitatori annuali. La maggioranza dei musei che hanno partecipato alla ricerca (N=111) dichiara di raggiungere almeno 10.000 visitatori all'anno. I musei molto piccoli, con meno di 5.000 visitatori totali all'anno, hanno fornito il 2,7% (N=3) dei dati raccolti, mentre i musei piccoli, che raggiungono tra 5.000 e 10.000 visitatori, costituiscono il 7,2% (N=8). Le istituzioni di medie dimensioni, con un numero di visitatori annuali compreso tra 10.000 e 25.000, rappresentano il 27,9% (N=31), mentre i musei medio-grandi, con un numero di ingressi tra 25.000 e 50.000, ammontano al 21,6% (N=24). I musei con un numero elevato di visitatori annuali, ovvero oltre 50.000, hanno fornito il 40,5% (N=45) dei dati raccolti.

Quanti visitatori ricevete approssimativamente ogni anno? (N=111)
Più di 50.000: 40,5% (45)
10.000–25.000: 27,9% (31)
25.000–50.000: 21,6% (24)
5.000–10.000: 7,2% (8)
Meno di 5.000: 2,7% (3)

4. Secondo voi, quanti di questi sono over 65?

Ai rispondenti è stato chiesto di quantificare il numero annuale di visitatori over 65 in relazione al numero totale di ingressi, con l'obiettivo di comprendere meglio e analizzare l'impatto di questa fascia di pubblico. Il numero totale di risposte è stato 111, ma 24 musei hanno dichiarato di non avere a disposizione questo tipo di dati: come primo risultato chiave dell'indagine, si suggerisce ai musei giapponesi di monitorare meglio i propri visitatori per essere

in grado di personalizzare la propria offerta culturale in base alle esigenze del pubblico a cui si rivolgono. Il campione di 87 risposte raccolto ha, in ogni caso, permesso di raggiungere lo scopo della domanda.

Una parte molto ridotta dei direttori museali dichiara che le persone anziane sono meno del 5% (4,6%, N=4) o tra il 5% e il 10% (6,9%, N=6) del totale dei visitatori, mentre il 32,2% (N=28) afferma che gli over 65 costituiscono tra il 10% e il 25% del totale dei visitatori annuali. L'opzione più scelta dai rispondenti è stata 'tra il 25% e il 50%' del pubblico totale (33,3%, N=29), un dato che, se sommato ai 20 musei che hanno scelto l'opzione 'più del 50% dei visitatori totali' (23%), ci porta al secondo risultato chiave di questa parte della ricerca. I visitatori senior rappresentano una parte significativa del pubblico totale dei musei giapponesi, poiché i dati raccolti confermano che, per più della metà dei musei coinvolti (56,3%), costituiscono tra il 25% e oltre il 50% dei visitatori. Tenendo questi dati in considerazione l'importanza di modificare e innovare l'offerta culturale dei musei per coinvolgere maggiormente questa fascia di pubblico è evidente, poiché ogni cambiamento in questa direzione avrebbe un impatto su un importante numero di persone già interessate ai musei, con la possibilità di attrarre nuovi visitatori senior.

Secondo voi, quanti di questi sono over 65? (N=111)
Meno del 5% dei visitatori totali: 3,6% (4)
Tra il 5% e il 10% dei visitatori totali: 5,4% (6)
Tra il 10% e il 25% dei visitatori totali: 25,2% (28)
Tra il 25% e il 50% dei visitatori totali: 26,1% (29)
Più del 50% dei visitatori totali: 18% (20)

Dato non disponibile: 21,6% (24)

5. Quali sono i principali ostacoli che le persone anziane incontrano durante la visita al vostro museo?

Ai direttori dei musei è stato chiesto di scegliere i cinque ostacoli che le persone over 65 possono incontrare più frequentemente durante la visita. In questo caso, il campione di dati finale consisteva in 183 risposte: poiché era possibile scegliere più di un'opzione, 23 di esse non sono state considerate in quanto è stata scelta l'opzione 'Dati non disponibili'. Il campione effettivo è quindi di 160 risposte.

Il 32,5% (N=52) delle risposte ha indicato che i visitatori senior affrontano difficoltà legate all'accessibilità psicofisica e sensoriale (ad es. mancanza di una buona illuminazione, testi di difficile lettura per dimensioni o colori, mancanza di aree di sosta), mentre il 20,6% (N=33) ha sottolineato che nel proprio museo sono ancora presenti barriere architettoniche. Una percentuale simile (20%, N=32), indica difficoltà legate all'accesso ai servizi (ad es. mancanza di parcheggi dedicati, servizi igienici adeguati), mentre le difficoltà nel muoversi all'interno degli spazi museali (16,2%, N=26) e quelle legate all'accessibilità linguistica e/o culturale (ad es. guide, contenuti audiovisivi) (10,6%, N=17) sono considerate gli ostacoli meno frequenti per una piacevole visita al museo.

È possibile, quindi, affermare che migliorare l'accessibilità a livello psicofisico farebbe la differenza per i visitatori senior, dato che un museo su tre non è in grado di accogliere adeguatamente una persona over 65. Questo terzo risultato chiave è molto utile, poiché apportare miglioramenti, anche piccoli, è abbastanza facile e non molto costoso: fornire numerose e comode aree di sosta in cui trascorrere del tempo per rilassarsi e osservare le opere

o gli oggetti esposti senza fretta, rivedere il sistema di illuminazione, e ripensare le didascalie e i pannelli informativi tenendo conto delle esigenze delle persone anziane potrebbero essere degli importanti punti di partenza.

Oltre alle opzioni fornite, alcuni direttori hanno suggerito altri possibili ostacoli: la difficoltà nell'utilizzo delle prenotazioni online e dei servizi digitali, oltre alla distanza tra la fermata dei mezzi pubblici più vicina e il museo. Questi suggerimenti sottolineano due aspetti della visita museale che non erano presenti nel sondaggio: il primo riguarda l'accessibilità digitale dell'istituzione, che dovrebbe sempre offrire un'opzione più adatta ai senior (come una linea telefonica), mentre il secondo evidenzia l'importanza di un collegamento sicuro e agevole tra la città e il museo stesso.

Quali sono i principali ostacoli che le persone anziane incontrano durante la visita al vostro museo? (N=192)
Difficoltà di accessibilità psico-fisica/sensoriale: 27,1% (52)
Difficoltà di accesso ai servizi: 18,2% (35)
Barriere architettoniche: 17,2% (33)
Difficoltà di movimento negli spazi: 13,5% (26)
Dati non disponibili: 12% (23)
Difficoltà di accessibilità linguistico-culturale: 8,9% (17)
Difficoltà nel raggiungere il museo: 3,1% (6)

6. Offrite servizi specificamente rivolti ai visitatori di età superiore ai 65 anni? Se sì, di che tipo?

Ciascuno dei 111 rispondenti è stato interrogato sui propri servizi, chiedendo se includessero o meno proposte progettate per soddisfare le esigenze degli over 65. La grande maggioranza ha risposto negativamente (68,5%, N=76), ma si può riscontrare un segnale positivo nel 31,5% (N=35) che ha dato una risposta affermativa. Rispondendo alla domanda successiva, dedicata al tipo di servizi disponibili nel loro museo, i direttori hanno chiarito che le strutture accessibili (42,1%, N=16) e i servizi igienici e/o le panchine (42,1%, N=16) sono le opzioni più comuni, mentre le visite guidate speciali (7,8%, N=3) e i laboratori pratici creativi (7,8%, N=3) sono offerti, ma solo in pochi casi. In questo caso, emerge come quarto risultato chiave per i musei giapponesi la possibilità di migliorare notevolmente il proprio grado di inclusione dei visitatori anziani aggiungendo all'offerta culturale, accanto alle attività regolari, visite guidate e laboratori creativi, seguendo i buoni esempi già presenti nel paese.

Offrite servizi rivolti specificamente ai visitatori over 65? (N=111)
No: 68,5% (76)
Sì: 31,5% (35)

Che tipo di servizi offrite? (N=50)
Strutture e servizi accessibili: 34% (17)
Servizi igienici e/o panchine: 32% (16)
Sconto sul biglietto o gratuità: 20% (10)
Visite guidate speciali: 8% (4)
Laboratori pratici creativi: 6% (3)

7. Il vostro museo offre supporto alle persone over 65 con disabilità visive e/o uditive?

Se sì, in che modo?

Ai direttori museali è stato poi chiesto di indicare il livello di supporto ai visitatori senior con disabilità visive e/o uditive della propria istituzione. Su un campione di 111 risposte complessive, il 76,6% (N=69) ha dichiarato di non offrire questo tipo di servizio, contro il 23,4% (N=21) che ha risposto affermativamente. Coloro che hanno risposto in modo positivo, interrogati sui loro metodi di supporto, hanno suddiviso le loro scelte (N=31) in modo quasi equo tra le opzioni fornite: modelli tattili (29%, N=9), didascalie e pannelli informativi a caratteri grandi (25,8%, N=8), audiodescrizione di ogni oggetto esposto (25,8%, N=8) e guide turistiche dedicate (19,3%, N=6). Utilizzando l'opzione di risposta aperta, i partecipanti hanno suggerito ulteriori mezzi di supporto, tra cui: consentire l'ingresso ai cani da assistenza, offrire guide in Braille e mappe tattili, mettere a disposizione lenti d'ingrandimento, includere un angolo d'arte tattile all'interno degli spazi museali e, se necessario, adattare l'approccio alla comunicazione scritta ai visitatori anziani.

Il vostro museo offre supporto alle persone over 65 con disabilità visive e/o uditive?
(N=111)
No: 76,6% (85)
Sì: 23,4% (26)

In che modo? (N=40)
Modelli tattili: 25% (10)

Audiodescrizione degli oggetti esposti: 20% (8)
Didascalie e pannelli informativi a caratteri grandi: 20% (8)
Guida turistica dedicata: 15% (6)
Comunicazione scritta: 10% (4)
Canì da assistenza ammessi: 5% (2)
Lenti d'ingrandimento: 5% (2)

8. Offrite sconti o incentivi per gli over 65? Se sì, di che tipo?

Ai direttori museali è stato chiesto quale tipo di incentivi o sconti offrono ai visitatori più anziani. Tra 111 risposte, 61 partecipanti (55%) hanno dichiarato che nei loro musei non è disponibile alcun tipo di supporto economico per le persone di età superiore ai 65 anni, mentre il 45% (N=50) ha risposto affermativamente. Il beneficio più comune riscontrato tra i dati raccolti (N=52) è uno sconto sul biglietto d'ingresso (57,6%, N=30), ma un numero significativo di musei (42,3%, N=22) offre l'ingresso gratuito ai visitatori senior. I direttori, tuttavia, hanno utilizzato questa domanda per fornire suggerimenti aggiuntivi che potrebbero essere utili ai loro colleghi: applicare lo sconto solo ai residenti over 65, oppure prevedere una tariffa ridotta per chi ha 65 anni o più, offrendo invece l'ingresso gratuito a chi ha più di 75 anni. In alternativa, garantire l'ingresso per le persone di età pari o superiore a 65 anni solo per mostre speciali, o solo in un giorno specifico della settimana (idealmente il più tranquillo e meno affollato, al fine di offrire un'esperienza confortevole ai visitatori senior).

Offrite sconti o incentivi per gli over 65? (N=111)

No: 55% (61)
Sì: 45% (50)

Che tipo di sconti o incentivi offrite? (N=51)
Sconto sul biglietto d'ingresso: 54,9% (28)
Ingresso gratuito: 45,1% (23)

9. Migliorare l'accessibilità per i visitatori anziani è una priorità per voi? Se sì, come state cercando di raggiungere questo obiettivo?

Interrogati sulle loro priorità, i rispondenti (N=111) si sono divisi a metà: il 47,7% (N=53) ha sottolineato che migliorare l'accessibilità per i visitatori anziani è effettivamente una priorità, mentre il 52,3% (N=58) ha risposto in maniera negativa. Successivamente, i dati raccolti (N=85) hanno fornito una visione più dettagliata degli sforzi già messi in atto dai musei: il 29,4% (N=25) ha migliorato l'accessibilità fisica degli spazi museali, il 20% (N=17) ha aumentato l'offerta di attività culturali rivolte al pubblico over 65, il 28,2% (N=24) ha migliorato la promozione delle attività culturali del museo e il 22,3% (N=19) ha investito su una migliore accessibilità linguistica e/o culturale. Ulteriori suggerimenti riguardavano la vendita dei biglietti che, per essere accessibile ai visitatori senior, dovrebbe essere effettuata non solo tramite il sito web ma anche all'ingresso del museo, e l'accessibilità fisica, che può essere migliorata offrendo sedie a ruote o, nel caso di un museo con spazi esterni, impegnandosi a rendere più agevoli i percorsi pedonali.

Migliorare l'accessibilità per i visitatori anziani è una priorità per voi? (N=111)

No: 52,3% (58)
Sì: 47,7% (53)

Come state cercando di raggiungere questo obiettivo? (N=85)
Migliorando l'accessibilità fisica degli spazi museali: 29,4% (25)
Promuovendo in modo più efficace le attività culturali del museo: 28,2% (24)
Offrendo una migliore accessibilità linguistica e/o culturale: 22,4% (19)
Aumentando l'offerta di attività culturali rivolte al pubblico over 65: 20% (17)

10. Quali sono le attività principali svolte dai visitatori over 65 durante la loro visita al vostro museo?

Ai partecipanti è stato chiesto di indicare le attività che i visitatori senior svolgono solitamente durante la loro permanenza al museo. In questo caso, i dati raccolti (N=211) hanno fornito una risposta precisa: questa categoria di visitatori frequenta per lo più mostre o collezioni permanenti in modo autonomo (44%, N=93), ma va sottolineato come questo dato possa essere influenzato dalla scarsità di attività adeguate tra cui scegliere. Infatti, le restanti opzioni hanno raggiunto il 56% delle risposte totali, con la partecipazione ad attività culturali ed educative gestite dal museo al primo posto (21%, N=45), la presenza a eventi speciali al secondo posto (18%, N=38) e il coinvolgimento in visite guidate al terzo posto (16,5%, N=35). 13 musei non avevano a disposizione questo tipo di dati. I direttori dei musei hanno accennato ad altre attività non coperte dalle opzioni del sondaggio, come svolgere attività di volontariato, acquistare prodotti al bookshop del museo, essere coinvolti nell'educazione dei nipoti, utilizzare la caffetteria del museo o affittare la galleria per tenere mostre personali.

Quali sono le attività principali che i visitatori over 65 svolgono durante la loro visita al vostro museo? (N=226)
Visite individuali: 41,2% (93)
Attività culturali ed educative: 20,4% (46)
Eventi speciali: 16,8% (38)
Visite guidate: 15,9% (36)
Dati non disponibili: 5,8% (13)

11. Come promuovete le attività culturali tra le persone anziane?

Promuovere le attività culturali del museo è un compito importante e i partecipanti sono stati interrogati su come entrano in contatto con i senior. I dati raccolti (N=164) hanno evidenziato che il 37,8% (N=62) dei musei utilizza ancora metodi di comunicazione tradizionali (ad es. giornali, volantini), mentre il 35,9% (N=59) non organizza promozioni suddivise per fascia d'età. Il 21,3% (N=35) ha adottato canali di comunicazione digitali (ad es. social media, newsletter) e il 4,8% (N=8) partecipa a eventi speciali o manifestazioni. Alcuni direttori di musei hanno ulteriormente esplorato soluzioni alternative per raggiungere il pubblico senior, come il contatto diretto con la divisione per l'assistenza agli anziani del municipio o l'obiettivo di costruire una comunità. Questo è un punto di vista ampio e interessante che esemplifica lo scopo della mia ricerca: se un cittadino anziano si sente direttamente coinvolto nella vita culturale circostante il suo benessere ne trarrà naturalmente beneficio.

Come promuovete le attività culturali tra le persone anziane? (N=164)
Utilizzando metodi di comunicazione tradizionali (giornali, volantini): 37,8% (62)
Non organizziamo promozioni suddivise per fascia d'età: 36% (59)
Utilizzando canali di comunicazione digitali (social media, newsletter): 21,3% (35)
Partecipando a eventi speciali o manifestazioni: 4,9% (8)

12. Offrite alcune di queste attività culturali rivolte specificamente alle persone over 65?

Ogni museo ha un'offerta culturale specifica, rivolta a pubblici diversi. Ai partecipanti è stato chiesto di indicare se avessero attività dedicate ai visitatori più anziani (N=122), e la risposta è stata chiara: il 66,3% (N=81) non ne ha.

Questo ulteriore risultato chiave va a scontrarsi con le scoperte precedenti: è dunque necessaria una comprensione adeguata delle esigenze e dei gusti di questo ampio segmento di visitatori, seguita da un'implementazione progressiva di attività mirate. Ciononostante, un buon numero di musei giapponesi ha già in atto attività culturali per i senior: il 9,8% (N=12) ospita mostre tematiche, l'8,2% (N=10) offre laboratori creativi, il 5,7% (N=7) propone incontri con esperti, il 5,7% (N=7) organizza visite guidate lente e il 4,1% (N=5) organizza eventi musicali.

Offrite alcune di queste attività culturali rivolte specificamente alle persone over 65? (N=121)
Nessuna: 66,1% (80)
Mostre tematiche: 9,9% (12)
Laboratori creativi: 8,3% (10)

Incontri con esperti: 5,8% (7)
Visite guidate lente: 5,8% (7)
Eventi musicali: 4,1% (5)

13. In che modo pensate che le persone over 65 possano contribuire alle attività culturali del museo?

Nelle domande precedenti i senior sono stati solitamente visti da una prospettiva passiva, ma la realtà è che le persone con più di 65 anni hanno molto da offrire e, a questo proposito, è stato chiesto ai direttori dei musei di esprimere la propria opinione (N=241) su come e se una persona anziana potrebbe contribuire alle attività del museo. Due opzioni sono emerse come le più popolari: lavorare come volontari (30,2%, N=73), e condividere esperienze di vita e trasmettere conoscenze culturali (30,2%, N=73). Questi sono, di fatto, concetti direttamente collegati fra loro, poiché la ragione del successo dei volontari senior risiede nelle conoscenze acquisite nel corso della propria vita. Inoltre, il 19,5% (N=47) dei rispondenti ritiene che le persone anziane possano aiutare a organizzare attività culturali e il 17,4% (N=42) suggerisce che i senior possano sostenere economicamente le attività culturali. Solo il 2,4% (N=6) non ritiene che le persone over 65 possano sostenere le attività del museo.

In che modo pensate che le persone over 65 possano contribuire alle attività culturali del museo? (N=242)
Lavorando come volontari: 30,2% (73)
Condividendo esperienze di vita e trasferendo conoscenza culturale: 30,2% (73)

Aiutando a organizzare attività culturali: 19,4% (47)
Sostenendo economicamente le attività culturali: 17,4% (42)
Non pensiamo che le persone over 65 possano sostenere le attività del museo: 2,5% (6)
Dato non disponibile: 0,4% (1)

14. Quale percentuale di over 65 partecipa alle attività culturali offerte dal vostro museo, rispetto alle altre fasce d'età?

Una delle domande chiave di questa ricerca riguardava il livello di partecipazione dei visitatori senior alle attività del museo rispetto alle altre fasce d'età. È stato sottolineato in precedenza come la percentuale di persone over 65 che visitano i musei sia alta, ma questa fascia del pubblico partecipa attivamente alle attività culturali proposte dall'istituzione? I dati raccolti (N=78) forniscono una risposta affermativa: per il 66,7% (N=52) dei rispondenti la percentuale di over 65 che partecipano alle attività culturali offerte dal museo è superiore rispetto alle altre fasce d'età. Il 17,9% (N=14) ha dichiarato che la percentuale è simile, mentre il 15,2% (N=12) ha affermato che è più bassa. 33 musei non disponevano di questo tipo di dati.

Quale percentuale di over 65 partecipa alle attività culturali offerte dal vostro museo, rispetto alle altre fasce d'età? (N=111)
Una percentuale più alta: 46,8% (52)
Dato non disponibile: 29,7% (33)
Una percentuale simile: 12,6% (14)
Una percentuale più bassa: 10,8% (12)

15. In che modo pensate che le persone anziane potrebbero essere coinvolte nella pianificazione e nella realizzazione delle attività culturali?

L'ultima domanda del sondaggio riguardava il possibile coinvolgimento delle persone anziane nella pianificazione delle attività culturali del museo. Come nella domanda 13, lo scopo dell'indagine era guardare alle persone over 65 da un punto di vista attivo e, di fatto, le risposte (N=141) si sono sovrapposte: il 47,5% (N=67) ha confermato che il ruolo delle persone anziane dovrebbe essere associato al volontariato. D'altra parte, il 24,1% (N=34) ha sottolineato che si potrebbero organizzare incontri con gli over 65 per approfondire le loro esigenze, e il 19,1% (N=27) ha sostenuto l'idea di creare gruppi di lavoro composti da over 65 e da operatori culturali. Infine, il 9,2% (N=13) non ritiene che gli over 65 dovrebbero essere direttamente coinvolti nella pianificazione delle attività culturali del museo e li considera solo da una prospettiva passiva.

In che modo pensate che le persone anziane potrebbero essere coinvolte nella pianificazione e nella realizzazione delle attività culturali? (N=141)
Promuovendo la partecipazione degli over 65 alle attività del museo come volontari: 48,2% (68)
Organizzando incontri con gli over 65 per approfondire le loro esigenze: 24,1% (34)
Creando gruppi di lavoro composti da over 65 e operatori culturali: 19,1% (27)
Non pensiamo che gli over 65 debbano essere direttamente coinvolti nella pianificazione delle attività culturali del museo: 8,5% (12)

Raccomandazioni per i musei giapponesi

L'analisi dei dati dei musei giapponesi rivela una situazione complessa, che raccomandiamo di approfondire leggendo l'articolo recentemente pubblicato dalla rivista «Il Capitale Culturale» e frutto del mio lavoro svolto durante il triennio dottorale: *'Inclusive museums in the Japanese super-ageing society: the third-place advantage'* (Torelli, 2025).

In ogni caso, per facilitare la condivisione dei risultati della ricerca anche in Italia, vorrei riproporre la sezione di questo articolo dedicata alle raccomandazioni per i musei giapponesi, redatte prendendo in considerazione i punti di forza e di debolezza delle istituzioni nipponiche emerse grazie al sondaggio sopra analizzato. Questi suggerimenti sono riportati di seguito in forma sintetizzata per essere più leggibili e diventare un'ispirazione per i musei che desiderano potenziare la loro offerta culturale.

Raccomandazione 1. Si consiglia ai musei giapponesi di monitorare meglio i propri visitatori, al fine di analizzare i dati raccolti e personalizzare la propria offerta culturale in base alle esigenze del pubblico cui si rivolgono. Il monitoraggio può essere compiuto sottoponendo un questionario alla fine della visita o grazie all'aiuto di case di cura o di associazioni culturali locali.

Raccomandazione 2. Si consiglia ai musei giapponesi, vista la comprovata importanza della fascia senior del loro pubblico, di orientare parte della propria offerta culturale verso questa tipologia di visitatori. Un miglioramento in questa direzione avrebbe un impatto su un ampio numero di persone già interessate e attirerebbe inoltre nuovi visitatori anziani: come abbiamo visto, per il 66,7% dei rispondenti la percentuale di over 65 che partecipa alle attività culturali offerte dal museo è più alta rispetto alle altre fasce d'età, dato che chiarifica l'importanza di garantire un'offerta adeguata. Si potrebbe iniziare creando una rete con i musei e le associazioni culturali giapponesi che stanno già compiendo grandi sforzi per coinvolgere i cittadini senior nei

propri spazi e nelle loro attività museali.

Raccomandazione 3. Si consiglia ai musei giapponesi di impegnarsi ulteriormente nel migliorare l'accessibilità psicofisica. Attualmente un museo su tre è in grado di accogliere adeguatamente una persona over 65 con disabilità permanente o temporanea, quindi anche un piccolo sforzo avrebbe un grande impatto. Ad esempio, si potrebbero fornire più aree di sosta, migliorare il sistema di illuminazione e ripensare le didascalie e i pannelli informativi, in conformità ai più recenti standard internazionali.

Raccomandazione 4. Si consiglia ai musei giapponesi di migliorare il proprio grado di inclusione aggiungendo all'offerta culturale visite guidate e laboratori creativi per i visitatori senior, seguendo l'esempio di musei e associazioni che già li offrono. Ad esempio, un programma museale di successo potrebbe essere replicato presso un'altra istituzione culturale a beneficio dei residenti più anziani.

Raccomandazione 5. Si consiglia ai musei giapponesi di introdurre nella propria programmazione l'obiettivo di costruire una comunità. Questa aspirazione, utile e preziosa se pensata per tipo di cittadino, ha un valore ancora maggiore quando applicata alle persone anziane. I cittadini senior traggono grande beneficio dall'essere direttamente coinvolti nella vita culturale circostante, sperimentando attività dinamiche e condivise che favoriscono una crescita reciproca che coinvolge anche i più giovani. Si potrebbe dare agli over 65 un ruolo più attivo, coinvolgendoli in alcune delle attività culturali proposte dal museo e valorizzando le loro competenze. Ad esempio, un programma di volontariato riservato ai cittadini senior potrebbe essere una proposta interessante.

4.4 Il confronto internazionale: Germania

Report

L'indagine si è basata sulle risposte di 79 musei tedeschi, coinvolgendo 14 dei 16 Länder con una maggiore concentrazione di risposte in Baviera (19%), Renania Settentrionale-Vestfalia (19%) e Baden-Württemberg (12,7%). Il campione è composto prevalentemente da istituzioni a carattere pubblico e comunale (23%) e da musei di storia e storia culturale (18,6%) e d'arte (15,9%). Sotto il profilo dei valori relativi ai visitatori annuali il campione è vario: sebbene il gruppo più numeroso (30,4%) accolga più di 50.000 visitatori annui, è presente una quota significativa di realtà medie (27,8% tra 10.000 e 25.000) e piccole (19% tra 5.000 e 10.000).

Il dato più significativo emerso dallo studio è l'importanza del pubblico senior: per oltre il 60% delle istituzioni gli over 65 rappresentano più del 25% del totale dei visitatori, con un 27,8%

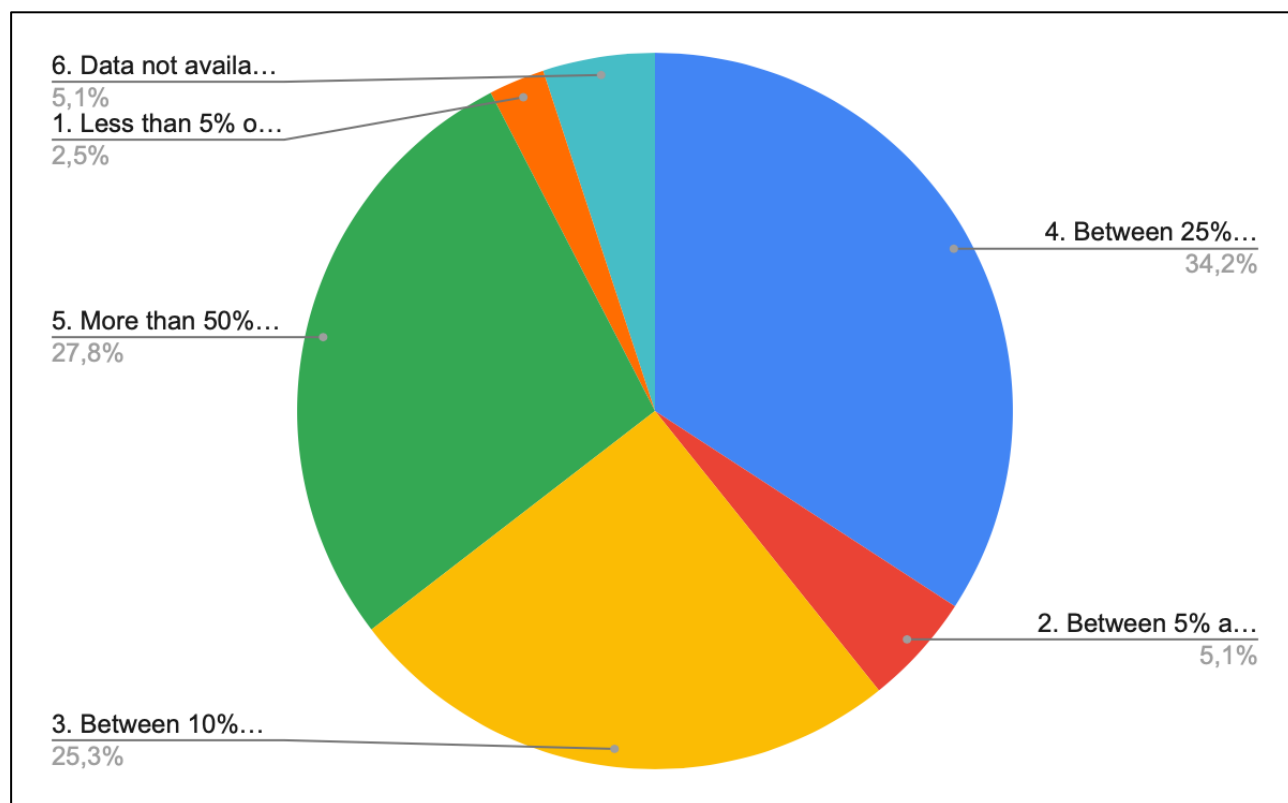


Figura 32. L'importanza del pubblico senior per i musei tedeschi è evidente, nel 28% dei casi rappresenta oltre la metà dei visitatori annui

che attesta una quota superiore al 50%. Questi numeri sottolineano l'importanza del pubblico anziano per i musei tedeschi.

Nonostante ciò, la maggioranza dei musei (59,5%) non offre alcun programma culturale specifico per questa fascia d'età, mentre le istituzioni (40,5%) che forniscono un'offerta mirata si concentrano principalmente su proposte tradizionali, come le visite guidate a ritmo ridotto (34,3%) e gli incontri con esperti (20%).

Sebbene il 32,9% dei musei ritenga di essere 'completamente accessibile', le barriere architettoniche (25,3%) e le difficoltà di accessibilità psicofisica/sensoriale (come scarsa illuminazione o testi poco leggibili, 21,5%) rimangono ostacoli importanti per quasi la metà degli intervistati. L'accessibilità linguistico-culturale, invece, non viene percepita come un problema (0%).

Allo stesso modo, la maggioranza dei musei (57%) non offre supporti specifici per le persone anziane con disabilità visive e/o uditive: il 43% che li prevede si affida principalmente alle visite guidate dedicate (36,8%). Si rileva un approccio simile in merito agli incentivi: il 57% non offre sconti per gli over 65, mentre chi lo fa (43%) adotta quasi esclusivamente la formula dello sconto sul biglietto (85,3%).

Migliorare l'accessibilità per i visitatori anziani è una priorità per la maggior parte dei musei (63,6%), tuttavia, le strategie messe in atto si concentrano prevalentemente sul miglioramento dell'accessibilità fisica degli spazi (45,6%), anziché sull'aumento dell'offerta culturale (17,8%) o sulla promozione delle attività (17,8%).

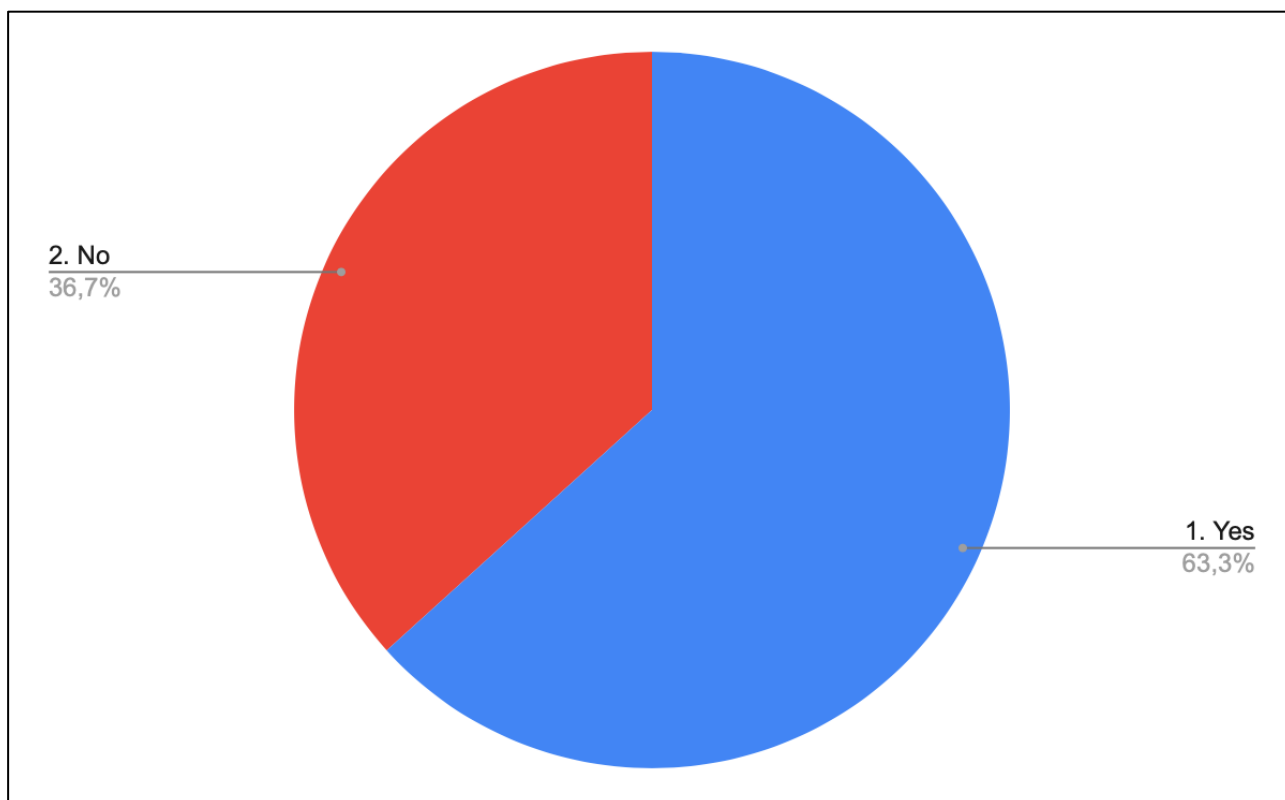


Figura 33. La maggior parte dei musei tedeschi ha fra le sue priorità quella di migliorare l'inclusività per il pubblico senior

Le abitudini di visita del pubblico senior si dividono quasi equamente tra la fruizione autonoma (39,2%) e la partecipazione a visite guidate (36,7%). La partecipazione degli over 65 alle attività culturali è però percepita come inferiore (31,6%) o simile (31,6%) rispetto a quella delle altre fasce d'età.

La comunicazione verso questo target è prevalentemente tradizionale: il 53,2% si affida a giornali e volantini, mentre il 35,4% dichiara di non organizzare alcuna promozione suddivisa per fasce d'età.

Infine, la visione del potenziale contributo dei senior è estremamente positiva, dato che nessun rispondente ritiene che non lo possano fare. I musei non vedono gli over 65 come

semplici sostenitori economici (11,4%), ma come una importante risorsa umana e culturale, capace di condividere esperienze e sapere (49,4%) e di svolgere attività di volontariato (25,3%).

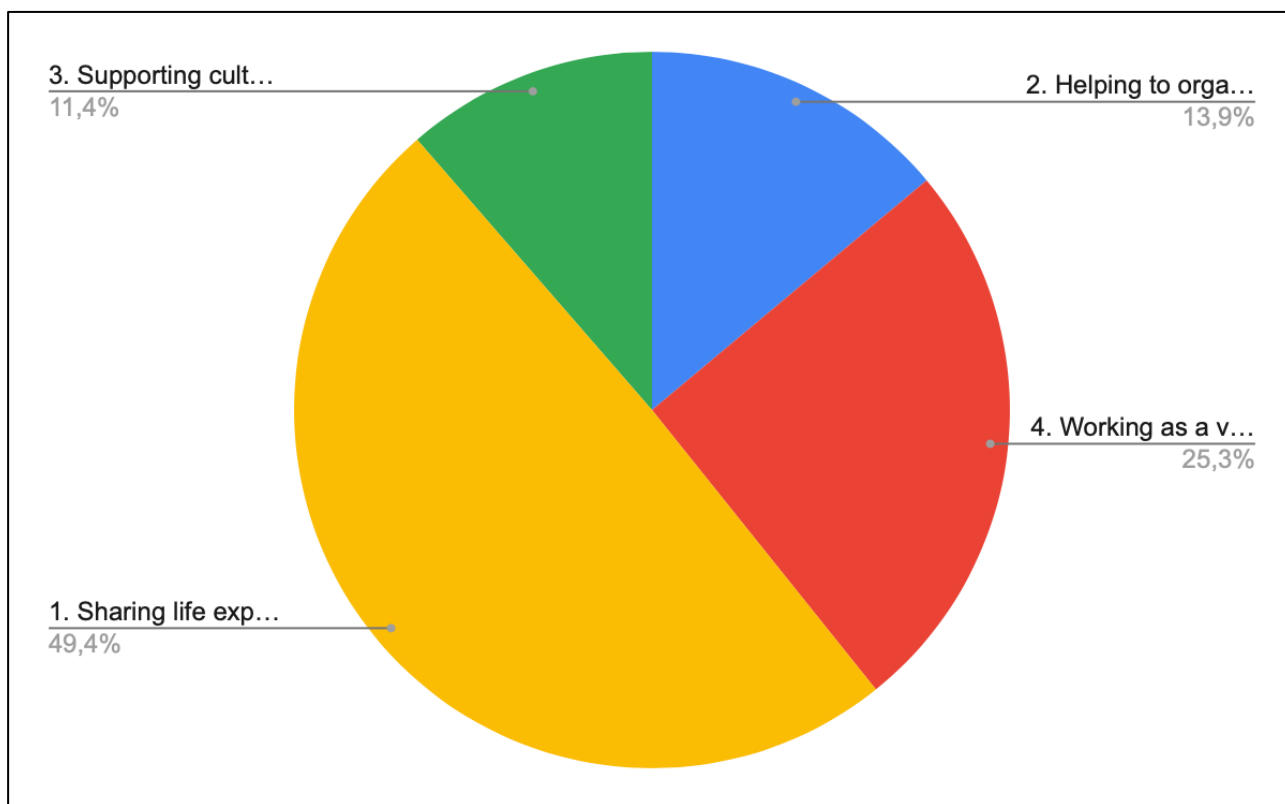


Figura 34. La metà dei responsabili museali tedeschi pensa che gli anziani siano un'importante fonte di sapere

Domande e risposte

1. In quale Land della Germania vi trovate?

I musei che hanno risposto al sondaggio sono distribuiti in 14 dei 16 Länder tedeschi, con una maggiore concentrazione in Baviera (19%), Renania Settentrionale-Vestfalia (19%) e Baden-Württemberg (12,7%). Questa distribuzione riflette le aree più popolate e culturalmente ricche della Germania e indica che i risultati rappresentano adeguatamente le principali realtà museali del paese.

In quale Land della Germania vi trovate? (N=79)
Baviera: 19% (15)
Renania Settentrionale-Vestfalia: 19% (15)
Baden-Württemberg: 12,7% (10)
Berlino: 10,1% (8)
Assia: 7,6% (6)
Bassa Sassonia: 6,3% (5)
Brandeburgo: 6,3% (5)
Renania-Palatinato: 5,1% (4)
Turingia: 3,8% (3)
Amburgo: 2,5% (2)
Sassonia-Anhalt: 2,5% (2)
Sassonia: 2,5% (2)
Brema: 1,3% (1)
Saarland: 1,3% (1)

2. Il vostro che tipo di museo è?

All'interno del campione (N=113) prevalgono nettamente le istituzioni a carattere pubblico e comunale (23%), seguite da quelle private (12,4%). I musei di storia e storia culturale (18,6%) e i musei d'arte (15,9%) costituiscono le tipologie più rappresentate. Questo dato suggerisce come il nostro campione sia composto in prevalenza da musei con una forte componente pubblica.

Il vostro che tipo museo è? (proprietà; tipologia di collezione) (N=113)
Proprietà
Pubblico, Comunale: 23% (26)
Privato: 12,4% (14)
Statale, Federale, Fondazione: 11,5% (13)
Tipo di museo
Storia, Storia culturale: 18,6% (21)
Arte: 15,9% (18)
Scienza, Tecnologia: 7,1% (8)
Archeologia: 2,7% (3)
Altro: 8,8% (10)

3. Quanti visitatori ricevete approssimativamente su base annua?

Il campione dei musei è eterogeneo sia in termini di dimensioni che di affluenza. Il gruppo più numeroso (30,4%) accoglie oltre 50.000 visitatori all'anno, tuttavia una quota significativa si attesta su numeri più contenuti, con quasi il 28% nella fascia 10.000–25.000 e il 19% tra 5.000 e 10.000.

Quanti visitatori ricevete approssimativamente su base annua? (N=79)
Più di 50.000: 30,4% (24)

10.000–25.000: 27,8% (22)
5.000–10.000: 19% (15)
25.000–50.000: 12,7% (10)
Meno di 5.000: 10,1% (8)

4. Secondo voi, quanti di questi sono over 65?

Questo dato è uno dei più significativi dell'intero sondaggio: il pubblico senior costituisce infatti un fattore di fondamentale importanza per i musei tedeschi. Oltre il 60% delle istituzioni stima che gli over 65 rappresentino più del 25% del totale dei visitatori, con il 27,8% che dichiara una quota superiore al 50%.

Secondo voi, quanti di questi sono over 65 (con più di 65 anni)? (N=79)
Tra il 25% e il 50% dei visitatori totali: 34,2% (27)
Più del 50% dei visitatori totali: 27,8% (22)
Tra il 10% e il 25% dei visitatori totali: 25,3% (20)
Tra il 5% e il 10% dei visitatori totali: 5,1% (4)
Dato non disponibile: 5,1% (4)
Meno del 5% dei visitatori totali: 2,5% (2)

5. Qual è l'ostacolo principale che incontrano le persone anziane?

Un terzo dei musei (32,9%) ritiene di essere 'completamente accessibile', un dato molto positivo, ma le barriere architettoniche (25,3%) e le difficoltà di accessibilità psicofisica/sensoriale (21,5%) restano ostacoli importanti per quasi la metà degli intervistati.

L'accessibilità linguistico-culturale, invece, non viene percepita come un problema da sottolineare (0%).

Qual è l'ostacolo principale che incontrano le persone anziane durante la visita al vostro museo? (N=79)
Il museo è completamente accessibile: 32,9% (26)
Barriere architettoniche: 25,3% (20)
Difficoltà legate all'accessibilità psico-fisica/sensoriale (es. scarsa illuminazione, testi di difficile lettura per dimensioni o colori, mancanza di aree di sosta): 21,5% (17)
Dato non disponibile: 12,7% (10)
Difficoltà di accesso ai servizi (es. mancanza di parcheggi dedicati, servizi igienici adeguati): 7,6% (6)
Difficoltà legate all'accessibilità linguistica e/o culturale (es. guide, contenuti audiovisivi): 0% (0)

6. La vostra offerta culturale include programmi specificamente rivolti a un'utenza di età superiore ai 65 anni? Se sì, quali tipi di programmi offrite?

Nonostante l'importanza del pubblico senior (vedi punto 4), la maggioranza dei musei (59,5%) non offre alcun programma culturale specifico per questa fascia d'età. Le istituzioni che invece forniscono un'offerta mirata (40,5%) si concentrano principalmente sulle visite guidate a ritmo ridotto (34,3%) e gli incontri con esperti (20%).

La vostra offerta culturale include programmi specificamente rivolti a un'utenza over 65?
(N=79)

No: 59,5% (47)

Sì: 40,5% (32)

Che tipo di programmi specificamente rivolti a un'utenza over 65 offrite? (N=70)

Visite guidate a ritmo ridotto: 34,3% (24)

Incontri con esperti: 20% (14)

Laboratori creativi: 15,7% (11)

Eventi musicali: 12,90% (9)

Mostre tematiche: 11,4% (8)

Altro: 5,7% (4)

7. Il vostro museo offre supporto alle persone over 65 con disabilità visive e/o uditive?

Se sì, come li supportate?

In linea col punto precedente, la maggioranza dei musei (57%) non offre supporti dedicati alle persone anziane con disabilità sensoriali. Per la minoranza che li prevede (43%), lo strumento più comune è la visita guidata dedicata (36,8%), seguito da supporti fisici come modelli tattili (22,1%) e audiodescrizioni (20,6%).

Il vostro museo offre supporto per le persone over 65 con disabilità visive e/o uditive? (N=79)

No: 57% (45)

Si: 43% (34)

In che modo supportate le persone over 65 con disabilità visive e/o uditive? (N=68)
Visita guidata dedicata: 36,8% (25)
Modelli tattili: 22,1% (15)
Descrizione audio degli oggetti in esposizione: 20,6% (14)
Didascalie/Pannelli a caratteri grandi: 13,2% (9)
Altro: 7,4% (5)

8. Offrite sconti o incentivi per gli over 65? Se sì, di che tipo?

Il 57% dei musei non offre sconti o agevolazioni per gli over 65, mentre nel 43% dei casi la formula quasi esclusiva è lo sconto sul biglietto d'ingresso (85,3%).

Offrite sconti o incentivi per gli over 65? (N=79)
No: 57% (45)
Si: 43% (34)

Che tipo di sconti o incentivi offrite? (N=34)
Sconto sul biglietto d'ingresso: 85,3% (29)
Ingresso gratuito: 5,9% (2)
Ingresso e visita guidata gratuiti: 5,9% (2)
Visita guidata gratuita: 2,9% (1)

9. Migliorare l'accessibilità per i visitatori anziani è una vostra priorità?

Se sì, come intendete raggiungere l'obiettivo?

La maggioranza dei musei (63,6%) sente che migliorare l'accessibilità per i senior sia una propria priorità, forse proprio a causa della carenza di programmi e incentivi. L'intervento principale messo in atto per raggiungere questo obiettivo è il miglioramento dell'accessibilità fisica degli spazi (45,6%): questo aspetto indica un'attenzione maggiore verso gli aspetti strutturali e infrastrutturali rispetto a quelli della programmazione di contenuti e servizi.

Migliorare l'accessibilità per i visitatori anziani è una vostra priorità? (N=79)
Sì: 63,6% (50)
No: 36,7% (29)

In che modo state cercando di raggiungere questo obiettivo? (N=90)
Migliorando l'accessibilità fisica degli spazi museali: 45,6% (41)
Offrendo una migliore accessibilità linguistica e/o culturale: 18,9% (17)
Aumentando l'offerta di attività culturali rivolte al pubblico over 65: 17,8% (16)
Con una migliore promozione delle attività culturali del museo: 17,8% (16)

10. Qual è l'attività principale svolta dai visitatori over 65?

Le abitudini di visita si dividono quasi equamente tra la fruizione autonoma delle collezioni (39,2%) e la partecipazione a visite guidate (36,7%). Questo dato suggerisce un pubblico a suo agio nel museo, capace di organizzare la propria visita in autonomia ma anche in grado di apprezzare momenti di approfondimento dedicato.

Qual è l'attività principale che i visitatori over 65 svolgono durante la loro visita al museo? (N=79)
Visitano autonomamente le mostre o le collezioni permanenti: 39,2% (31)
Partecipano a visite guidate: 36,7% (29)
Partecipano a eventi speciali: 8,9% (7)
Dato non disponibile: 8,9% (7)
Partecipano ad attività culturali ed educative gestite dal museo: 6,3% (5)

11. Quale percentuale di persone over 65 partecipa alle attività culturali offerte?

La maggioranza dei musei ha indicato il tasso di partecipazione dei senior alle attività culturali come inferiore (31,6%) o simile (31,6%) rispetto a quello delle altre fasce d'età. Questo dato può essere letto alla luce della scarsa offerta di programmi specifici (vedi punto 6). 11 musei (N=11) non avevano questo dato a disposizione.

Quale percentuale di over 65 partecipa alle attività culturali offerte dal vostro museo rispetto alle altre fasce d'età? (N=79)
Una percentuale inferiore: 31,6% (25)
Una percentuale simile: 31,6% (25)
Una percentuale superiore: 22,8% (18)
Dato non disponibile: 13,9% (11)

12. In che modo promuovete le attività culturali tra gli anziani?

La strategia di comunicazione è prevalentemente tradizionale e non mirata, dato che oltre la metà dei musei (53,2%) si affida a canali classici come giornali e volantini, mentre il 35,4% dichiara di non organizzare alcuna promozione suddivisa per fasce d'età. L'uso dei canali digitali per raggiungere questo target è marginale (10,1%).

In che modo promuovete principalmente le attività culturali tra il pubblico anziano? (N=79)
Tramite i canali di comunicazione tradizionali (giornali, volantini): 53,2% (42)
Non organizziamo promozioni suddivise per fascia d'età: 35,4% (28)
Tramite i canali di comunicazione digitali (social media, newsletter): 10,1% (8)
Partecipando a eventi o manifestazioni speciali: 1,3% (1)

13. In che modo pensate che le persone over 65 possano sostenere il museo?

I musei ritengono che i senior possano supportare più efficacemente il museo tramite la condivisione di esperienze e di conoscenze culturali (49,4%) e nello svolgimento di attività di volontariato (25,3%). Il sostegno economico è considerato un fattore secondario (11,4%), dato che evidenzia la percezione del pubblico anziano come risorsa culturale e umana, prima che finanziaria.

In che modo pensate che le persone over 65 possano sostenere le attività culturali del museo? (N=79)
Condividendo esperienze di vita e trasmettendo il sapere culturale attraverso programmi dedicati: 49,4%

Svolgendo attività di volontariato: 25,3%
Aiutando a organizzare attività culturali adatte a loro e fornendo un riscontro (feedback): 13,9%
Sostenendo economicamente le attività culturali: 11,4%
Non pensiamo che le persone over 65 possano sostenere attivamente le attività del museo: 0% (0)

4.5 Il confronto internazionale: Polonia

Report

L'indagine ha raccolto le risposte di 30 istituzioni museali polacche facenti parte del 'Registro Statale dei Musei' (Państwowy Rejestr Muzeów), con una buona copertura geografica che comprende 12 voivodati e una maggiore concentrazione di partecipanti dalle regioni di Masovia (16,7%) e di Piccola Polonia (16,7%), aree che ospitano i principali poli culturali di Varsavia e Cracovia. Il campione è composto prevalentemente da musei di carattere storico (20,9%), locali/regionali (18,6%) e nazionali/statali (16,3%), dedicati principalmente alla narrazione del patrimonio e dell'identità culturale. La maggior parte delle istituzioni prese in esame (60%) ha un numero di visitatori molto elevato, superiore a 50.000 unità annue, dato che indica come le pratiche analizzate provengano da musei con un impatto

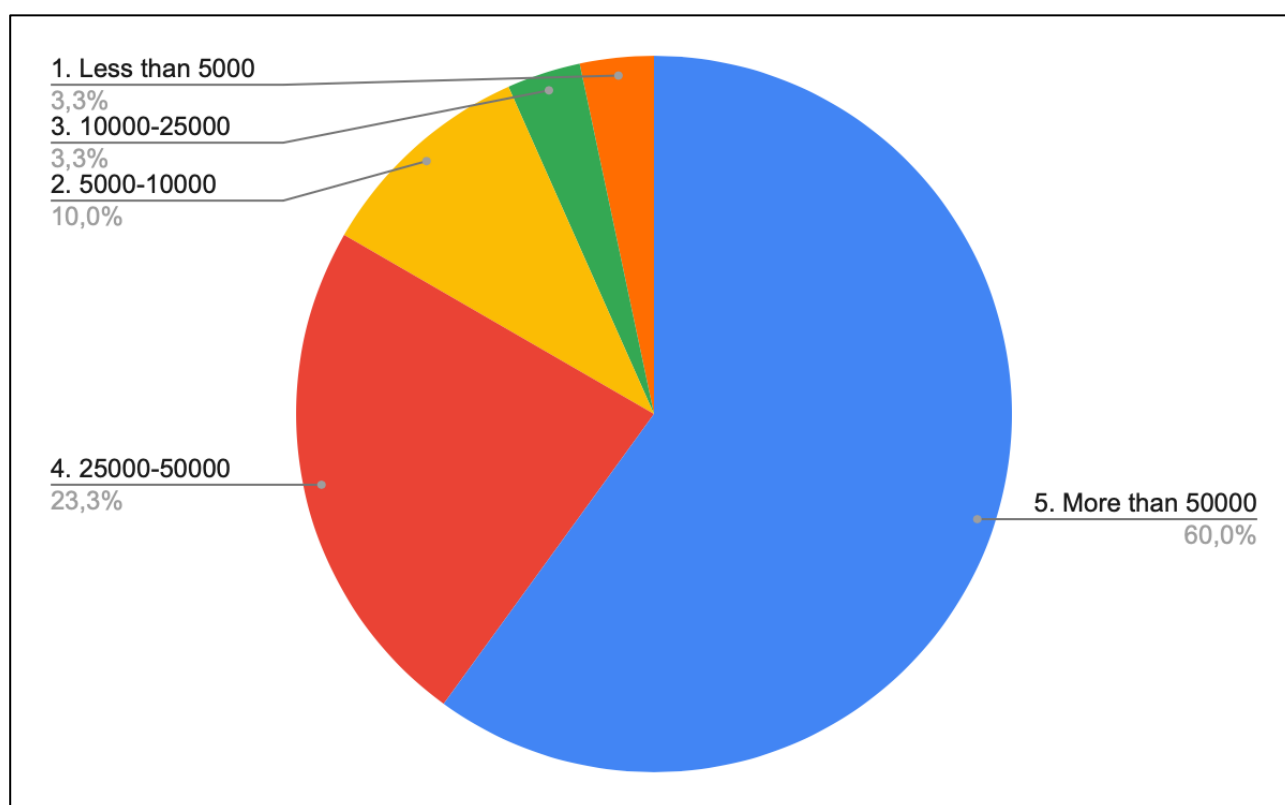


Figura 35. Il 60% dei musei polacchi nel campione ha oltre 50.000 visitatori l'anno

notevole sul pubblico.

Il pubblico senior rappresenta una componente molto importante: oltre l'83% dei musei stima che la quota di over 65 si attesti tra il 10% e il 50% del totale dei visitatori (43,3% tra il 10%

e il 25% e 40% tra il 25% e il 50%). A livello di accessibilità, le barriere architettoniche sono percepite come la difficoltà principale dal 43,3% degli intervistati, sottolineando un aspetto sul quale bisogna ancora lavorare. Le barriere sensoriali (13,3%) o legate ai servizi (6,7%) sono invece marginali.

L'offerta culturale dei musei polacchi è decisamente rivolta agli anziani. Ben due terzi (66,7%) offrono programmi mirati per il pubblico senior, privilegiando formati interattivi come incontri con esperti (27%) e laboratori creativi (19%) rispetto alle tradizionali visite guidate. Anche sul fronte delle disabilità sensoriali la maggioranza (63,3%) offre supporti specifici, tra cui

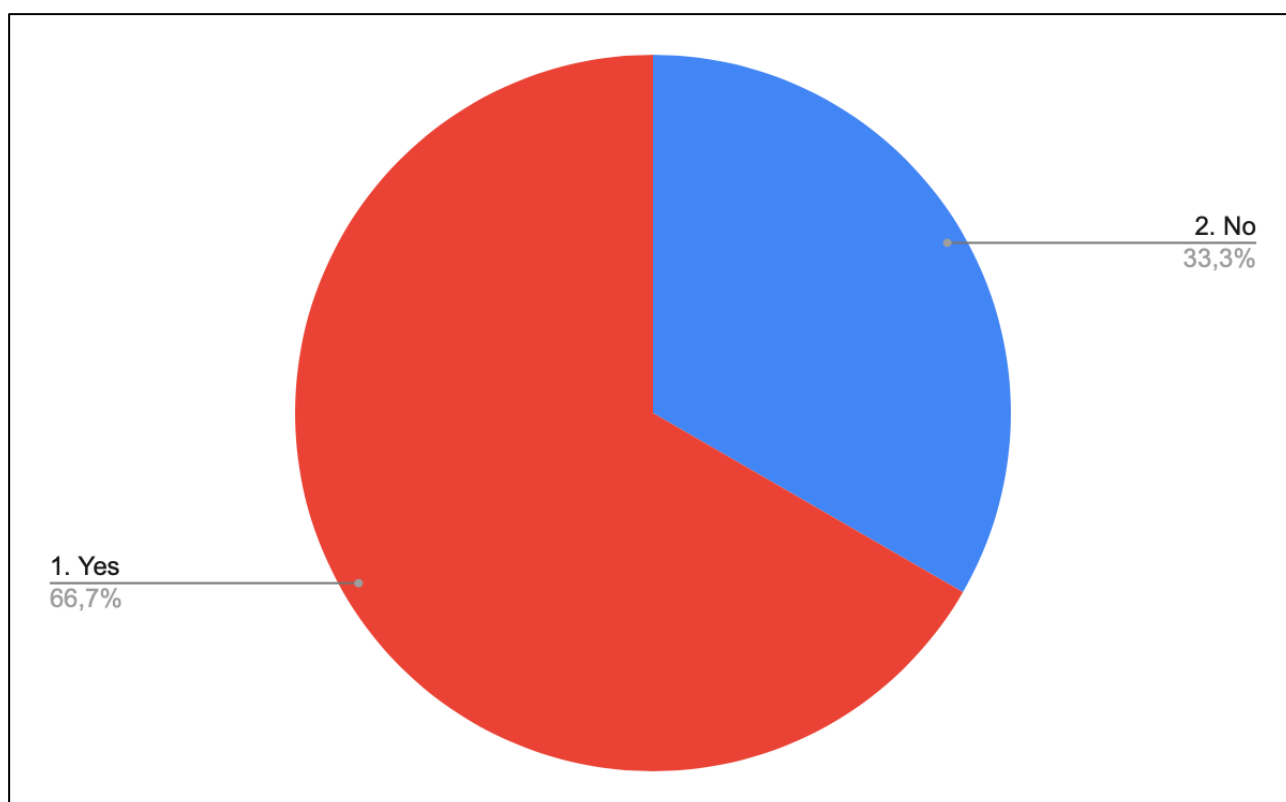


Figura 36. Due terzi dei musei intervistati propone attività dedicate ai propri visitatori anziani

visite guidate dedicate (31,2%), didascalie in caratteri grandi (25%) e modelli tattili (21,9%).

L'adozione degli incentivi economici è una pratica diffusissima: il 96,7% dei musei offre agevolazioni, quasi esclusivamente sotto forma di sconto sul biglietto (96,6%). Questa politica

tariffaria sottolinea l'importanza data al pubblico senior e un chiaro desiderio di facilitarne l'inclusione.

Migliorare l'accessibilità è infatti una priorità per la grande maggioranza dei musei (83,3%), che persegue questo obiettivo con un approccio bilanciato: si investe nell'aumento delle attività culturali dedicate (30%) ma anche nel miglioramento dell'accessibilità fisica (28,3%) e nella promozione delle attività (26,7%).

I visitatori senior polacchi si dimostrano un pubblico autonomo. L'attività più comune è la visita individuale (43,3%), che supera la partecipazione alle visite guidate (23,3%). All'interno

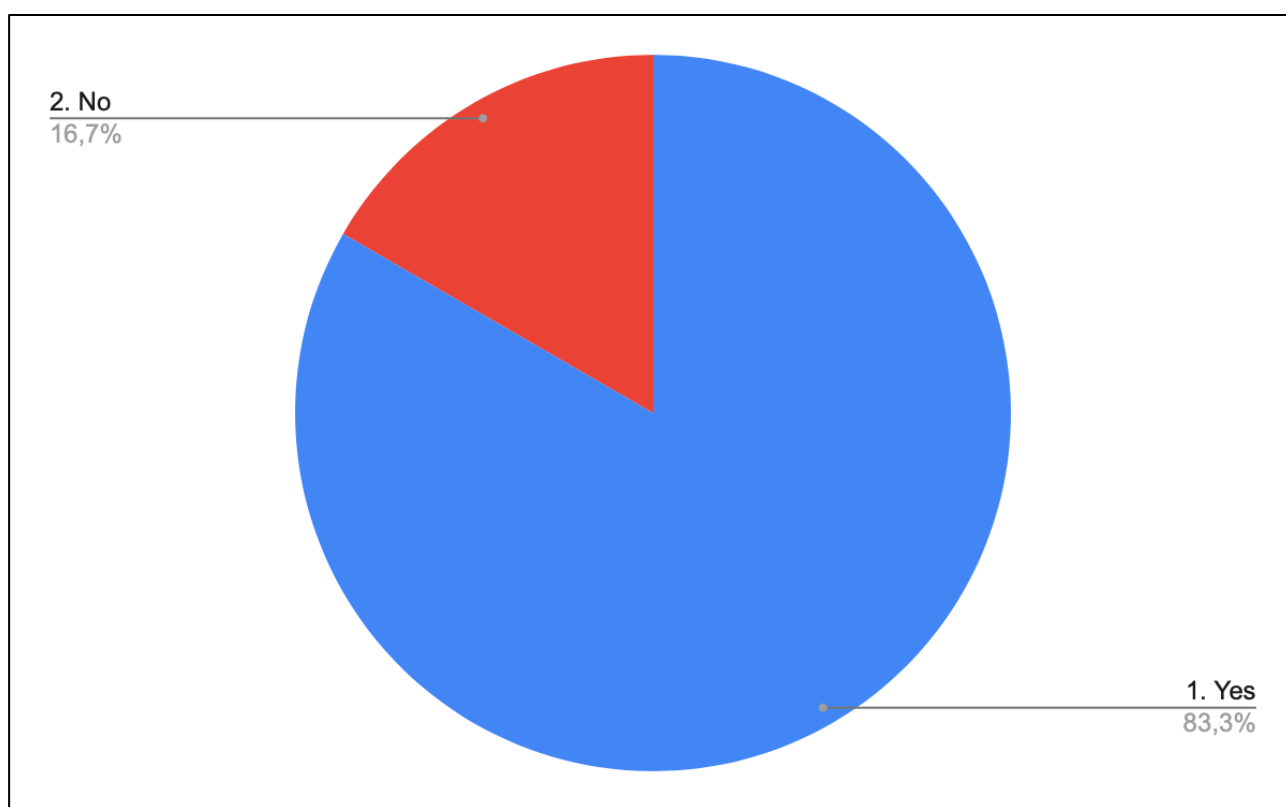


Figura 37. Per quasi la totalità dei musei polacchi migliorare l'inclusività per il pubblico over 65 è una priorità

delle strategie di comunicazione, invece, i canali digitali (43,3%) sono lo strumento di promozione principale, superando i media tradizionali (36,7%).

Il contributo più prezioso che i senior possono dare ai musei non è visto in termini economici (0%), ma nella condivisione di esperienze di vita e cultura (66,7%): anche in questo caso va sottolineata la visione positiva dei musei polacchi verso il proprio pubblico anziano.

Domande e risposte

1. In quale voivodato della Polonia vi trovate?

Il sondaggio ha raccolto risposte da 12 voivodati, dato che sottolinea una buona copertura geografica del territorio polacco. Vi è una grande concentrazione di partecipanti nelle aree di Masovia (16,7%) e di Piccola Polonia (16,7%), regioni che ospitano le città di Varsavia e Cracovia, i principali poli culturali del paese.

In quale voivodato della Polonia vi trovate? (N=30)
Masovia (Mazowieckie): 16,7% (5)
Piccola Polonia (Małopolskie): 16,7% (5)
Pomerania (Pomorskie): 13,3% (4)
Grande Polonia (Wielkopolskie): 13,3% (4)
Varmia-Masuria (Warmińsko-Mazurskie): 6,7% (2)
Lubusz (Lubuskie): 6,7% (2)
Łódź (Łódzkie): 6,7% (2)
Cuiavia-Pomerania (Kujawsko-Pomorskie): 6,7% (2)
Precarpazi (Podkarpackie): 3,3% (1)

Lublino (Lubelskie): 3,3% (1)
Bassa Slesia (Dolnośląskie): 3,3% (1)
Santa Croce (Świętokrzyskie): 3,3% (1)

2. Che tipo di museo è il vostro?

La tipologia dei musei intervistati è variegata, con una netta prevalenza di istituzioni a carattere storico (20,9%), locale/regionale (18,6%) e nazionale/statale (16,3%). Questi dati indicano come le risposte provengano principalmente da musei legati alla conservazione e alla diffusione del patrimonio e dell'identità culturale polacca, contesti in cui il dialogo fra generazioni e la trasmissione della memoria svolgono un ruolo molto importante.

Che tipo di museo è il vostro? (proprietà; tipologia di collezione) (N=43)
Proprietà
Locale/Regionale/Distrettuale: 18,6% (8)
Nazionale/Statale: 16,3% (7)
Tipo di museo
Storico: 20,9% (9)
Arte: 11,6% (5)
Altro: 9,3% (4)
Etnografico/Popolare: 7% (3)

Biografico/Letterario: 7% (3)
Archeologico: 7% (2)
All'aperto: 4,7% (2)

3. Quanti visitatori ricevete approssimativamente su base annua?

La maggior parte delle istituzioni intervistate (60%) gestisce un numero di visitatori molto elevato, superiore a 50.000 unità annue. Questo dato è rilevante perché indica che le politiche di accessibilità e le strategie di coinvolgimento discusse nel report sono attuate da musei dotati di una struttura solida e di un impatto significativo sul pubblico, e non solo da piccole realtà.

Quanti visitatori ricevete approssimativamente su base annua? (N=30)
Più di 50.000: 60% (18)
25.000–50.000: 23,3% (7)
5.000–10.000: 10% (3)
Meno di 5.000: 3,3% (1)
10.000–25.000: 3,3% (1)

4. Secondo voi, quanti di questi sono over 65?

Il pubblico senior rappresenta una parte consistente dei visitatori: oltre l'83% dei musei stima che la quota di over 65 si attesti tra il 10% e il 50% del totale. Questo dato conferma l'importanza dei visitatori anziani per la sostenibilità dei musei.

Secondo voi, quanti di questi sono over 65? (N=30)
Tra il 10% e il 25% dei visitatori totali: 43,3%
Tra il 25% e il 50% dei visitatori totali: 40%
Dato non disponibile: 10%
Tra il 5% e il 10% dei visitatori totali: 6,7%
Meno del 5% dei visitatori totali: 0% (0)
Più del 50% dei visitatori totali: 0% (0)

5. Qual è l'ostacolo principale che incontrano le persone anziane?

Le barriere architettoniche sono percepite come l'ostacolo principale dal 43,3% degli intervistati. Nonostante il 20% dei musei si dichiarino 'completamente accessibile', tale percentuale sottolinea come ci sia ancora molto da fare sotto questo aspetto. Le difficoltà fisiche infatti prevalgono nettamente su quelle sensoriali (13,3%) o di servizio (6,7%).

Qual è l'ostacolo principale che incontrano le persone anziane durante la visita al vostro museo? (N=30)
Barriere architettoniche: 43,3% (13)
Il museo è completamente accessibile: 20% (6)
Difficoltà legate all'accessibilità psico-fisica/sensoriale (es. scarsa illuminazione, testi di difficile lettura per dimensioni o colori, mancanza di aree di sosta): 13,3% (4)
Dato non disponibile: 10% (3)

Difficoltà di accesso ai servizi (es. mancanza di parcheggi dedicati, servizi igienici adeguati): 6,7% (2)
Difficoltà legate all'accessibilità linguistica e/o culturale (es. guide, contenuti audiovisivi): 6,7% (2)

6. La vostra offerta culturale include programmi specificamente rivolti a un'utenza di età superiore ai 65 anni? Se sì, quali tipi di programmi offrite?

Due terzi dei musei (66,7%) offrono programmi culturali mirati al pubblico senior. L'analisi delle attività proposte indica una preferenza per formati interattivi e di approfondimento: gli incontri con esperti (27%) e i laboratori creativi (19%) sono più comuni delle tradizionali visite guidate (14,3%), il che suggerisce una volontà di coinvolgere attivamente i partecipanti.

La vostra offerta culturale include programmi specificamente rivolti a un'utenza over 65? (N=30)
Sì: 66,7% (20)
No: 33,3% (10)

Che tipo di programmi specificamente rivolti a un'utenza over 65 offrite? (N=63)
Incontri con esperti: 27% (17)
Laboratori creativi: 19% (12)
Lezioni al museo: 17,5% (11)
Visite guidate a ritmo ridotto: 14,3% (9)

Eventi musicali: 11,1% (7)
Mostre tematiche: 11,1% (7)

7. Il vostro museo offre supporto alle persone over 65 con disabilità visive e/o uditive? Se sì, come li supportate?

La maggioranza dei musei (63,3%) offre supporti specifici per le disabilità sensoriali. Le soluzioni più adottate sono la visita guidata dedicata (31,2%) e strumenti pratici, come didascalie a caratteri grandi (25%) e modelli tattili (21,9%). Questo dato sottolinea una crescente sensibilità verso una tipologia di accessibilità che va oltre gli aspetti puramente fisici, includendo anche le esigenze percettive.

Il vostro museo offre supporto per le persone over 65 con disabilità visive e/o uditive? (N=30)
Sì: 63,3% (19)
No: 36,7% (11)

In che modo supportate le persone over 65 con disabilità visive e/o uditive? (N=32)
Visita guidata dedicata: 31,2% (10)
Didascalie e pannelli informativi a caratteri grandi: 25% (8)
Modelli tattili: 21,9% (7)
Audiodescrizione degli oggetti esposti o sistemi a induzione magnetica: 21,9% (7)

8. Offrite sconti o incentivi per gli over 65? Se sì, di che tipo?

Gli incentivi economici sono una pratica molto diffusa: il 96,7% dei musei infatti offre agevolazioni scontando il biglietto d'ingresso (96,6%). Questa politica tariffaria dimostra ancora una volta il desiderio dei musei polacchi di facilitare l'inclusione del proprio pubblico senior.

Offrite sconti o incentivi per gli over 65? (N=30)
Sì: 96,7% (29)
No: 3,3% (1)

Che tipo di sconti o incentivi offrite? (N=30)
Sconto sul biglietto d'ingresso: 96,6% (29)
Ingresso e visita guidata gratuiti: 3,4% (1)
Ingresso gratuito: 0% (0)
Visita guidata gratuita: 0% (0)

9. Migliorare l'accessibilità per i visitatori anziani è una vostra priorità? Se sì, come intendete raggiungere l'obiettivo?

Il miglioramento dell'accessibilità per gli anziani è una priorità per la grande maggioranza dei musei (83,3%). Per raggiungere questo scopo, le istituzioni adottano un approccio che combina interventi sull'offerta culturale (30%), azioni strutturali (28,3%) e miglioramenti legati all'aspetto comunicativo (26,7%), dimostrando una visione completa e programmatica.

Migliorare l'accessibilità per i visitatori anziani è una vostra priorità? (N=30)

Sì: 83,3% (25)
No: 16,7% (5)

In che modo state cercando di raggiungere questo obiettivo? (N=25)
Aumentando l'offerta di attività culturali rivolte al pubblico over 65: 30% (18)
Migliorando l'accessibilità fisica degli spazi museali: 28,3% (17)
Con una migliore promozione delle attività culturali del museo: 26,7% (16)
Offrendo una migliore accessibilità linguistica e/o culturale: 15% (9)

10. Qual è l'attività principale svolta dai visitatori over 65?

L'attività svolta più comunemente dal pubblico anziano è la visita individuale alle collezioni (43,3%), che supera la partecipazione alle visite guidate (23,3%).

Qual è l'attività principale che i visitatori over 65 svolgono durante la loro visita al museo? (N=30)
Visitano autonomamente le mostre o le collezioni permanenti: 43,3%
Partecipano a visite guidate: 23,3%
Partecipano ad attività culturali ed educative gestite dal museo: 23,3%
Partecipano a eventi speciali: 10%
Dato non disponibile: 0% (0)

11. Quale percentuale di persone over 65 partecipa alle attività culturali offerte?

Il livello di partecipazione dei senior alle attività museali, se confrontato con quello delle altre fasce d'età, non presenta un andamento particolare. I dati si distribuiscono in modo quasi uniforme tra chi riporta una percentuale simile (33,3%), inferiore (30%) o superiore (26,7%).

Quale percentuale di over 65 partecipa alle attività culturali offerte dal vostro museo, rispetto alle altre fasce d'età? (N=30)
Una percentuale simile: 33,3% (10)
Una percentuale inferiore: 30% (9)
Una percentuale superiore: 26,7% (8)
Dato non disponibile: 10% (3)

12. In che modo promuovete principalmente le attività culturali tra gli anziani?

I canali digitali (social media, newsletter) sono lo strumento di promozione più adottato dai musei polacchi (43,3%), superando di misura i canali tradizionali (giornali, volantini) al 36,7%. Questo risultato è interessante e, per capirne l'efficacia, andrebbe confrontato con l'effettiva ricezione dei contenuti digitali da parte del pubblico anziano.

In che modo promuovete principalmente le attività culturali tra il pubblico anziano? (N=30)
Tramite i canali di comunicazione digitali (social media, newsletter): 43,3% (13)
Tramite i canali di comunicazione tradizionali (giornali, volantini): 36,7% (11)
Non organizziamo promozioni suddivise per fascia d'età: 13,3% (4)
Partecipando a eventi o manifestazioni speciali: 6,7% (2)

13. In che modo pensate che gli over 65 possano sostenere il museo?

Per i musei polacchi il contributo più prezioso che gli utenti anziani possono dare non è di tipo economico (0%), ma piuttosto legato alla condivisione di esperienze di vita e di scambi culturali (66,7%).

In che modo pensate che le persone over 65 possano sostenere più efficacemente le attività culturali del museo? (N=30)
Condividendo esperienze di vita e trasmettendo il sapere culturale attraverso programmi dedicati: 66,7% (20)
Aiutando a organizzare attività culturali adatte a loro e fornendo un riscontro (feedback): 23,3% (7)
Svolgendo attività di volontariato: 6,7% (2)
Non pensiamo che le persone over 65 possano sostenere attivamente le attività del museo: 3,3% (1)
Sostenendo economicamente le attività culturali: 0% (0)

5. Dalla teoria alla pratica: confronto dei risultati, linee guida e casi di studio

5.1 Analisi comparativa dei risultati

Passiamo ora ad un breve confronto fra i risultati ottenuti dai questionari sottoposti ai musei italiani, giapponesi, tedeschi e polacchi. A contrastare un univoco riconoscimento dell'importanza della fascia più anziana dei propri visitatori, vi sono infatti differenti approcci e strategie di inclusione, più o meno efficaci.

La differenza più marcata è quella relativa alle scelte relative alla proposta culturale. La Polonia si distingue per il suo grado di inclusività verso il pubblico senior, dato che per i musei di questa nazione migliorare l'accessibilità verso gli over 65 è una priorità riconosciuta dall'83,3% delle istituzioni. Questo impegno si riflette direttamente nell'offerta culturale: due terzi dei musei propongono programmi mirati e supporti per anziani con disabilità. Il Giappone invece adotta un approccio diverso: la maggioranza dei musei (52,3%) ammette che questa parte del pubblico non è una propria priorità, con la conseguenza che i servizi dedicati sono ridotti. Anche Italia e Marche sono in una situazione simile: oltre il 90% dei musei marchigiani e quasi il 90% di quelli italiani non offrono servizi specifici per il pubblico anziano e, sebbene l'accessibilità sia una priorità per oltre la metà dei responsabili museali, questa volontà ancora non ha prodotto risultati tangibili. La Germania, infine, si muove sulla falsariga dei musei italiani. Considera il miglioramento dell'accessibilità per gli anziani una priorità (63,6%), ma attualmente il 59,5% dei musei non offre programmi dedicati né sconti (57%). Leggendo questi dati l'impressione è che il pubblico anziano, già presente e fidelizzato, non venga visto come qualcosa in cui investire proprio perché numeroso anche senza un'offerta sistematicamente dedicata.

Le differenze fra i vari stati sono evidenti anche a livello degli ostacoli presenti nelle istituzioni museali. Nei contesti europei (Italia, Germania, Polonia), il problema principale è rappresentato dalle barriere architettoniche, mentre in Giappone l'attenzione è posta sulle difficoltà legate alla sfera psicofisica e sensoriale (illuminazione, aree di sosta, leggibilità dei testi). Questo dettaglio ci mostra come il livello complessivo di accessibilità fisica dei musei giapponesi sia già ad un ottimo livello.

Proseguendo la disamina delle principali differenze fra i casi studio analizzati giungiamo alle politiche di inclusione economica. La Polonia adotta una scontistica diffusa (96,7% dei musei), mentre Italia e Giappone si dividono a metà fra musei che offrono incentivi e istituzioni che invece non lo fanno. La Germania e la regione delle Marche sono gli esempi meno inclusivi sotto questo punto di vista.

Un punto di contatto condiviso fra tutte le nazioni analizzate è legato alla percentuale del pubblico anziano rispetto ai visitatori complessivi, importante in tutti i casi studio. La modalità di fruizione preferita in Giappone, Polonia e Germania è la visita individuale, mentre in Italia e nelle Marche prevale la partecipazione a tour guidati. Il tasso di partecipazione alle attività culturali è simile a quello delle altre fasce di età dalla maggioranza dei musei in Italia, nelle Marche e in Giappone.

Un secondo aspetto condiviso da tutti i musei è la visione dell'utente senior non più come un semplice fruitore degli spazi museali, ma anche come una risorsa per il museo stesso. In tutti e cinque i contesti la condivisione di esperienze ed esperienze e il volontariato sono ritenute le forme di contributo più preziose, molto più del semplice supporto economico. Questo è un cambio di prospettiva da sottolineare, che va a trasformare l'anziano da fruitore del patrimonio culturale a co-creatore e mediatore: l'aspirazione ad un coinvolgimento più diretto,

attraverso la creazione di gruppi di lavoro e focus group, è particolarmente sentita nelle Marche e in Italia in generale, a indicare la volontà di evolvere verso modelli di gestione museale più partecipativi.

Volendo sintetizzare ulteriormente i risultati ottenuti tramite la nostra indagine, è possibile affermare che tutti i paesi oggetto di studio sono caratterizzati da una dicotomia: ad un riconoscimento unanime dell'importanza del pubblico senior sotto diversi aspetti, non vi è una risposta strutturale che vada a supportare gli anziani a livello di offerta culturale e di inclusione a livello più ampio. La Polonia, fra le nazioni studiate, è il paese con il modello più avanzato ma Italia, Giappone e Germania hanno ancora grandi margini di miglioramento. Ad esempio, sarebbe consigliabile investire, oltre che sull'accessibilità fisica, anche su programmi mirati, supporti economici concreti e una comunicazione più efficace. Coinvolgere efficacemente tutto il pubblico anziano rappresenta una delle sfide più affascinanti per il futuro e consentirebbe ai musei di divenire sempre più istituzioni aperte davvero a tutti.

5.2 *Practice as research*: i laboratori di creative ageing svolti a Macerata

Nel corso del mio terzo anno di ricerca, con il supporto della supervisor professoressa Patrizia Dragoni, ho avuto la possibilità di mettere in pratica quanto fino a prima visto applicare da altri, proponendo due workshop di invecchiamento attivo sul territorio marchigiano: il primo presso la Loggia del grano, sede del Dipartimento di Scienze politiche, della Comunicazione e delle Relazioni internazionali (SPOCRI) dell'Università di Macerata, il secondo in qualità di ospite dell'Azienda Pubblica Servizi alla Persona (IRCR) di Macerata a Villa Cozza.

La prima attività, intitolata 'Tessitori di bellezza. Immagina-azioni per un mondo gentile' si è svolta il 19 maggio 2025 grazie alla collaborazione delle mediatrici culturali Agnese Costa e Francesca Fattinger, autrici del progetto 'Tessere tessere'. Avviato nel 2020, si basa su un manuale scomposto di mediazione artistica trasformatosi in un vero e proprio gioco. Attraverso



Figura 38. Un'immagine tratta dal laboratorio 'Tessitori di bellezza'

disegno, movimento, poesia e riflessione, ‘Tessere tessere’ vuole aiutare a riscoprire la relazioni con gli altri, ma anche con l’ambiente in cui viviamo, dando vita insieme a nuove azioni (Tessere tessere, 2020).

Il laboratorio ‘Tessitori di bellezza’, inserito nel programma ufficiale del ‘Festival dello Sviluppo Sostenibile 2025’, ha avuto l’obiettivo di coinvolgere principalmente persone over 65 per potenziare e promuovere l’inclusione sociale di questa fascia di età che, come abbiamo visto in precedenza, viene solitamente poco considerata durante la fase di progettazione delle attività culturali, garantendo un momento di interazione, divertimento e scambio di ricordi. La nostra proposta è stata accolta con entusiasmo dall’Azienda Pubblica Servizi alla Persona (IRCR) di Macerata, che ha permesso a otto dei suoi anziani residenti di partecipare nel corso di una mattinata trascorsa a giocare e a raccontare il proprio vissuto.

Anche il secondo laboratorio si è tenuto a Macerata, presso la casa di riposo di Villa Cozza, gestita dall’Azienda Pubblica Servizi alla Persona (IRCR). In questa occasione ho collaborato con Giorgia Marchionni, coordinatrice e project manager del CRHACK LAB, attiva in diversi progetti nazionali ed internazionali nell’ambito del patrimonio culturale, dell’accessibilità e dell’inclusione. La proposta, in questo caso, era rivolta soprattutto alla dimensione dei ricordi, poiché la mediatrice ha distribuito tra i numerosi partecipanti alcune scatole contenenti oggetti del passato, facendo scegliere il più rappresentativo. In seguito, a turno, tutti gli anziani hanno avuto la possibilità di prendere la parola e di raccontare il motivo della scelta, instaurando così un dialogo che fra loro normalmente non si sarebbe svolto.

I due laboratori di creative ageing, svolti seguendo i principi di base di questa tipologia di programmi (che vedremo nel capitolo 5.4, dedicato alle ‘Linee guida operative’) hanno

dimostrato come anche attività relativamente semplici possano ottenere risultati tangibili, confermando le motivazioni che si celano dietro a questo progetto di ricerca.



Figura 39. Scambio di ricordi nel corso del secondo appuntamento di creative ageing a Macerata

5.3 Buone pratiche dall'Italia e dalle nazioni campione

Al giorno d'oggi sono molti i musei che all'interno dei propri programmi educativi propongono attività pensate appositamente per le persone anziane, dimostrando di essere sempre più interessati a venire incontro alle esigenze di questa specifica fascia di visitatori. Facciamo ora una panoramica dei principali programmi di creative ageing, alcuni ancora attivi e altri non più, delle istituzioni museali italiane (BAM! Strategie Culturali, 2021), giapponesi, tedesche (Lowe, 2017) e polacche, al fine di mettere in luce i casi di studio che rappresentano al meglio ciò che i musei di queste nazioni possono offrire.

5.3.1 Casi studio: Italia

1. Titolo del progetto: Storie nelle Storie
Istituzione/Museo: Fondazione Querini Stampalia.
Luogo: Venezia e Mestre (Veneto).
Anno di svolgimento: Avviato ad aprile 2020 come progetto a distanza in risposta all'emergenza Covid-19. La collaborazione con l'RSA era attiva dal 2018.
Collaborazioni: I.P.A.V. (Istituzioni Pubbliche di Assistenza Veneziane), RSA Antica Scuola dei Battuti (Mestre), Intesa Sanpaolo.
Tipologia di attività: Progetto di narrazione creativa a distanza basato sul metodo TimeSlips.
Target di riferimento: Anziani ospiti della RSA Antica Scuola dei Battuti e i loro caregiver.

Obiettivi principali:

- Rendere accessibili le collezioni museali durante l'isolamento dovuto alla pandemia;
- Stimolare la creatività, l'immaginazione, i ricordi e le emozioni;
- Contrastare l'isolamento e favorire la socializzazione, rompendo la routine;
- Riattivare le funzioni sociali e il ruolo di cittadinanza attiva degli anziani.

Descrizione sintetica: Nato nell'aprile 2020 per rispondere all'isolamento pandemico, 'Storie nelle Storie' è un progetto a distanza che coinvolge la Fondazione Querini Stampalia e gli ospiti di una RSA (Antica Scuola dei Battuti). Utilizzando il metodo TimeSlips, il museo fornisce schede digitali con immagini di opere d'arte, mentre gli educatori della RSA raccolgono le storie e le emozioni suscitate, che vengono poi montate in un racconto. L'iniziativa combatte la solitudine, stimola la creatività e valorizza i racconti degli anziani, trasformando i caregiver in mediatori culturali.

2. Titolo del progetto: Anziani in azione. Percorsi museali per persone con demenza

Istituzione/Museo: Rete Musei Alto Vicentino. Un sistema museale che coordina diverse istituzioni civiche e private sul territorio, fra le quali troviamo dei musei a Malo, Schio, Santorso, Valdagno e altri comuni dell'area.

Luogo: Malo (Veneto).

Anno di svolgimento: Progetto avviato intorno al 2017-2018.

Collaborazioni: Il progetto si basa su una stretta sinergia tra la Rete Musei Alto Vicentino con 5 operatori museali dedicati, professionisti del settore socio-sanitario, inclusi due tecnici esperti di decadimento cognitivo, e un neuropsicologo, l'Azienda Sanitaria Locale (specificamente l'ULSS 7 Pedemontana, grazie al Centro per il Decadimento Cognitivo e Demenze – CDCD), associazioni locali e famiglie dei partecipanti.

Tipologia di attività: Progetto sperimentale di ricerca e messa in pratica. L'attività principale consiste nell'accompagnare micro-gruppi formati da 6 o 7 anziani in percorsi museali appositamente studiati.

Target di riferimento: Anziani cognitivamente fragili o con diagnosi di demenza, familiari e caregiver, che partecipano attivamente ai percorsi.

Obiettivi principali:

- Inserirsi in un modello di welfare responsabile e di comunità, dove il museo diventa parte integrante della rete di cura territoriale;
- Sperimentare e standardizzare percorsi museali efficaci, interessanti e fruibili per persone con disturbi cognitivi;
- Avere un impatto positivo sulla qualità di vita dell'anziano, offrendo stimoli relazionali, emotivi e cognitivi in un ambiente non medicalizzato;
- Fornire supporto e sollievo al caregiver, offrendo un'esperienza positiva condivisa che rafforza la relazione al di fuori del contesto di cura abituale.

Descrizione sintetica: 'Anziani in azione' è un progetto di ricerca-azione della Rete Musei Alto Vicentino, avviato intorno al 2017, che sviluppa percorsi museali specifici per persone con demenza e i loro caregiver. Inserito in un modello di welfare responsabile e in stretta

collaborazione con l'ULSS 7 Pedemontana, il progetto si basa su gruppi di piccole dimensioni e un team multidisciplinare (operatori museali, neuropsicologi, esperti) per sperimentare e standardizzare visite accessibili. L'obiettivo è migliorare la qualità della vita dei familiari, rendendo il museo un attore integrato nella rete di cura della comunità.

3. Titolo del progetto: CoOPERAtività

Istituzione/Museo: Opera di Santa Maria del Fiore.

Luogo: Firenze (Toscana).

Anno di svolgimento: Attivo dal 2017. Il progetto si articola in cicli di incontri che si tengono regolarmente.

Collaborazioni: Il progetto si basa su una rete multidisciplinare che include la Rete Musei Toscani per l'Alzheimer (MTA), di cui 'CoOPERAtività' è un membro attivo e parte integrante, un team di conduzione specializzato composto da educatori museali dell'Opera di Santa Maria del Fiore, animatrici geriatriche professioniste e uno psicologo psicoterapeuta con ruolo di osservatore, strutture residenziali (RSA) e case di riposo del territorio da cui provengono i gruppi di partecipanti, e un fotografo che documenta e testimonia l'esperienza.

Tipologia di attività: Cicli di incontri laboratoriali che si svolgono direttamente negli spazi del complesso monumentale, sia nel Museo dell'Opera che in Cattedrale e Battistero. Seguendo la metodologia della rete MTA, le opere d'arte vengono usate come mediatrici per stimolare attività dialogiche, di narrazione creativa, di espressione gestuale e per riattivare le memorie emotive e sensoriali.

Target di riferimento: Persone con Alzheimer o altre forme di demenza, primariamente anziani provenienti da RSA e case di riposo convenzionate, caregiver familiare o operatori e animatori delle strutture residenziali che accompagnano i gruppi.

Obiettivi principali:

- Migliorare la qualità della vita e il benessere dei partecipanti, ovvero persone con demenza e caregiver;
- Offrire stimoli positivi a livello cognitivo, relazionale ed emotivo attraverso l'immersione nella bellezza e nell'arte in un contesto culturale e non medicalizzato;
- Combattere l'isolamento sociale e lo stigma associato alla malattia;
- Fornire agli operatori delle RSA nuovi strumenti e approcci relazionali basati sull'arte, da poter reinvestire nel contesto di cura quotidiano.

Descrizione sintetica: 'CoOPERAtività' è il progetto che l'Opera di Santa Maria del Fiore di Firenze, membro della rete Musei Toscani per l'Alzheimer, dedica dal 2017 alle persone con demenza e ai loro caregiver. Organizzato in cicli di incontri, il progetto si svolge direttamente nel Museo dell'Opera e nel complesso monumentale, dove un team multidisciplinare formato da educatori museali, animatrici geriatriche e uno psicologo utilizza l'arte come stimolo per attività dialogiche, narrative e gestuali. L'obiettivo è migliorare il benessere dei partecipanti provenienti dalle RSA del territorio e formare i loro operatori.

4. Titolo del progetto: Dedalo – Volare sugli anni

Istituzione/Museo: Il progetto è un partenariato di comunità e non fa capo a un singolo museo.

Gli enti promotori principali sono l'Azienda Sanitaria Locale (ASL) di Vercelli, il Comune di Vercelli e l'Università del Piemonte Orientale (UPO), in particolare, il Dipartimento di Studi Umanistici e il Dipartimento per lo Sviluppo Sostenibile e la Transizione Ecologica – DiSSTE.

Luogo: Vercelli (Piemonte).

Anno di svolgimento: Progetto nato nel 2018, mentre la fase di potenziamento del percorso 'Meraviglia e stupore' è stata avviata nel 2021.

Collaborazioni: ASL VC, Comune di Vercelli, UPO), Fondazione Compagnia di San Paolo, una rete di musei (come il Museo Borgogna o il Museo del Tesoro del Duomo), teatri, biblioteche, archivi ed enti pubblici e privati del territorio vercellese.

Tipologia di attività: Progetto di promozione della salute e del benessere della comunità, finalizzato alla promozione di stili di vita salutari. È articolato in 4 percorsi tematici, fra cui il percorso 'Meraviglia e stupore' che prevede l'organizzazione di esperienze culturali attive come visite guidate, laboratori e spettacoli in luoghi della cultura con un monitoraggio scientifico dell'impatto sulla salute.

Target di riferimento: Popolazione vercellese adulta, specialmente la popolazione over 65 per la promozione dell'invecchiamento attivo.

Obiettivi principali:

- Promuovere stili di vita salutari e l'invecchiamento attivo nella popolazione adulta;
- Sviluppare e potenziare il welfare culturale sul territorio attraverso il percorso 'Meraviglia e stupore';
- Sperimentare e monitorare il contributo delle arti e della partecipazione culturale alla promozione della salute, alla prevenzione e alla gestione delle malattie, in linea con le evidenze del report OMS già citato in precedenza;
- Creare una rete stabile tra settore sanitario, università, amministrazione pubblica e settore culturale.

Descrizione sintetica: 'Dedalo – Volare sugli anni' è un progetto di comunità per la promozione della salute a Vercelli, nato nel 2018 dalla collaborazione tra ASL, Comune e Università del Piemonte Orientale. Rivolto alla popolazione adulta, promuove stili di vita sani attraverso quattro percorsi: alimentazione, movimento, territorio e cultura. Dal 2021, con il sostegno della Fondazione Compagnia di San Paolo, il progetto sta proponendo il percorso 'Meraviglia e stupore', basato sulla partecipazione culturale attiva in musei, teatri e biblioteche come strumento di welfare culturale, monitorando scientificamente l'impatto sul benessere dei partecipanti in linea con le direttive dell'OMS.

5. Titolo del progetto: Incontrarsi nell'Arte

Istituzione/Museo: Complesso Museale di San Pietro all'Orto, collezione di arte medievale.

Luogo: Massa Marittima (Toscana).

Anno di svolgimento: 2019.

Collaborazioni: Istituto Falusi (ASP – Azienda Pubblica di Servizi alla Persona e Casa di Riposo di Massa Marittima), Rete Musei Toscani per l'Alzheimer (MTA), un team multidisciplinare di operatori museali e operatori geriatrici appositamente formati.

Tipologia di attività: Percorso di fruizione esperienziale e sensoriale del museo. Il progetto si è articolato in 6 incontri, ognuno dei quali dedicato all'osservazione approfondita di una singola opera d'arte. Sono state applicate metodologie specifiche per l'accessibilità cognitiva come TimeSlips, Gentle Care (un approccio empatico centrato sulla persona) e l'ascolto attivo.

Target di riferimento: Anziani con patologie neurodegenerative, specificamente un gruppo di residenti over 80 della casa di riposo Istituto Falusi.

Obiettivi principali:

- Far emergere un flusso di coscienza e stimolare la conversazione attraverso l'osservazione dell'arte;
- Promuovere il benessere, la socializzazione e la comunicazione reciproca tra i partecipanti;
- Stimolare la memoria a lungo termine e le capacità cognitive residue;
- Utilizzare l'opera come mediatore relazionale ed emotivo.

Descrizione sintetica: 'Incontrarsi nell'Arte' è stato un progetto svolto nella primavera del 2019 presso il Complesso Museale di San Pietro all'Orto a Massa Marittima, in collaborazione con l'Istituto Falusi e la rete Musei Toscani per l'Alzheimer. Rivolto a un gruppo di residenti over 80 con patologie neurodegenerative, il percorso di 6 incontri ha utilizzato metodologie come TimeSlips e Gentle Care poste in relazione ad opere d'arte con lo scopo di stimolare la

conversazione e la memoria a lungo termine, focalizzandosi sul benessere e sulla relazione anziché sulla didattica.

6. Titolo del progetto: Incontriamoci a distanza. Visite per immagini al museo di storia naturale

Istituzione/Museo: Museo di Storia Naturale dell'Università di Pisa.

Luogo: Calci (Toscana).

Anno di svolgimento: Avviato dal 2014.

Collaborazioni: Rete Musei Toscani per l'Alzheimer (MTA), centri per persone anziane e RSA del territorio (come l'Istituto Falusi di Massa Marittima e la RSA Villa Sorriso di Vicopisano), i cui operatori vengono formati per condurre le attività.

Tipologia di attività: Progetto di outreach virtuale, basato su materiali stampabili. Vengono inviati digitalmente due quaderni con immagini evocative delle collezioni del museo, come la Galleria dei cetacei o quella dei minerali, e schede con quesiti. L'attività applica la metodologia TimeSlips.

Target di riferimento: Anziani ospiti di case di riposo e centri diurni, in particolare persone con Alzheimer o altre forme di demenza e decadimento cognitivo.

Obiettivi principali:

- Fare avvicinare al museo persone con difficoltà motorie o cognitive che non possono visitarlo fisicamente;
- Stimolare l'immaginazione, la creatività e suscitare emozioni attraverso l'osservazione delle immagini;
- Promuovere la conversazione e la socializzazione, partendo da un approccio emotivo e seguendo il flusso di coscienza dei partecipanti, senza la pressione di ricordare o dare risposte corrette (TimeSlips).

Descrizione sintetica: 'Incontriamoci a distanza' è un progetto di outreach del Museo di Storia Naturale dell'Università di Pisa (Calci), attivo dal 2014 e parte della rete Musei Toscani per l'Alzheimer. Il museo viene portato nelle RSA attraverso la stampa di quaderni contenenti immagini delle collezioni: utilizzando la metodologia TimeSlips, gli operatori dei centri formati dal museo conversano con gli anziani focalizzandosi sul benessere e sulla fantasia anziché sulle nozioni storico-scientifiche.

7. Titolo del progetto: Due passi nei musei di Milano. Arte visiva & arteterapia per l'Alzheimer

Istituzione/Museo: Gallerie d'Italia (Piazza Scala), Museo Poldi Pezzoli, Pinacoteca di Brera.

Luogo: Milano (Lombardia).

Anno di svolgimento: Avviato nell'aprile 2013.

Collaborazioni: Fondazione Manuli Onlus (ente promotore) e Intesa Sanpaolo (partner e finanziatore).

Tipologia di attività: Percorsi museali basati su osservazione e pratica, visite guidate e laboratori di arteterapia a orientamento psicodinamico con approccio capacitante.
Target di riferimento: Persone con demenza, in particolare malattia di Alzheimer, e i loro caregiver, familiari e assistenti.
Obiettivi principali: • Garantire un'esperienza sociale e relazionale ai partecipanti; • Stimolare le emozioni attraverso la fruizione dell'arte; • Ampliare le possibilità espressive e creative dei pazienti attraverso laboratori pratici; • Favorire una convivenza felice tra malati, familiari e operatori.
Descrizione sintetica: 'Due passi nei musei di Milano' è stato un progetto promosso dalla Fondazione Manuli Onlus e sostenuto da Intesa Sanpaolo per rendere tre note sedi museali milanesi accessibili alle persone con Alzheimer e ai loro caregiver. L'iniziativa, avviata nell'aprile 2013, associava la fruizione guidata di opere d'arte selezionate a laboratori pratici di arteterapia. Il suo obiettivo era favorire l'inclusione sociale, migliorare la qualità della relazione tra il paziente e il suo nucleo familiare e utilizzare il processo creativo per stimolare le capacità emotive e relazionali.

8. Titolo del progetto: Alzheimer e musei. L'arte per superare la solitudine
Istituzione/Museo: Musei Civici di Verona, tra cui la Galleria d'Arte Moderna Achille Forti, il Museo di Castelvechio e il Museo degli Affreschi 'G.B. Cavalcaselle.
Luogo: Verona (Veneto).
Anno di svolgimento: Attivo nel 2025.

Collaborazioni: Associazione Afma (Associazione Familiari Malati di Alzheimer Verona - ODV), Musei Civici di Verona, Associazione ‘Compagni di Viaggio’ di Negrar (Verona) e il sostegno del Lions Club locale.

Tipologia di attività: Cicli di visite guidate condotte assieme alle psicologhe di Afma, il personale dei Musei Civici e alcuni volontari appositamente formati. Le attività si basano sull’osservazione di alcune opere d’arte, invitando i partecipanti a condividere sensazioni, emozioni e racconti.

Target di riferimento: Persone affette da Alzheimer o altre forme di demenza e i loro caregiver e familiari.

Obiettivi principali:

- Contrastare la solitudine e l’isolamento sociale;
- Offrire ai partecipanti la possibilità di esprimersi utilizzando l’immaginazione, la fantasia e le emozioni;
- Migliorare la qualità della vita dei malati e delle loro famiglie, offrendo un nuovo linguaggio per comunicare fra loro.

Descrizione sintetica: ‘Alzheimer e musei’ è un’iniziativa di inclusione sociale che unisce cultura e cura, attiva a Verona nel 2025. Il progetto offre a persone con Alzheimer e ai loro familiari cicli di visite guidate presso diverse sedi dei Musei Civici, come Castelvechio e la Galleria d’Arte Moderna. Gli incontri, condotti da un team multidisciplinare di operatori museali, psicologi e volontari, utilizzano l’osservazione delle opere d’arte per stimolare la condivisione di emozioni e sensazioni, favorendo la socialità e offrendo un canale espressivo alternativo.

9. Titolo del progetto: Le radici della memoria. L'Orto Botanico per le persone con demenza

Istituzione/Museo: Orto e Museo Botanico dell'Università di Pisa.

Luogo: Pisa (Toscana).

Anno di svolgimento: Avviato nel 2018.

Collaborazioni: Ideato e condotto da AIMA Pisa (Associazione Italiana Malattia di Alzheimer) e dalla Cooperativa sociale 'Con-tatto', in stretta collaborazione con il Sistema Museale di Ateneo (SMA) dell'Università di Pisa.

Tipologia di attività: Percorsi guidati multisensoriali all'interno dell'Orto Botanico, laboratori pratici di giardinaggio (come ad esempio il rinvaso e la cura delle piante), attività di stimolazione tattile, olfattiva e cognitiva attraverso l'uso di piante aromatiche e delle collezioni botaniche.

Target di riferimento: Persone con demenza, in particolare malattia di Alzheimer, e i loro familiari o caregiver.

Obiettivi principali:

- Promuovere il benessere psicofisico attraverso il contatto diretto con la natura;
- Stimolare la memoria a lungo termine, in particolare quella olfattiva e sensoriale, attraverso profumi e piante;
- Favorire la socializzazione, contrastare l'isolamento, valorizzare e stimolare le capacità residue dei partecipanti.

Descrizione sintetica: 'Le radici della memoria' è un progetto nato nel 2018 che trasforma l'Orto Botanico di Pisa in un luogo di cura e benessere. Ideato da AIMA Pisa e dalla cooperativa 'Con-tatto', offre alle persone con demenza e ai loro caregiver percorsi guidati e

laboratori pratici. Sfruttando la stimolazione multisensoriale, come i profumi delle piante aromatiche e attività di giardinaggio, il progetto mira a risvegliare i ricordi, favorire la socializzazione e migliorare la qualità della vita dei partecipanti in un ambiente rilassante e inclusivo.

10. Titolo del progetto: Alzheimer Circle

Istituzione/Museo: Museion (Fondazione Museion – Museo d'arte moderna e contemporanea).

Luogo: Bolzano (Trentino-Alto Adige).

Anno di svolgimento: Avviato nel 2015.

Collaborazioni: Centro per lungodegenti Firmian (gestito dall'Azienda Servizi Sociali di Bolzano – ASSB) e il Dipartimento Geriatrico dell'Ospedale di Bolzano.

Tipologia di attività: Incontri periodici di mediazione artistica e laboratori creativi, tenuti sia al museo che presso la struttura di cura. Le attività includono l'osservazione e il dialogo attivo davanti ad alcune opere d'arte contemporanea, seguiti da attività pratiche che permettono ai partecipanti di sperimentare materiali e tecniche.

Target di riferimento: Persone con demenza, in particolare con malattia di Alzheimer, ospiti del Centro Firmian e i loro caregiver, sia familiari che personale socio-sanitario.

Obiettivi principali:

- Migliorare la qualità della vita dei partecipanti;
- Stimolare la partecipazione culturale e l'inclusione sociale;
- Utilizzare l'arte come mezzo comunicativo per esprimere sé stessi, le proprie emozioni e le capacità relazionali residue;
- Offrire un'attività piacevole e non giudicante in un contesto non medicalizzato.

Descrizione sintetica: 'Alzheimer Circle' è un progetto di mediazione culturale che Museion ha avviato nel 2015. In collaborazione con il Centro lungodegenti Firmian, il museo organizza incontri regolari per piccoli gruppi di persone con demenza e per i loro caregiver. Attraverso una fruizione attiva dell'arte contemporanea, basata sull'osservazione e su laboratori pratici, il progetto vuole stimolare le capacità emotive e sensoriali dei partecipanti, favorendo il dialogo e l'inclusione sociale e migliorando la qualità del tempo trascorso insieme al personale di cura e ai familiari.

11. Titolo del progetto: D(i)ritti al museo! – Laboratorio intergenerazionale per nonni e nipoti

Istituzione/Museo: Fondazione museo di arte contemporanea Pino Pascali.

Luogo: Polignano a Mare (Puglia).

Anno di svolgimento: 2019.

Collaborazioni: Team di quattro psicologhe.

Tipologia di attività: Laboratorio intergenerazionale che include una visita guidata, protocolli di stimolazione cognitiva, formazione sulla comunicazione efficace e momenti di mindfulness.

Target di riferimento: Coppie di nonni e nipoti.

Obiettivi principali:

- Combattere l'isolamento sociale degli anziani;
- Recuperare e valorizzare il rapporto intergenerazionale;
- Promuovere la cura reciproca tra nonni e nipoti;
- Stimolare le capacità cognitive e la socializzazione in un contesto culturale.

Descrizione sintetica: Il progetto si è basato su un'esperienza al museo, condivisa da nonni e nipoti con l'intento di rafforzare il loro legame. Attraverso una visita guidata interattiva, arricchita da attività mirate alla stimolazione cognitiva e a pratiche di mindfulness, l'iniziativa ha voluto creare un'occasione di crescita reciproca, sottolineando l'importanza dello scambio tra generazioni come strumento contro la solitudine della terza età.

12. Titolo del progetto: Con altri occhi – Arteterapia

Istituzione/Museo: Il Cassero per la scultura italiana dell'Ottocento e del Novecento (Museo Civico di Montevarchi).

Luogo: Montevarchi (Toscana).

Anno di svolgimento: Dal 2014.

Collaborazioni: Comune di Montevarchi (all'interno del progetto 'Bartolea Caffè'), Cooperativa Giovani Valdarno, AIMA (Associazione Italiana Malattia di Alzheimer), servizi sociali.

Tipologia di attività: Arteterapia, esplorazione tattile delle opere, laboratori di narrazione e rielaborazione grafica.

Target di riferimento: Persone affette da malattia di Alzheimer e i loro caregiver.

Obiettivi principali:

- Stimolare le emozioni, i ricordi e il dialogo attraverso l'esperienza sensoriale, visiva e tattile, con le opere d'arte;
- Offrire uno spazio di socializzazione e sollievo per i pazienti e i loro familiari al di fuori del contesto sanitario;
- Favorire la trasmissione delle proprie emozioni attraverso il racconto, la narrazione o la creazione artistica;
- Migliorare la qualità della vita e il benessere dei partecipanti.

Descrizione sintetica: Il progetto, attivo dal 2014, propone percorsi di arteterapia per persone con Alzheimer e i loro caregiver. Guidati da un team multidisciplinare di operatori museali e personale geriatrico, i partecipanti sono invitati a interagire con le sculture del museo non solo con lo sguardo, ma anche attraverso il tatto. Le sensazioni ed emozioni che emergono da questa esperienza vengono poi elaborate e condivise tramite la creazione di racconti o elaborati grafici in un ambiente accogliente.

13. Titolo del progetto: L'arte tra le mani - Alzheimer

Istituzione/Museo: Museo Marino Marini.

Luogo: Firenze (Toscana).

Anno di svolgimento: Dal 2012.

Collaborazioni: Educatori museali, educatori geriatrici, Tempo Reale, Regione Toscana.

Tipologia di attività: Percorsi multisensoriali e interattivi, esplorazione tattile delle sculture, laboratori creativi, attività di movimento e danza, ideazione di storie, postazioni di ascolto

musicale, corsi di formazione per educatori e operatori, incontri dedicati ai familiari e/o caregiver.

Target di riferimento: Persone con malattia di Alzheimer e i loro caregiver, sia familiari che professionali.

Obiettivi principali:

- Rendere il museo accessibile alle persone con decadimento cognitivo;
- Utilizzare il potere comunicativo ed emozionale dell'arte per favorire la relazione tra pazienti e caregiver;
- Proporre attività stimolanti per riuscire a conoscere la personalità dei partecipanti;
- Permettere alle persone con Alzheimer di integrarsi nella vita culturale e sociale della comunità;
- Ridurre lo stigma e l'isolamento associati alla malattia;
- Sperimentare e insegnare modalità di comunicazione efficaci attraverso l'incontro con l'arte.

Descrizione sintetica: Progetto attivo dal 2012 che considera il museo come luogo di relazione e benessere per le persone con Alzheimer e i loro caregiver familiari o professionali, coinvolgendoli entrambi come partecipanti attivi. L'approccio è di tipo multisensoriale: i visitatori sono invitati a toccare le sculture, usare postazioni sonore, partecipare ad attività di movimento e a laboratori creativi, come la manipolazione dell'argilla. Gli obiettivi finali non sono altro che lo svolgimento dell'attività in sé e il miglioramento della relazione e della comunicazione fra anziano e caregiver. Il progetto ha inoltre sviluppato un importante

programma di disseminazione, formando altri educatori museali e operatori geriatrici in Toscana per replicare l'esperienza.

14. Titolo del progetto: Corpo libero

Istituzione/Museo: Fondazione Palazzo Strozzi.

Luogo: Firenze (Toscana).

Anno di svolgimento: Dal 2018.

Collaborazioni: Fresco Parkinson Institute di Firenze, Centro Parkinson di Villa Margherita (Kos Care) di Vicenza, progetto Dance Well del CSC - Centro per la Scena Contemporanea di Bassano del Grappa, insegnanti di danza specializzati.

Tipologia di attività: Cicli di incontri che integrano la danza e il movimento con la fruizione delle opere d'arte, performance e azioni collettive pubbliche, attività a distanza tramite piattaforme digitali, WhatsApp e tracce audio.

Target di riferimento: Principalmente persone con malattia di Parkinson, ma gli incontri sono aperti a tutti: caregiver, familiari, pubblico generale.

Obiettivi principali:

- Favorire l'inclusione sociale e culturale delle persone con Parkinson;
- Utilizzare l'arte e la danza come linguaggi espressivi per stimolare la sfera emotiva, fisica e relazionale;
- Aumentare il benessere psicofisico e la consapevolezza del proprio corpo;
- Creare una comunità per contrastare l'isolamento e promuovere la socialità;

- Offrire nuove modalità per entrare in relazione con le opere d'arte, con lo spazio museale e con gli altri partecipanti.

Descrizione sintetica: 'Corpo libero' è un progetto che unisce arte contemporanea e danza per favorire l'inclusione delle persone con Parkinson. Attraverso cicli di incontri gratuiti condotti da educatori museali e insegnanti di danza, i partecipanti esplorano le mostre di Palazzo Strozzi usando il movimento come strumento per interpretare le opere, esprimersi e relazionarsi con gli altri. Pur non avendo una finalità strettamente terapeutica, il progetto mira a migliorare il benessere e la partecipazione sociale concludendo ogni ciclo con una performance collettiva. Dal 2020, l'iniziativa si è arricchita di attività a distanza per garantirne l'accessibilità.

15. Titolo del progetto: A più voci

Istituzione/Museo: Fondazione Palazzo Strozzi.

Luogo: Firenze (Italia).

Anno di svolgimento: Dal 2011, con attivazione della modalità a distanza dal 2020.

Collaborazioni: Educatori geriatrici, artisti contemporanei, rete Musei Toscani per l'Alzheimer, altre istituzioni culturali nazionali e internazionali.

Tipologia di attività: Cicli di incontri basati sulla conversazione guidata di fronte alle opere d'arte, creazione di storie collettive, laboratori artistici. Dal 2020 sono state integrate anche attività a distanza tramite incontri su Zoom e gruppi WhatsApp.

Target di riferimento: Persone con malattia di Alzheimer, i loro caregiver familiari e professionali e anziani residenti in RSA.

Obiettivi principali:

- Rendere le mostre e il museo accessibili alle persone con demenza e a chi se ne prende cura;
- Migliorare la qualità della vita attraverso la relazione, focalizzandosi sulle capacità residue piuttosto che sui deficit cognitivi;
- Offrire nuove modalità di comunicazione tra la persona con demenza e il suo caregiver, usando l'arte come mezzo;
- Recuperare la dignità della persona, riconoscendone il diritto di espressione e di partecipazione alla vita culturale;
- Ridurre lo stigma associato alla demenza, favorendo l'inclusione e la socialità;
- Formare operatori di altre istituzioni per diffondere buone pratiche di accessibilità museale.

Descrizione sintetica: 'A più voci' è uno dei programmi di creative ageing storici in Italia, attivo dal 2011, ed è dedicato a persone con Alzheimer e ai loro caregiver. Il cuore del progetto è la conversazione di fronte alle opere d'arte, dove ogni partecipante è invitato a esprimere liberamente le proprie emozioni e interpretazioni, senza risposte giuste o sbagliate. Il progetto si basa sulla valorizzazione delle capacità residue, utilizzando il potere dell'arte

come strumento per stimolare la comunicazione e la relazione. Le conversazioni vengono trascritte e pubblicate, valorizzando il contributo di tutti. L'iniziativa, che si è arricchita nel tempo con laboratori artistici e attività a distanza, ha anche un forte valore di disseminazione, formando operatori di altri musei per creare una rete nazionale sull'accessibilità.

16. Titolo del progetto: Open Studio

Istituzione/Museo: L'immaginario Associazione Culturale.

Luogo: Firenze (Toscana) e online.

Anno di svolgimento: Da aprile 2020.

Collaborazioni: Libero Caffè Alzheimer BiblioteCaNova Isolotto (Firenze), ArtsAlive (Tokyo, Giappone), Comune di Firenze Quartiere 4, Fondazione CR Firenze.

Tipologia di attività: Incontri online che integrano conversazioni guidate su opere d'arte, laboratori creativi di disegno, collage, racconto, poesia, attività motorie basate su ginnastica dolce e DanzaMovimentoTerapia, incontri intergenerazionali con le scuole primarie e internazionali.

Target di riferimento: Anziani fragili o con demenza e i loro caregiver familiari o professionali, residenti nel proprio domicilio o in RSA. Il programma include anche un gruppo intergenerazionale.

Obiettivi principali:

- Contrastare l'isolamento sociale dovuto al distanziamento fisico, in particolare post-Covid;
- Mantenere attivi la mente e il corpo dei partecipanti attraverso pratiche artistiche e di movimento;
- Offrire opportunità di conversazione, socialità e stimoli creativi;
- Mantenere un legame con gli anziani che prima della pandemia frequentavano centri diurni o attività museali.

Descrizione sintetica: Nato in risposta al lockdown del 2020, 'Open Studio' è un progetto online che mira a combattere l'isolamento degli anziani fragili e con demenza. Attraverso incontri in videochiamata un team multidisciplinare formato da educatrice museale, artista e danzamovimentoterapeuta, guida i partecipanti a domicilio o in RSA in attività che uniscono l'osservazione di opere d'arte a laboratori creativi e a pratiche di movimento. Il progetto ha avviato collaborazioni internazionali con ArtsAlive, associazione fondata da Yoko Hayashi a Tokyo, e intergenerazionali, coinvolgendo una scuola primaria.

17. Titolo del progetto: L'arte non ha età

Istituzione/Museo: Museo Poldi Pezzoli.

Luogo: Milano (Lombardia).

Anno di svolgimento: Dal 2021.

Collaborazioni: Rotary Club Milano Est, Gruppo Giovani del Museo, Associazione inCerchio.

Tipologia di attività: Visita guidata alle collezioni seguita da un incontro conviviale intergenerazionale tra i partecipanti over 65 e i membri del Gruppo Giovani del Museo.
Target di riferimento: Visitatori della terza età.
Obiettivi principali: • Promuovere l'inclusione culturale e sociale degli anziani; • Favorire il dialogo intergenerazionale; • Raccogliere feedback e suggerimenti per migliorare l'accessibilità del museo; • Offrire un'esperienza confortevole e accogliente, anche grazie a sedute comode e materiali facilmente leggibili.
Descrizione sintetica: Il progetto offre agli over 65 un pomeriggio al museo che combina una visita guidata con un momento di socializzazione. L'incontro con i giovani volontari del museo è pensato per stimolare un dialogo intergenerazionale, durante il quale i partecipanti possono condividere ricordi, commenti sull'esperienza e suggerimenti pratici in un contesto attento a garantire il massimo comfort e accessibilità.

18. Titolo del progetto: Museo, spazio della memoria
Istituzione/Museo: Galleria Nazionale dell'Umbria.
Luogo: Perugia (Umbria).
Anno di svolgimento: Attivo a partire dal 2014.
Collaborazioni: Istituto di Gerontologia e Geriatria dell'Università degli Studi di Perugia, Fondazione Roma Sanità, Alzheimer Uniti Roma Onlus, Caffè Alzheimer, AMATA Umbria.

Tipologia di attività: Ciclo di incontri mensili con percorsi guidati nelle sale, seguiti da delle attività di stimolazione cognitiva basate sulla conversazione e sulla condivisione di emozioni e riflessioni, e un momento conviviale.

Target di riferimento: Persone con disturbi lievi o moderati della memoria, in particolare Alzheimer, e i loro caregiver.

Obiettivi principali:

- Promuovere il benessere delle persone con demenza attraverso l'arte, intesa come terapia non farmacologica;
- Offrire stimolazione cognitiva e relazionale in un ambiente non sanitario;
- Creare uno spazio accogliente per pazienti e caregiver, favorendo la socializzazione;
- Combattere lo stigma sulla demenza, svolgendo le attività durante i normali orari di apertura per favorire l'interazione con il pubblico generale;
- Garantire i diritti delle persone fragili, eliminando le disuguaglianze nell'accesso alla cultura.

Descrizione sintetica: Attivo dal 2014, il progetto propone incontri mensili per persone con demenza e per chi se ne prende cura. L'attività si basa sull'osservazione guidata di opere d'arte, usate come stimolo per la stimolazione cognitiva e per la condivisione di emozioni e racconti. Supportato da una ricerca scientifica che ne ha validato l'efficacia come terapia non farmacologica, il programma mira a migliorare la qualità della vita dei partecipanti, a combattere l'isolamento e a ridurre lo stigma sociale, integrando queste visite nella normale vita del museo.

19. Titolo del progetto: Custodire memorie al museo
Istituzione/Museo: Accademia Carrara.
Luogo: Bergamo (Lombardia).
Anno di svolgimento: Il progetto è nato nel 2019.
Collaborazioni: Centro Eccellenza Alzheimer Ferb ONLUS di Gazzaniga, Generazioni FA - Società Cooperativa Sociale.
Tipologia di attività: Cicli di incontri e percorsi guidati nelle sale del museo.
Target di riferimento: Principalmente i caregiver, familiari e non, di persone con Alzheimer o altre forme di demenza. Alcuni incontri sono aperti anche alla partecipazione delle persone con demenza.
Obiettivi principali: • Promuovere il museo come luogo di benessere, svago, scoperta e socialità; • Offrire un'attività di supporto non farmacologico che utilizzi l'arte come strumento di relazione; • Fornire ai caregiver uno spazio per vivere le storie e le emozioni dei propri assistiti attraverso il dialogo con le opere d'arte.
Descrizione sintetica: 'Custodire memorie al museo' è un'iniziativa di welfare culturale dell'Accademia Carrara, attiva dal 2019. Il progetto si articola in una serie di incontri gratuiti rivolti principalmente ai caregiver di persone con demenza. Guidati da figure esperte, i partecipanti esplorano le collezioni del museo utilizzando le opere d'arte come stimolo per la conversazione, la condivisione di emozioni e la creazione di nuove relazioni in un contesto basato sull'accoglienza.

20. Titolo del progetto: Arte per tutte le età
Istituzione/Museo: Accademia Carrara.
Luogo: Bergamo (Lombardia).
Anno di svolgimento: L'iniziativa 'Una Carrara al mese' si è svolta nel 2023 (da febbraio a ottobre), in occasione di Bergamo Brescia Capitale Italiana della Cultura.
Collaborazioni: Comune di Bergamo, Centri per Tutte le Età di Bergamo (CTE), Ribes Consorzio Sociale e Consorzio Solco Città Aperta.
Tipologia di attività: Ciclo di 12 appuntamenti mensili nelle sale del museo. Ogni incontro prevedeva una visita condotta da una guida, focalizzata non solo sull'approfondimento delle opere esposte ma anche sullo scambio di impressioni e punti di vista. Alcune date specifiche includevano anche un laboratorio artistico.
Target di riferimento: Pubblico anziano, frequentatori dei Centri per Tutte le Età (CTE) della città.
Obiettivi principali: • Rendere il museo un luogo accogliente, stimolante e accessibile per il pubblico senior; • Offrire ai partecipanti l'opportunità di regalarsi del tempo in uno spazio culturale storico della città; • Favorire l'espressione e la condivisione delle proprie emozioni davanti alle opere d'arte; • Proporre i partecipanti come protagonisti attivi e ambasciatori delle storie del museo.
Descrizione sintetica: 'Arte per tutte le età' è un progetto dell'Accademia Carrara pensato per rafforzare il proprio ruolo di museo a misura di anziano. L'iniziativa 'Una Carrara al

mese', realizzata nel 2023 in collaborazione con i Centri per Tutte le Età (CTE) di Bergamo, si è basata su un ciclo di visite e laboratori. Gli incontri erano pensati per stimolare la partecipazione attiva e la condivisione di emozioni, trasformando l'esperienza al museo in un momento di benessere. I racconti emersi durante le visite sono stati raccolti per dare vita a un calendario speciale per l'anno successivo, rendendo i partecipanti ambasciatori della bellezza del museo.

21. Titolo del progetto: Le scatole magiche

Istituzione/Museo: Pinacoteca di Brera.

Luogo: Milano (Lombardia).

Anno di svolgimento: 2017-2019.

Collaborazioni: Alfabeti d'arte, Residenze Sanitarie Assistenziali (RSA) e scuole primarie del territorio.

Tipologia di attività: Progetto intergenerazionale articolato in percorsi educativi tematici ('Tipi di Brera', 'Il linguaggio delle mani', 'A lume di naso', 'Musica in cornice') che prevedevano incontri preparatori nelle scuole e nelle RSA, seguiti da una visita finale collettiva in Pinacoteca. L'approccio multisensoriale si è basato sull'uso di kit didattici, le scatole magiche.

Target di riferimento: Anziani ospiti di Residenze Sanitarie Assistenziali (RSA) e case di Riposo, bambini della scuola primaria.

Obiettivi principali:

- Creare un dialogo e uno scambio positivo intergenerazionale tra anziani e bambini;
- Rendere il museo accessibile a un pubblico, come gli ospiti delle RSA, che altrimenti difficilmente potrebbe frequentarlo;
- Offrire un approccio innovativo alle opere d'arte attraverso attività multisensoriali, giochi e laboratori;
- Promuovere un'esperienza condivisa di bellezza e apprendimento tra generazioni diverse.

Descrizione sintetica: 'Le scatole magiche' è stato un progetto intergenerazionale che ha messo in dialogo gli ospiti delle residenze per anziani con i bambini delle scuole primarie. Il percorso si è sviluppato durante l'anno scolastico attraverso incontri preparatori tenuti sia nelle RSA che nelle scuole, utilizzando kit didattici multisensoriali per esplorare le opere della Pinacoteca in modo innovativo. L'iniziativa si è conclusa con una visita collettiva al museo.

22. Titolo del progetto: Museo che emozione

Istituzione/Museo: È stato un progetto multi-istituzionale che ha coinvolto Palazzo Madama - Museo Civico di Arte Antica (Torino), Museo Nazionale del Cinema (Torino), Borgo Medievale (Torino), Castello di Rivoli Museo d'Arte Contemporanea (Rivoli, TO).

Luogo: Torino e Rivoli (Piemonte).

Anno di svolgimento: 2011-2016.

Collaborazioni: I quattro musei coinvolti e un team di due psicologi che ha supportato i partecipanti.

Tipologia di attività: Progetto finalizzato alla creazione di guide museali.
Target di riferimento: Anziani di età compresa fra i 62 e i 78 anni colpiti da ictus e i loro caregiver.
Obiettivi principali: • Coinvolgere attivamente gli anziani nella narrazione del patrimonio museale; • Realizzare guide museali basate su percorsi personali, offrendo un punto di vista unico sulle collezioni; • Utilizzare il museo come strumento per rielaborare il vissuto personale e le emozioni; • Valorizzare l'esperienza e la sensibilità dei partecipanti, rendendoli autori e protagonisti della vita culturale.
Descrizione sintetica: 'Museo che emozione' è stato un progetto che ha trasformato un gruppo di anziani colpiti da ictus nei narratori di quattro importanti musei torinesi. Dopo un periodo di visite libere per familiarizzare con le collezioni, i partecipanti, supportati da due psicologi, hanno creato delle vere e proprie guide museali. Ciascuna guida descriveva un percorso di visita personale e soggettivo, basato sulle emozioni e sui ricordi che le opere hanno suscitato negli autori. I libretti, stampati e distribuiti gratuitamente, hanno offerto al pubblico una prospettiva inedita e profondamente umana del patrimonio culturale.

23. Arte e Terza Età. MART, Rovereto (TN)
Titolo del progetto: Arte e Terza Età.
Istituzione/Museo: MART (Museo di arte moderna e contemporanea di Trento e Rovereto).
Luogo: Rovereto (Trentino-Alto Adige).

Anno di svolgimento: 2015–2019.
Collaborazioni: Case di riposo e centri diurni del territorio.
Tipologia di attività: Cicli di incontri con proposte ed esperienze laboratoriali per stimolare la manualità e la creatività.
Target di riferimento: Persone anziane e con malattia di Alzheimer.
Obiettivi principali: • Contribuire al miglioramento della società e allo sviluppo di una comunità territoriale; • Sostenere la vita culturale dei visitatori con fragilità o malattia; • Stimolare la manualità e la creatività dei partecipanti; • Produrre e condividere conoscenze in un contesto inclusivo.
Descrizione sintetica: Il dipartimento educativo del Mart ha gestito tra il 2015 e il 2019 un programma rivolto agli anziani e alle persone con Alzheimer in collaborazione con le strutture assistenziali del territorio. Le attività, organizzate in cicli di incontri con gruppi di massimo 10 persone, ridotte a 5 per l'Alzheimer, erano progettate per stimolare la creatività e la manualità, promuovendo il museo come luogo di benessere e sviluppo per la comunità.

24. Titolo del progetto: Tra ricordi e racconti di vita, Il filo della narrazione
Istituzione/Museo: METS - Museo etnografico trentino San Michele.
Luogo: San Michele all'Adige (Trentino–Alto Adige).
Anno di svolgimento: Programma attivo.
Collaborazioni: Altre realtà museali e la rete dei musei che abbracciano l'Alzheimer.

Tipologia di attività: Percorsi tematici e laboratori multisensoriali basati sulla reminiscenza. Le attività includono: stimolazione sensoriale, utilizzo di fotografie d'archivio, laboratori creativi, narrazione e conversazione guidate.

Target di riferimento: Persone con demenza e i loro accompagnatori.

Obiettivi principali:

- Offrire stimoli sensoriali e cognitivi;
- Stimolare il recupero di ricordi ed esperienze personali;
- Facilitare lo scambio di idee e la creazione di nuove relazioni tra i partecipanti;
- Rendere gli anziani protagonisti attivi dell'esperienza museale.

Descrizione sintetica: Il METS offre percorsi specifici per persone con demenza, sviluppati a seguito di una formazione condivisa con altre realtà museali. Le attività, come 'Tra ricordi e racconti' o 'Il filo della narrazione', utilizzano un approccio multisensoriale basato su oggetti e profumi provenienti dalle collezioni etnografiche per stimolare la memoria e la conversazione. Ai partecipanti, resi protagonisti del percorso, vengono proposti anche laboratori creativi con l'obiettivo di favorire la socializzazione e l'espressione del proprio vissuto.

25. Titolo del progetto: L'arte nel cuore – Nel cuore dell'arte

Istituzione/Museo: Si tratta di un progetto di rete che coinvolge APSP Civica Trento (Centro Diurno Alzheimer), Castello del Buonconsiglio. Monumenti e collezioni provinciali, Museo Diocesano Tridentino, Soprintendenza Beni Culturali – Spazio SASS (ufficio Beni archeologici).

Luogo: Trento (Trentino-Alto Adige).

Anno di svolgimento: L'idea è nata nei primi mesi del 2020, mentre il progetto sperimentale è stato avviato a giugno.

Collaborazioni: Conservatorio di musica Bonporti, Associazione Alzheimer Trento, Comune di Trento all'interno del progetto 'Spazio argento'.

Tipologia di attività: Serie di appuntamenti e percorsi musicali a tema, organizzati a rotazione dalle tre istituzioni museali e progettati specificamente per il pubblico anziano.

Target di riferimento: Persone con demenza e i loro familiari.

Obiettivi principali:

- Favorire l'inclusione e l'accessibilità culturale;
- Utilizzare l'arte e la cultura come risorsa per garantire il benessere ad ogni età;
- Sostenere le famiglie;
- Rafforzare la rete di sostegno familiare per le persone con autonomia ridotta.

Descrizione sintetica: 'L'arte nel cuore – Nel cuore dell'arte' è un progetto sperimentale nato a Trento nel 2020, che mette in rete tre importanti musei cittadini e il conservatorio.

L'iniziativa, nata durante un percorso formativo degli operatori del Centro Diurno Alzheimer, offre alle persone con demenza e ai loro familiari una serie di incontri e percorsi a tema in questi quattro diversi luoghi della cultura. Il progetto si inserisce nelle politiche sociali del territorio (Piano provinciale demenze, progetto 'Spazio argento') con l'obiettivo di utilizzare il patrimonio culturale come strumento di inclusione, benessere e sostegno concreto alla rete familiare.

26. Titolo del progetto: T-essere memoria. Il museo incontra l'Alzheimer

Istituzione/Museo: Ufficio beni archeologici della Soprintendenza per i beni culturali della Provincia Autonoma di Trento, presso il Museo delle Palafitte di Fiavé.
Luogo: Fiavé (Trentino-Alto Adige).
Anno di svolgimento: Dal 2015.
Collaborazioni: APSP ‘Margherita Grazioli’ di Povo (Trento), altre case di riposo del territorio trentino, scuole dell’infanzia e primarie.
Tipologia di attività: Percorsi museali basati sulla progettazione condivisa con operatori museali ed educatori sanitari, attività di reminiscenza attraverso l’osservazione di reperti archeologici, laboratori intergenerazionali.
Target di riferimento: Persone con malattia di Alzheimer ospiti di case di riposo, bambini di scuole dell’infanzia e primarie.
Obiettivi principali: • Rendere accessibile il patrimonio archeologico anche alle persone con Alzheimer; • Stimolare i ricordi legati al proprio vissuto, utilizzando l’eventuale somiglianza dei reperti antichi (Età del Bronzo) con oggetti del passato recente; • Facilitare il confronto intergenerazionale; • Sviluppare la sensibilità delle nuove generazioni verso le persone anziane.
Descrizione sintetica: Progetto avviato nel 2015 presso il Museo delle Palafitte di Fiavé e rivolto a persone con Alzheimer ospiti di RSA. La sua peculiarità consiste nell’utilizzare i reperti archeologici dell’Età del Bronzo, come oggetti d’uso quotidiano quali mestoli, tazze, pettini, come stimolo per la reminiscenza, data la loro somiglianza con oggetti del passato

recente. I percorsi, co-progettati con gli operatori sanitari, si basano sul vissuto dei partecipanti. Nel tempo il progetto ha incluso anche incontri intergenerazionali con le scuole.

27. Titolo del progetto: Sguardi riflessi

Istituzione/Museo: Fondazione Palazzo Magnani.

Luogo: Reggio Emilia (Emilia-Romagna).

Anno di svolgimento: Programma attivo.

Collaborazioni: ASP - Reggio Emilia Città delle Persone (Azienda di Servizi alla Persona).

Tipologia di attività: Percorsi svolti all'interno delle mostre, basati sulla condivisione e sull'incontro con l'opera d'arte.

Target di riferimento: Persone con malattia di Alzheimer e gli operatori o caregiver che se ne prendono cura.

Obiettivi principali:

- Offrire alle persone con Alzheimer la possibilità di esprimersi anche attraverso la dimensione emotiva;
- Creare momenti di condivisione e relazione tra anziano e operatore o caregiver al di fuori della routine quotidiana;
- Utilizzare la visita museale come un percorso esperienziale, non basato quindi sulle conoscenze pregresse, in cui tutti i partecipanti sono protagonisti.

Descrizione sintetica: 'Sguardi riflessi' è un progetto della Fondazione Palazzo Magnani in collaborazione con l'ASP locale, rivolto a persone con Alzheimer e ai loro caregiver.

L'iniziativa propone visite alle mostre pensate come esperienze emotive, con l'obiettivo di

sfruttare il potere dell'arte per migliorare il benessere percepito e aprire nuovi canali di comunicazione e condivisione tra la persona con demenza e chi se ne prende cura, valorizzando la sfera emotiva che solitamente la malattia preserva più a lungo.

28. Titolo del progetto: M.I.M. – MuseoInMente

Istituzione/Museo: Musei di Montebelluna.

Luogo: Montebelluna (Veneto).

Anno di svolgimento: 2018.

Collaborazioni: Servizio museo e Servizi sociali del Comune di Montebelluna, Centro per il sollievo di Montebelluna, AULSS 2 (Azienda ULSS 2 Marca Trevigiana), Dott. Cristian Nelini.

Tipologia di attività: Percorso museale basato sulla co-progettazione da parte di operatori museali e sanitari, focalizzato sulla narrazione e sulla stimolazione della memoria attraverso l'osservazione guidata di una selezione di reperti delle collezioni.

Target di riferimento: Persone con malattia di Alzheimer, ospiti del Centro per il Sollievo di Montebelluna.

Obiettivi principali:

- Rendere il museo un luogo di accoglienza e inclusione per le persone con demenza;
- Stimolare la narrazione individuale e di gruppo, sollecitando la memoria e i ricordi;
- Offrire un contesto nuovo e stimolante rispetto alla normale routine del centro diurno;
- Utilizzare il patrimonio locale storico e archeologico per fare emergere storie di vita personali;
- Arricchire gli oggetti del museo di nuovi sguardi e racconti attraverso l'esperienza dei partecipanti.

Descrizione sintetica: Si tratta di un progetto pilota avviato nel 2018, nato da un percorso di formazione condivisa tra lo staff del museo e gli operatori del Centro per il Sollievo. Il percorso museale è stato studiato per stimolare, attraverso una selezione di oggetti delle collezioni, la memoria degli ospiti del centro. L'esperienza ha dimostrato l'efficacia del museo come contesto inclusivo, capace di far emergere storie di vita e ricordi del passato, arricchendo i partecipanti ma migliorando anche la comprensione degli oggetti esposti da parte degli stessi operatori museali.

29. Titolo del progetto: Estate a Palazzo – Conversazioni sull'Arte

Istituzione/Museo: Progetto ideato e gestito da Red Carpet For All APS. Ha coinvolto diverse sedi museali, tra cui i Musei Civici di Venezia, Guggenheim Collection, Pinault Collection, Gallerie dell'Accademia.

Luogo: Venezia (Veneto).

Anno di svolgimento: Dal 2016.

Collaborazioni: Istituzioni museali, biblioteche cittadine.
Tipologia di attività: Ciclo di incontri estivi gratuiti, strutturati come conversazioni su opere d'arte condotte da una psicologa e una storica dell'arte con momenti conviviali.
Target di riferimento: Cittadini over 75 a rischio di isolamento sociale o con difficoltà motorie. Il progetto mira a includere anche le loro figure assistenziali.
Obiettivi principali: • Contrastare la solitudine e il ritiro sociale della quarta età; • Offrire un'occasione di partecipazione culturale accessibile, informale e personalizzata; • Ricostruire la rete sociale dei partecipanti; • Rinforzare l'autostima e il benessere individuale; • Valorizzare e raccogliere i ricordi, le conoscenze e le esperienze di vita dei partecipanti; • Includere le figure assistenziali nel processo culturale.
Descrizione sintetica: Progetto avviato nel 2016 e rivolto specificamente agli anziani over 75 di Venezia, molti dei quali vivono soli. L'iniziativa offre cicli di conversazioni gratuite basate su opere d'arte esposte in vari musei della città, condotte da una storica dell'arte e una psicologa. Gli incontri, che si concludono con un momento conviviale, sono pensati per essere fisicamente accessibili e psicologicamente accoglienti, con l'obiettivo di combattere l'isolamento sociale, stimolare la narrazione e far percepire il museo come un luogo amico.

30. Titolo del progetto: 'Alz(i)amo': attività per persone con Alzheimer e demenze senili

Istituzione/Museo: Museo e Istituto Fiorentino di Preistoria 'Paolo Graziosi'.

Luogo: Firenze (Toscana), con collaborazioni sul territorio.
Anno di svolgimento: Programma attivo nel 2025.
Collaborazioni: Rete Musei Toscani per l'Alzheimer, Museo dei Ferri Taglienti-Palazzo dei Vicari di Scarperia, educatori geriatrici.
Tipologia di attività: Attività multisensoriali nel museo, basate sulla manipolazione di reperti archeologici, progetti outreach presso altre sedi museali territoriali o a domicilio, cicli di incontri con osservazione di opere e oggetti, conversazione e laboratori creativi.
Target di riferimento: Persone con Alzheimer e altre forme di demenza, i loro familiari e caregiver sia a domicilio che in strutture.
Obiettivi principali: • Sensibilizzare la popolazione locale sul tema della demenza; • Far vivere piacevolmente il qui ed ora attraverso la stimolazione multisensoriale; • Combattere l'isolamento sociale delle persone anziane; • Smuovere sentimenti ormai sopiti e valorizzare le potenzialità espressive residue; • Stimolare le abilità cognitive e favorire l'inclusione sociale.
Descrizione sintetica: Il museo propone un programma quadro (‘Alzi(i)amo’) che utilizza il fascino del reperto archeologico e la manipolazione tattile come strumenti principali per stimolare la comunicazione e la presenza degli anziani all'interno del museo. Questo programma si articola sia in attività presso la propria sede, sia in progetti outreach come ‘EmotivaMente’ e ‘Tracce di Memoria’ portati sul territorio per raggiungere le persone a domicilio o in altri musei. In collaborazione con la rete Musei Toscani per l'Alzheimer, gli

incontri, spesso ciclici e gratuiti, uniscono l'osservazione di oggetti a laboratori creativi per combattere l'isolamento e stimolare le abilità residue dei partecipanti.

31. Titolo del progetto: Il Quartiere al Museo

Istituzione/Museo: Associazione Abbonamento Musei. Il progetto coinvolge l'intera rete dei musei inclusi nell'abbonamento.

Luogo: Torino e Settimo Torinese (Piemonte)

Anno di svolgimento: 2018-2020

Collaborazioni: Rete delle Case del Quartiere di Torino, Compagnia di San Paolo, Fondazione ECM e Biblioteca Archimede (Settimo Torinese).

Tipologia di attività: Programma di audience development e inclusione sociale. Le azioni includono la distribuzione gratuita nel corso del primo anno o a tariffa agevolata negli anni successivi dell'Abbonamento Musei e un percorso annuale di accompagnamento all'uso della tessera, con comunicazioni dedicate, visite guidate di gruppo e attività ad hoc.

Target di riferimento: Over 60, in particolare residenti nelle periferie e fasce di cittadinanza tradizionalmente meno coinvolte nella fruizione culturale.

Obiettivi principali:

- Avvicinare il pubblico over 60 al patrimonio museale, superando le barriere economiche e psicologiche;
- Stimolare il processo di riappropriazione del patrimonio culturale cittadino;
- Garantire coesione e inclusione sociale attraverso la partecipazione culturale;
- Sviluppare un nuovo pubblico e costruire una relazione duratura tra i cittadini e i musei del territorio.

Descrizione sintetica: È un progetto di audience development rivolto agli over 60 delle periferie torinesi. Ideato dall'Associazione Abbonamento Musei, il progetto ha fornito gratuitamente il primo anno la tessera Abbonamento Musei ai residenti, utilizzando le Case del Quartiere come mediatori per raggiungere un pubblico non abituato a visitare i musei cittadini. L'iniziativa ha incluso un percorso strutturato di accompagnamento con visite di gruppo e attività dedicate per trasformare il museo in un luogo familiare, favorire la fruizione culturale attiva e migliorare il benessere e la coesione sociale.

32. Titolo del progetto: In corso d'opera. Attività per persone con Alzheimer e chi se ne prende cura.

Istituzione/Museo: Si tratta di un progetto di rete che coinvolge il Centro per l'arte contemporanea Luigi Pecci Prato (Prato), Museo del Tessuto (Prato), Musei Diocesani Prato, Museo di Scienze Planetarie (Prato).

Luogo: Prato (Toscana).

Anno di svolgimento: Dal 2017, venendo successivamente strutturato come programma continuativo.
Collaborazioni: Sarah Coop. Sociale, Cooperativa Keras, Regione Toscana, L'Immaginario Firenze.
Tipologia di attività: Programma strutturato di incontri a cadenza regolare, ospitati a rotazione dai musei partner. Le attività sono co-progettate da mediatori museali ed educatori geriatrici e si basano su un approccio multisensoriale e dialogico alle collezioni e alle mostre.
Target di riferimento: Persone con Alzheimer e decadimento cognitivo, sia residenti in RSA che a domicilio, e i loro caregiver familiari o professionali.
Obiettivi principali: • Favorire l'inclusione sociale e la socializzazione; • Migliorare la relazione tra la persona con demenza e il caregiver; • Stimolare la sfera relazionale, creativa ed emotiva attraverso l'arte e gli oggetti museali; • Migliorare l'autostima dei partecipanti; • Sviluppare nuove abilità e interessi.
Descrizione sintetica: 'In corso d'opera' è un programma di rete permanente della città di Prato nato nel 2017, che unisce musei con collezioni di diversa natura come arte contemporanea, scienze e arte sacra, e cooperative socio-sanitarie. Il progetto offre cicli regolari di incontri co-progettati da educatori museali e geriatrici per persone con demenza e i loro caregiver. Utilizzando un approccio dialogico e multisensoriale, le attività stimolano la sfera emotiva e relazionale, migliorando il benessere e l'inclusione sociale.

33. Titolo del progetto: Percorsi per persone con Alzheimer
Istituzione/Museo: Museo di Storia Naturale e Università di Pisa, Calci.
Luogo: Calci (Toscana) e online.
Anno di svolgimento: Dal 2014 con il progetto in presenza ‘La natura fra le mani’, 2020–2021 per il progetto ‘Incontriamoci a distanza’.
Collaborazioni: Centri diurni, Residenze Sanitarie Assistite (RSA), Associazione Italiana Malattia di Alzheimer (AIMA), Sistema Musei Toscani per l’Alzheimer (MTA).
Tipologia di attività: Incontri e percorsi dedicati presso il museo, visite virtuali tramite quaderni digitali stampabili contenenti immagini e schede, attività di narrazione creativa basata sulla tecnica TimeSlips.
Target di riferimento: Persone con malattia di Alzheimer e altre forme di demenza e i loro caregiver familiari o professionali.
Obiettivi principali: • Offrire percorsi per creare nuove modalità di espressione e comunicazione; • Mantenere le persone con demenza integrate nelle relazioni sociali e culturali; • Migliorare la qualità della vita, diminuire lo stress e aumentare l’autostima degli anziani; • Rendere il museo inclusivo e accessibile, anche virtualmente, per chi è impossibilitato a visitarlo; • Stimolare l’immaginazione, la fantasia e la condivisione emotiva attraverso la narrazione.

Descrizione sintetica: Il Museo di Calci, parte della rete Musei Toscani per l'Alzheimer, ha attivato a partire dal 2014 il programma dedicato agli anziani 'La natura fra le mani'. In risposta alla pandemia, ha inoltre sviluppato 'Incontriamoci a distanza', un progetto che porta virtualmente il museo nelle case di riposo e a domicilio. Attraverso quaderni digitali con immagini delle collezioni e schede-guida, gli operatori geriatrici propongono sessioni di TimeSlips, tecnica di narrazione creativa che stimola la fantasia e la conversazione emotiva.

34. Titolo del progetto: Attività ricreative per anziani

Istituzione/Museo: Fondazione MAXXI Roma.

Luogo: Roma (Lazio).

Anno di svolgimento: 2020.

Collaborazioni: Roma Capitale (Direzione Benessere e Salute del Dipartimento Politiche Sociali), Centri Sociali Anziani (CSA) del Comune.

Tipologia di attività: Programma diurno comprendente visite, esplorazione dell'architettura museale, laboratori in galleria, momenti di socializzazione e soste ricreative.

Target di riferimento: Anziani over 65, frequentatori dei Centri Sociali Anziani (CSA) e visitatori abituali del MAXXI.

Obiettivi principali:

- Offrire un luogo sicuro, climatizzato e accogliente durante l'emergenza estiva;
- Contrastare l'isolamento sociale e favorire la socializzazione;
- Promuovere l'apprendimento lungo tutto l'arco della vita in un contesto informale;
- Avvicinare il pubblico anziano, anche non abituale o fragile, all'arte contemporanea e all'architettura sfidando gli stereotipi;
- Garantire un'esperienza tranquilla e con ritmi lenti, adatta a persone con fragilità.

Descrizione sintetica: Iniziativa sviluppata nell'agosto 2020 all'interno del 'Piano Caldo' del Comune di Roma. Il MAXXI ha offerto agli anziani dei centri sociali e ai visitatori over 65 sei giornate di attività ricreative basate su visite, laboratori e socializzazione per trascorrere ore al riparo dal caldo in un ambiente inclusivo. Con un approccio non giudicante e ritmi lenti, il progetto ha utilizzato l'architettura del museo e l'arte contemporanea per promuovere l'apprendimento informale, combattere l'isolamento e sfidare i luoghi comuni legati all'arte.

35. Titolo del progetto: Storie ad Arte. Il Museo BeGo per le persone con Alzheimer e chi se ne prende cura.

Istituzione/Museo: BeGo Museo Benozzo Gozzoli.

Luogo: Castelfiorentino (Toscana).

Anno di svolgimento: Programma attivo dal 2014.

Collaborazioni: Comune di Castelfiorentino, Fondazione Teatro del Popolo, Ente Cassa di Risparmio di Firenze, l'artista Marco Borgianni, RSA e Centri Diurni del territorio, associazioni di volontariato.

Tipologia di attività: Programma di inclusione socio-culturale co-progettato con educatori museali e geriatrici che include attività di narrazione creativa, laboratori artistici pratici, una mostra finale con gli elaborati pittorici realizzati dai partecipanti, attività di outreach nelle RSA con riproduzioni delle opere.

Target di riferimento: Persone anziane con demenza, sia a domicilio che in RSA, e i loro caregiver.

Obiettivi principali:

- Promuovere l'inclusione sociale e culturale dei pubblici fragili e a rischio emarginazione;
- Sperimentare nuovi approcci comunicativi tra la persona con demenza e chi se ne prende cura in uno spazio non giudicante;
- Valorizzare le potenzialità creative e le capacità residue dei partecipanti;
- Restituire dignità alla persona anziana e combattere l'isolamento;
- Migliorare la qualità della vita di pazienti e caregiver attraverso un'esperienza relazionale gratificante.

Descrizione sintetica: 'Storie ad Arte' è un programma di inclusione attivo dal 2014 rivolto a persone con demenza e ai loro caregiver a domicilio o in RSA basato sulla co-progettazione tra staff museale e operatori geriatrici. Le attività si focalizzano sulla narrazione creativa e su laboratori artistici. Il ciclo svolto fra 2017 e 2018, grazie all'artista Marco Borgianni, ha visto i partecipanti coinvolti nella creazione di opere collettive: le tele, prima dipinte, sono state coperte di nero e poi incise per far riemergere i colori sottostanti come metafora della

possibilità di relazionarsi ancora e delle capacità residue oltre la malattia. Il progetto svolge anche altre attività, portando riproduzioni delle opere conservate presso il museo nelle RSA.

5.3.2 Casi studio: Giappone

1. Titolo del progetto: Creative Ageing Zuttobi
Istituzione/Museo: Tokyo Metropolitan Art Museum (‘Tobi’).
Luogo: Tokyo (Giappone).
Anno di svolgimento: Dal 2021.
Collaborazioni: Università delle Arti di Tokyo (Geidai) e ‘Progetto Tobira’, istituzioni locali del distretto di Taito come ospedali, centri di supporto, Consiglio del Welfare, artisti e ricercatori giapponesi e internazionali.
Tipologia di attività: Visite alle mostre in corso facilitate dai comunicatori d’arte volontari ‘Tobira’, attività pratiche e di ricerca multidisciplinare, incontri online sviluppati durante la pandemia.
Target di riferimento: anziani attivi e persone con demenza e le loro famiglie.
Obiettivi principali: • Rispondere alle sfide della società super anziana del Giappone; • Combattere la solitudine e l’isolamento sociale degli anziani; • Promuovere una visione positiva della terza età, che si allontani dal concetto di declino cognitivo e fisico; • Rendere il museo un luogo accogliente per tutti, indipendentemente dall’età; • Stimolare nuovi incontri, il dialogo e lo scambio di idee tra i partecipanti.
Descrizione sintetica: Avviato nel 2021, ‘Zuttobi’ è il programma di creative ageing del Tokyo Metropolitan Art Museum pensato per rispondere al tema sempre più attuale della società

super anziana giapponese. Il progetto si basa su una stretta collaborazione con l'Università Geidai attraverso il 'Progetto Tobira', che forma comunicatori d'arte volontari, detti Tobira, per facilitare le visite museali. Ispirandosi ai modelli occidentali come 'Meet me at MoMA', 'Zuttobi' offre attività e visite guidate rivolte ad anziani attivi e persone con demenza, utilizzando l'arte per stimolare il dialogo e combattere l'isolamento sociale.

2. Titolo del progetto: Museum Bathing

Istituzione/Museo: Kyushu Sangyo University (Fukuoka, Giappone).

Luogo: Fukuoka, Giappone.

Anno di svolgimento: Dal 2020.

Collaborazioni: 90 musei giapponesi di varie tipologie (arte, storia, folklore, archeologia, scienze naturali), medici, professionisti del settore sanitario e strutture assistenziali.

Tipologia di attività: Progetto ideato dal professor Izumi Ogata, volto alla conduzione di esperimenti scientifici per misurare gli effetti benefici della visita museale. Le attività includono misurazioni fisiologiche, legate alla pressione sanguigna o al battito cardiaco, e psicologiche tramite questionario POMS prima e dopo diverse modalità di fruizione. Fra queste troviamo l'osservazione delle opere, la manipolazione dei reperti e una passeggiata all'interno degli spazi museali o nei parchi storici.

Target di riferimento: Principalmente persone anziane. Gli esperimenti hanno tuttavia coinvolto un pubblico diversificato che include anche studenti dalle scuole medie all'università e lavoratori.

Obiettivi principali:

- Indagare come i musei possano rispondere ai problemi della società giapponese legati al suo costante invecchiamento;
- Ottenere prove scientifiche che confermino gli effettivi positivi sulla salute e il benessere generati dai musei;
- Misurare scientificamente l'impatto fisiologico (effetto rilassante, attivazione dell'omeostasi per normalizzare la pressione sanguigna) e psicologico (miglioramento dell'equilibrio del sistema nervoso autonomo, riduzione dello stress);
- Dimostrare che il 'Museum Bathing' può migliorare la resilienza, ovvero la capacità di riprendersi da una malattia;
- Contribuire alla salute e al benessere delle comunità locali promuovendo i musei come risorsa culturale e sanitaria.

Descrizione sintetica: Il 'Museum Bathing' è un progetto di ricerca scientifica avviato in Giappone nel 2020 dal professor Izumi Ogata, Università Industriale di Kyushu. Nasce per rispondere al progressivo invecchiamento della popolazione giapponese e ha l'obiettivo di ottenere le prove scientifiche a sostegno della tesi che i musei siano fonte di salute e benessere. Nel corso di esperimenti condotti in 90 musei il team di ricerca ha misurato i parametri fisiologici, come la pressione sanguigna o il tono di voce, e psicologici prima e dopo diverse attività. I risultati dimostrano che una visita al museo, anche di soli 10 minuti, facilita il rilassamento e attiva l'omeostasi migliorando la resilienza allo stress.

3. Titolo del progetto: Metodo della reminiscenza

Istituzione/Museo: Museo dello Stile di Vita dell'Era Showa (già Museo di Storia e Folklore) e Centro di Reminiscenza della Città di Kitanagoya.

Luogo: Kitanagoya, Giappone.

Anno di svolgimento: Avviato nel 2002, ancora in corso.

Collaborazioni: Professionisti dei settori socio-assistenziale, educativo e medico, Ministero della Salute, del Lavoro e del Welfare giapponese, Associazione Ikiikita.

Tipologia di attività: Utilizzo di oggetti e foto per stimolare i ricordi, scambio intergenerazionale in cui gli anziani diplomati assumono il ruolo di educatori museali per i bambini locali, prestito di scatole contenenti oggetti della collezione per l'uso in case di cura o a domicilio.

Target di riferimento: Anziani residenti, persone con demenza, bambini.

Obiettivi principali:

- Attivare il cervello e rivitalizzare mente e corpo degli anziani;
- Valutare l'efficacia della reminiscenza nel migliorare la funzione cognitiva, la qualità della vita e ridurre l'isolamento sociale;
- Promuovere l'invecchiamento attivo, trasformando gli anziani da fruitori a educatori attivi nella comunità;
- Facilitare lo scambio intergenerazionale e l'apprendimento permanente;
- Raggiungere gli anziani che non possono recarsi fisicamente al museo.

Descrizione sintetica: Sfruttando la sua vasta collezione di oggetti quotidiani dell'Era Showa, collocata negli anni Cinquanta e Sessanta del Novecento in Giappone, il museo ha avviato dal

2002 un progetto strutturato di ‘Terapia della reminiscenza’, in sinergia con il Centro di reminiscenza locale e professionisti della sanità. Il programma si articola in una scuola di reminiscenza per anziani, la cui efficacia viene monitorata scientificamente. I partecipanti diplomati, detti ‘Ikiikitai’, diventano essi stessi educatori museali, guidando laboratori intergenerazionali assieme ai bambini. Il museo offre anche in prestito kit di reminiscenza con oggetti del passato.

4. Titolo del progetto: Attività di invecchiamento creativo e ricerca

Istituzione/Museo: Museo dell’Hokkaido.

Luogo: Sapporo, Giappone.

Anno di svolgimento: Avvio nel 2016.

Collaborazioni: Centri diurni per anziani dell’Hokkaido, rete dei musei dell’Hokkaido, cittadini anziani locali.

Tipologia di attività: Studi e questionari condotti dalla ricercatrice Katsura Aoyagi rivolti agli anziani, ai centri diurni e alla rete museale locale per identificare bisogni, interessi e barriere alla fruizione. Mostre basate sugli interessi di questa fascia di età, programmi di outreach per raggiungere chi non visita i musei.

Target di riferimento: Anziani over 65, sia visitatori individuali che in gruppi.

Obiettivi principali:

- Comprendere le ragioni della bassa partecipazione degli anziani alle attività museali (14% dei visitatori rispetto al 32,8% della popolazione in Hokkaido) e identificare barriere e bisogni;

- Sviluppare programmi e mostre basati sui dati della ricerca e sugli interessi specifici emersi;
- Sostenere le esigenze evidenziate tramite i sondaggi legate all'accessibilità;
- Incoraggiare e valorizzare il volontariato degli anziani.

Descrizione sintetica: Questo caso studio si distingue per il suo approccio basato sulla ricerca. Notando una discrepanza tra l'alta percentuale di anziani nella popolazione (32,8%) e la loro bassa affluenza al museo (14%), il Museo dell'Hokkaido, grazie alla ricercatrice Katsura Aoyagi, nel 2016 ha avviato un'approfondita indagine per mappare i bisogni, gli interessi e le barriere percepite da questa fascia di visitatori. Sulla base dei dati ottenuti, il museo ha iniziato a implementare iniziative di invecchiamento creativo mirate, come una mostra nel 2024, co-sviluppata con i cittadini anziani e a pianificare attività esterne al museo.

5. Titolo del progetto: ARTRIP

Istituzione/Museo: ArtsAlive (Organizzazione no profit promotrice)

Luogo: Tokyo (Giappone).

Anno di svolgimento: L'organizzazione è stata fondata nel 2009 da Yoko Hayashi. ARTRIP è un programma attivo, riconosciuto come modello nazionale nel 2023.

Collaborazioni: Musei giapponesi, governi locali, governo nazionale (Segreteria di Gabinetto), fondazioni (Nippon Foundation), servizi sanitari.

Tipologia di attività: Programma di apprezzamento dell'arte basato su evidenze scientifiche che facilita il dialogo, seminari per formare educatori museali e caregiver professionisti affinché possano replicare autonomamente il programma, conduzione di indagini nazionali per

analizzare lo stato dell'arte dei programmi per persone con demenza nei musei giapponesi, attuazione del programma presso le strutture di assistenza.

Target di riferimento: Anziani con difficoltà cognitive, persone con demenza e le loro famiglie, professionisti del settore museale e socio-sanitario come educatori o caregiver.

Obiettivi principali:

- Includere le persone con demenza attraverso l'arte e contrastare l'isolamento sociale;
- Diffondere e rendere replicabile il modello ARTRIP in tutto il Giappone;
- Creare un collegamento stabile tra i musei d'arte giapponesi e i servizi sanitari;
- Formare i caregiver professionisti affinché possano condurre autonomamente le attività sul loro posto di lavoro;
- Monitorare e superare gli ostacoli che impediscono ai musei di avviare programmi per la demenza;

Descrizione sintetica: ArtsAlive è un'organizzazione no profit giapponese fondata nel 2009 da Yoko Hayashi, che funge da collegamento tra il settore culturale e quello sanitario. Ha sviluppato 'ARTRIP', un programma di apprezzamento dell'arte basato su prove scientifiche per persone con demenza. ArtsAlive svolge attività di formazione rivolte a educatori museali e personale socio-sanitario per permettere loro di implementare autonomamente il programma, conducendo inoltre ricerche a livello nazionale per mappare le esigenze e gli ostacoli dei musei giapponesi nell'adozione di questi programmi.

Istituzione/Museo: Arts Council Tokyo
Luogo: Tokyo (Giappone)
Anno di svolgimento: In corso.
Collaborazioni: Residenti dell'istituto per anziani Momonokai, personale dell'istituto, coordinatori, facilitatori, artisti.
Tipologia di attività: Co-creazione artistica con esposizione delle opere realizzate.
Target di riferimento: Persone anziane residenti in un istituto assistenziale.
Obiettivi principali: • Modificare la vita quotidiana delle persone che hanno difficoltà a recarsi nei musei portando attività artistiche e culturali a domicilio; • Integrare l'arte nella vita quotidiana; • Costruire nuove relazioni tra l'istituto e la comunità locale; • Permettere all'istituto assistenziale di assumere una funzione culturale; • Far sì che la partecipazione culturale si inserisca nel mondo dei partecipanti e aumenti il loro benessere; • Promuovere l'autostima e la gioia nei partecipanti, dando alle loro creazioni quotidiane un riconoscimento nella società.
Descrizione sintetica: Il programma TURN LAND dell'Arts Council Tokyo ha l'obiettivo di fare collaborare artisti e istituti assistenziali, allo scopo di trasformare la vita quotidiana nell'istituto in un'esperienza artistica integrando l'arte nella routine di tutti i giorni. Le opere create vengono in seguito esposte in pubblico, come ad esempio nella conferenza 'Creative

Well-being Tokyo 2024', a dimostrare come la cultura, quando estesa alla vita quotidiana, possa migliorare il benessere e l'autostima degli anziani.

7. Titolo del progetto: Dance Well - Movement research for Parkinson's

Istituzione/Museo: Museo Metropolitano d'Arte di Tokyo (Tokyo Metropolitan Art Museum).

Il progetto si sta espandendo anche ad altre sedi come la Tokyo Shibuya Koen-dori Gallery e il Tokyo Photographic Art Museum.

Luogo: Tokyo (Giappone). Come abbiamo visto, il metodo è stato progettato originariamente a Bassano del Grappa, Italia.

Anno di svolgimento: Dal 2019, dopo un viaggio di studio e formazione in Italia nel 2018-2019.

Collaborazioni: Arts Council Tokyo, esponenti di arti performative, ballerini giapponesi, il Comune di Bassano del Grappa e la rete internazionale di Dance Well.

Tipologia di attività: Attività di espressione artistica spontanea e creativa, svolta all'interno di spazi artistici e culturali.

Target di riferimento: Principalmente persone affette dalla malattia di Parkinson. Il programma, in ogni caso, è aperto a tutti.

Obiettivi principali:

- Favorire l'accesso all'arte;
- Contrastare l'isolamento sociale, spesso causato da malattia o età, e ricostruire legami con la società e la comunità;
- Offrire una nuova modalità di fruizione per facilitare la visita al museo;

- Utilizzare il potere curativo della danza per trasformare la percezione del proprio corpo, aiutando i partecipanti a viverlo come una caratteristica individuale e fonte di unicità espressiva;
- Venire inserito tra le prescrizioni sociali.

Descrizione sintetica: Dance Well è un progetto artistico, nato a Bassano del Grappa e attivo al Museo Metropolitano d'Arte di Tokyo dal 2019. Propone sessioni di danza all'interno degli spazi museali rivolte principalmente a persone con Parkinson ma aperte a tutta la comunità. L'attività svolta è legata alle mostre in corso, che vengono utilizzate come mezzo per combattere l'isolamento sociale, creare una comunità inclusiva e migliorare il benessere, trasformando la disabilità in un'opportunità espressiva.

8. Titolo del progetto: Park of Aging

Istituzione/Museo: Miraikan - The National Museum of Emerging Science and Innovation (Museo Nazionale della Scienza e dell'Innovazione).

Luogo: Tokyo (Giappone).

Anno di svolgimento: Mostra permanente, inaugurata il 22 novembre 2023.

Collaborazioni: Sviluppato in collaborazione con diverse agenzie creative e di design, tra cui Whatever Co., Open Medical Lab, Grand Slam Inc. e mumedesign.

Tipologia di attività: Mostra permanente e interattiva, basata su sei giochi che simulano l'invecchiamento.

Target di riferimento: Pubblico generico.

Obiettivi principali:

- Permettere ai visitatori di vivere, conoscere e riflettere sull'invecchiamento;
- Fare sperimentare tramite simulazioni e giochi i cambiamenti fisici e cognitivi legati all'età;
- Stimolare la riflessione su come affrontare il proprio invecchiamento e sulle future tecnologie di supporto.

Descrizione sintetica: 'Park of Aging' è un'area della mostra permanente 'Create your future' presso il Miraikan di Tokyo, inaugurata nel novembre 2023. Si tratta di un'esperienza educativa sull'invecchiamento rivolta a tutti che, attraverso una serie di installazioni interattive e giochi (come la simulazione della cataratta o la difficoltà motoria nel fare la spesa), permette ai visitatori di ogni età di sperimentare direttamente gli effetti dell'invecchiamento sui sensi, sul movimento e sul cervello. L'obiettivo di questa mostra è favorire l'empatia e stimolare una riflessione personale e sociale.

5.3.3 Casi studio: Germania

1. Titolo del progetto: Atelier für Erwachsene
Istituzione/Museo: Brandenburgisches Landesmuseum für moderne Kunst (BLMK).
Luogo: Cottbus, sede Dieselkraftwerk, e Frankfurt (Oder), sedi Rathaushalle e Packhof (Germania).
Anno di svolgimento: Progetto in corso.
Collaborazioni: Artisti e mediatori museali.
Tipologia di attività: Corsi pratici e workshop che combinano l'esperienza museale con l'uso del laboratorio. Le tecniche includono pittura, disegno, stampa e ceramica.
Target di riferimento: Nei pomeriggi, over 60 e persone con disabilità.
Obiettivi principali: • Approfondire la propria passione per l'arte; • Scoprire un nuovo hobby attraverso l'apprendimento di tecniche artistiche.
Descrizione sintetica: Il BLMK offre il programma 'Atelier für Erwachsene' (Studio per adulti), che consiste in corsi pratici di pittura, stampa e ceramica tenuti da artisti e mediatori museali. Nelle sessioni pomeridiane, il museo si rivolge specificamente agli over 60 e alle persone con disabilità, offrendo un'esperienza che unisce la visita al museo all'attività pratica, come nel caso del workshop 'Kreativwerkstatt 60+' (Laboratorio creativo per over 60).

2. Titolo del progetto: KulturSalon+
Istituzione/Museo: Pinakothek der Moderne.

Luogo: Monaco di Baviera (Germania).
Anno di svolgimento: Progetto in corso.
Collaborazioni: Sostenuto dalla Fondazione Beisheim.
Tipologia di attività: Il programma consiste nell'osservare una selezione di opere d'arte all'interno di un gruppo formato da poche persone, discutendone in seguito davanti a un caffè e una torta.
Target di riferimento: Anziani, in particolare quelli che desiderano maggiori contatti sociali o che dispongono di un basso reddito.
Obiettivi principali: • Facilitare la partecipazione culturale e uno scambio di idee; • Fornire un'offerta accessibile che non richiede conoscenze artistiche pregresse ma solo tanta curiosità; • Contrastare l'isolamento sociale degli anziani.
Descrizione sintetica: 'KulturSalon+' è un programma gratuito rivolto specificamente agli anziani proposto da alcuni musei tedeschi, fra cui la Pinakothek der Moderne, pensato per coloro che desiderano maggiori contatti sociali o hanno un reddito limitato. I partecipanti sono invitati a osservare opere d'arte selezionate in piccoli gruppi e, successivamente, discuterne insieme davanti a un caffè e una torta, promuovendo così la partecipazione culturale e lo scambio di idee.

3. Titolo del progetto: Meine Schulzeit (La scuola ai miei tempi)

Istituzione/Museo: Museum Schloss und Festung Senftenberg (Museo del Castello e della Fortezza di Senftenberg).
Luogo: Senftenberg (Germania).
Anno di svolgimento: Programma svolto su richiesta.
Collaborazioni: Gestito dal personale interno al museo.
Tipologia di attività: Programma di un'ora e mezza per gruppi che si svolge nell'aula storica del museo. L'attività utilizza oggetti del passato da guardare e toccare (es. banchi, lavagnette, cartelle di cuoio) per stimolare il dialogo.
Target di riferimento: Gruppi di persone over 60.
Obiettivi principali: • Creare un'atmosfera accogliente che stimoli i ricordi; • Attivare la memoria a lungo termine attraverso oggetti da guardare e toccare; • Stimolare un dialogo che riguardi il periodo scolastico e l'infanzia dei partecipanti.
Descrizione sintetica: 'Meine Schulzeit' è un programma del Museo di Senftenberg rivolto a gruppi di anziani. All'interno del museo è stata ricreata un'aula scolastica del passato, dove elementi come lo scricchiolio del gesso sulla lavagna o l'odore di una vecchia cartella di cuoio creano un'atmosfera che stimola i ricordi. I partecipanti possono guardare e toccare diversi oggetti, attivando la propria memoria a lungo termine e avviando un dialogo sulla propria infanzia e sui tempi della scuola.

4. Titolo del progetto: kubia (Kompetenzzentrum für Kulturelle Bildung im Alter und Inklusion)

Istituzione/Museo: kubia (Kompetenzzentrum für Kulturelle Bildung im Alter und Inklusion – Centro di competenza per l’educazione culturale in età avanzata e l’inclusione).
Luogo: Colonia (Germania).
Anno di svolgimento: Istituzione permanente.
Collaborazioni: Ministero della Cultura e della Scienza del Nord Reno–Westfalia, università, musei, accademie d’arte, comuni, associazioni federali.
Tipologia di attività: Centro di ricerca, consulenza, networking e formazione professionale.
Target di riferimento: Professionisti museali, artisti, personale delle strutture di assistenza, responsabili politici, ricercatori nel campo dell’educazione culturale e dell’invecchiamento attivo.
Obiettivi principali: • Promuovere e implementare in maniera strutturale l’educazione culturale e la creazione artistica del pubblico anziano; • Sviluppare e diffondere standard di qualità per i programmi culturali rivolti a persone con demenza; • Sensibilizzare la politica e la società sul potenziale dell’arte per la salute e la qualità della vita in età avanzata; • Creare connessioni tra il settore culturale, quello sociale e quello sanitario.
Descrizione sintetica: Kubia è il principale centro per l’educazione culturale in età avanzata e l’inclusione in Germania. Finanzia progetti, offre consulenza scientifica ai musei su come progettare programmi per anziani, forma i facilitatori e pubblica linee guida. Il suo obiettivo è

garantire che il creative ageing diventi una parte stabile dell'offerta culturale e del sistema di welfare tedesco.

5. Titolo del progetto: Open studio

Istituzione/Museo: Lehmbruck Museum.

Luogo: Duisburg (Germania).

Anno di svolgimento: 2006–2007.

Collaborazioni: Medical School Hamburg (MSH), rete 'RuhrKunstMuseen', progetto MA&A (per Open Studio), governo tedesco e associazioni Alzheimer tedesche.

Tipologia di attività: Percorsi sensoriali e dialogici, laboratori di pratica artistica per persone con demenza e i loro accompagnatori, progetti di ricerca sulla metodologia e didattica per la demenza, sviluppo di programmi di formazione e supervisione per educatori museali.

Target di riferimento: Persone con demenza, sia a domicilio che in case di cura, e loro caregiver.

Obiettivi principali:

- Sviluppare una metodologia efficace per la fruizione artistica basata sulle potenzialità degli anziani;
- Promuovere la partecipazione sociale delle persone con demenza;
- Offrire un'esperienza sensoriale ed emotiva, connettendosi alle esperienze e agli interessi dei visitatori anziani;
- Diffondere il modello metodologico attraverso la formazione di educatori e la creazione di reti tematiche.

Descrizione sintetica: Il Lehmbruck Museum è stato il primo museo in Europa (2007) a proporre un programma regolare per visitatori con demenza. L'offerta è duplice: propone visite guidate focalizzate sul dialogo e la fruizione dell'arte, oltre che il programma 'Open studio', un laboratorio pratico per pazienti e caregiver. Il museo ha avuto un ruolo chiave nella ricerca scientifica per definire questa tipologia di attività museale, sviluppando un programma di formazione che è stato poi adottato da molti musei tedeschi.

6. Titolo del progetto: Dementia + Art

Istituzione/Museo: È un'organizzazione indipendente fondata da Jochen Schmauck-Langer, che opera in collaborazione con diversi musei e gallerie di Colonia.

Luogo: Colonia (Germania).

Anno di svolgimento: Programma attivo.

Collaborazioni: Diversi musei e gallerie di Colonia, Westdeutscher Rundfunk (WDR).

Tipologia di attività: Visite guidate basate sulla metodologia 'Teilhabe-orientierte Vermittlung' (mediazione orientata alla partecipazione), integrazione di musica e canto durante le visite, concerti in teatri e case di cura con l'orchestra della WDR, formazione per musei e istituzioni culturali nei paesi di lingua tedesca.

Target di riferimento: Persone con demenza e i loro caregiver. I programmi, in ogni caso, sono aperti e frequentati anche da persone senza demenza.

Obiettivi principali:

- Spostare l'attenzione da ciò che le persone con demenza non possono più fare a ciò che possono ancora fare;
- Sostituire la mediazione educativa con una mediazione di tipo relazionale, che favorisca la partecipazione e la condivisione fra i partecipanti;
- Proporre un'esperienza multisensoriale che includa l'arte visiva, la musica e il canto;
- Offrire un modello di fruizione artistica inclusivo e adatto a diversi tipi di pubblico.

Descrizione sintetica: 'Dementia + Art' è un'organizzazione indipendente di Colonia che offre attività in vari musei della città. Il fondatore, Jochen Schmauck-Langer, ha sviluppato una metodologia specifica basata sulla condivisione delle esperienze, delle percezioni e delle capacità personali dei partecipanti. Le attività, aperte a tutti, includono spesso musica e canto. L'organizzazione collabora anche con l'orchestra della WDR per concerti tenuti sia in teatro che nelle case di cura e offre formazione ad altri musei.

7. Titolo del progetto: Atelier D

Istituzione/Museo: Kunstschule Werksetzen.

Luogo: Düsseldorf (Germania).

Anno di svolgimento: Programma attivo.

Collaborazioni: Ideato e gestito dalle artiste Corinna Bernshaus e Uscha Urbainki.

Tipologia di attività: Laboratorio artistico tenuto a cadenza regolare in uno spazio dedicato, detto Atelier D. Non c'è un tema specifico quindi i partecipanti sono liberi di usare i materiali disponibili per creare seguendo la propria ispirazione.

Target di riferimento: Persone con demenza, solitamente accompagnate da un familiare o un caregiver.
Obiettivi principali: • Offrire uno spazio adatto all'espressione artistica; • Fornire un'attività creativa non strutturata, basata sull'ispirazione del momento; • Permettere la socializzazione all'interno del gruppo ma anche con gli altri frequentatori della scuola d'arte; • Valorizzare la capacità creativa dei partecipanti.
Descrizione sintetica: 'Atelier D' è un laboratorio ospitato all'interno di una scuola d'arte (Kunstschule Werksetzen) e gestito da due artiste. Il progetto offre alle persone con demenza, accompagnate dai loro caregiver, uno spazio dedicato dove possono creare liberamente con diversi materiali, senza temi prestabiliti. I partecipanti possono beneficiare di un'atmosfera tranquilla ma anche interagire con le altre attività della scuola d'arte.

8. Titolo del progetto: Art for Care
Istituzione/Museo: È un progetto indipendente fondato e gestito dall'artista visiva Evelyn Duerschlag.
Luogo: Varie località in Germania, come Essen, e Svizzera.
Anno di svolgimento: Programma attivo.
Collaborazioni: Opera in collaborazione con le singole case di cura, coinvolgendo residenti, staff e direzione.

Tipologia di attività: Progetto artistico basato sulla co-creazione di grandi murales murali.

L'approccio è fortemente legato alla reminiscenza, i murales rappresentano infatti luoghi familiari ai residenti come erano negli anni Cinquanta e Sessanta.

Target di riferimento: Residenti di case di cura, in particolare persone con demenza, e lo staff delle strutture.

Obiettivi principali:

- Co-creare murales all'interno dell'ambiente in cui gli anziani stanno vivendo;
- Stimolare la reminiscenza e la conversazione attraverso la rappresentazione di punti di riferimento locali del passato;
- Migliorare il benessere e ridurre lo stress nei residenti con demenza;
- Rafforzare i legami tra residenti e staff attraverso un processo creativo condiviso;
- Migliorare l'orientamento spaziale all'interno della struttura.

Descrizione sintetica: 'Art for Care' è un progetto in cui l'artista Evelyn Duerschlag lavora all'interno delle case di cura in Germania e Svizzera per co-creare dipinti murali insieme ai residenti e allo staff: i murales mostrano luoghi familiari agli anziani partecipanti, ma raffigurati come apparivano negli anni Cinquanta e Sessanta. Oltre a migliorare il benessere e rafforzare i legami, le opere aiutano i residenti ad orientarsi, funzionando come punti di riferimento.

5.3.4 Casi studio: Polonia

1. Titolo del progetto: Incontri davanti a un caffè, Università della terza età
Istituzione/Museo: Muzeum Warszawy (Museo di Varsavia) e le sue varie sedi.
Luogo: Varsavia (Polonia).
Anno di svolgimento: Progetto continuativo.
Collaborazioni: Gruppi organizzati, Università della terza età (UTW) e associazioni locali per anziani e persone affette da demenza.
Tipologia di attività: Incontri davanti a un caffè e passeggiate assieme a una guida nelle mostre permanenti e temporanee, lezioni all'interno del museo e incontri su temi specifici, spesso focalizzati su oggetti e storie per stimolare la discussione e la reminiscenza.
Target di riferimento: anziani, da soli o in gruppi organizzati, inclusi gli studenti delle Università della terza età.
Obiettivi principali: • Creare uno spazio per incontrarsi, parlare e scambiare esperienze; • Incoraggiare l'approfondimento della storia della città e del suo patrimonio culturale; • Stimolare socialmente e intellettualmente gli anziani; • Promuovere l'apprendimento permanente e l'integrazione sociale; • Utilizzare gli oggetti e le loro storie come mezzi per stimolare i ricordi personali.
Descrizione sintetica: Il Museo di Varsavia offre un ampio programma educativo per gli anziani con offerte distinte per visitatori individuali e gruppi, come le Università della terza età. Per i singoli individui vengono organizzati incontri davanti a un caffè e passeggiate guidate, mentre per i gruppi l'offerta comprende lezioni all'interno del museo e incontri tematici. L'approccio

si basa sul dialogo, sullo scambio di esperienze e sullo studio degli oggetti e delle storie della città, creando uno spazio accogliente per la socialità, l'apprendimento permanente e la reminiscenza.

2. Titolo del progetto: Lezioni e incontri per anziani

Istituzione/Museo: Muzeum Fryderyka Chopina, gestito dall'Istituto Nazionale Fryderyk Chopin – NIFC.

Luogo: Varsavia (Polonia).

Anno di svolgimento: Progetto continuativo.

Collaborazioni: Gruppi organizzati di anziani, come Università della terza età, club per anziani e case della cultura, oltre a musicoterapisti ed educatori.

Tipologia di attività: Programma specifico per gruppi di 15–30 persone basato su una lezione tematica di circa 45 minuti su argomenti come 'Il pianoforte di Chopin', 'L'amore di Chopin', 'Chopin all'Opera', seguita da una visita guidata di 60 minuti al museo, workshop sensoriali di musicoterapia, rilassamento e attività creativa per stimolare i sensi.

Target di riferimento: Anziani, gruppi organizzati come Università della terza età e club per anziani.

Obiettivi principali:

- Offrire un approfondimento accessibile sulla vita e l'opera di Chopin;
- Utilizzare il potere terapeutico, evocativo e rilassante della musica per migliorare il benessere emotivo e psicofisico;
- Stimolare i sensi e la creatività in un ambiente calmo e immersivo;

- Garantire un'esperienza culturale accessibile, anche senza conoscenze pregresse.

Descrizione sintetica: Il Museo Chopin offre vari programmi per il pubblico anziano. Per i gruppi organizzati, come le Università della terza età, propone un ciclo di incontri tematici di 45 minuti seguiti da una visita guidata. Parallelamente, il museo offre workshop che si concentrano sull'esperienza emotiva e sensoriale, utilizzando la musica di Chopin per la musicoterapia, il rilassamento e l'espressione creativa.

3. Titolo del progetto: Mattina al museo. Visite guidate per persone dai 60 anni in su

Istituzione/Museo: Muzeum Narodowe w Krakowie (Museo Nazionale di Cracovia).

Luogo: Cracovia (Polonia).

Anno di svolgimento: Progetto continuativo.

Collaborazioni: Programma gestito dal personale interno al museo.

Tipologia di attività: Ciclo di incontri mattutini della durata di 60–90 minuti. L'attività consiste in visite guidate alle mostre permanenti e temporanee condotte da curatori e guide.

Target di riferimento: Persone dai 60 anni in su, in forma individuale.

Obiettivi principali:

- Offrire la possibilità di passare del tempo in compagnia, favorendo la socializzazione;
- Soddisfare la curiosità per l'arte e la sua diversità riguardo artisti noti e meno conosciuti;
- Fornire un'offerta accessibile a basso costo.

Descrizione sintetica: 'Mattina al museo' è un ciclo di visite guidate del Museo Nazionale di Cracovia rivolto a persone dai 60 anni in avanti. Gli incontri si tengono due volte al mese alle 11:00, durano 60-90 minuti e si svolgono nelle varie sedi del museo. Curatori e guide condividono informazioni e storie interessanti su artisti e opere delle collezioni: il programma, a basso costo, è pensato per i visitatori individuali che desiderano un'occasione di incontro con l'arte e di socializzazione.

4. Titolo del progetto: Incontri per anziani

Istituzione/Museo: Muzeum Narodowe w Poznaniu (Museo Nazionale di Poznań).

Luogo: Poznań (Polonia).

Anno di svolgimento: Progetto in corso.

Collaborazioni: Il programma è gestito dal personale interno al museo.

Tipologia di attività: Ciclo di incontri che si svolgono nelle gallerie del museo dedicati alle mostre temporanee e alle collezioni permanenti.

Target di riferimento: Visitatori over 60.

Obiettivi principali:

- Approfondire la conoscenza dell'arte e della cultura in generale;
- Offrire un modo diverso per trascorrere il tempo.

Descrizione sintetica: Il Museo Nazionale di Poznań offre il programma 'Incontri per anziani' rivolto a persone over 60. Gli incontri si tengono regolarmente il martedì a mezzogiorno e si svolgono nelle gallerie del museo, concentrandosi sia sulle mostre temporanee che sulle collezioni permanenti. L'obiettivo è offrire ai partecipanti l'opportunità di approfondire la loro conoscenza dell'arte e della cultura e di passare il tempo in modo creativo.

5.4 Linee guida operative

5.4.1 Introduzione

Le linee guida presentate in questo capitolo nascono dalla necessità, emersa con chiarezza grazie ai dati raccolti durante il corso della ricerca, di colmare il vuoto che nella maggioranza dei musei contraddistingue l'offerta culturale rivolta al pubblico senior. La checklist proposta nel capitolo 5.5 affronterà gli aspetti strutturali e legati ai servizi, mentre le linee guida seguenti si concentrano sul cuore dell'esperienza museale: le attività culturali.

L'analisi elaborata nelle pagine precedenti ha rivelato una carenza diffusa di iniziative mirate al sostegno dell'invecchiamento attivo: la maggioranza dei musei in Giappone (66,1%) e in Germania (59,5%) ha dichiarato di non avere alcun programma dedicato, ma questa tendenza è confermata anche in Italia, dove il 42,3% delle istituzioni non offre attività mirate, e nella regione delle Marche, dove quasi la metà dei musei (46,9%) non propone iniziative specifiche per gli anziani. L'unica eccezione è rappresentata dalla Polonia, dove due musei su tre (66,7%) offrono programmi culturali per il pubblico senior.

Le nostre linee guida, ispirate a modelli di eccellenza internazionali come 'Meet Me at MoMA' del Museum of Modern Art di New York, 'Elderly meet Van Gogh' del Van Gogh Museum di Amsterdam e 'House of Memories' dei National Museums Liverpool, intendono fornire ai professionisti museali strumenti metodologici e operativi per progettare e implementare programmi di creative ageing efficaci e sostenibili, al fine di trasformare sempre più il proprio museo in un luogo di benessere e partecipazione inclusiva.

Le indicazioni pratiche per la progettazione e l'implementazione di attività museali sono specificamente rivolte a persone anziane con malattia di Alzheimer o altre forme di demenza e ai loro caregiver ma, con piccole modifiche, questi suggerimenti possono essere utilizzati anche per progettare programmi museali per altre categorie di anziani, poiché le loro necessità sono affini. L'obiettivo è infatti offrire un manuale operativo, adattabile e applicabile a diverse realtà museali per creare programmi adatti al numero più ampio possibile di visitatori senior.

La struttura del capitolo è pensata per guidare il lettore passo dopo passo, partendo da uno schema di progettazione generale che definisce gli elementi fondanti di qualsiasi programma, dagli obiettivi strategici e la definizione del target fino agli aspetti logistici, come la gestione dei costi, degli spazi, del personale e delle prenotazioni, e trattando successivamente tre diverse tipologie di programmi di creative ageing, descrivendoli nel dettaglio.

I programmi sono:

1. Programma di osservazione culturale per anziani con demenza.

Basato sul dialogo e sull'interazione di fronte alle opere, il suo scopo è stimolare le capacità cognitive, la comunicazione e la connessione emotiva fra i partecipanti;

2. Laboratorio di creazione artistica per anziani con demenza.

Attività pratica che incoraggia l'espressione della propria personalità, la manualità e il miglioramento dell'autostima in un ambiente accogliente e senza possibilità di compiere degli errori;

3. Attività di reminiscenza per anziani con demenza.

Sessioni che utilizzano oggetti, fotografie e scatole dei ricordi per riattivare la memoria a lungo termine e facilitare la narrazione di storie personali.

Per ogni approccio vengono analizzate le strategie di conduzione più efficaci, le tecniche di comunicazione da adottare e i metodi per gestire scenari complessi, ponendo sempre al centro il benessere e il comfort del partecipante.

5.4.2 Realizzare un'attività culturale adatta agli anziani con demenza: i primi passi

Queste prime linee guida introduttive vogliono gettare le basi per un'attività culturale rivolta a persone anziane con demenza e prendono ispirazione dal programma 'Meet me at MoMa' del Museum of Modern Art (MoMA, 2009, pp.126-135), capofila e ideatore di questa proposta innovativa.

In premessa vanno elaborati gli obiettivi del programma, definendo i criteri di valutazione del successo dell'attività proposta e chiarendo preventivamente il target cui il programma si rivolge, come ad esempio anziani con demenza che vivono nelle proprie case o in strutture assistenziali, oppure i loro caregiver.

Il contenuto dell'attività deve basarsi sul patrimonio culturale presente presso l'istituzione ospitante e la proposta può essere di tre tipologie: osservazione, creazione o la somma di entrambe: quest'ultima modalità può facilitare l'apprezzamento dei lavori realizzati dagli altri partecipanti e delle creazioni individuali.

I programmi si dividono solitamente in due tipologie distinte, a seconda dei destinatari. Troviamo infatti programmi rivolti agli enti di assistenza, con eventi regolari o su richiesta, proposti dall'ente stesso o da organizzazioni esterne in collaborazione col museo, oppure programmi gestiti dal museo e rivolti direttamente alle famiglie. Queste attività prevedono il

coinvolgimento dello staff museale, degli anziani con demenza e i loro caregiver. I partecipanti devono registrarsi in anticipo e i posti vengono assegnati in ordine di prenotazione, iniziando con un evento al mese.

La programmazione dell'evento va pensata in base alle esigenze dell'istituzione e dei partecipanti, preferibilmente nella tarda mattinata o nelle prime ore del pomeriggio. Il programma complessivamente non deve superare le due ore, prevedendo un momento di ristoro prima o dopo la visita. È consigliabile mantenere il numero dei partecipanti ridotto: 8 anziani con demenza e i rispettivi familiari o caregiver, per una dimensione totale del gruppo di 16 persone.

La sostenibilità finanziaria del programma è fondamentale e bisogna mantenere un giusto equilibrio tra questa e la partecipazione gratuita dei visitatori, formando volontari o utilizzando il personale già assunto a tempo pieno presso l'istituzione, e proponendo le attività durante il normale orario di apertura del museo. Una possibilità per rendere il programma più sostenibile è cercare collaborazioni con enti per la terza età e la demenza.

Gli educatori svolgono un ruolo chiave nel successo del programma. Uno di loro può seguire un gruppo fino a 16 partecipanti e, preferibilmente, deve possedere queste tre caratteristiche: esperienza con gruppi di varie età e con abilità, ampia conoscenza del patrimonio culturale e della sua storia, e competenza nell'educazione culturale.

Il sistema di prenotazione è il primo punto di contatto, utile per la raccolta di informazioni essenziali, come i dettagli dei partecipanti (es. sesso, età), informazioni sul caregiver, bisogni speciali (es. presenza di partecipante non verbale, necessità di sedia a ruote, altre disabilità) e la relazione tra caregiver e paziente.

Il secondo punto di contatto, invece, è rappresentato dall'accoglienza: bisogna pensare in anticipo a come i partecipanti arriveranno e lasceranno l'istituzione, scegliendo il luogo ottimale

per accedere e lasciare il museo. Vanno predisposti in anticipo sgabelli portatili, sedie a ruote, appendiabiti, dispositivi di ascolto personali e targhette con i nomi di tutti i partecipanti.

5.4.3 Programma di osservazione culturale per anziani con demenza

Vediamo ora la prima tipologia di programma specifico per le persone anziane con demenza: l'osservazione culturale. Questa attività, oltre che nei musei, può essere svolta anche in altri luoghi della cultura, come archivi, biblioteche e parchi archeologici, seguendo le specificità proprie di ciascuna istituzione. Le componenti essenziali di queste attività sono due: uno spazio in cui ospitare i visitatori e oggetti da osservare, che possono essere di ogni tipologia. L'importante è che quanto proposto dalla persona che guida la visita stimoli il dialogo, la partecipazione e i ricordi di tutti i partecipanti.

Il primo passaggio per preparare il tour è selezionare un tema adeguato e rilevante per gli anziani con demenza. Una volta deciso il tema, vanno scelti 4-6 oggetti e pianificato un percorso logico che li colleghi, tenendo in considerazione la posizione, le dimensioni e la vicinanza fra loro. Si raccomanda di garantire il comfort dei visitatori durante la permanenza in galleria (illuminazione, sedie, temperatura) e di essere pronti ad accettare eventuali distrazioni da parte dei partecipanti.

In seguito, si passa alla preparazione storico-culturale legata alla presentazione degli oggetti scelti per l'attività: vanno selezionate delle informazioni legate alle opere o ai manufatti e ai personaggi selezionati, utilizzando le risorse già presenti nell'istituzione, come cataloghi, didascalie e libri, ma anche informazioni dietro le quinte per coinvolgere maggiormente i partecipanti a livello emotivo.

Per ogni oggetto devono essere preparate 3-5 domande di discussione, iniziando con domande semplici e descrittive e poi passando a quelle più interpretative e coinvolgenti.

Il giorno dell'attività vanno preparati i materiali per l'accoglienza, come post-it, sedie e dispositivi di ascolto, per garantire il massimo comfort ai partecipanti. Durante la visita, l'obiettivo della guida è coinvolgere i partecipanti attraverso una conversazione informale, illustrando loro la natura interattiva del programma e il modo in cui l'attività funzionerà in generale. È consigliabile, come prima cosa, presentare il tema e menzionare gli oggetti e i personaggi che verranno approfonditi nel corso del programma, per coinvolgere fin da subito i visitatori.

Una volta nelle sale, senza fretta, si deve permettere ai partecipanti di vivere l'atmosfera dell'istituzione culturale, condividendone la storia e i suoi dettagli architettonici creando un'atmosfera accogliente e coinvolgente.

Per assicurarsi che gli anziani riescano ad eseguire quanto suggerito dalla guida, questa può seguire le quattro fasi del coinvolgimento:

1. Osservazione.

Invitare i partecipanti a guardare attentamente l'oggetto dando loro il tempo necessario per ambientarsi;

2. Descrizione.

Chiedere agli anziani di descrivere ciò che vedono. Al termine creare un inventario visivo dell'oggetto;

3. Interpretazione.

Sollecitare l'interpretazione dell'oggetto e favorire descrizioni creative;

4. Connessione.

Collegare l'oggetto al vissuto e alle esperienze dei partecipanti.

Verso la metà dell'attività è possibile facilitare l'interazione fra i partecipanti proponendo una conversazione in piccoli gruppi (Turn & Talk) per parlare degli oggetti in modo più intimo. Per concludere, riassumere e sintetizzare le idee generate dal gruppo, mostrando entusiasmo e sottolineando il valore dell'esperienza appena vissuta (MoMA, 2009, pp.135-139).

5.4.4 Laboratorio di creazione artistica per anziani con demenza

Questa seconda tipologia di programma culturale per anziani con demenza è più coinvolgente rispetto alla prima, in quanto propone un'attività in cui è il partecipante stesso a creare un oggetto con qualità artistiche.

Gli obiettivi del progetto devono essere definiti fin dal principio: è necessario comprendere in che modo il laboratorio di creazione artistica completi il programma di osservazione culturale proposto dall'istituzione, se previsto, considerando inoltre la frequenza con cui offrire il laboratorio in relazione al progetto complessivo, garantendo chiarezza, divertimento e accessibilità. Questa attività si propone infatti di accogliere le limitazioni fisiche degli anziani con demenza e di incoraggiare la partecipazione dei caregiver e dei loro parenti.

Come per il programma di osservazione culturale, il primo passaggio consiste nello scegliere un tema per garantire al progetto una struttura e un obiettivo chiari. In seguito vanno approfonditi gli oggetti e i personaggi interessati dal tema selezionato, sottolineando il collegamento tra l'attività di osservazione culturale e il laboratorio: è dunque consigliabile che il tema complessivo del progetto sia unico.

Selezionati il tema e gli oggetti da riprodurre, bisogna assicurarsi di avere materiale sufficiente per tutti i partecipanti, pianificando eventuali creazioni aggiuntive e considerando la tipologia di materiale da utilizzare per i programmi fuori sede.

Il giorno del laboratorio i responsabili, dopo aver accolto calorosamente i partecipanti, devono avviare le attività spiegando il progetto, i materiali e il tema, valutando al contempo le capacità fisiche e cognitive degli anziani coinvolti. Le indicazioni, chiare e graduali, servono a collegare l'oggetto che verrà creato al tema generale ma, se necessario, è possibile anche usare riproduzioni per una maggiore esemplificazione del risultato da ottenere.

La scelta dell'ambiente è fondamentale per la buona riuscita del laboratorio. Lo spazio deve essere confortevole, privo di distrazioni, con illuminazione e temperatura adeguate. I partecipanti, una volta a loro agio con lo studio o con lo spazio esterno al museo, vanno assistiti in base alle loro necessità, tenendo sempre in considerazione la possibilità che si distraggano. L'esperienza complessiva deve essere positiva e i partecipanti vanno messi nella condizione di viverla provando grande fiducia nei confronti degli operatori.

Al termine del momento creativo, tutti i partecipanti possono condividere le proprie creazioni e chi gestisce il laboratorio deve favorire il coinvolgimento dei caregiver o dei parenti, facilitando lo scambio di idee e opinioni positive.

Per dare ulteriore risalto all'iniziativa l'istituzione culturale potrebbe considerare di utilizzare parte dello spazio al suo interno per ospitare mostre di oggetti realizzati dagli anziani con demenza. La mostra, anche grazie al coinvolgimento di familiari, caregiver, amici e finanziatori, diventerebbe un momento di riconoscimento per gli sforzi fatti dai partecipanti e dunque ad ogni oggetto bisogna abbinare delle didascalie contenenti i nomi degli autori e i titoli.

Una volta terminato il periodo espositivo, gli oggetti vanno restituiti a chi li ha realizzati (MoMA, 2009, pp. 139–141).

5.4.5 Attività di reminiscenza per anziani con demenza

Un'attività culturale alternativa alle due già descritte è legata ai ricordi e si ispira al programma 'House of Memories' dei National Museums Liverpool. Alla base di questa proposta c'è il concetto di reminiscenza, cioè il richiamare ricordi ed eventi passati. La reminiscenza lavora sulle abilità residue delle persone e va, dunque, calibrata in base alle condizioni di salute dei partecipanti.

La prima fase del programma prevede la selezione degli oggetti da proporre durante lo svolgimento delle attività: in questo processo va considerata l'esperienza pregressa dei partecipanti per riuscire ad entrare realmente in contatto con la persona affetta da demenza. Il metodo più efficace è quello di creare una scatola dei ricordi: si tratta di un sistema pensato per raccogliere oggetti, cimeli e fotografie legati al passato e tenerli tutti in un unico posto, utile per interagire con le persone con cui stai svolgendo il laboratorio. La scatola dei ricordi dovrebbe includere: un contenitore (una valigia, una scatola di plastica o un oggetto con la stessa funzione), vecchi oggetti e cimeli, copie di vecchie fotografie o immagini. Gli elementi vanno selezionati scegliendo un tema o un'epoca che li accomuni, raggiungendo un numero di oggetti di almeno 10 unità.

Una volta preparata la scatola dei ricordi si deve scegliere una stanza confortevole, senza rumore di fondo, con posti a sedere organizzati per gruppi o per coppie. Le tempistiche vanno adattate alle singole persone, ma solitamente la durata del laboratorio varia da 10 minuti a 1 ora.

Una volta che gli anziani si trovano a loro agio nella sala, si possono riunire gli oggetti o la scatola dei ricordi e spiegare lo scopo della sessione, incentivando la condivisione di storie di vita ed esperienze e identificando gli argomenti e gli interessi condivisi dai partecipanti. Il responsabile dell'attività deve stimolare la condivisione personale, arrivando anche a condividere i propri ricordi per coinvolgere i partecipanti. Nel caso in cui la conversazione risulti difficile, è utile usare semplici rompighiaccio (ad esempio, liste di 'Cose che mi piacciono' e 'Cose che non mi piacciono') oppure, nei frangenti in cui qualcuno cerchi di monopolizzare il dialogo, stimolare chi tende a evitare di parlare.

I partecipanti sono alla base del programma e, pertanto, è fondamentale mantenere un approccio centrato su di loro, tenendo traccia dei feedback ricevuti e adattando le attività in base alle preferenze degli anziani che hanno già partecipato (National Museums Liverpool, 2023).

5.5 Checklist di autovalutazione per i musei

Questa checklist, creata prendendo ispirazione da alcune linee guida già esistenti (IFLA/LSN, 2023; Langinauer et al, 2022; MiBACT, 2018; Society of American Archivists, 2024), vuole essere un utile strumento di supporto alle istituzioni museali interessate a venire incontro alle specifiche esigenze della parte anziana del proprio pubblico, modificando i servizi offerti e i propri spazi, andando anche ad integrare la propria offerta culturale.

Come abbiamo visto, i dati raccolti grazie ai questionari hanno messo in luce un grande divario tra l'importanza del pubblico senior e l'inclusività effettiva delle istituzioni museali verso la popolazione anziana. In particolare, la persistenza di barriere architettoniche è stata identificata come l'ostacolo principale, segnalata ad esempio dal 43,3% dei musei in Polonia. Allo stesso modo, le difficoltà di tipo psicofisico e sensoriale, come illuminazione inadeguata o l'assenza di aree di sosta, sono state indicate come una criticità importante dal 27,1% delle istituzioni giapponesi.

La checklist proposta dunque ha l'obiettivo di rimediare, anche in piccola parte, a queste mancanze, fungendo da promemoria e da strumento per supportare lo sviluppo di idee nella gestione quotidiana di un'istituzione culturale. I responsabili possono selezionare sezioni della lista e adattarle alle proprie esigenze, come la pianificazione di mostre, lo sviluppo di comunicazioni, le note per i servizi di accoglienza o i materiali di formazione. Dopo aver selezionato le caselle più rilevanti, è possibile sviluppare un piano per l'accessibilità e l'inclusione, elaborando obiettivi precisi, strategie, tempistiche e le persone responsabili delle iniziative. È consigliabile integrare questa checklist nella pianificazione operativa annuale dell'istituzione culturale, rivedendola regolarmente per monitorare i progressi nell'attuazione delle strategie. Nonostante la natura completa e dettagliata della checklist, progettata per

affrontare quasi tutte le questioni pratiche relative all'accessibilità di un museo per le persone anziane, è importante ricordare che i progressi iniziano con passi piccoli e gestibili.

Questo approccio scalabile mira ad affrontare le difficoltà che molti musei incontrano nella proposta di programmi e attività speciali rivolti a un segmento specifico del proprio pubblico: solitamente, infatti, i piani di accessibilità si basano sui requisiti previsti dalla legge concentrandosi sul miglioramento dell'accessibilità fisica degli spazi, trascurando le questioni legate ad altri aspetti dell'accessibilità. Spesso, inoltre, chi è responsabile dei musei riscontra difficoltà dovute a una gestione esternalizzata e alla mancanza di fondi, di personale, di tempo e di supporto da parte di altre istituzioni. Da questa prospettiva, ogni casella selezionata nelle liste seguenti rappresenta un risultato degno di nota e un incentivo a fare ancora di più.

Per facilitare la messa a fuoco del grado di accessibilità e inclusività del proprio museo verso gli utenti senior la checklist prevede, in coda ad ogni sezione e anche al termine del documento stesso, un modulo di autovalutazione basato sulle voci compilate poco sopra: una percentuale di risposte affermative compresa fra 61% e 100% è considerata positiva, se compresa fra 31% e 60% neutra, mentre se compresa fra 0% e 30% negativa. Questa valutazione empirica facilita una rapida presa di coscienza degli aspetti su cui è necessario lavorare e di quelli su cui si è già giunti a un livello adeguato. La scheda valutativa finale è infine riferita allo stato attuale di accessibilità e inclusività del museo nel suo complesso e, se non soddisfacente, può essere considerata un traguardo da porsi e su cui lavorare in futuro.

5.5 Checklist per musei più accessibili e inclusivi verso i visitatori over 65
5.5.1 Accessibilità fisica per anziani con disabilità
5.5.2 Personale e strumenti di supporto
5.5.3 Servizi museali
5.5.4 Diffusione
5.5.5 Valutazione finale del grado di accessibilità e inclusione del museo verso i propri visitatori anziani

5.5.1 Accessibilità fisica per anziani con disabilità
5.5.1.1 Andare al museo (5 voci)
• L'ingresso principale è accessibile: Sì ☐ No ☐
• L'ingresso principale non è accessibile. Tuttavia, ci sono simboli che indicano un ingresso accessibile: Sì ☐ No ☐
• L'ingresso accessibile soddisfa uno dei seguenti requisiti:
○ Si trova su una superficie piana (senza cambi di livello) e ha una porta di larghezza pari o superiore a 75 cm: Sì ☐ No ☐
○ Presenta una rampa inclinata con una pendenza inferiore all'8% o compresa tra l'8% e il 12%, e una porta di larghezza pari o superiore a 75 cm: Sì ☐ No ☐
○ Ha una soglia inferiore a 2,5 cm e una porta di larghezza pari o superiore a 75 cm: Sì ☐ No ☐

○ È dotato di piattaforma elevatrice, montascale o rampa amovibile, e una porta di larghezza pari o superiore a 75 cm: Sì ☐ No ☐
• Ci sono parcheggi gratuiti accessibili vicino agli ingressi accessibili, segnalati con il Simbolo Internazionale di Accessibilità (ISA): Sì ☐ No ☐
• È possibile raggiungere il museo con vari mezzi di trasporto, inclusi trasporto pubblico, taxi, auto private, biciclette o a piedi, e la segnaletica stradale è chiara: Sì ☐ No ☐
Commenti:

5.5.1.1 Accessibilità fisica per anziani con disabilità
5.5.1.2 Segnaletica (4 voci)
• Il museo dispone di una mappa tattile e/o un modello in scala dell'edificio, dei locali e delle strade circostanti, progettati per assistere i visitatori anziani con disabilità visive: Sì ☐ No ☐
• Il percorso verso l'ingresso del museo è chiaramente indicato con segnaletica dedicata: Sì ☐ No ☐
• Le indicazioni sono chiare e posizionate in luoghi facilmente visibili: Sì ☐ No ☐
• La segnaletica interna al museo, come ad esempio quella relativa alle toilette, è comprensibile facilmente anche per le persone anziane e non è eccessivamente stilizzata: Sì ☐ No ☐

Commenti:

5.5.1.1 Accessibilità fisica per anziani con disabilità
5.5.1.3 Spostarsi all'interno del museo (17 voci)
• È possibile muoversi nel museo senza incontrare barriere architettoniche, includendo le aree di arrivo e gli spazi correlati, tutti gli spazi per i clienti e le esposizioni, le strutture espositive e i locali del personale: Sì ☐ No ☐
• Le porte hanno una larghezza minima di 85 cm: Sì ☐ No ☐
• Le maniglie delle porte, i pulsanti di rilascio, i campanelli e i citofoni sono posizionati a un'altezza compresa tra 85 e 110 cm dal suolo: Sì ☐ No ☐
• I percorsi sono sufficientemente larghi, con uno spazio di rotazione di almeno 150 cm di diametro ogni 15 metri (necessario per girare una sedia a ruote): Sì ☐ No ☐
• Le superfici dei percorsi sono dure, livellate e antiscivolo, anche quando bagnate: Sì ☐ No ☐
• Le soglie non superano i 2 cm di altezza: Sì ☐ No ☐
• Le porte sono leggere da aprire o si aprono automaticamente: Sì ☐ No ☐
• Le rampe hanno una pendenza massima dell'8% e sono dotate di corrimano e barriere laterali su entrambi i lati: Sì ☐ No ☐

- Per differenze di livello superiori a 100 cm è disponibile una rampa, una piattaforma elevatrice o un montascale accanto alle scale: Sì ☐ No ☐
- C'è un ascensore accanto alle scale con accesso libero che soddisfa le dimensioni minime (larghezza di almeno 110 cm e profondità di almeno 140 cm): Sì ☐ No ☐
- Le scale e le rampe sono dotate di corrimano: Sì ☐ No ☐
- Gli sportelli di assistenza, come quelli per la vendita dei biglietti e l'info desk, sono progettati in modo che i clienti possano accedervi sia seduti che in piedi. I banconi sono dunque posti a un'altezza compresa fra i 120 cm e i 75-80 cm, con almeno 67 cm di spazio verticale libero per le ginocchia sotto i banconi: Sì ☐ No ☐
- Il museo dispone di bagni accessibili per visitatori e personale, opportunamente attrezzati e conformi ai requisiti di accessibilità legale, e dotati di cestini per pannolini. Una sedia a ruote richiede uno spazio di almeno 150 cm per girarsi, e ci devono essere 80 cm di spazio su entrambi i lati della seduta del WC: Sì ☐ No ☐
- Il museo fornisce sedute confortevoli in tutte le aree: Sì ☐ No ☐
- Il museo fornisce sedie robuste con un'altezza di 50-55 cm, complete di schienali e braccioli: Sì ☐ No ☐
- Le aree espositive dispongono di panchine da cui i visitatori possono comodamente osservare le opere mentre sono seduti: Sì ☐ No ☐
- Tutti gli spazi del museo, inclusi negozi, aree di riposo e caffè, sono dotati di spazio sufficiente per accogliere i clienti che utilizzano dispositivi di assistenza, e i percorsi hanno una larghezza minima di 90 cm: Sì ☐ No ☐

Commenti:

5.5.1.1 Accessibilità fisica per anziani con disabilità

5.5.1.4 Ambiente sensoriale (9 voci)

- Nelle esposizioni, il personale del museo mira a proporre esperienze sensoriali varie, fornendo informazioni e interazioni in formati multisensoriali per coinvolgere gli anziani, che a volte possono avere difficoltà visive o uditive: Sì ☐ No ☐
- All'interno del museo, variazioni di colore e contrasto facilitano la percezione spaziale. Ad esempio, forti contrasti di colore tra pavimenti e pareti aiutano a differenziare facilmente gli spazi: Sì ☐ No ☐
- I materiali di arredo e di superficie sono scelti con cura per migliorare la chiarezza; le porte sono distinguibili dalle pareti, e i posti a sedere sono chiaramente identificabili: Sì ☐ No ☐
- Le variazioni di livello, come gradini e scale, sono segnalate con motivi tattili e contrasti di colore per una maggiore visibilità: Sì ☐ No ☐
- L'illuminazione in tutto il museo è uniforme, priva di riflessi e sufficientemente luminosa in tutte le aree, inclusi i percorsi, le segnaletiche leggibili e i testi sulle pareti: Sì ☐ No ☐

- La guida direzionale è garantita da opportune superfici tattili sul pavimento, incluse strisce guida, testate per assistere i visitatori anziani con disabilità visive. Linee in rilievo indicano gli incroci nei percorsi: Sì ☐ No ☐
- L'ambiente sonoro del museo è privo di rumori di fondo o echi che potrebbero disturbare l'udito: Sì ☐ No ☐
- Se presenti, gli elementi multimediali come video e installazioni sonore offrono volumi regolabili per adattarsi alle preferenze dei visitatori, con la possibilità di abbassare o alzare il volume per le persone anziane che sono sensibili ai suoni o hanno problemi di udito: Sì ☐ No ☐
- Gli elementi multisensoriali sono progettati con l'accessibilità in mente, offrendo alternative facili da usare per vista, udito e tatto, evitando sensazioni eccessive come luci lampeggianti, odori forti o suoni improvvisi: Sì ☐ No ☐

Commenti:

5.5.1.1 Accessibilità fisica per anziani con disabilità

5.5.1.5 Allestimento degli spazi espositivi (6 voci)

- Sono fornite ai progettisti e costruttori delle esposizioni istruzioni dettagliate per garantire il rispetto dei criteri di accessibilità, facilitando la navigazione e la comprensione per tutti i visitatori, inclusi quelli over 65: Sì ☐ No ☐
- Le esposizioni sono progettate per accogliere i visitatori che utilizzano dispositivi di assistenza, permettendo loro di avvicinarsi alle opere e agli oggetti grazie ad un ampio spazio e percorsi di una larghezza compresa tra 90 e 150 cm: Sì ☐ No ☐
- Le opere e gli oggetti destinati a una visione ravvicinata sono posizionati ad altezze comprese tra 80 e 160 cm, garantendo l'accessibilità a tutti i visitatori e una facile fruizione: Sì ☐ No ☐
- Ogni oggetto espositivo è distinto dallo sfondo con forti contrasti cromatici e la sua disposizione minimizza il rischio di danni: Sì ☐ No ☐
- Le teche espositive consentono un accesso ravvicinato ai visitatori che utilizzano dispositivi di assistenza, con altezza di visione compresa tra 75 e 80 cm e uno spazio adeguato alle ginocchia sotto di esse (larghezza 80 cm, profondità 60 cm e altezza minima di 67 cm): Sì ☐ No ☐
- Gli schermi sono posizionati ad una altezza compresa tra 75 e 80 cm, con almeno 67 cm di spazio per le ginocchia sotto di essi, per garantire l'accessibilità a tutti i visitatori, inclusi coloro che utilizzano dispositivi di assistenza: Sì ☐ No ☐

Commenti:

5.5.1.1 Accessibilità fisica per anziani con disabilità

5.5.1.6 Didascalie e pannelli (10 voci)

- I testi all'interno delle mostre sono progettati per essere facilmente leggibili sia nel contenuto che nell'aspetto: Sì ☐ No ☐
- I pannelli e le didascalie delle esposizioni sono posizionati a un'altezza compresa tra 100 e 120 cm dal pavimento, adatta per testi destinati alla lettura ravvicinata: Sì ☐ No ☐
- È fornita un'illuminazione adeguata a garantire la visibilità ottimale dei testi: Sì ☐ No ☐
- I testi non sono posti su superfici lucide o sotto di esse, per evitare riflessi che possano ostacolare la leggibilità: Sì ☐ No ☐
- I layout sono progettati con cura per massimizzare la chiarezza e la leggibilità: Sì ☐ No ☐
- È mantenuto un forte contrasto cromatico tra il testo e lo sfondo per migliorare la leggibilità: Sì ☐ No ☐
- È utilizzata una dimensione minima del carattere di 1,5-2,5 cm, assicurando la leggibilità anche da vicino: Sì ☐ No ☐
- La lunghezza delle righe è ottimizzata per mantenere la leggibilità, con un massimo di 90 caratteri per riga e una lunghezza raccomandata di 55-60 caratteri: Sì ☐ No ☐
- I testi sono presentati in minuscolo, poiché sono più facili da leggere rispetto al maiuscolo: Sì ☐ No ☐

- Sono stati scelti caratteri facili da leggere, come Arial e Helvetica Medium: Sì ☐ No ☐

Commenti:

5.5.1.7 Valutazione complessiva del grado di accessibilità fisica per anziani con disabilità (51 voci)

- Positivo (61–100%): 31–51 voci
- Neutro (31–60%): 15–30 voci
- Negativo (0–30%): 0–14 voci

Commenti:

5.5.2 Personale e strumenti di supporto

5.5.2.1 Formazione del personale (3 voci)

- Il personale addetto al servizio clienti è ben informato sulle soluzioni di accessibilità disponibili presso il museo e sui servizi offerti in relazione all'accessibilità: Sì ☐ No ☐

- Tutti i membri del personale hanno seguito un corso di formazione sull'uso dei dispositivi di assistenza disponibili per il prestito presso il banco del servizio clienti: Sì ☐ No ☐

- Nel caso di personale fornito da ditte esterne il museo ha fornito indicazioni sulla formazione anche riguardo ai visitatori della terza età: Sì ☐ No ☐

Commenti:

5.5.2 Personale e strumenti di supporto

5.5.2.2 Linguaggio e comunicazione (2 voci)

- Il personale del servizio clienti conversa direttamente con i visitatori anziani, anche se questi sono accompagnati da un caregiver e/o un familiare: Sì ☐ No ☐
- Il personale del servizio clienti è in grado di utilizzare diversi metodi di comunicazione, inclusi la comunicazione scritta, un linguaggio di facile comprensione o la comunicazione attraverso immagini e simboli: Sì ☐ No ☐

Commenti:

5.5.2 Personale e strumenti di supporto
5.5.2.3 Servizi (4 voci)
I visitatori del museo possono accedere a un servizio clienti personalizzato attraverso diversi canali, inclusi interazioni di persona, telefonate, e-mail o chat: Sì ☐ No ☐
Le visite al museo possono essere organizzate in orari in cui non ci sono altri visitatori presenti: Sì ☐ No ☐
I visitatori possono portare cani guida, con la possibilità di lasciarli in un'area sicura designata, se necessario: Sì ☐ No ☐
I visitatori possono recarsi in un'area tranquilla e meno stimolante all'interno dei locali del museo, se necessario: Sì ☐ No ☐
Commenti:

5.5.2 Personale e strumenti di supporto
2.2.4 Assistenza (3 voci)
Il personale del servizio clienti è preparato ad assistere i visitatori con disabilità, anziani inclusi: Sì ☐ No ☐

- I punti informativi e di primo soccorso sono contrassegnati chiaramente e sono accessibili all'interno del museo, insieme a defibrillatori automatici esterni (DAE) e personale addestrato per assistere prontamente i visitatori anziani in caso di emergenze: Sì ☐ No ☐

- Il museo offre un servizio di raccolta e gestione dei reclami: Sì ☐ No ☐

Commenti:

5.5.2 Personale e strumenti di supporto

5.5.2.5 Dispositivi di assistenza e soluzioni di accessibilità (2 voci)

- Il servizio clienti del museo fornisce e presta vari dispositivi di assistenza, tra cui deambulatori, sedie a ruote, sedie portatili, lenti di ingrandimento, torce e amplificatori uditivi: Sì ☐ No ☐
- Una mappa verbale del percorso museale è accessibile sul sito web, specificamente progettata per i visitatori anziani con disabilità visive. Il personale informa i visitatori di questa opzione, fornendo descrizioni verbali degli spazi e dei percorsi per aiutarli a orientarsi e trovare i servizi essenziali: Sì ☐ No ☐

Commenti:

--

5.5.2.6 Valutazione complessiva del grado di accessibilità relativo a personale e strumenti di supporto (14 voci)
Positivo (61–100%): 9–14 voci
Neutro (31–60%): 5–8 voci
Negativo (0–30%): 0–4 voci
Commenti:

5.5.3 Servizi museali
5.5.3.1 Servizi accessibili (4 voci)
Il museo propone tour guidati, laboratori, inaugurazioni, conferenze, incontri con artisti e altri eventi con un focus sull'accessibilità: Sì ☐ No ☐
I servizi del museo danno priorità all'accessibilità e possono essere personalizzati per soddisfare le esigenze individuali, se necessario: Sì ☐ No ☐

- Il personale del museo realizza programmi di sensibilizzazione al di fuori dei locali del museo, contattando istituzioni di cura e case di riposo, tra gli altri: Sì ☐ No ☐

- Le attività sono offerte in vari orari, inclusi durante il giorno, la sera, nei giorni feriali e nei fine settimana, per adattarsi a diverse disponibilità: Sì ☐ No ☐

Commenti:

5.5.3 Servizi museali

5.5.3.2 Tour guidati e laboratori (8 voci)

- Il museo offre tour guidati in linguaggio di facile comprensione: Sì ☐ No ☐
- Il museo fornisce audioguide, accessibili sia con attrezzature fornite dal museo che attraverso i dispositivi personali dei visitatori via web: Sì ☐ No ☐
- Le audioguide includono descrizioni verbali degli oggetti o delle opere d'arte del museo: Sì ☐ No ☐
- È disponibile anche un'audioguida in linguaggio di facile comprensione: Sì ☐ No ☐
- Le attività dei laboratori sono personalizzate per massimizzare l'accessibilità in base alle esigenze dei partecipanti. Le modifiche possono includere l'adattamento della durata del laboratorio, la fornitura di guide aggiuntive o personale per l'assistenza, e l'utilizzo di strumenti e tecniche alternative, se necessario: Sì ☐ No ☐

- I laboratori sono organizzati seguendo diversi stili di apprendimento. Questi, ad esempio, possono includere attività di osservazione e/o attività manuali: Sì ☐ No ☐
- Gli eventi si svolgono in spazi adeguati, dando priorità alle aree accessibili quando sono disponibili più opzioni: Sì ☐ No ☐
- Le comunicazioni relative agli eventi includono informazioni sull'accessibilità: Sì ☐ No ☐

Commenti:

5.5.3 Servizi museali

5.5.3.3 Programmi partecipativi (5 voci)

- Il museo coinvolge i visitatori anziani in attività di volontariato: Sì ☐ No ☐
- I visitatori anziani svolgono attività di volontariato in qualità di guide occasionali o assistenti per eventi speciali: Sì ☐ No ☐
- Il museo organizza programmi e/o laboratori creativi specificamente per visitatori anziani per stimolare l'interazione sociale e la creatività, come laboratori di artigianato, pittura e scrittura: Sì ☐ No ☐

- Il museo pianifica eventi che coinvolgono diverse generazioni, come laboratori di narrazione in cui i visitatori anziani condividono storie ed esperienze con i visitatori più giovani: Sì ☐ No ☐

- Il museo collabora con le scuole locali per creare progetti educativi che coinvolgono i visitatori anziani per valorizzarli in quanto risorse di conoscenza ed esperienza, facilitando il dialogo tra le generazioni: Sì ☐ No ☐

Commenti:

5.5.3.4 Valutazione complessiva del grado di accessibilità dei servizi museali (17 voci)

Positivo (61-100%): 11-17 voci

Neutro (31-60%): 5-10 voci

Negativo (0-30%): 0-4 voci

Commenti:

5.5.4. Diffusione

5.5.4.1 Comunicazione (3 voci)
Viene utilizzata una varietà di canali di comunicazione, tra cui siti web, piattaforme di social media e opuscoli stampati: Sì ☐ No ☐
Il personale di comunicazione del museo si rivolge direttamente ai gruppi designati, mettendo particolarmente in evidenza i servizi relativi all'accessibilità ed includendo i visitatori anziani: Sì ☐ No ☐
Il museo è in diretto contatto con organizzazioni legate alla facilitazione delle attività per anziani, come l'università della Terza Età, e le informa delle proprie azioni verso questa fascia età: Sì ☐ No ☐
Commenti:

5.5.4 Diffusione
5.5.4.2 Linguaggio (1 voce)
Le comunicazioni del museo utilizzano un linguaggio di facile comprensione, adatto anche alle persone anziane: Sì ☐ No ☐
Commenti:

5.5.4 Diffusione

5.5.4.3 Grafiche e aspetto delle comunicazioni (4 voci)

- La presentazione visiva dei materiali di comunicazione è semplice. Vengono utilizzati caratteri chiari e dimensioni di font adeguate. Le scelte di colore danno priorità a un forte contrasto tra il testo e lo sfondo: Sì ☐ No ☐
- Il testo non è sovrapposto a immagini o sfondi a motivo per mantenere la leggibilità: Sì ☐ No ☐
- Le immagini, comprese foto e disegni, sono incorporate nelle comunicazioni per migliorare la comprensione: Sì ☐ No ☐
- Il testo è dotato di un'adeguata spaziatura fra i caratteri, le righe e i margini. Questa accortezza rende l'interpretazione dei contenuti intuitiva anche per gli utenti senior: Sì ☐ No ☐

Commenti:

5.5.4 Diffusione

5.5.4.4 Accessibilità delle informazioni (4 voci)

- Le informazioni essenziali, come orari di apertura, dettagli sull'accessibilità, indirizzo, prezzi di ingresso e informazioni di contatto, sono facilmente accessibili e comprensibili: Sì ☐ No ☐
- Le persone responsabili dell'accessibilità museale sono indicate sul sito web, negli opuscoli e in altri materiali di comunicazione, insieme ai loro contatti: Sì ☐ No ☐
- Le informazioni sull'accessibilità, sia per il museo che per gli eventi, vengono condivise attraverso i canali social, compresi i post su Instagram e le pagine evento su Facebook: Sì ☐ No ☐
- Nelle comunicazioni del museo sono incluse informazioni riguardanti gli orari di maggiore tranquillità: Sì ☐ No ☐

Commenti:

5.5.4 Diffusione

5.5.4.5 Informazioni all'interno del museo (1 voce)

- Gli annunci nel museo vengono riportati personalmente a voce dallo staff ai visitatori anziani con problemi di udito, o scritti su schermi o cartelloni usando caratteri di grandi dimensioni: Sì ☐ No ☐

Commenti:

5.5.4 Diffusione

5.5.4.6 Accessibilità del sito web (8 voci)

- Il sito web del museo è sviluppato in conformità con le Linee guida per l'accessibilità dei contenuti web (WCAG) 2.1: Sì ☐ No ☐
- Il sito web del museo è compatibile con tecnologie assistive, come il software di lettura dello schermo: Sì ☐ No ☐
- Il sito web è costantemente aggiornato e contiene un elenco completo dei servizi disponibili presso il museo: Sì ☐ No ☐
- Il testo sul sito web può essere facilmente ingrandito: Sì ☐ No ☐
- È disponibile una funzione di lettura ad alta voce sul sito web: Sì ☐ No ☐
- Tutti i video sul sito web sono sottotitolati: Sì ☐ No ☐
- I video sul sito web includono descrizioni audio: Sì ☐ No ☐
- Le newsletter online sono accessibili e facili da usare: Sì ☐ No ☐

Commenti:

5.5.4.7 Valutazione complessiva del grado di accessibilità dei Servizi museali (21 voci)
Positivo (61-100%): 13-21 voci
Neutro (31-60%): 6-12 voci
Negativo (0-30%): 0-5 voci
Commenti:

5.5.5 Valutazione finale del grado di accessibilità e inclusione del museo verso i propri visitatori anziani (103 voci)
Positivo (61-100%): 62-103 voci
Neutro (31-60%): 31-61 voci
Negativo (0-30%): 0-30 voci
Commenti:

6. Conclusioni

Siamo giunti al termine di questo lavoro di ricerca, nel corso del quale abbiamo dimostrato come i sistemi museali delle quattro nazioni analizzate siano accomunati da un aspetto comune: sebbene l'importanza del pubblico over 65 sia ampiamente riconosciuta, le attività di inclusione e coinvolgimento all'interno della proposta culturale sono generalmente marginali. In Italia, Giappone, Germania e Polonia infatti la risposta alle necessità di questa parte importante del pubblico è frammentaria, e non adeguatamente strutturata.

I dati in nostro possesso, ottenuti tramite diversi e articolati questionari, vanno a contraddire una possibile visione del pubblico senior come utenza fragile: questa fascia di età infatti rappresenta una componente importante dei visitatori annuali dei musei ed è caratterizzata da una notevole autonomia, associata a un grande interesse per le attività proposte dai musei. A livello statistico, in alcuni casi anche superiore a quello delle generazioni più giovani. Tuttavia, a questi numeri molto incoraggianti non corrisponde un'adeguata offerta culturale. Ad eccezione della Polonia, dove la maggior parte dei musei ha già all'interno delle proprie proposte programmi per anziani, i paesi analizzati non hanno ancora inserito a livello progettuale attività che considerino le esigenze specifiche dei visitatori di questa fascia di età.

Nel tentativo di ovviare a queste mancanze generalizzate, questo lavoro di tesi si propone di superare la mera dimensione teorica: oltre ad analizzare lo stato dell'inclusione e dell'accessibilità dei musei campione e raccomandare dei casi studio da prendere come ispirazione, propone infatti degli strumenti operativi completi. La checklist di autovalutazione e le linee guida per le attività di creative ageing sono state pensate proprio per rispondere alle numerose criticità emerse nel corso dello studio e vogliono offrire soluzioni scalabili e adattabili ai contesti museali più diversi. L'obiettivo in questo caso è stato cercare di ridurre il divario presente fra la ricerca

accademica e la pratica museale, trasferendo i risultati scientifici in buone pratiche applicabili nel mondo reale.

Gli studi dedicati a questa tematica, di grande interesse e attualità nel mondo contemporaneo, non si possono sicuramente considerare esauriti qui e a nostro parere sono almeno due le linee di ricerca che meriterebbero di essere approfondite. La prima è strettamente legata ad uno degli output della tesi finale: la checklist. Questo strumento potrebbe infatti essere condiviso con i musei interessati a partecipare ad una sperimentazione capillare, al fine di mappare il corrente stato di accessibilità e inclusività della rete museale sfruttando le potenzialità del documento, valutando punto per punto punti di forza e punti di debolezza delle istituzioni museali a livello singolo ma anche su scala nazionale. La seconda linea di ricerca prende spunto da alcune buone pratiche sviluppate in Giappone, mirate alla raccolta di dati fisiologici applicata alle attività di creative ageing. Come abbiamo visto, il professor Izumi Ogata (Kyushu Sangyo University) e l'associazione ArtsAlive hanno già avviato due simili sperimentazioni, volte ad un approccio basato sui dati che mira a fornire delle risposte scientifiche alle domande legate all'effettivo miglioramento del benessere del pubblico anziano grazie ai programmi museali. Questo approccio, non più basato semplicemente sulle impressioni dei partecipanti e degli organizzatori, potrebbe inoltre facilitare l'ottenimento di fondi specifici da parte delle istituzioni museali, grazie alle fondamenta scientifiche su cui la richiesta verrebbe avanzata.

Entrambe le proposte hanno un unico scopo finale, che è quello di sostenere e facilitare la transizione dei musei verso un nuovo ruolo legato al concetto allargato di welfare culturale, facendoli divenire sempre più partecipanti attivi della vita di comunità e integrati nel tessuto sociale.

Bibliografia/Sitografia

(ultimo accesso: 31/12/2025)

A.P.S.P. Civica di Trento. (2021). *L'arte nel cuore – nel cuore*

dell'arte. <https://www.civicatnapsp.it/Novita/Notizie/L-arte-nel-cuore-nel-cuore-dell-arte/>

Abbonamento Musei. (n.d.). *Il Quartiere al Museo*. [https://abbonamentomusei.it/chi-](https://abbonamentomusei.it/chi-siamo/progetti/il-quartiere-al-museo/)

[siamo/progetti/il-quartiere-al-museo/](https://abbonamentomusei.it/chi-siamo/progetti/il-quartiere-al-museo/)

Accademia Carrara. (n.d.). *Custodire memorie...al*

museo. <https://www.lacarrara.it/progetto/custodire-memorie/>

Accademia Carrara. (n.d.). *Una Carrara al mese, l'Accademia raccontata dai Centri per Tutte le*

Età. <https://www.lacarrara.it/evento/una-carrara-al-mese-laccademia-raccontata-dai-centri-per-tutte-le-eta/>

ArtsAlive. (n.d.). *ArtsAlive*. <https://www.artsalivejp.org/>

BAM! Strategie Culturali. (2021). *Creative Ageing. Mappatura di progetti culturali italiani*

dedicati all'invecchiamento creativo. https://www.bamstrategieculturali.com/wp-content/uploads/2021/03/Creative-Ageing_DEF_low-2.pdf/

Bangkok Art and Culture Centre (BACC). (2023). *Blowing Up the Tale of an Aging Society*.

<https://www.bacc.or.th/en/events/61678/>

Bernardo, L. D., Carvalho, C. R. A. D. (2020). *The role of cultural engagement for older adults: an integrative review of scientific literature*. Revista Brasileira de Geriatria e Gerontologia, 23 (06).

BLMK. (n.d.). *Atelier für Erwachsene*. <https://www.blmk.de/kunstvermittlung/atelier-fuer-erwachsene/>

Centro Pecci. (n.d.). *In corso d'opera*. <https://centropecci.it/educazione/arte-e-benessere/in-corso-d-opera/>

Cicerchia, A., Rossi Ghiglione, A., Seia C. (2020). *Welfare culturale*. Treccani.

<https://www.treccani.it/magazine/atlante/cultura/Welfare.html/>

Cicerchia, A., Seia, C., Azzarita, V., Federico, C. (2022). *Biblioteche e welfare culturale*, in Faggiolani, C., *Le biblioteche nel sistema del benessere: uno sguardo nuovo*. Geografie culturali, Milano, Editrice Bibliografica, 77-84.

Dance Well. Movement research for Parkinson's. (2025). *Dance Well the European Journey. Discovering the fundamentals of Dance Well, its impact, and its relation to healthcare*

systems. <https://www.dropbox.com/scl/fi/nepxjvllrg30kcn7q3tof/Dance-Well-the-European-Journey.pdf?rlkey=xzpqxsrp2uzi82jihzpwgrpon&e=3&st=311lux64&dl=0/>

Direzione generale Musei. (s.d.). *Elenco musei*. <http://musei.beniculturali.it/musei/>

European Union. (2024). *Population age structure by major age groups, 2014, 2023, and 2024 (% of the total population)*. https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Population_structure_and_ageing/

Fancourt, D., Finn, S. (2019). *What Is the Evidence on the Role of the Arts in Improving Health and Well-Being?: A Scoping Review*. WHO Regional Office for Europe.
<https://www.who.int/publications/i/item/what-is-the-evidence-on-the-role-of-the-arts-in-improving-health-and-well-being-a-scoping-review/>

Fondazione Palazzo Magnani. (n.d.). *Sguardi riflessi*.
<https://www.palazzomagnani.it/edu/progetti-di-accessibilita/sguardi-riflessi/>

Fondazione Palazzo Strozzi. (n.d.). *A più voci*. <https://www.palazzostrozzi.org/a-piu-voci/>

Fondazione Palazzo Strozzi. (n.d.). *Corpo libero*. <https://www.palazzostrozzi.org/corpo-libero/>

Fondazione Querini Stampalia. (n.d.). *Servizi educativi*.
<https://www.querinistampalia.org/it/servizi-educativi/>

Fondazione Scuola Beni Attività Culturali (2022). *Buone pratiche di prima accoglienza ad uso degli operatori museali. Guida breve all'accessibilità.*

<https://www.fondazione scuolapatrimonio.it/uploads/2022/12/Guida-accessibilita-DEF.pdf/>

Fondazione Vitality. (2023). *Ecosistema*. <https://fondazionevitality.it/ecosistema-2/ecosistema/>

Fujioka, H. (2022). *Creative Ageing: Museum's challenge towards a super-aged society*. Tokyo Metropolitan Art Museum Bulletin, n. 28, English translation.

IFLA/Library Services for People with Special Needs Section (LSN). (2023), *Revised Guidelines for Accessible Libraries and Services for Everyone: A Brief Overview of Tips for Ensuring Access to Information for Persons with Disabilities*.

<https://repository.ifla.org/rest/api/core/bitstreams/f4e50c39-4513-406c-b864-5987689525c5/content/>

Il Mascalzone. (2023). *La scuola dei nonni al Museo del Mare*.

<https://www.ilmascalzone.it/2023/11/la-scuola-dei-nonni-al-museo-del-mare/>

InToscana.it. (2025). *Con Musei Toscani per l'Alzheimer l'arte è accessibile: il 95% dei pazienti con demenza si sente incluso*. <https://www.intoscana.it/it/alzheimer-musei-toscani/>

Isard, P., & Gardner, C. (2021). *Making modern art accessible: An outcome report on the IMMA Art & Ageing programme*. Irish Museum of Modern Art, 2021. <https://imma.ie/wp-content/uploads/2021/08/IMMA-Arts-and-Ageing-Outcome-Report.pdf/>

L'Immaginario. (n.d.). *Open Studio/Tessuto Sociale*. <https://immaginar.io/open-studio-tessuto-sociale/>

kubia. (n.d.). *Centre for Creative Ageing and Inclusive Arts*. <https://www.kubia.nrw/en/>

Langinauer, C., Linnapuomi, A., Marti, M., Salonlahti, O., Salovaara, S. (2022). *Accessibility and diversity checklist for museums*. Culture for All Service / For Culture on Equal Terms and The Finnish National Committee of ICOM. https://www.kulttuuriakaikille.fi/doc/checklists/Accessibility_and_diversity_checklist_for_museums.pdf/

Lowe, H. (2017). *Creative ageing in Germany: A view from North Rhine-Westphalia*. The Baring Foundation.

MAXXI. (n.d.). *Adulti*. <https://www.maxxi.art/educazione/adulti/>

METS – Museo Etnografico Trentino San Michele. (n.d.). *Attività di inclusione al METS*. <https://www.museosanmichele.it/attivita-di-inclusione-mets/>

Ministero dei Beni e delle Attività Culturali e del Turismo. (2018). *Piano per l'eliminazione delle barriere architettoniche (P.E.B.A.): un piano strategico per l'accessibilità nei musei, nei complessi monumentali, nelle aree e nei parchi archeologici.*

http://musei.beniculturali.it/wp-content/uploads/2019/06/Linee-Guida-PEBA-ALLEGATO-1_Piano-strategico.pdf/

Ministero della Salute. (2014). *Piano nazionale demenze – Strategie per la promozione e il miglioramento della qualità e dell'appropriatezza degli interventi assistenziali nel settore delle demenze.* <https://www.trovanorme.salute.gov.it/norme/dettaglioAtto?id=50972/>

Ministero per i Beni e le Attività Culturali. (2008). *Linee guida per il superamento delle barriere architettoniche nei luoghi di interesse culturale.*

<https://www.soprintendenzapdve.beniculturali.it/wp-content/uploads/2021/04/DM-28-marzo-2008-Linee-guida-per-il-superamento-delle-barriere-architettoniche-nei-luoghi-di-interesse-culturale.pdf/>

Ministero per i Beni e le Attività Culturali. (2019). *Migliorare il racconto museale.*

Approfondimenti per la redazione di didascalie e pannelli.

<http://musei.beniculturali.it/wp-content/uploads/2019/07/Approfondimenti-per-la-redazione-di-didascalie-e-pannelli.pdf/>

Miraikan. (n.d.). *“Open” Interface Park.*

<https://www.miraikan.jst.go.jp/en/exhibitions/future/oipark/>

MoMA: The Museum of Modern Art (New York City). (2009). *Meet me at MoMA*.

https://www.moma.org/visit/accessibility/meetme/_assets/momaorg/shared/pdfs/docs/meetme/MeetMe_FULL.pdf/

Musei Toscani per l'Alzheimer. (s.d.). *Chi siamo*. <https://www.museitoscanialzheimer.org/chi-siamo/>

Musei Toscani per l'Alzheimer. (n.d.). *Il Cassero per la Scultura italiana dell'Ottocento e del Novecento*. <https://www.museitoscanialzheimer.org/programma/il-cassero-per-la-scultura-italiana-dellottocento-e-del-novecento/>

Museo Benozzo Gozzoli. (n.d.). *Storie ad arte*. <https://www.museobenozzogozzoli.it/it/storie-ad-arte.html/>

Museo del Mare. (s.d.). *Servizi educativi*.

<https://www.comunesbt.it/museodelmare/Engine/RAServePG.php/P/25131MDM0310/>

Museo di Storia Naturale dell'Università di Pisa. (n.d.). *Attività Alzheimer 2020*.

<https://www.msn.unipi.it/it/benessere-e-inclusione/progetto-alzheimer/attivita-alzheimer-2020/>

Museo Fiorentino di Preistoria. (n.d.). *Accessibilità universale*.

<https://www.museoflorentinopreistoria.it/it/archeologia-sociale/accessibilita-universale/>

Museo Marino Marini. (n.d.). *Alzheimer. L'arte tra le mani*.

<https://museomarinomarini.it/accessibilita/alzheimer-larte-tra-le-mani/>

Museo MUSE. (2024). *Il PEBA del MUSE. Piano di Eliminazione delle Barriere Architettoniche fisiche sensoriali e cognitive del MUSE di Trento*.

https://www.muse.it/contrib/uploads/2024/07/MUSP_RELAZIONE_PER-SITO_verticale.pdf/

Museo Poldi Pezzoli (Milano). (s.d.). *L'arte non ha età*.

<https://museopoldipezzoli.it/visita/accessibilita/larte-non-ha-eta/>

Museum of Liverpool (Liverpool). (2025). *Memory stroll*.

<https://www.liverpoolmuseums.org.uk/whatson/museum-of-liverpool/event/memory-stroll-house-of-memories/>

Museum Schloss Senftenberg Festung. (n.d.). *Gruppenangebote in Schloss und Festung*

Senftenberg. <https://museums-entdecker.de/schloss-und-festung-senftenberg/gruppen-schloss-und-festung-senftenberg/>

Muzeum Narodowe w Krakowie. (n.d.). *Poranek w muzeum. Oprowadzania dla osób w wieku 60+.* <https://mnk.pl/arttykul/poranek-w-muzeum-oprowadzania-dla-osob-w-wieku-60/>

Muzeum Warszawy. (n.d.). *Edukacja dla dojrzalnych dorosłych.* <https://muzeumwarszawy.pl/edukacja-dla-dojrzalnych-doroslych-seniorzy/>

Narodowy Instytut Fryderyka Chopina.
(n.d.). *Edukacja.* https://muzeum.nifc.pl/pl/muzeum/edukacja-arttykul/2048_wyklady-dla-seniorow-oferta-dla-grup/

National Gallery of Canada (Ottawa). (s.d.). *Connecting through art.*
<https://www.gallery.ca/learn/wellbeing-and-community-programs/connecting-through-art/>

National Museums Liverpool (Liverpool). (2023). *Dementia Awareness Training for Health and Social Care Professionals.* <https://www.liverpoolmuseums.org.uk/house-of-memories/dementia-awareness-training/>

National Museums Liverpool (Liverpool). *House of Memories, Evaluation, and Reports.*
<https://www.liverpoolmuseums.org.uk/house-of-memories/about/evaluations-and-reports/>

Organizzazione Mondiale della Sanità. (1946). *Constitution of the World Health Organization*.

<https://www.who.int/about/governance/constitution/>

Ottawa Art Gallery (Ottawa). (s.d.). *Art Talks*.

<https://oaggao.ca/learn/activities-and-public-programs/seniors-programs/art-talks/>

Palazzo Madama. (n.d.). *Museo che emozione!*.

<https://www.palazzomadamatorino.it/it/educazione/progetti-speciali/museo-che-emozione/>

Pinacoteca di Brera. (n.d.). *Le Scatole Magiche*. <https://pinacotecabrera.org/media/le-scatole-magiche/>

Pinakothek der Moderne. (n.d.). *Kultursalon*. <https://www.pinakothek-der-moderne.de/en/open4/kultursalon/>

Presidenza del Consiglio dei Ministri, Dipartimento per il programma di Governo. (2024). *Focus:*

Disposizioni in materia di politiche in favore delle persone anziane, in attuazione della delega di cui agli articoli 3, 4 e 5 della legge 23 marzo 2023, n. 33. D.lgs. n. 29/2024.

<https://www.programmagoverno.gov.it/media/pkgf35gj/focus-dlgs-29-2024-anziani.pdf/>

Regione Marche. (2018). *Legge regionale 12 marzo 2018, n. 3. Istituzione del servizio civile volontario degli anziani*. Bollettino Ufficiale della Regione Marche, 91.

https://www.consiglio.marche.it/banche_dati_e_documentazione/leggi/dettaglio.php?arc=vig&idl=2001/

Regione Marche. (2021). *Servizio civile per gli anziani: la Giunta approva il riparto dei fondi per gli Ambiti Territoriali*. <https://www.regione.marche.it/News-ed-Eventi/Post/70550/Servizio-civile-per-gli-anziani-la-Giunta-approva-riparto-fondi-per-gli-Ambiti-Territoriali/>

Regione Toscana. (2023). *Caratteristiche dei programmi museali dedicati alle persone con Demenza*. Bollettino Ufficiale della Regione Toscana, anno LIII, n. 46.
<https://www.regione.toscana.it/documents/10180/176588560/PARTE+II+n.+46+del+15.11.2023.pdf/>

Rete MADER. (2025). *Musei per l'Alzheimer e le Demenze in Emilia-Romagna*.
<https://patrimonioculturale.regione.emilia-romagna.it/musei/sistema-museale-regionale/le-reti-in-emilia-romagna/rete-mader-musei-per-lalzheimer-e-le-demenze-in-emilia-romagna/>

Society of American Archivists. (2024). *Guidelines for Accessible Archives for People with Disabilities*. <https://www2.archivists.org/groups/reference-access-and-outreach-section/guidelines-for-accessible-archives-for-people-with-disabilities/>

Stedelijk Museum Amsterdam, Van Abbemuseum, VU medical centre and Taluut. (2017).

Unforgettable: How to make art and culture accessible to people with dementia and their loved ones. <https://www.onvergetelijkmuseum.nl/wp-content/uploads/2018/02/EN-Onvergetelijkmuseum-PDF.pdf/>

Tessere tessere. (2020). *Tessere tessere, 16 opere d'arte per scoprire il mondo!*.

<https://www.lasecondaluna.eu/tessere-tessere/>

The Japanese Council of Art Museums. (s.d). *Museum members*.

https://www.zenbi.jp/link_en.php/

TimeSlips. (2020). *What is TimeSlips?*. <https://www.youtube.com/watch?v=lsSj18wa51M/>

TimeSlips. (2022). *TimeSlips Summary of Evidence*.

https://docs.google.com/document/d/1wjDqRQu2RS6GXXiNewfrqgw_o09s1FG8r-uQFa7FW4Y/edit?usp=sharing/

Tinto, A. (a cura di). (2023). *Bes 2022: il benessere equo e sostenibile in Italia*. Istituto Nazionale di Statistica, Roma.

Torelli, L. (2025). *Inclusive museums in the Japanese super-ageing society: the third-place advantage*. Il Capitale Culturale. Studies on the Value of Cultural Heritage, (32), 909-940. <https://rivisteopen.unimc.it/index.php/cap-cult/article/view/3951/8105/>

Trentino Cultura. (2019, 17 dicembre). *T-essere memoria. Il museo incontra*

l'Alzheimer. <https://www.cultura.trentino.it/Approfondimenti/T-essere-memoria.-Il-museo-incontra-l-Alzheimer2/>

TURN. (n.d.). *Output*. <https://turn-project.com/>

Van Gogh Museum, Amsterdam. (2018). *Infographic*.

<https://www.vangoghmuseum.nl/assets/b1345353-1290-4476-9f8d-843944246d27?c=0f3b3d076b66cbb5b3a112fae4a1923366868759ec1e99b51603c126d2b49a9b/>

Van Gogh Museum (Amsterdam). (s.d.). *The elderly meet Van Gogh*.

<https://www.vangoghmuseum.nl/en/about/organisation/inclusion-and-accessibility-policy/age-friendly-van-gogh-museum/>

Wilson, K. (2022). *House of Memories at National Museums Liverpool 2012-22: Advancing the Role of Museums in Health and Social Care*. Institute of Cultural Capital.

Zuttobi. (2025). Creative ageing, *Zuttobi*. <https://www.zuttobi.com/>