

ICOM INTERCOM: il Comitato internazionale per il management



Milano - Dubai
+39 02 55 11 304
info@soluzionimuseali.com
soluzionimuseali.com

P.IVA/C.F. 04602280960
vannini_soluzionimuseali-ims@pec.it

M. CRISTINA VANNINI
ICOM INTERCOM

SOLUZIONIMUSEALI
integrated museum solutions

Il valore dell'accessibilità: impatti sociali ed economici

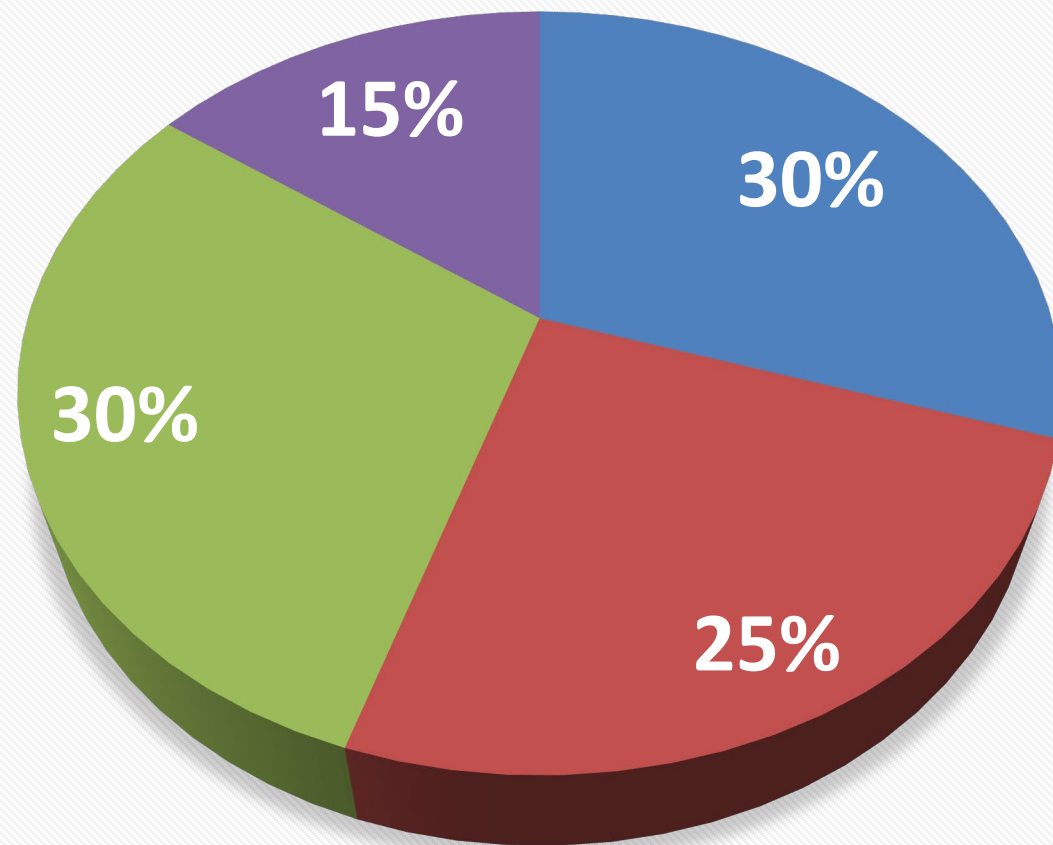
Milano - Dubai
+39 02 55 11 304
info@soluzionimuseali.com
soluzionimuseali.com

P.IVA/C.F. 04602280960
vannini_soluzionimuseali-ims@pec.it

M. CRISTINA VANNINI
ICOM INTERCOM

SOLUZIONIMUSEALI
integrated museum solutions

I TEMI



■ Turismo
■ Economia

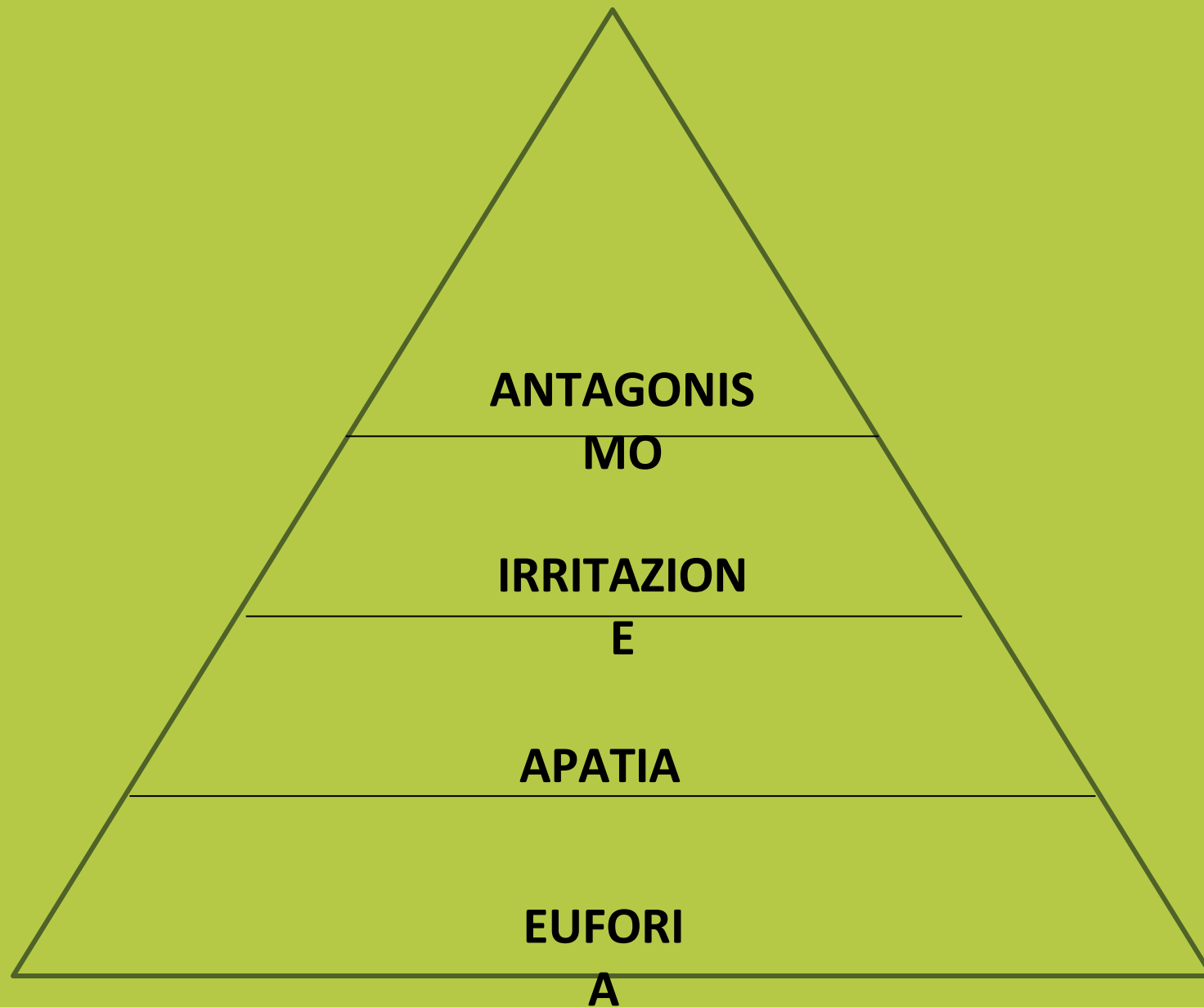
■ Conservazione
■ Digitalizzazione

I TEMI

Nonostante l'impatto sociale venga spesso citato, è considerato soprattutto nei suoi effetti economici. Anche il tema della *gentrification* è affrontato nei suoi effetti economici e turistici

I VALORI SOCIALI

**ESPOSIZIONE
AL TURISMO**
Modello Doxey's
Irridex



I VALORI SOCIALI

PIANIFICAZIONE
TERRITORIALE,
TRASPORTI

AMBIENTALE

RIUTILIZZO,
RICICLO,
IMPRONTA ZERO
DI CARBONIO

BENESSERE,
SALUTE,
SVILUPPO,
DIALOGO,
ACCESSIBILITA',
RIQUALIFICAZIONE

SOCIALE

CAMBIAMENTO
COMPORTAMENT
ALE, RICERCA

MATRICE A
DIAMANTE
BASATA SUI
VALORI DEL
PATRIMONIO
CULTURALE

CREAZIONE DI
EVENTI,
VOLONTARIAT
O

ECONOMICO

WELFARE,
ASSISTENZA
SOCIALE, IMPRESA
SOCIALE

FORMAZIONE,
ISTRUZIONE,
INCLUSIONE,
IDENTITÀ

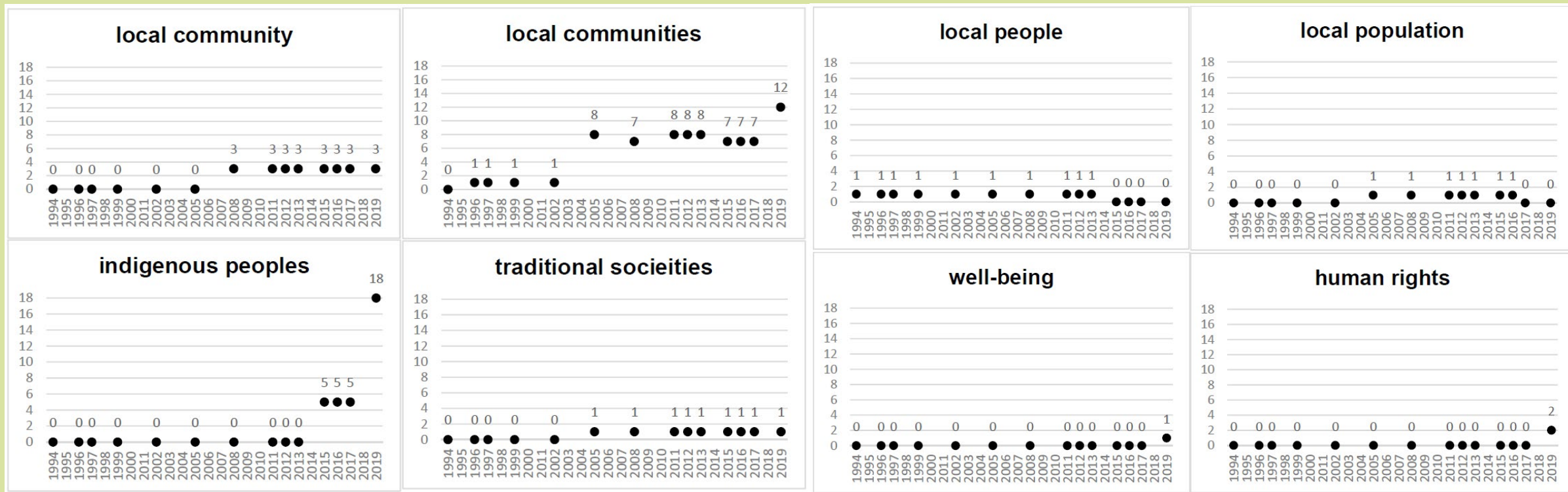
GOVERNANCE COMUNITARIA

INCLUSIONE,
PARTECIPAZIONE
,
RAPPRESENTANZ
A

I TEMI

L'Agenda 2030 SDG sottolinea la necessità di *rendere le città e gli insediamenti umani inclusivi, sicuri, resilienti e sostenibili* (OSS 11) e di ridurre le disuguaglianze (OSS 10) per garantire la salute e il benessere dei cittadini (OSS 3).

I TERMINI LEGATI AL SOCIALE NEI PAPER SUI SITI UNESCO



From Jang, H.; Mennis, J. The Role of Local Communities and Well-Being in UNESCO World Heritage Site Conservation: An Analysis of the Operational Guidelines, 1994–2019. Sustainability **2021**, *13*, 7144. <https://doi.org/10.3390/su13137144>

UN PUNTO DI VISTA ROVESCIATO

*Un paper sull'impatto economico dell'UNIVERSAL DESIGN
in termini di ACCESSIBILITA'*

*The economic impact of Universal Design on cultural heritage contribution
to SDGs: Evidence from Italian Museums*

Renato CAMODECA, and Alex ALMICI , and M. Cristina VANNINI.

Le nostre ipotesi:

- Miglioramento delle strutture e dei servizi,
- Valutazione dell'impatto economico di un'accessibilità più ampia.

I valori dell'UNIVERSAL DESIGN

accessibilità, partecipazione attiva, pari opportunità, inclusione attraverso rimozione di qualsiasi barriera che possa ostacolare l'accesso all'esperienza.

I benefici economici dell'UNIVERSAL DESIGN

VANTAGGI DIRETTI

maggiori ricavi, aumento del numero di visitatori con disabilità e dei loro accompagnatori, vendita di servizi e prodotti come: libri, cibo, corsi di formazione, laboratori educativi..., accesso a fondi pubblici e privati...

I benefici economici dell'UNIVERSAL DESIGN VANTAGGI INDIRETTI

miglioramento della reputazione e del brand.

Le esternalità che si possono generare per le comunità e le PA

trasporto pubblico, riqualificazione urbana,
pianificazione territoriale, assistenza sociale e di cura,
maggiore partecipazione e socialità,
centri per l'innovazione, hub per start-up...

RISULTATI

- Scarsa consapevolezza riguardo ai potenziali ritorni sugli investimenti in accessibilità, soprattutto con riferimento alle implicazioni economiche.
- Carezza di cultura dell'accessibilità.
- In generale, investimenti in accessibilità principalmente per conformarsi alle normative obbligatorie.
- No consapevolezza della corrispondenza tra accessibilità e maggiore apprezzamento da parte dei visitatori.
- Scarsa comprensione delle relazioni tra investimento e ritorni.

RISULTATI

- Assenza di approccio manageriale efficace nel trattare il tema dell'accessibilità.
- Evidenti debolezze in termini di gestione, organizzazione e rendicontazione delle attività, che ostacolano il miglioramento delle prestazioni.
- Approccio manageriale poco sviluppato, in riferimento alle tre principali dimensioni aziendali (gestione, organizzazione e rendicontazione).

CHE FARE

- ❖ PROMUOVERE UNA MAGGIORE CULTURA DI GESTIONE FRA GLI ENTI DELEGATI A CURA E VALORIZZAZIONE
- ❖ COINVOLGERE LE COMUNITA' E GLI STAKEHOLDER ANCHE IN STRATEGIE E PROGRAMMAZIONI SUCCESSIVE ALL'INSERIMENTO NELLA LISTA UNESCO AUMENTANDO INCLUSIONE E PARTECIPAZIONE
- ❖ RIDURRE / ABBATTERE LE BARRIERE ARCHITETTONICHE / SOCIALI / ECONOMICHE / CULTURALI / LINGUISTICHE PER APRIRE I SITI AD ATTIVITA' PIU' COMMUNITY-DRIVEN E MENO MASS TOURISM
- ❖ SVILUPPARE LE ATTIVITA' LEGATE AL WELFARE, AL BENESSERE E ALLO SVILUPPO DELLA CREATIVITA' PER ATTIVARE ECONOMIE DI SCALA GENERATIVE VS COMMODIFICATION PER IL TURISMO E IMMOBILIARE