

18 febbraio 2022 12:14

Musei e pandemia. Poteva andare peggio. La nostra forza e speranza

di François-Marie Arouet



Istat fa sapere che nel 2020, primo

anno di pandemia, [il 92% delle strutture museali italiane è rimasto aperto al pubblico](#), anche se parzialmente. I visitatori sono calati del 72%: poco più di 36 milioni in valori assoluti rispetto ai circa 130 milioni del 2019.

La nota positiva è che nel 2020 il 73% dei musei (63,4% nel 2019) ha utilizzato strumenti alternativi alla presenza per offrire il proprio servizio: il 63,6% tramite i principali social (Facebook, Instagram, Twitter), il 46,1% con specifiche piattaforme web, il 39,1% con specifiche iniziative; il 30%, infine ha offerto tour virtuali della propria struttura (1).

Dati confortanti che rincuorano rispetto alle critiche che talvolta infiammano il settore per non essere all'altezza (tecnica e contenutistica) del ricco patrimonio del nostro Paese.

Quel che più colpisce è la velocità con cui, a fronte della pandemia, circa il 10% in più rispetto all'anno prima sia riuscito ad esserci, testimoniare e svolgere il proprio servizio culturale, didattico e turistico.

Questi dati sono uno **stimolo a prendere ancora in maggiore considerazione questo fiore all'occhiello della nostra offerta**, interna ed esterna, **facendo anche fronte per tutte le altre strutture ed infrastrutture che favoriscono l'uso di questo patrimonio.**

La situazione comatosa del turismo (culturale, ricreativo e didattico) ha bisogno di urgenti soluzioni e disponibilità statale e privata. Ogni albergo o ogni struttura turistica chiusa, ogni mezzo di trasporto che funziona a singhiozzo, contribuiscono negativamente allo sforzo e alla capacità che il settore museale ha mostrato di avere non ripiegandosi su se stesso. In particolare, **crediamo che sia il privato a doversi maggiormente impegnare rispetto a quanto già non faccia:** investire sui "musei" è buona prospettiva di guadagno e soddisfazione, attuali e futuri.

Ai consumatori il compito/piacere culturale e didattico di fruirla da casa o in presenza: ogni museo in più che si visita fa bene alla salute psichica ed economica, individuale e del Paese.

1 - Nel 2019 il 63,4% era presente sul web con proprio sito, il 57,4% aveva un account sui più importanti social media e il 27% offriva tour virtuali.

CHI PAGA ADUC

l'associazione non **percepisce ed è contraria ai finanziamenti pubblici** (anche il 5 per mille)

[La sua forza economica sono iscrizioni e contributi donati da chi la ritiene utile](#)

DONA ORA (<http://www.aduc.it/info/sostienici.php>)