

Rapporto di sostenibilità

2021 - 2022



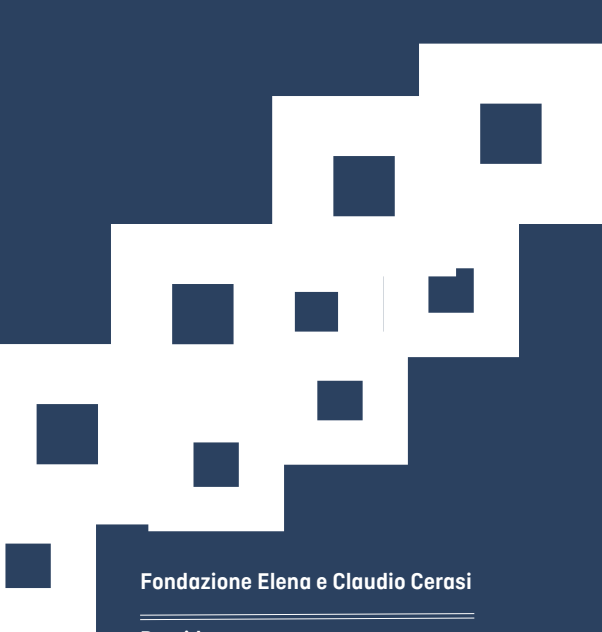
PALAZZO
MERULANA



FONDAZIONE
ELENA E CLAUDIO
CERASI

CULTURA
COOP





Fondazione Elena e Claudio Cerasi

Presidente

Elena Testa Cerasi

Consiglio d'amministrazione

Flaminia Cerasi

Alessandra Cerasi

Emiliano Cerasi

Società Cooperativa Culture

Presidente

Adriano Rizzi

Direttore generale

Letizia Casuccio

Direttore amministrativo

Ugo D'Antonio

CoopCulture per Palazzo Merulana

Direttrice

Paola Centanni

Produzione

Benedetta Arena

Mostre e Didattica

Serenella Di Marco

Progettazione Grafica

Daniele Dionisio Rosapinta

Marketing e Comunicazione

Laura Aversa

Renato De Cesare

Giovanni Gorgoglione

Eventi privati

Gabriella Fratoni

Ufficio Stampa

Leeloo Comunicazione

Servizi generali

Joseph Brian Myles

Teresa Josefina D'Angola

Indice

1

3

5

7

14

38

48

58

73

Palazzo Merulana: Chi siamo

Fondazione **Elena e Claudio Cerasi**

CoopCulture

Nota **metodologica**

Sostenibilità **Culturale**

Sostenibilità **Sociale**

Sostenibilità **Organizzativa**

Sostenibilità **Economica**

Obiettivi **per il futuro**

PALAZZO MERULANA:

Chi siamo diventati? Il bilancio della consapevolezza

Palazzo Merulana è uno spazio museale frutto di un processo di rigenerazione urbana e di partenariato pubblico privato. Punto di riferimento sanitario della Capitale fino agli anni Sessanta, in quanto sede dell'Ufficio di Igiene di Roma, dopo cinquant'anni di abbandono e quasi dieci di lavori l'edificio è stato ricostruito e ristrutturato grazie a un bando di project financing indetto dal Comune di Roma, proprietario dell'edificio, e raccolto dalla SAC spa, società di appalti e costruzioni della famiglia Cerasi. Dalla sinergia tra la Fondazione Elena e Claudio Cerasi e CoopCulture, nel maggio 2018 il Palazzo è diventato uno spazio nuovo per l'arte e la cultura a Roma, volto a dare vita pubblica a una collezione d'arte privata e a dipingere insieme ai cittadini un nuovo modo di fare cultura. Il Palazzo rinnovato ospita la collezione della Fondazione Elena e Claudio Cerasi che insieme decidono di donarla alla fruizione pubblica, spopolando le mura di casa propria per ripopolare quelle del nuovo spazio di fruizione culturale. A coronare il progetto, la Fondazione sceglie come partner di gestione di servizi e contenuti CoopCulture, cooperativa leader nel settore dei servizi aggiuntivi e nella sperimentazione di pratiche di coinvolgimento di pubblici che da oltre trent'anni opera nei più importanti musei e aree archeologiche su tutto il territorio nazionale. La collezione è costituita da circa 90 opere d'arte selezionate da Elena e Claudio Cerasi e si articola su quattro piani espositivi, per una superficie complessiva di 1800 mq. Le opere d'arte sono state prodot-

te tra le due guerre e sono un lascito importante dello stile della scuola romana che si concentrava attorno a Via Cavour. Circa un secolo fa il Palazzo ospita opere di Antonietta Raphaël, Mario Mafai, Donghi, Capo grossi, Balla, De Chirico, Sironi, Cambellotti, solo per citarne alcuni. Nel Salone delle Pitture le opere si ritrovano una di fronte all'altra, come sorelle, in un ambiente disteso, con ampi e confortevoli divani a disposizione dei visitatori per consentire un'esperienza rilassata, accogliente, coinvolgente: un salotto, a disposizione di tutti. A partire dall'idea originaria di Claudio Cerasi e dalla gestione di CoopCulture, il progetto di Palazzo Merulana si basa su una intrinseca commistione tra memoria storica e rappresentazione contemporanea, nelle diverse e multiformi espressioni che il termine "cultura" accoglie e abbraccia. Il Museo in questi cinque anni di apertura ha avuto diverse trasformazioni. Oggi non è solo un centro di produzione e sperimentazione culturale, ma rappresenta anche un hub di innovazione per CoopCulture e per tutto il quartiere. In particolare, il Palazzo è diventato un punto di riferimento per il rione Esquilino, vista la centralità nel progetto DMO ES.CO ma anche per tutte le iniziative mirate nei confronti degli abitanti. Questi sono stati spesso coinvolti nell'organizzazione di mostre volte all'emersione di talenti e di grandi nomi del panorama storico-artistico, dove organizzare e partecipare ed attività culturali quali proiezioni, festival musicali e laboratori didattici. Il presente bilancio è quello

della consapevolezza del lavoro svolto negli ultimi anni, pertanto vuole fotografare gli obiettivi raggiunti ma anche evidenziare i gap ancora da colmare. In questo modo si vuole restituire una fotografia realistica di cosa è diventato Palazzo Merulana, di quanto si è riu-

scito a fare nonostante le difficoltà affrontate a causa della crisi pandemica e le chiusure che ne sono derivate. Questo dovrebbe delineare anche il quadro di mutamento nel quale il Palazzo è stato concepito, costruito e gestito.



Fondazione Elena e Claudio Cerasi

A cura di **Flaminia, Alessandra ed Emiliano Cerasi**, Fondazione Elena e Claudio Cerasi

Quando con nostro padre Claudio si sono intrapresi i lavori di recupero strutturale dell'ex Ufficio di Igiene della capitale con la SAC spa, non si è limitato a fornire un contributo materiale, in termini di impegno tecnico e professionale, ma si è abbracciata una vera e propria missione sul piano teorico e culturale nei confronti della città, articolata su più livelli: da un lato un progetto di "rigenerazione" di un bene immobile



nel cuore di Roma, testimonianza di un pezzo della sua storia urbana; dall'altro la volontà di condividere con la cittadinanza tutta, un pezzo della sua produzione artistica del secolo scorso, frutto dell'amore di famiglia nei confronti dell'arte del novecento storico italiano e in particolare della Scuola romana e dei suoi indimenticati artisti.

Un doppio regalo, quindi, è stato fatto alla Città Eterna. La ricostruzione fisica del palazzo così come lo vediamo oggi e come appariva fino al tempo della sua demolizione, tra la fine degli anni Cinquanta e l'inizio dei Sessanta, ha avuto l'obiettivo di sigillare una ricucitura con la storia contemporanea e con il quartiere in stile umbertino che ha caratterizzato il volto di Roma, capitale del Regno d'Italia dal 1871.

Un altro importante contributo è stato poi indirizzato a tutti gli abitanti dell'Urbe, donando e rivelando le opere d'arte figurativa raccolte in decenni di appassionata ricerca sul periodo compreso tra gli anni Venti e gli anni Quaranta, in cui compaiono nomi chiave della storia dell'arte a cavallo tra le due grandi guerre del Novecento, da Antonio Donghi a Giorgio De Chirico, da Giacomo Balla alla Scuola di via Cavour, passando per Guglielmo Janni, Alberto Ziveri, Mario Mafai, e i tanti altri. E' Roma quindi la protagonista comune di questo slancio, dell'entusiasmo che ha guidato i nostri genitori e che intendiamo continuare a rivitalizzare quotidianamente con la necessaria cura e con inarrestabile impegno, perché ne riconosciamo il valore civico, il senso di appartenenza a un territorio così stratificato e ricco di storie, l'importanza di una condivisione aestesa, accessibile, accogliente.

Palazzo Merulana è stato pensato proprio a partire da questo irrinunciabile aspetto: il nuovo museo, nato dalle ceneri del "dente cariato", è accogliente, mette a proprio agio chi lo frequenta, che qui si sente un po' a casa, parte di una grande famiglia.

Lo dimostrano ogni giorno i tanti visitatori che affollano il foyer per un momento di studio, per un caffè o per un appuntamento, insieme ai tanti che frequentano le sale espositive in cui in questi anni si sono alternate diverse mostre, senza dimenticare le attività culturali, dedicate a teatro, musica, poesia, che caratterizzano la programmazione della sala attico al quarto piano.

"Casa" e "famiglia" sono un po' quindi le parole chiave di questo progetto di rigenerazione urbana, condiviso da noi, insieme a tutta la squadra CoopCulture di Palazzo Merulana, che lo anima e valorizza quotidianamente, e da tutto il pubblico fidelizzato in questi primi 5 anni di apertura.

Non è un caso, infatti, che l'allestimento della collezione permanente sia stato concepito rievocando quello che è stato il luogo d'origine di esposizione di tutte le opere, ossia la nostra casa, a cui tutti sono invitati a prendere parte tra i piani di Palazzo Merulana.

E' per questo che, anche per il futuro, il nostro interesse è quello di mantenere lo spirito di aggregazione culturale che il museo ha messo in atto con l'attivazione di più sinergie contemporaneamente, nella prospettiva di rappresentare sempre di più un punto di riferimento della narrazione urbana del Novecento fino ai giorni nostri: dal centro della città al mondo, con una visione assolutamente conforme all'idea del museo contemporaneo, ispiratore di idee, costruttore di coscienza collettiva.



Palazzo Merulana: dalla sfida alla consapevolezza

Entrare a Palazzo Merulana, per chiunque lo abbia visto nascere, è motivo di grande soddisfazione. A cinque anni dall'apertura a quella soddisfazione si affianca la consapevolezza di aver contribuito alla nascita di un luogo di nuova concezione, un hub di sperimentazione che in diverse modalità e con molti linguaggi ha coniugato la dimensione del quartiere a quella cosmopolita. Ne è testimonianza il ruolo centrale che negli ultimi due anni ha saputo interpretare nel tessuto sociale del Rione. Palazzo Merulana è stato infatti centro propulsore nella costituzione della DMO ES.CO – la porta di Roma, un'esperienza che mette insieme in una rete le migliori energie locali espresse da attori pubblici e privati, mirando a definire una destinazione turistica in modo sostenibile, associando quindi al ritorno economico evidenti ricadute sociali nel territorio circostante. Di fianco all'esperienza della DMO, iniziative come Comunità Esquilino, Strada maestra o la seconda edizione di Riscatti di Città, fanno emergere l'altra cifra caratteristica di Palazzo Merulana: la centralità di una narrazione culturale contemporanea, che innovi trasversalmente modelli, processi, tematiche e strumenti. Proprio questa spinta all'innovazione trasversale, come si vedrà dalla analisi degli impatti generati, è la caratteristica che consente in ambito culturale crescita e creazione di valore aggiunto. Il racconto di questi ultimi due anni, densi di eventi, parte dall'analisi del raggiungimento degli obiettivi posti nella edizione precedente. È questo un modo, credo, per dare senso e valore a quanto fatto, sia rispetto agli stakeholder che dall'esterno guardano e valutano le nostre iniziative, sia rispetto a quanti a Palazzo Merulana dedicano il lavoro quotidiano, per avere una migliore consapevolezza della strada percorsa, a volte con resilienza, spesso con caparbia, sempre con entusiasmo, e di quella ancora da percorrere continuando a sperimentare e condividere.



Letizia Casuccio
Direttore Generale CoopCulture



Nota Metodologica

Il Rapporto 2022 rappresenta la terza tappa di Palazzo Merulana nel percorso di condivisione con gli stakeholder della propria performance di sostenibilità. Il perimetro di rendicontazione coincide con le attività di produzione culturale realizzate tra il 1° gennaio e il 31 dicembre 2022, ma, dove possibile e maggiormente significativo, è stata scelta la strada di un confronto più ampio, ponendo in evidenza i trend dell'ultimo biennio, o anche del triennio, pur negativamente influenzati, come noto, dalle norme di distanziamento sociale rese necessarie per contrastare l'emergenza sanitaria di Covid-19. Lo schema narrativo si articola in quattro dimensioni della sostenibilità – Culturale, Sociale e Benessere, Organizzativa, Economica – a ognuna delle quali è dedicato un capitolo. In continuità con l'impostazione dell'ultima rendicontazione di sostenibilità prodotta da Palazzo Merulana, nella costruzione del modello di misurazione è stato creato un raccordo stretto con lo schema di indicatori Culture || 2030, ovvero il quadro interpretativo-metodologico che UNESCO ha sviluppato nel 2019 per valorizzare l'apporto trasversale della cultura all'Agenda ONU 2030 per lo Sviluppo Sostenibile, grazie all'impatto positivo su 14 dei 17 SDG's (Sustainable Development Goals) proposti. Per ogni dimensione e quindi per ogni capitolo, è stata prevista, e enfatizzata nel layout grafico, la corrispondenza con le aree del framework Culture || 2030 di volta in volta attivate (Environment & resilience, Prosperity & Livelihoods, Knowledge & Skills, Inclusion & Par-

ticipation). Anche l'articolazione dei paragrafi discende dal modello UNESCO, richiamando nella formulazione e nei contenuti gli indicatori dello stesso: le informative pertinenti si accendono e si rendono evidenti al lettore in apertura di ogni capitolo, con l'obiettivo di facilitare l'individuazione di temi e aspetti di interesse. Rispetto alle versioni precedenti, il Rapporto 2022 mostra, inoltre, un'importante novità. Nell'analisi della performance di sostenibilità sociale di Palazzo Merulana, è stato introdotto, infatti, il tema del benessere: un nuovo filtro attraverso il quale sarà possibile approfondire la relazione tra individuo, ambiente e cultura, che va rafforzandosi nella programmazione di Palazzo Merulana, così come nel suo approccio alla costruzione di un network multilivello. Il ruolo di capofila nella neonata DMO ES.CO. Esquilino Comunità – La Porta di Roma è la testimonianza più evidente di tale volontà, ma non certamente la sola.

Costanza Rapone, Senior Principal
Sostenibilità PTS

Martina Barionovi, Analyst
Sostenibilità PTS



Misurare la Sostenibilità



*UNESCO (2019), Culture[2030 Indicators. Thematic Indicators for Culture in the 2030 Agenda, UNESCO, France, pp. 2-3



Ambiente e resilienza

- Spesa per il patrimonio culturale
- Gestione sostenibile del patrimonio
- Adattamento climatico e resilienza
- Infrastruttura culturale
- Spazi aperti per la cultura



Economia e prosperità

- Cultura nel PIL
- Occupazione culturale
- Imprese culturali
- Spesa delle famiglie in cultura
- Commercio di beni e servizi culturali
- Finanza pubblica per la cultura
- Governance della cultura



Sapere e competenze

- Educazione allo Sviluppo Sostenibile
- Bagaglio culturale
- Istruzione multilingue
- Istruzione culturale e artistica
- Formazione culturale



Inclusione e partecipazione

- Cultura per la coesione sociale
- Libertà artistica
- Accesso alla cultura
- Partecipazione culturale
- Processi partecipativi



“

Leve di intervento proposte dagli indicatori **Culture|2030** già portate avanti nel biennio 2019/2020, sotto le lenti della **programmazione culturale, dell'impatto sociale, della matrice organizzativa e del quadro economico**

”

Mappa degli Stakeholder

sostenibilità
culturale

sostenibilità
sociale

sostenibilità
economica

sostenibilità
organizzativa

Cittadini / comunità locale

Media

Management

Fornitori

Learning community
(scuole, università
e centri di ricerca)

Dipendenti
e soci

Clienti
corporate
e privati

Operatori culturali

Visitatori

Enti/istituzioni

Sponsor



Sostenibilità Culturale

**Dott. Paolo Giulierini,
Direttore del MANN**

Cosa significa l'aggettivo sostenibile per un museo oggi? Lungi da noi riferire tale caratteristica solo all'aspetto economico. Anche perchè, è importante ricordare che i musei italiani differiscono per natura giuridica tra pubblici, privati, fondazioni e, dunque, andrebbero analizzati caso per caso, mai confrontati assieme. Diciamo che la copertura parziale dei costi può essere un parametro sicuramente da migliorare ma senza svilire la qualità del museo. Un esempio? Un conto è una guardiania asettica e un conto è chi ti può accompagnare in un viaggio meraviglioso. Dipende dunque da che idea si ha di museo.

Certamente oggi gli istituti all'avanguardia prescindono dalla mera idea di educazione alla conoscenza della storia e possono introdurre, ad integrazione, una nuova sensibilità al rispetto del pianeta, all'utilizzo dell'energia green. Lo si può fare, come al Mann di Napoli, attraverso mostre come Mito e Natura (dedicate al rapporto tra uomo e ambiente nel mondo antico) e, successivamente Capire il Cambiamento climatico (la situazione odierna). Perchè il punto è, oggi, addirittura paradossale: che senso ha trasmettere il patrimonio culturale se non avremo un pianeta da trasmettere. Oppure, tramite un progetto europeo d'avanguardia, realizzare un videogame destinato a ripercorrere, giocando, la storia dell'oro blu, dell'acqua, preziosa per le antiche civiltà e sempre più vitale nel futuro.

Infine un museo è sostenibile se, in primis, è sostenuto dalla sua comunità. A Napoli essa è variegata, come sempre, da quella italiana a quella cinese, da quella greca a quella cingalese. L'occasione della recente mostra Alessandro Magno e l'Oriente consente di narrare storie e organizzare occasioni di incontro, tramite il viaggio del macedone, con tutte queste persone, che si sentiranno non spettatori ma protagonisti e rappresentanti reali di quei popoli incontrati dal re macedone.

In questo quadro risultano fondamentali anche tutte le accessibilità possibili: fisica, cognitiva (per pubblici sempre diversi che si espandono), digitale (tecniche semplici e trasparenti alla portata di tutti). Se saremo così troveremo il sostegno delle comunità, dei privati e dello Stato. Ma, naturalmente, caso per caso, contesto per contesto. Perchè il museo è come un bimbo che deve prima conoscere il mondo (le persone) e non, all'inverso, pretendere di educare non avendo prima fatto esperienza. Quando poi cresce ed è consapevole, possiamo liberarlo e farlo abbracciare anche dagli altri. Lo avremo sostenuto prima, lo faremo sostenere poi, ma non con rigide tabelle.

Misurare la Sostenibilità Culturale



*UNESCO (2019), Culture2030 Indicators.
Thematic Indicators for Culture in the 2030
Agenda, UNESCO, France, pp. 2-3



Ambiente e resilienza



Economia e prosperità



Sapere e competenze



Inclusione e partecipazione







Obiettivi del bilancio 2019/2020 di Palazzo Merulana



Ampliare l'accessibilità alla fruizione del patrimonio, attraverso la diffusione e lo sviluppo di processi educativi tramite la creatività giovanile



Intensificare l'attività di valorizzazione museale, tramite l'accreditamento come museo regionale

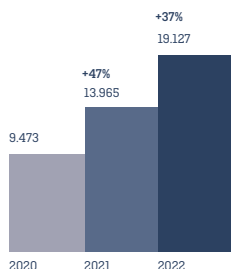


Diversificare l'offerta culturale per allargare la partecipazione, puntando sulla qualità dei contenuti e dei partenariati e sullo scouting di nuovi talenti



La partecipazione a Palazzo Merulana

Le restrizioni legate alla pandemia da Covid 19 hanno fortemente inciso sulle presenze a Palazzo Merulana. Nonostante ciò, il trend è positivo e in linea con tutti gli indicatori turistico a nazionale.



Tot. 42.565

Presenze negli ultimi 3 anni

Così ripartite:

2020:

5.908 Collezione e mostra, 3.337 Attività culturali

2021:

8.656 Collezione e mostra 5.007 Attività culturali

2022:

10.696 Collezione e mostra 8.185 Attività culturali

17 mostre nel triennio 2020-2022

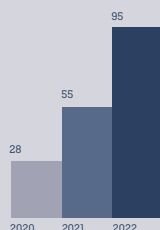
8 mostre nel 2022

6 mostre nel 2021

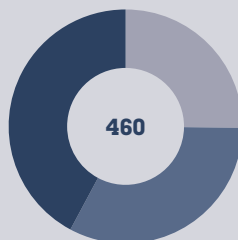
3 mostre nel 2020

250

Giorni di apertura della Collezione nel 2022



178 attività culturali realizzate nel triennio 2020-2022



Le giornate di programmazione

194 nel 2022

150 nel 2021

116 nel 2020

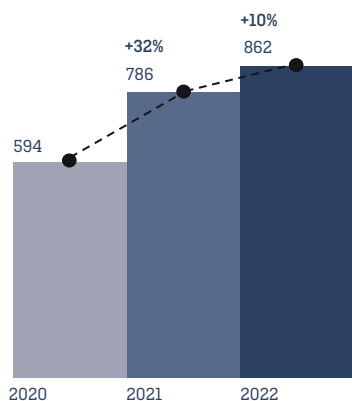
Giornate di programmazione tra 2020 e 2022



La collezione è stata valorizzata in modo continuativo, come dimostrato dai numerosi giorni di apertura e dal trend crescente di visitatori. Palazzo Merulana ha inoltre ricevuto l'accreditamento come **Museo Regionale**.

Gli strumenti di membership di Palazzo Merulana: Merulana Pass

Merulana Pass si è consolidato come strumento di fidelizzazione del pubblico, creando una comunità di visitatori attenti alle novità proposte dal Palazzo.



2.242 Merulana Pass attivati
nel triennio 2020-2022

+45% in tre anni

358 rinnovi e proroghe nel 2022

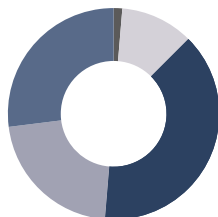






Identikit del Visitatore

Il profilo del visitatore del 2023



Età

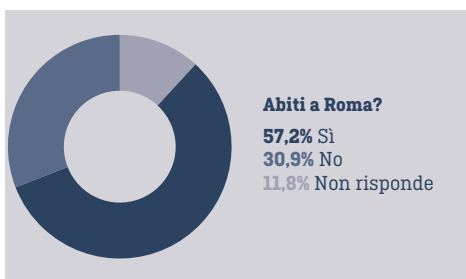
11,2% under 25 anni
38,8% dai 26 ai 45 anni
21,7% dai 46 ai 65 anni
27% over 65
1,3% non risponde

Il Bilancio di Sostenibilità è per Merulana un momento di riflessione importante anche su tutti gli aspetti legati al proprio pubblico. A tale scopo sono stati somministrati, ad un campione significativo, per 10 giorni continuativi oltre 150 questionari di profilazione.



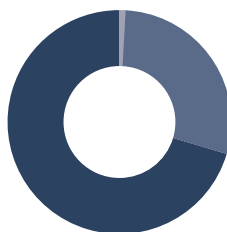
**OBIETTIVO
RAGGIUNTO**

Età media consolidata
nella fascia d'età 26 - 45



Abiti a Roma?

57,2% Sì
30,9% No
11,8% Non risponde



Abiti nel Rione Esquilino?

28,9% Sì
70,4% No
0,7% Non risponde

Provenienza

Italia 79,6%	Stati Uniti 2%
Francia 3,9%	Regno Unito 1,3%
Spagna 3,3%	Germania 1,3%
Belgio 2,6%	



**OBIETTIVO
RAGGIUNTO**

Aumentato costante della presenza di romani, non esclusivamente appartenenti al Rione Esquilino, ma aumento dell'interesse anche da parte di visitatori europei che oggi ammontano, nella loro globalità, al 12,5%, raddoppiando rispetto al dato 2020 (EMEA) pari al 6%

Eredità Culturale e formazione per i giovani

Uno dei principali target strategici che, durante la pandemia, ha rischiato maggiormente di «allontanarsi» dagli istituti museali è stato proprio quello dei bambini e dei giovani, a causa dell'impossibilità da parte delle scuole di effettuare visite di istruzione.

Nel biennio 2021 – 2022 il riavvicinamento graduale a questo target è stata una delle principali azioni obiettivo di Palazzo Merulana.

Nel biennio 2021 - 2022 la partecipazione delle scuole è stata così articolata:

46% scuole d'infanzia	8% scuole secondarie
24% scuole primarie	22% scuole secondarie di II grado

Merulana si configura così sito di forte interesse per le scuole d'infanzia.

Nello stesso periodo si sono registrati **668** ingressi di studenti, ed in particolare: **87** nel **2021** e **591** nel **2022**.

**UNICO CANALE DI RIFERIMENTO PER LE SCUOLE,
DOTATO DI 3 CONTACT POINT**



CONTACT CENTER



PAGINA SOCIAL
EDUCULTURE



NEWSLETTER

3 Format ideati per avvicinare gli studenti più giovani alla collezione di Palazzo Merulana.

L'arte in valigia

Visita-gioco

Destinatari

Scuola dell'infanzia
/ Scuola primaria



Senza parole

Visita-gioco

Destinatari

Scuola dell'infanzia
/ Scuola primaria



Mostra ArtFestival

Visita-gioco

6 workshop a
ingresso gratuito

Destinatari

Studenti fino
a 14 anni



Palazzo Merulana da sempre ha voluto dialogare con il mondo della formazione e dei giovani. A partire dal periodo post-pandemico il Museo ha consolidato questa vocazione presentando il progetto area studio.

Ad oggi diversi tavoli nella caffetteria sono a disposizione degli studenti che possono usufruire di wi-fi gratuito, aria condizionata e un contesto silenzioso.

La ricezione è stata molto positiva rendendo Palazzo Merulana un punto di riferimento per la comunità di studenti presenti a Roma.



Le attività e i canali messi in campo da Palazzo Merulana, con il supporto di CoopCulture, hanno condotto ad ottimi risultati, sestuplicando il numero di presenze di giovani tra l'anno 2021 e il 2022.

I progetti e gli strumenti per la coesione sociale

Palazzo Merulana ha da sempre posto notevole attenzione nello sviluppo del tessuto sociale del Rione Esquilino. Numerose attività hanno quindi avuto come partner realtà del Rione specializzate nella coesione sociale.



16

Progetti di interculturalità e intergenerazionalità a sostegno di nuovi pubblici nel 2022.



194

Giornate di programmazione sui temi della diversità, l'inclusione sociale, la rigenerazione urbana.

Il programma di Palazzo Merulana è stato arricchito da diversi eventi focalizzati sull'inclusione sociale e l'interculturalità.

Prossime visioni | Cinema Teatro a Palazzo

12 novembre 2021 al
20 marzo 2022

Rassegna dedicata all'audiovisivo, nata dalla volontà di sostenere il teatro e lo spettacolo dal vivo nella difficilissima fase post-Covid

Nessuno Escluso

4 dicembre 2021
al 16 gennaio 2022

Mostra fotografica, in cui l'artista Christian Tasso indaga la diversità con uno sguardo lontano dalla retorica grazie ad una selezione di fotografie, realizzate nel corso di un viaggio di cinque anni in quindici paesi nel mondo

Global NFT Exhibition

15 gennaio 2022

Workshop, incontri e una mostra con artisti italiani e internazionali che hanno permesso al pubblico di apprezzare l'arte digitale immersiva

Visionarie

28 e 29 gennaio 2022

Festival tutto al femminile sul ruolo della donna nel cinema, nella televisione e nella letteratura

Comunità Esquilino

26 e 27 marzo 2022

Un fine settimana multiculturale a Palazzo per celebrare l'Unità d'Italia, in collaborazione con Associna e la coordinatrice delle attività per il Lazio, Liliana Liao. Visite didattiche, mediazioni culturali e laboratori dedicati alla collezione permanente in diverse lingue: cinese, inglese, spagnolo, francese, arabo e italiano

Art X Change: Allo Specchio

dal 5 all'8
maggio 2022

L'integrazione attraverso l'arte, la creatività e l'impresa culturale: 20 artisti africani ed europei insieme in un workshop di 6 giorni a Roma con uno straordinario evento finale sulle orme del "Terzo Paradiso" di Michelangelo Pistoletto

Notte dei musei

14 maggio 2022

Anche Palazzo Merulana ha aderito alla Notte dei Musei 2022, con un'apertura speciale della Collezione Elena e Claudio Cerasi e della mostra "Riscatti di città. Transizioni urbane a Roma" in fascia serale con un biglietto al costo speciale di 1€



Nessuno Escluso
4 dicembre 2021
al 16 gennaio 2022

2021

Global NFT Exhibition
15 gennaio 2022



2022

**Art X Change:
Allo Specchio**
dal 5 all'8
maggio 2022



Notte dei musei
14 maggio 2022



**Prossime visioni |
Cinema Teatro
a Palazzo**

12 novembre 2021
al 20 marzo 2022



Visionarie
28 e 29 gennaio 2022



Riscatti di città 2
29 maggio 2022



Comunità Esquilino
26 e 27 marzo 2022



**«Disney 60.
Da Biancaneve
a Encanto»
di Gianni Maritati**
Dal 19 maggio 2022
al 17 giugno 2022



Reading letterari
febbraio - dicembre 2022
18 novembre 2022



**Festival della
Letteratura di
Viaggio**
1 e 2 ottobre 2022



Strada Maestra
6 novembre 2022



**Dal sogno al segno:
Giuseppe Capogrossi
figurativo nella
Collezione Elena
e Claudio Cerasi**
8 ottobre 2022



Ultraqueer
10 giugno a
3 luglio 2022



**Convegno
Arciragazzi**
18 novembre 2022



«Disney 60. Da Biancaneve a Encanto» di Gianni Maritati

Dal 19 maggio 2022
al 17 giugno 2022

Un viaggio attraverso i 60 Classici d'animazione di Walt Disney che hanno popolato di sogni, storie ed emozioni intere generazioni: trame e personaggi vengono riletti per dare voce a temi attuali, come ambiente, emarginazione, disparità di genere.

Riscatti di città 2
29 maggio 2022

Progetto di ricerca ed esposizione che rilegge il concetto di rigenerazione urbana attraverso i temi delle diverse transizioni – ecologica, digitale e culturale – che la città dovrà affrontare a seguito dei grandi stravolgimenti del nostro tempo.

Ultraqueer
10 giugno a 3 luglio
2022

Mostra in cui i protagonist*, rappresentant* del mondo LGBTQIA+, condividono prospettive e visioni personali e collettive attraverso le arti visive.

Festival della Letteratura di Viaggio
1 e 2 ottobre 2022

Palinsesto di eventi, tra incontri e laboratori per raccontare il mondo attraverso letteratura, geografia, fotografia e giornalismo.

Dal sogno al segno: Giuseppe Capogrossi figurativo nella Collezione Elena e Claudio Cerasi
8 ottobre 2022

Nella Diciottesima Giornata del Contemporaneo promossa da AMACI – Associazione dei Musei d'Arte Contemporanea Italiani, Palazzo Merulana ha proposto un appuntamento di mediazione culturale, per ricordare la metamorfosi della ricerca pittorica dell'artista Giuseppe Capogrossi in occasione del cinquantenario della sua morte.

Strada Maestra
6 novembre 2022

Evento per la valorizzazione di risorse, competenze e talenti delle persone senza dimora. Realizzato da Arci Solidarietà Onlus in collaborazione con Binario95 e con il sostegno dell'Otto per Mille della Chiesa Valdese.

Convegno Arciragazzi
18 novembre 2022

Convegno "Sfide di oggi e prospettive di domani sui Diritti dell'Infanzia e dell'Adolescenza" organizzato dai Poli Interculturali del Municipio Roma I.

Reading letterari
febbraio - dicembre
2022

Attività di reading, incontri con autori e festival letterari, dedicati ai classici della letteratura italiana e internazionale a cura de La Setta dei Poeti Estinti



**OBIETTIVO
RAGGIUNTO**

Palazzo Merulana ha promosso la coesione sociale, mantenendo il focus sui temi dell'intergenerazionalità e interculturalità.



4 Attività di mediazione culturale nel 2022

**13 visite didattiche
gratuite
per 325
partecipanti**

In occasione delle mostre "Nessuno Escluso", "Aller, Boille, Pignotti. Tre outsider a Roma", "Riscatti di città. Transizioni Urbane a Roma", "UltraQueer. Espressioni artistiche metagender».

**35 partecipanti
all'Evento Arci
Solidarietà
22 dicembre 2022**

Palazzo Merulana ha organizzato una visita didattica alla collezione permanente e alla mostra "Lucciole" di Lucia Cafagna per le persone accolte dal SAI (Sistema Accoglienza e Integrazione), le allieve e gli allievi della Scuola di Italiano, le ospiti di Casa Sabotino di Binario 95.

**Comunità Esquilino
26 e 27 marzo 2022
12 appuntamenti
360 partecipanti
10 mediatori culturali**

Un fine settimana multiculturale a Palazzo per celebrare l'Unità d'Italia, in collaborazione con Associna e la coordinatrice delle attività per il Lazio, Liliana Liao. Visite didattiche, mediazioni culturali e laboratori dedicati alla collezione permanente in diverse lingue: cinese, inglese, spagnolo, francese, arabo e italiano

**20 artiste e artisti
ArtxChange
5, 6, 8 maggio 2023**

Progetto organizzato da CISP (Comitato internazionale per lo sviluppo dei popoli) a supporto di giovani artisti, professionisti tra i 20 e i 35 anni e provenienti da Kenya, Somalia, Italia, Svezia, Spagna e Turchia. Il progetto è stato finanziato dall'Unione Europea e alla sua realizzazione hanno partecipato collaborazioni con CoopCulture, The GoDown Arts Center (Kenya), Nätverkstan Kultur (Svezia), The Somali Academy of Science and Arts (Somalia) e UNESCO (Ufficio Regionale per l'Africa Orientale).

INTERMEDIARI DEL TURISMO SOCIALE NEL 2022

- Associna
- CISP – Comitato Internazionale per lo Sviluppo dei Popoli
- Società Geografica Italiana
- Arci Ragazzi
- Arci Solidarietà
- Binario 95
- Asl Roma 1
- Università Roma Tre
- Associazione Culturale Parolincontro
- Forum del Libro
- Arlem
- Andrea Fassi – Palazzo del Freddo
- Promu-All for music
- APS Piazza Vittorio



14

intermediari del turismo
sociale nel 2022



120

Tour Operatori con
contratti attivi nel 2022



OBIETTIVO
RAGGIUNTO

Incrementare le buone pratiche di
networking e scambio di know-how
con i fornitori e partner territoriali

Il network culturale e creativo intorno a Palazzo Merulana

Sempre più partner di progetto!

Palazzo Merulana ha da sempre lavorato per creare e irrobustire le relazioni con partner di progetto sia locali che nazionali.

2019/2020

2021/2022

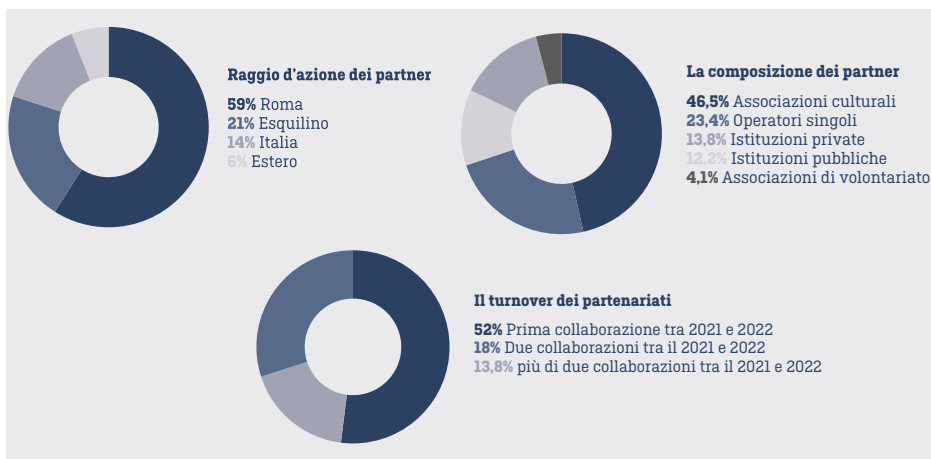
125  **132**

Per partner di progetto si intendono tutti quei soggetti con i quali sono state organizzate congiuntamente attività, mostre e iniziative.



Merulana ha quindi raggiunto l'obiettivo posto nello scorso bilancio di aumentare il numero di partner di progetto e contenuti.

Sempre più diversificazione, in un contesto di fidelizzazione



È avvenuta una 'fidelizzazione' dei partner, vista che con una maggiore percentuale di loro sono state effettuate due o più collaborazioni nel biennio considerato rispetto allo scorso bilancio (8%). A questo si aggiunge una maggior numero di partner esquilini, mantenendo lo stesso numero di partner esteri, nonostante le restrizioni legate all'emergenza sanitaria che hanno interessato soprattutto la prima parte del 2021.



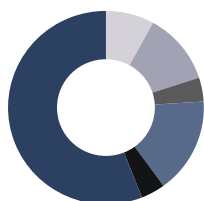
Merulana ha diversificato il tipo di partner, come dimostrato dalla presenza di associazioni di volontariato che erano assenti nel biennio 2019/2020, seppur continuando a lavorare maggiormente con associazioni culturali e operatori.



La struttura delle collaborazioni

25

Operatori di settore con cui Palazzo Merulana è in contatto dal 2018 ad oggi.



La composizione dei partner

8% Dal 2018
12% Dal 2019
4% Dal 2020
16% Dal 2021
4% Dal 2022
56% Collaborazione spot

Azioni di messa in rete

Alcuni esempi nel 2022:

Visionarie
28-29 gennaio 2022

La notte dei musei 2022
14 maggio 2022

Le conversazioni
di Antonio Monda
15-16 giugno 2022

AMACI
ottobre 2022

Rome Art Week 2022
26-30 ottobre 2022

3 Accordi di co-marketing

Gli accordi hanno avuto come obiettivo la creazione del merchandising con il logo di Palazzo Merulana. Nello specifico i magneti sono stati prodotti con **Akein s.r.l.**, la shopper con **Ideafissa** e la guida 'il Palazzo Merulana e la collezione Cerasi' con **Skira**.

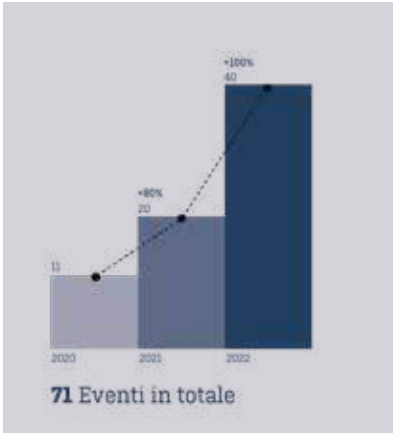


OBIETTIVO
RAGGIUNTO

Merulana conferma la vocazione a mantenere proficui rapporti di collaborazione nel lungo periodo.

Fruizione degli spazi: eventi corporate, ritorno alla normalità.

Le restrizioni legate alla pandemia da Covid-19 hanno fortemente limitato lo svolgimento di eventi corporate. Da metà 2021 si registra un ritorno alla normalità.



Tra gli aspetti innovativi della fruizione di Palazzo Merulana si pone anche l'offerta dell'utilizzo degli **spazi come location di attività corporate**, una scelta ben precisa da parte di quelle aziende che, abbracciando in toto la mission del Palazzo, intendono arricchire il proprio evento aziendale inserendolo in **contesto culturalmente prestigioso**. Gli ospiti di ciascun evento diventano così nuovi visitatori della collezione e delle mostre rappresentando quindi un ulteriore volano di promozione e diffusione.



Catering

Per il catering degli eventi, Palazzo Merulana dispone di una cucina professionale, gestita da uno dei più prestigiosi catering romani, Servizi **Cherubini Banqueting & Catering**. Fondata nel 1975, l'azienda risponde alla richiesta sempre crescente di servizi di alta qualità, con particolare attenzione alla tradizione e alle nuove tendenze. Un banchetto pensato per le esigenze degli ospiti, con la cura e la passione che da oltre vent'anni li caratterizza rispetto della tradizione, menù moderni e personalizzati, ingredienti e vini d'eccellenza. Da luglio 2020 la partnership strategica tra Palazzo Merulana e Cherubini si rafforza, dando all'azienda anche la gestione della buvette museale, il **CafeCulture**.



I nostri servizi

- Stampa tipografica di inviti
- Addobbi e decorazioni floreali
- Musica & DJ Set
- Visite guidate alla collezione Cerasi
- Visite guidate in altri musei e luoghi della cultura a Roma
- Riprese fotografiche e video
- Illuminazione degli spazi dedicata
- Servizio NCC
- Merchandising museale
- Supporto organizzativo per pernottamento a Roma

Comunicazione: la porta di accesso a Palazzo Merulana

I canali informativi di Palazzo Merulana

- 2 canali social
- sito web e newsletter
- 18000 follower totali
- 4000 iscritti alla newsletter
- Ufficio stampa dedicato



Raggiunti 2 macro obiettivi: rafforzare la partecipazione e l'engagement; aumentare la community

In occasione delle mostre, vengono spesso utilizzati i **due ledwall** collocati nella sala adiacente all'ingresso principale. La porta a vetri della sala ha una funzione di forte richiamo su strada e consente, così, di incrementare l'impatto visivo e l'efficacia della comunicazione di quanto avviene all'interno del Palazzo.

I Canali attivi

 @Palazzo Merulana

 @palazzomerulana

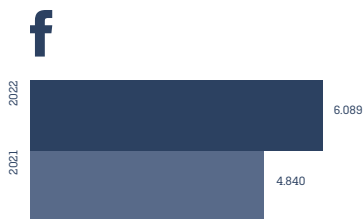
 www.palazzomerulana.it
www.coopculture.it

 news@palazzomerulana.it



Dopo l'esperienza COVID 19 si consolidano 4 canali di comunicazione: il sito internet, la news letter e i social network facebook e instagram, su cui si sono concentrate le forze per poter essere popolati e animati al meglio (più contenuti, più qualità, più frequenza). A tali canali si aggiunge l'incremento dell'utilizzo dei due ledwall, installati nei pressi dell'ingresso, che, sebbene presenti dalla «nascita» di Palazzo Merulana diventano sempre più uno strumento phygital di forte impatto ed efficacia per la presentazione delle mostre e del palinsesto culturale.

I Follower di Palazzo Merulana



+21% nel 2022 rispetto al 2020
[+12% tra 2021 e 2022]



+56% rispetto al 2020
[+26% tra 2021 e 2022]

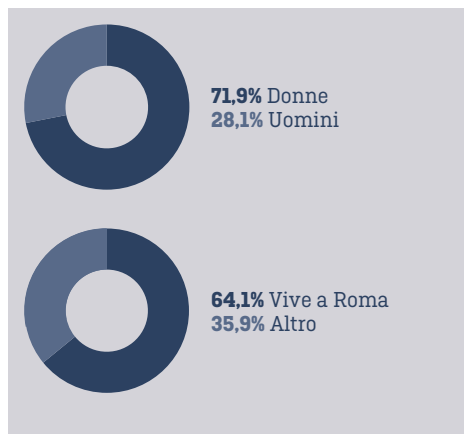


**OBIETTIVO
RAGGIUNTO**

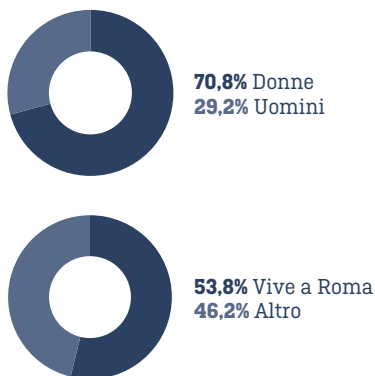
Nel biennio considerato si registra un significativo aumento del pubblico e delle interazioni sui social

I Social network di Palazzo Merulana

Facebook @Palazzo Merulana



Instagram @palazzomerulana

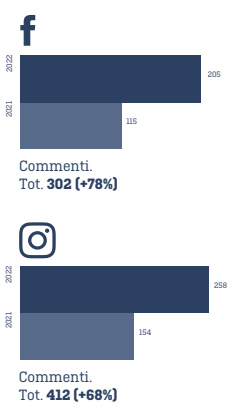
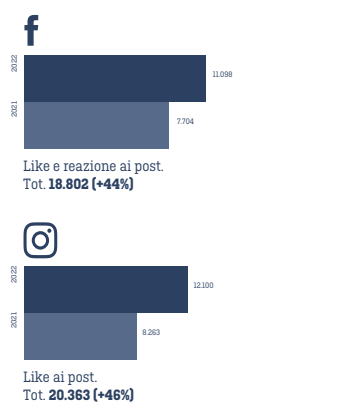


**OBIETTIVO
RAGGIUNTO**

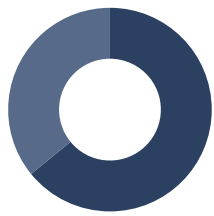
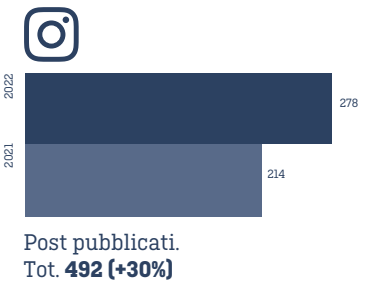
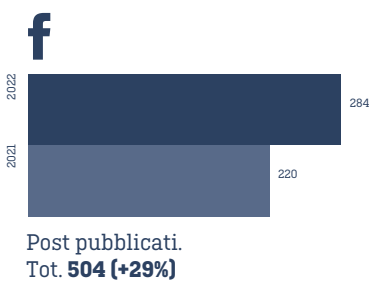
La profilazione dei followers risulta essere perfettamente in linea con il trend del visitatore, principalmente donna. Rispetto agli anni passati sono stati però ampliati i confini geografici, il 35,9% su facebook e il 46,2% su instagram non sono romani

Le interazioni social di Palazzo Merulana

39.897 commenti e reazioni ai post ricevuti nel biennio 2021-2022



996 post Facebook e Instagram pubblicati nel triennio 2021-2022



1.250 Stories totali

f **405.856** persone raggiunte nel 2022
278.986 persone raggiunte nel 2021

+100% nel 2022 rispetto al 2021

i **59.127** persone raggiunte nel 2022
16.744 persone raggiunte nel 2021

+100% nel 2022 rispetto al 2021

Copertura dei social di Palazzo Merulana

Le visite alle pagine social

f **12.367** nel 2022
6.308 nel 2021

+96%

i **14.194** nel 2022
5.613 nel 2021

+153%



6 campagne social di fidelizzazione tra il 2021 e il 2022

3 realizzate nel 2021 e **3** nel 2022

Video Collezione

A inizio **2021**, durante i mesi di chiusura di Palazzo Merulana a causa alle restrizioni imposte dalle misure di contenimento della pandemia da Covid-19, sono state raccontate e presentate alcune opere della Collezione Elena e Claudio Cerasi attraverso la realizzazione e pubblicazione di video sui canali social.

Ceffè fotografici

Rubrica settimanale a cura di Maria Cristina Valeri, Alex Mezzenga e Gilberto Maltinti dedicata alla fotografia e all'innovazione culturale. Il primo appuntamento, tenutosi l'11 marzo **2021**, è stato dedicato all'anniversario del primo lockdown, durante il quale è stata lanciata la prima call fotografica Life in the time of Coronavirus che, in pochi mesi, ha raccolto oltre 10.000 immagini provenienti da tutto il mondo.

AMACI 2021

Palazzo Merulana ha partecipato alla Diciassettesima Giornata del Contemporaneo promossa da AMACI - Associazione dei Musei d'Arte Contemporanea Italiani - che si è svolta sul territorio nazionale sabato 11 dicembre **2021**.

Merulove

Nell'ambito di una serie di iniziative dedicate al tema dell'amore in tutte le sue forme, Palazzo Merulana ha attivato la bacheca #Merulove all'interno della quale gli utenti hanno potuto pubblicare dichiarazioni d'amore. Per tutto il mese di febbraio **2022**, dalle ore 11:00 alle ore 16:00, è stato attivo, sulla pagina di Instagram @palazzomerulana, un box domande per la raccolta di messaggi che sono stati in seguito ripostati nelle stories con gli hashtag: **#Dilloconilcuore, #MeruLove e #PalazzoMerulana**.



AMACI 2022

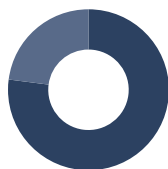
Sabato 8 ottobre **2022**, nella Diciottesima Giornata del Contemporaneo promossa da AMACI - Associazione dei Musei d'Arte Contemporanea Italiani, Palazzo Merulana ha proposto una mediazione culturale dal titolo Dal sogno al segno: Giuseppe Capogrossi figurativo nella Collezione Elena e Claudio Cerasi, in occasione del cinquantenario dalla morte dell'artista.

Il calendario dell'Avvento di Palazzo Merulana

Dal 1 al 24 dicembre **2022**, i social network di Palazzo Merulana si sono colorati della magia delle feste, diffondendo l'apertura del Xmas Gate e una serie di sorprese pensate appositamente per i visitatori, tra le quali promozioni, lanci di eventi, pillole di cultura e veri e propri regali.

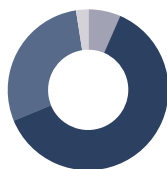


La newsletter di Palazzo Merulana



Iscritti alla newsletter
5530 Liste Generali
1.648 Merulana Pass

7.178 Iscritti nel **2021** e **2022**, con una crescita di **3.156** rispetto al **2020**.



Liste generali
3.439 Iscritti web
1.591 Iscritti dalla Biglietteria
363 Contatti istituzionali
137 Contatti di quartiere

3.156 nuovi iscritti rispetto al **2020**.

38 campagne di fidelizzazione nel biennio 2021-2022 di cui **10** nel **2021** e **28** nel **2022**



Tasso di apertura.



Tasso di abbandono.



Media NL settimanale.



**OBIETTIVO
RAGGIUNTO**

Sebbene si sia abbassato il tasso di apertura delle newsletter, seppur rimanendo superiore alla media del settore (22%), il tasso di abbandono si mantiene costante nel biennio analizzato, a dimostrazione dell'interesse verso i contenuti comunicati.



Conferenze stampa

Lanci di agenzia

Carta stampata

articoli e segnalazioni nelle rubriche dedicati alle mostre e agli eventi a Roma

Sevizi televisivi

Interviste radio

Articoli sul web

2021

2022

2

5

13

18

20

26

13

22

7

5

92

150



**OBIETTIVO
RAGGIUNTO**

Grazie alla collaborazione con la società Leloo s.r.l. informazione e comunicazione, professionisti della comunicazione, il posizionamento di Palazzo Merulana sui mass media nazionali e locali si è fortemente consolidato.



Riprende nel 2022 l'attività di promozione nelle manifestazioni di riferimento per la promozione del turismo
TTG Rimini, ottobre 2022



Sostenibilità Sociale e Benessere

Dott.ssa Giovanna Barni
Presidente Culturmedia,
Consigliere delegato
all'innovazione CoopCulture

La Convenzione di Faro, sottoscritta dall'Italia nel 2013, ha posto un'enfasi crescente sul patrimonio culturale quale attivatore di forme di "democrazia del fare". La cultura diventa un elemento portante della politica pubblica per la coesione e l'inclusione sociale, generando un valore aggiunto per la società in termini di qualità della vita e promuovendo l'identità, l'appartenenza, l'inclusione, la tolleranza e la coesione. Le policy messe in campo da Palazzo Merulana fin dalla sua inaugurazione nel maggio del 2018, hanno tradotto in una dimensione concreta queste indicazioni. Molto del lavoro fatto dal museo è consistito, infatti, nella (ri)attivazione di soggetti – individuali e collettivi – che partecipassero attivamente alla piena accessibilità degli spazi e delle collezioni, alla progettazione delle funzioni innovate e del calendario di iniziative che lo animano: iniziative volte sempre a includere pubblici marginalizzati e superare gap sociali, di genere e pregiudizi culturali, nella logica di supporto e integrazione con l'azione pubblica. Palazzo Merulana si presenta oggi come attore protagonista di un housing sociale in senso lato che contribuisce a rafforzare il senso di identità culturale della comunità e a valorizzare la diversità culturale dei suoi membri, per offrire in modo pa-

ritario a tutti servizi di prossimità, come può essere, ad esempio, l'area studio a libero accesso al piano terra del museo. La natura cooperativa e mutualistica del soggetto gestore rafforza quindi il ruolo sociale ormai riconosciuto di cultura e patrimonio culturale. L'attività di un museo va valutata anche in termini di impatto sulla salute e il benessere delle persone e delle comunità. A fine 2019 l'ampio rapporto dell'OMS-Organizzazione mondiale della Sanità della Regione Europa (What is the evidence on the role of the arts in improving health and well-being? A scoping review), ha infatti evidenziato come la partecipazione ad attività culturali e l'espressione creativa, influiscano sul miglioramento della salute e del benessere bio-psico-sociale delle persone durante tutto l'arco della loro vita. Concetto sottolineato anche nella nuova definizione di museo proposta da ICOM, dove la parola "piacere" va intesa come benessere sociale, cognitivo, psicologico ed emotivo, sia dell'individuo che della collettività, soprattutto per le categorie marginalizzate e non protette. I prossimi anni saranno il banco di prova di questo importante indicatore sociale.

Misurare la Sostenibilità Sociale e Benessere



*UNESCO (2019), Culture2030 Indicators.
Thematic Indicators for Culture in the 2030
Agenda, UNESCO, France, pp. 2-3



Ambiente e resilienza



Economia e prosperità



Sapere e competenze



Inclusione e partecipazione





Obiettivi del bilancio 2019/2020 di Palazzo Merulana



Promuovere la coesione sociale e ampliare il numero dei partenariati per favorire l'engagement



Estendere il raggio di azione delle attività a livello nazionale, ampliando gli spazi di narrazione dei valori di uno spazio museale contemporaneo



Rafforzare il network territoriale locale per mettere a sistema le sue eccellenze, valorizzando l'esistente e sviluppandone l'attrattività





DMO ES.CO: una comunità che si rigenera attraverso il turismo responsabile

Michela Valentini, Destination Manager della DMO ES.CO

ES.CO Esquilino Comunità – La porta di Roma, è la prima DMO di quartiere nata in Italia. **L'Esquilino è un rione caratterizzato da un notevole capitale culturale e umano insistente su un territorio vocato al turismo slow.** Gli attuali 20 soci della DMO ES.CO, in pieno spirito di comunità collaborativa, lavorano alla creazione di proposte e servizi che rendono più piena la vita di chi ci vive o di chi si ferma solo per un periodo.

La DMO non si limita a valorizzare ciò che già c'è, ma vuole divenire promotrice di un turismo rigenerativo che sia sempre più sostenibile ovvero capace di soddisfare le esigenze dei turisti e insieme di rispettare chi ci abita. Una rivoluzione in termini concettuali che si impone in quelle destinazioni che vedono lo spopolamento dei centri storici, lo stravolgimento del sistema commerciale, con conseguenze che a lungo andare depauperano quegli stessi elementi che sono di richiamo, tutte cose che il centro di Roma conosce. La promozione e il marketing devono allora essere ripensati: chi gestisce la destinazione non è più solo promotore ma abilitatore, rigeneratore, di spazi e persone, intese come singoli ma soprattutto come comunità.

Per affrontare questa importante sfida si è fatto riferimento alla letteratura turistica più contemporanea che propone e afferma come a fronte della crescita della domanda turistica globale, in un numero sempre più importante di destinazioni turistiche, la sfida non è più quella di "far arrivare gente", quanto semmai **di rendere compatibili i flussi turistici con i caratteri propri delle destinazioni stesse: la loro identità, i loro modi di vita, i loro orari, la loro vivibilità.**

Per affrontare questa sfida la DMO ES.CO. ha dato vita a diverse partnership nazionali ed internazionali, che da un lato condividessero gli stessi obiettivi e dall'altro fossero di esempio per le attività interne dei soci.

Da qui è scaturito il **"Manifesto Merulana"** una carta dei valori del turismo rigenerativo, che mette insieme tre network internazionali ispirandosi ai loro principi attorno ai quali ES.CO. continuerà a lavorare:

FAIR BNB NETWORK, che attraverso l'affitto della ricettività locale supporta progetti di sostenibilità ambientale, economica e sociale per le comunità ospitanti.

CITTASLOW INTERNATIONAL, la rete internazionale delle città del buon vivere, che propone un modello centrato non più sulla crescita continuata ma sulla qualità della vita nelle città.

INTERNATIONAL GREETER ASSOCIATION che propone un'accoglienza all'ospite svolta da volontari: volti amichevoli che puntano ad uno scambio culturale che arricchisce reciprocamente.

A livello di relazioni interne si è poi lavorato alla creazione di una partnership tra profit e non profit, favorendo un'alleanza tra associazioni e imprese, raccolte nel documento **"Carta Esquilina"**. Questa è la risposta della DMO alle tendenze attuali e più progressiste del mercato che vede crescere il numero di consumatori, turisti che si aspettano che anche le imprese dimostrino di impegnarsi nelle questioni che riguardano tutti: sociali, ambientali, culturali che siano. Il mondo imprenditoriale deve comprendere l'evoluzione delle convinzioni sociali dei clienti e condividerle: l'impegno per rendere il mondo più abitabile diventa un elemento di scelta per i consumatori, anche quando comprano vacanze. L'associazionismo rappresenta molti dei valori che le aziende cercano, co-progettare con le loro, fare una alleanza va a beneficio di tutti.

Nel momento di decidere la struttura dove soggiornare o uno spazio dove mangiare, il ruolo che quella impresa ha nei confronti della città alla quale appartiene, del quartiere dove risiede, del pianeta che abita, diventa un criterio di scelta, di premialità, per il turista. Se si vuole attrarre questo tipo di turista e non essere scelti da "chiunque sia" o "purché sia", magari solo in base al prezzo più basso, è sugli aspetti valoriali che si deve investire. Anche questo è il modo della DMO ES.CO. di sviluppare il concetto di turismo rigenerativo.

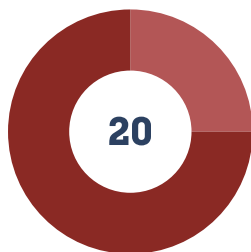


DMO ES.CO: alcuni numeri

Destination Management Organization dedicata al quartiere Esquilino, l'unica tra quelle finanziate dalla Regione Lazio che promuove strategie turistiche rigenerative dedicate a un **Rione di Roma**.

03	Estensione kmq	01	Stazione hub turistico	03	Teatri
01	Comunità internazionale	03	Centri di produzione culturale	02	Basiliche
04	Cluster tematici	07	Musei	03	Centri di produzione culturale
03	Eccellenze enogastronomiche	15	Partner privati		

Associazioni e Enti di quartiere che fanno parte della DMO



Soggetti costituenti

15 Soggetti privati

Associazione Palazzo Merulana
 ARCI Roma Aps
 PIERRE_ YellowSquare
 Associazione TWM Factory
 Sport senza frontiere onlus
 Lega regionale delle cooperative del Lazio
 Inforidea Idee in movimento aps
 Piazza Vittorio aps
 Associazione culturale arco di Galieno
 SL&A
 Vivitalia
 ASD la luna e la tartaruga
 Palazzo del Freddo
 Officina delle culture
 Associna - associazione di seconde generazioni italo cinesi

5 Enti pubblici

Municipio Roma 1
 Museo Storico della Fisica
 Roma Tre Dipartimento scienze della formazione
 ASL Roma 1
 La Sapienza Dipartimento storia, disegno, restauro dell'architettura

Strada maestra: un esempio di scambio promozionale della DMO

Prodotto in collaborazione con Andrea Fassi (Palazzo del Freddo), Arci solidarietà e Binario 85, ha previsto la proiezione di un video di comunicazione sociale intitolato 'Esperienze di strada' a cura del regista Claudio Casale. Nell'ambito dell'iniziativa è stato presentato il libro di racconti 'Storie senza dimora' a cura di sei autori senza dimora.



**OBIETTIVO
RAGGIUNTO**

Rafforzare il network territoriale locale per mettere a sistema le sue eccellenze, valorizzando l'esistente e sviluppandone l'attrattività



La copertura mediatica della DMO ES.CO

Destination Management Organization dedicata al quartiere Esquilino, l'unica tra quelle finanziate dalla Regione Lazio che promuove strategie turistiche rigenerative dedicate a un **Rione di Roma**.

30
Uscite stampa

18 Articoli per testate online

Messaggero.it, Rainews24, Repubblica.it, arte.it, Abitare a Roma, Esquilino's Weblog, Artemagazine, Cinque Quotidiano, liquidarte, Romatoday, romeInternational, taccuinidiviaggio.it, Italian Flavour Mag, viviroma.it, Artribune, instantmood.it, stampaitaliana.online, scenailustrata.com

4 Servizi televisivi

Cusano Campus tv, TgrLazio Rai, tgrtv2000, RaiNews24

4 Articoli su carta

1 per La Repubblica, 1 per Corriere della Sera, 2 per Il Messaggero

4 Lanci da Agenzie di stampa

2 da Ansa, 1 da Adnkronos e da Dire

3 Canali online sempre attivi

Instagram
Facebook
esquilinocomunita.it

Il Palazzo e i suoi spazi aperti per la cultura

Palazzo Merulana ha da sempre voluto sfruttare gli spazi per proporre iniziative diverse, adattando ogni sala a secondo dell'obiettivo dell'evento o iniziativa. La grande versatilità del Palazzo è dimostrata dalla diversità degli spazi a sua disposizione: dal culture concept store, alla sala delle sculture passando per gli spazi esterni dedicati al relax.

Gli Spazi "Museali"

25mq

Ad accesso libero

120 mq

Di spazi esterni, il giardino urbano, una comfort-zone dedicata al relax e alla convivialità.

200 mq

di spazi interni, tra la Sala delle Sculture e il Culture Concept Store.

Il Culture Concept store, una moderna "piazza culturale" per l'audience engagement, organizzata in 3 aree:

Welcome Culture, spazio di accoglienza e orientamento ai percorsi esperienziali che il museo e il territorio sono in grado di offrire.

Book Culture, luogo dove poter acquistare libri, oggettistica e ricordi della visita.

Café Culture, comfort zone in cui rilassarsi, vivere un'esperienza di gusto, studiare.

ai quali si aggiunge

Sala attico 215 mq

All'ultimo piano interno del Palazzo per mostre temporanee, eventi, incontri, proiezioni cinematografiche



La collezione e gli eventi di Palazzo Merulana per lo Sviluppo Sostenibile e la promozione sociale

Il 2022 è stato un anno cruciale per Palazzo Merulana, poiché sono state individuate con maggiore chiarezza le aree di intervento del museo. Al centro delle attività realizzate in favore della comunità e della città, è stato posto l'impegno per il rafforzamento del network locale, potenziandone i fattori di attrattività.

Insieme agli stakeholder, sono state sperimentate forme di valorizzazione della collezione permanente, accomunate dall'obiettivo di realizzare inclusione sociale attraverso la cultura.

10 Format

Per parlare con linguaggi moderni di identità di genere, diversità, percezione del corpo, inclusione etnica, tematiche ambientali, diritti dell'infanzia e dell'adolescenza, fragilità sociali, rigenerazione urbana.

25 Appuntamenti

Incontri, proiezioni, conferenze e momenti di interazione con il pubblico per un engagement sempre più forte.



70 Giornate espositive

Grazie alle mostre dedicate alla sensibilizzazione sullo sviluppo sostenibile che si sono alternate nel corso dell'anno.

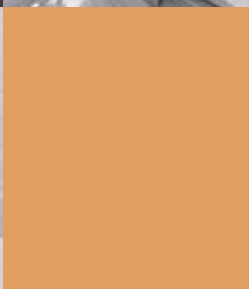
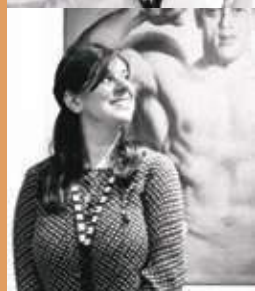
90+ Ospiti

Tra esperti, ambassador, istituzioni, rappresentanti della società civile, artisti che hanno animato la fitta programmazione di iniziative incentrate sullo sviluppo sostenibile.



**OBIETTIVO
RAGGIUNTO**

Palazzo Merulana ha esteso il raggio di azione delle attività a livello nazionale, ampliando gli spazi di narrazione dei valori di uno spazio museale contemporaneo



Sostenibilità Organizzativa

Massimiliano Valerii,
Direttore Generale del Censis

Come si sfugge a una certa retorica che spesso inzuppa il discorso pubblico quando si parla di sostenibilità? C'è un modo: dire quello che si fa e fare quello che si dice. Vale anche per l'offerta culturale, indispensabile a ognuno di noi per essere meglio attrezzato a stare al mondo in una società sempre più complessa. E vale per Palazzo Merulana: un magnifico polo museale promotore di attività culturali in grado di contribuire concretamente allo sviluppo sostenibile delle comunità, a partire dal suo ruolo prezioso nella rigenerazione urbana e sociale del quartiere Esquilino a Roma. In una sorta di trasparente carta d'identità – a questo serve il Bilancio di sostenibilità: a guardarsi dentro – anche la struttura organizzativa deve perciò porre al centro le persone che lavorano, avendo cura di intervenire, all'interno della propria squadra, soprattutto sui tasti dolenti che contraddistinguono la nostra società: i divari di genere (attraverso il pieno riconoscimento del ruolo delle donne), la questione generazionale (con l'inclusione dei tanti giovani tanto spesso non valorizzati), la formazione continua (sempre necessaria allo sviluppo del capitale umano), gli strumenti di welfare (per garantire alle persone che lavorano la conciliazione con il tempo da dedicare alle altre attività e una più alta qualità della vita). Il nostro Paese, infatti, si colloca all'ultimo posto tra i Paesi europei nella graduatoria del tasso di occupazione femminile. E occupa le prime posizioni per il tasso di disoccupazione giovanile. Si tratta di due criticità direttamente collegate al processo di grave denatalità che sta segnando la transizione demografica italiana. E se poi si fosse

tentati di obiettare che il raggiungimento di quei traguardi ricade tra i compiti dello Stato, e che spetta dunque alle politiche pubbliche assicurarne il pieno conseguimento, si potrebbe rispondere che in una grande società le responsabilità sono sempre distribuite e diffuse, e che ognuno deve fare la propria parte. Coniugare l'economia sociale con il pilastro della promozione culturale, attivando il coinvolgimento delle comunità locali, corrisponde peraltro a un modello di lunga tradizione nella storia delle istituzioni del nostro Paese attraverso i secoli. Oggi si tratta di rinverdire quell'antica tradizione, riconoscendo il protagonismo dell'associazionismo e del mondo cooperativo, all'insegna del nuovo paradigma che informerà la nostra storia prossima ventura: favorire uno sviluppo declinato sempre più in chiave di sostenibilità sociale e ambientale. Per spingere in avanti questo grande cambiamento non risulteranno determinanti né un astratto rigorismo tecnico, né approcci edittali calati dall'alto. Risulterà invece decisivo il paziente, costante, convinto esercizio di tessitura sociale dal basso che istituzioni come Palazzo Merulana riusciranno a esprimere, giocando un ruolo di giusto protagonismo come magneti attrattori di altre iniziative analoghe.

Misurare la Sostenibilità Organizzativa



*UNESCO (2019), Culture2030 Indicators.
Thematic Indicators for Culture in the 2030
Agenda, UNESCO, France, pp. 2-3



Ambiente e resilienza



Economia e prosperità



Sapere e competenze



Inclusione e partecipazione





Obiettivi del bilancio 2019/2020 di Palazzo Merulana



Sperimentare nuove forme di lavoro culturale e creativo, puntando su formazione innovativa di settore e attrazione di nuove professionalità



Rafforzare le abilità di fundraising e progettazione europea per l'apertura di una divisione dedicata

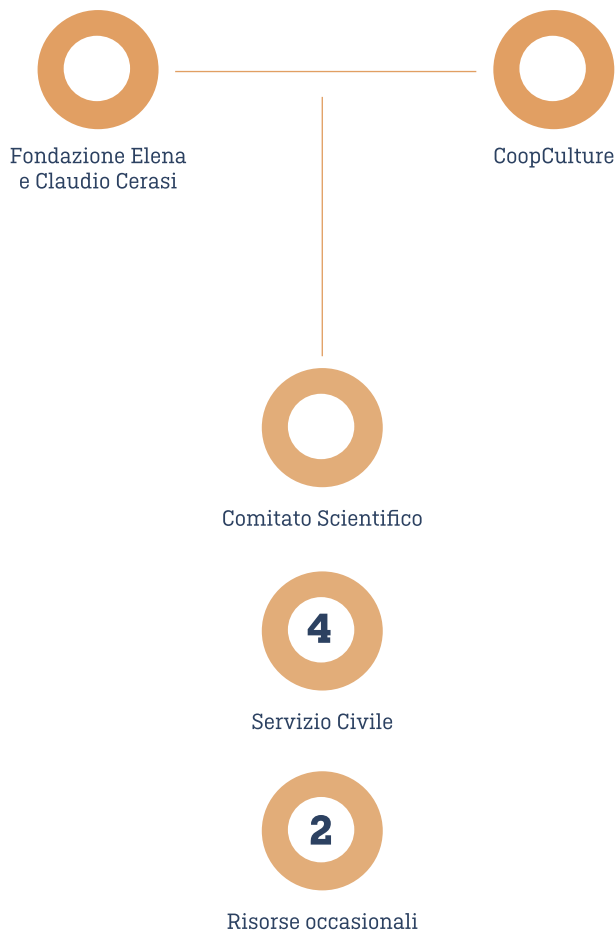


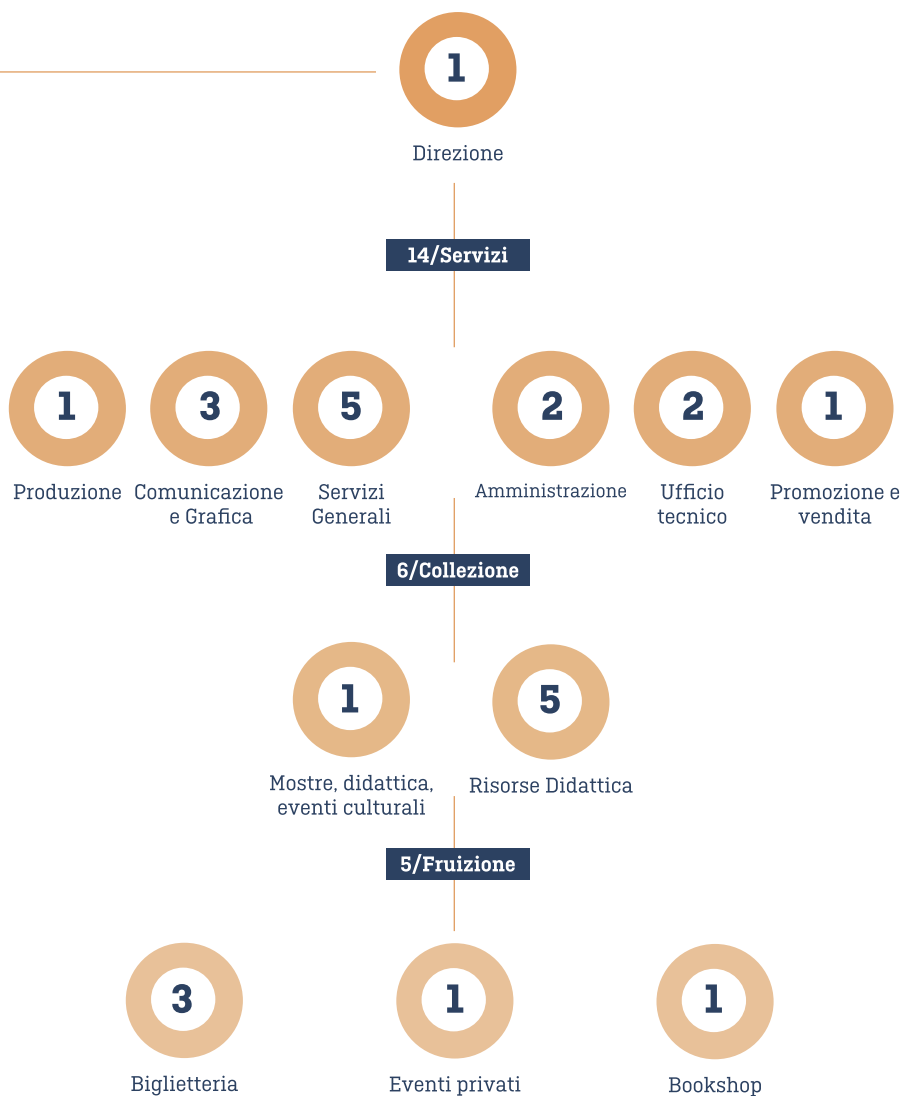
Incrementare le buone pratiche di networking e scambio di know-how con i fornitori e partner territoriali



Organigramma

La struttura organizzativa di Palazzo Merulana ha mantenuto il proprio assetto anche durante la crisi da Covid 19 – si segnala la specializzazione di diverse risorse in ambiti importanti per l'attività del Museo. Ciò è conseguenza della forte identità sociale del Palazzo e soprattutto dell'impiego di risorse altamente formate e motivate.







Persone

Nel contesto della ripartenza dopo il periodo pandemico, Palazzo Merulana ha assicurato una continua formazione ai dipendenti. Nel 2022 la formazione è stata focalizzata sulla salute e sicurezza dei lavoratori.

Le risorse di Palazzo Merulana: specializzazione e stabilità



Da giugno 2021,
attivo il Servizio Civile
con **4 volontari**

11

Risorse CoopCulture
che lavorano a
Palazzo Merulana

2 nuove assunzioni

0 cessazioni di rapporto di lavoro

0% turnover in uscita

18% turnover in entrata



Palazzo Merulana ha mantenuto la pianta organica, nonostante le chiusure legate alla Pandemia da Covid 19.

Le risorse di Palazzo Merulana: specializzazione e stabilità

Contratto Collettivo Nazionale settore Multiservizi

Genere



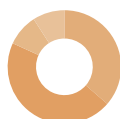
55% Donna
45% Uomo

Titolo di studio



55% Laurea
45% Diploma

Età



37% dai 25 ai 34 anni
45% dai 35 ai 44 anni
9% dai 45 ai 54 anni
9% dai 55 ai 64 anni

Tipologia di contratto



3 Tempo determinato
7 Tempo indeterminato

Tipologia



64% Soci
27% Dipendenti non soci
9% Occasionale



4 Full-time
7 Part-time



La formazione delle risorse di Palazzo Merulana

2021

732,32 €

Costo sostenuto nel 2021

35 ore complessive
di formazione erogata

7 ore
di formazione pro-capite



29% Formazione in materia
di salute e sicurezza sul lavoro
71% Professionalizzante

4 risorse hanno usufruito della
formazione in materia di salute
e sicurezza sul lavoro

1 risorse ha usufruito della
formazione professionalizzante

2022

6.834 €

Costo sostenuto nel 2022

428,5 ore complessive
di formazione erogata

53,52 ore
di formazione pro-capite



65% Formazione in materia
di salute e sicurezza sul lavoro
35% settore del fund rising
e gestione eventi

8 risorse hanno usufruito della
formazione in materia di salute
e sicurezza sul lavoro

4 risorse hanno usufruito della
formazione in materia di fund
rising e gestione eventi



**OBIETTIVO
RAGGIUNTO**

Maggior numero di ore di formazione
pro-capite rispetto al biennio 2019/2020
considerato dallo scorso bilancio.

La comunità di fornitori di Palazzo Merulana



Palazzo Merulana nel 2022 ha interagito con **82** fornitori certificati.

Per fornitori certificati si intendono tutti quei soggetti selezionati che rispettano alcuni criteri:

- Massima Tutela lavorativa (orario, retribuzione, età lavorativa)
- Possesso di certificazioni in materia di sicurezza sul lavoro, responsabilità sociale e tutela ambientale – in assenza viene effettuato uno screening che accerti un'effettiva ed equivalente tutela negli ambiti oggetto delle certificazioni.





Sostenibilità Economica

**Giuseppe Cosenza,
Economista della Cultura**

Il bilancio di sostenibilità di Palazzo Merulana del biennio 2021-2022 segue il bilancio dei due anni precedenti; tra i due periodi una data che rimarrà impressa nei libri di storia: l'8 marzo 2020. Quel giorno il governo guidato da Giuseppe Conte, attraverso un Dpcm, emanò una serie di misure restrittive per contrastare il COVID-19 tra le quali la chiusura di musei e la sospensione di tutte le manifestazioni culturali. Quel momento rappresenta uno spartiacque tra il prima «e il dopo, in quanto oltre ad assistere alla trasformazione di dinamiche sociali e di fenomeni economici, è mutato profondamente il modo di fare cultura e di fruire della conoscenza. Nel 2019, secondo l'ISTAT, i musei statali avevano totalizzato quasi 55 milioni di persone, per un incasso di quasi 243 milioni di euro, mentre l'intero comparto museale (musei statali e non statali) aveva registrato circa 130 milioni di visitatori. Con la chiusura obbligatoria nel 2020 e lo stop di alcuni mesi imposto nel 2021, il numero di visitatori dei musei è diminuito rispetto agli standard precedenti l'emergenza sanitaria. Nel primo anno di pandemia i visitatori totali dei musei sono scesi a circa 37 milioni (-72%) e nel 2021 sono stati quasi 48 milioni (-63% rispetto al 2019). Il 2022 segna, finalmente, la ripresa, raggiungendo quasi i livelli del 2019 e accogliendo oltre i visitatori nazionali, anche i turisti stranieri. Lo dimostrano i numeri riscontrati dai 30 maggiori musei nazionali, pubblicati a fine 2022 dal Ministero della Cultura. Lo shock subito dal comparto museale non è stato solo di natura economica. Alla crisi dei visitatori si sono aggiunti altri fattori di cambiamento che hanno modificato, in maniera irreversibile, la natura stessa dei musei. Il primo fattore è lo stravolgimento del rapporto dei musei con i pubblici di riferimento e delle modalità di interazione. Il secondo elemento è la maggior integrazione tra tecnologie digitali ed esperienze di visita reale. Con molta probabilità il terremoto provocato dal coronavirus ha rapidamente avvicinato cinque settori economici, in apparenza diversi tra di loro: imprese culturali e creative; turismo; contenuti on-demand; formazione e scuola; welfare e salute. La sinergia di questi cinque settori può favorire la

ripartenza dell'economia generata dal settore museale, secondo un nuovo equilibrio economico ed una nuova catena del valore. I musei e le istituzioni culturali possono rafforzare il legame con la scuola e potenziare l'offerta formativa. La sanità può utilizzare la cultura per la cura di malattie degenerative, psicosomatiche, metaboliche e perfino ortopediche. I musei possono produrre e distribuire contenuti on-demand. Il turismo può ampliare l'offerta di esperienze culturali, non soltanto ludiche, bensì legate alla formazione e al welfare. Si procede verso la ridefinizione di nuovi modelli di business culturale, dove la sostenibilità ambientale e il rapporto con il tessuto produttivo imprenditoriale diventano elementi sempre più rilevanti. Grazie anche a una maggiore diffusione del Partenariato «speciale» pubblico-privato (PSPP), una forma innovativa di collaborazione ormai non più sperimentale, i musei oltre ai servizi culturali stanno diversificando la propria attività attraverso l'offerta di servizi enogastronomici, la valorizzazione di giardini, la messa a reddito di terreni e l'offerta di servizi di accoglienza per gli animali domestici. Nuovi servizi generati dall'analisi dei bisogni dei visitatori, dalla conoscenza del contesto e dalla creatività degli operatori culturali. In questo senso il bilancio di sostenibilità 2021-2022 rappresenta la chiusura di un periodo di crisi e il trampolino di lancio dello spazio museale verso un futuro che si presenta ricco di sfide. I numeri evidenziati tra il 2021 e il 2022 sono incoraggianti: +19% di valore economico generato, +74% di ricavi da affitti e concessioni, +19% di ricavi dal concept store, la crescita considerevole degli investimenti privati negli allestimenti museali. Palazzo Merulana guarda verso il futuro con ottimismo, grazie anche alla sua collocazione fortunata. Difatti, posizionandosi al centro di una delle città più belle al mondo può guardare ai milioni di turisti che ogni anno ne sono attratti. Al contempo è immerso in un tessuto produttivo e sociale molto interessante, multietnico, dinamico e culturalmente vivace.

Misurare la Sostenibilità Economica



*UNESCO (2019), Culture2030 Indicators. Thematic Indicators for Culture in the 2030 Agenda, UNESCO, France, pp. 2-3



Ambiente e resilienza



Economia e prosperità



Sapere e competenze



Inclusione e partecipazione





Obiettivi del bilancio 2019/2020 di Palazzo Merulana



Aumentare l'investimento
nella formazione del
personale in settori strategici



Migliorare le pratiche di
corporate engagement,
al fine di attrarre investitori
privati in linea con le linee
programmatiche e capaci
di conferire maggiore
stabilità alle entrate



Ampliare la base di finanziamenti
pubblici, con la partecipazione
a bandi regionali, nazionali ed
europei, attraverso la
costituzione di un'associazione
ad hoc del Terzo Settore

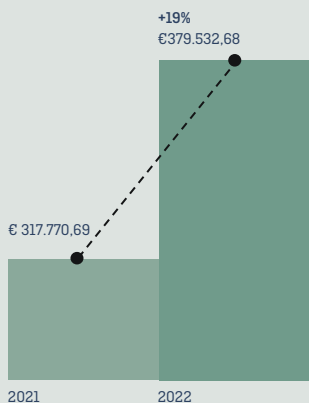


La cultura e la creatività che producono valore

Sostenibilità Economica

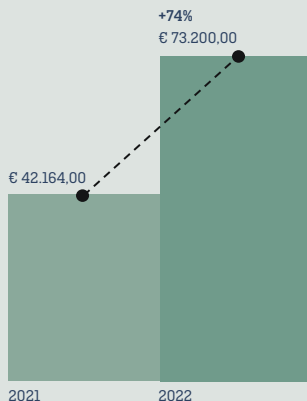
Il valore economico

generato nel 2022 da Palazzo Merulana
è cresciuto del **19%** rispetto al 2021



Tot. 697.303,37€

Il valore economico generato



Tot. 115.364€

Ricavi da affitti
e concessioni

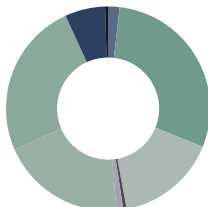


**OBIETTIVO
RAGGIUNTO**

Si nota un buon incremento del valore della produzione che, sebbene inferiore rispetto ai livelli pre-pandemici, ha avuto una fortissima ripresa. Voci fondamentali per l'anno 2022 sono il 20% di valore economico generato dall'affitto spazi e l'15% dalle attività del concept store

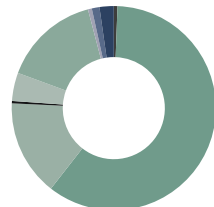
Nel 2022 Palazzo Merulana ha dimostrato notevole resilienza ottenendo ottimi risultati dal punto di vista economico.

2021
317.770,69 €
Valore economico generato



- 1,8% Didattica
- 29,3% Eventi privati
- 16% Bookshop
- 0,5% Assistenza di sala
- 1,1% Fondazione Elena e Claudio Cerasi
- 19,8% Biglietteria
- 6,4% Eventi culturali
- 0,5% Caffetteria
- 24,7% Contributi del Ministero della Cultura

2022
379.532,68 €
valore economico generato

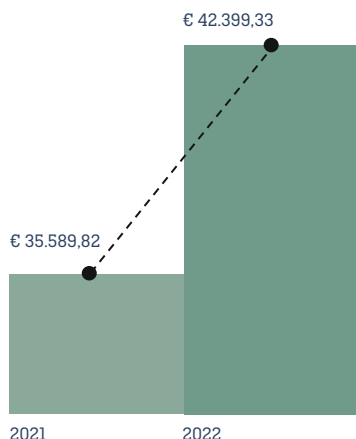


- 0,6% Didattica
- 58,5% Eventi privati
- 15,2% Bookshop
- 0,4% Assistenza di sala
- 4,5% Fondazione Elena e Claudio Cerasi
- 15,3% Biglietteria
- 1,2% Eventi culturali
- 2,3% Caffetteria
- 0,6% Prenotazione e prevendita



Il Concept Store di Palazzo Merulana

Sostenibilità Economica



Tot. € 77.989,15 €

I ricavi di vendita del Concept Store



73% Libri
27% Merchandising e oggettistica



66% Libri
34% Merchandising e oggettistica



Nel contesto di un ingente aumento dei ricavi del concept store, va registrata un'interessante diversificazione degli articoli venduti. Un elemento da confermare e valorizzare nei prossimi anni, puntando su una maggiore diversificazione anche all'interno delle categorie merceologiche.

Il dettaglio delle vendite del Concept Store

2021

€ 26.011,10

Ricavi dalla vendita di libri



58% Editoria varia per adulti
19% Cataloghi e libri d'arte
13% Guide
10% Editoria per infanzia

€ 9.578,72

Ricavi dalla vendita di oggettistica e merchandising



54% Articoli di design per la casa
19% Cartotecnica
27% Accessori di abbigliamento

2022

€ 28.154,29

Ricavi dalla vendita di libri



56% Editoria varia per adulti
22% Cataloghi e libri d'arte
11% Guide
11% Editoria per infanzia

€ 14.245,04

Ricavi dalla vendita di oggettistica e merchandising



68% Articoli di design per la casa
12% Cartotecnica
20% Accessori di abbigliamento



I costi di funzionamento di Palazzo Merulana

Sostenibilità Economica

2021

411.133,75 €
costi di funzionamento



Didattica

1%



Comunizione
marketing

4%



Eventi
privati

15%

2022

625.962,17 €
costi di funzionamento



Didattica

1%



Comunizione
marketing

4%



Eventi
privati

20%



Attività
culturali

13%



Bookshop

15%



Museo

52%



Attività
culturali

9%



Bookshop

9%



Museo

57%



Spesa per fornitori e prestazioni di Partner

2021

7.687,54 €

di spesa per forniture
e prestazione di Partner

Il dato risente delle misure imposte per il contenimento della pandemia da Covid-19 a causa delle quali non è stato possibile organizzare eventi culturali a Palazzo Merulana, ad eccezione di una mostra su Caio Mario Garrubba (9 ottobre - 28 novembre 2021).

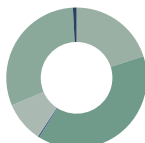
2022

38.896,80 €

di spesa per forniture e prestazione di Partner



89% TWM Factory **€3.000**
11% ArfFestival **€24.450,25**



38,8% La setta dei Poeti Estinti **€4.445,40**
30,6% Marina Tundo Wallace **€3.500**
20% Arlem **€2.293,85**
9,3% Francesco di Fortunato **€1.062,25**
0,8% Morini **€95,20**
0,4% Promu **€49,85**



29% ideazione progetti **€27.450,25**
71% ideazione mostre **€11.446,55**



Il sostegno pubblico

Nel 2021 il sostegno pubblico, tramite finanziamenti, è stato fortemente orientato a sostenere la ripresa economica post Covid.

Mentre per l'anno 2022 i fondi pubblici, ottenuti tramite aggiudicazione di evidenze pubbliche, sono stati destinati **per la realizzazione di interventi e attività**, alcune dei quali da realizzarsi anche nell'arco del 2023.

Nel 2021, le misure attivate per sostenere la ripresa economica post-Covid di Palazzo Merulana sono state:

Fondo di Integrazione Salariale

26.011,10 €

Contributi assegnati dal Ministero della Cultura

(Riparto Fondo emergenze imprese e istituzioni culturali)

11.006,56 €

Contributi INPS per settore culturale

(Riparto Fondo emergenze imprese e istituzioni culturali)

Dato il superamento della crisi pandemica, nel 2022 non si è beneficiato di alcun fondo di ripresa.



**OBIETTIVO
RAGGIUNTO**

I finanziamenti hanno agevolato la ripresa delle attività ordinarie in fase post Covid.

La perdita complessiva di **306.398€** nel biennio **2021 e 2022** è stata sostenuta da un contributo di CoopCulture

Nel 2022, i fondi pubblici aggiudicati sono stati:

Fondo Regione Lazio per Servizi Culturali presso le O.M.R

€ 6.067

impiegato nel progetto Museo e Neuroscienze

PNRR

- Missione 1 - Digitalizzazione, innovazione, competitività e cultura.

Componente 3 - Cultura 4.0. Misura 1 - Patrimonio culturale per la prossima generazione.

Investimento 1.2 - Rimozione delle barriere fisiche e cognitive in musei, biblioteche e archivi per consentire un più ampio accesso e partecipazione alla cultura finanziato dall'Unione europea -NextGenerationEU

€ 200.000



**OBIETTIVO
RAGGIUNTO**

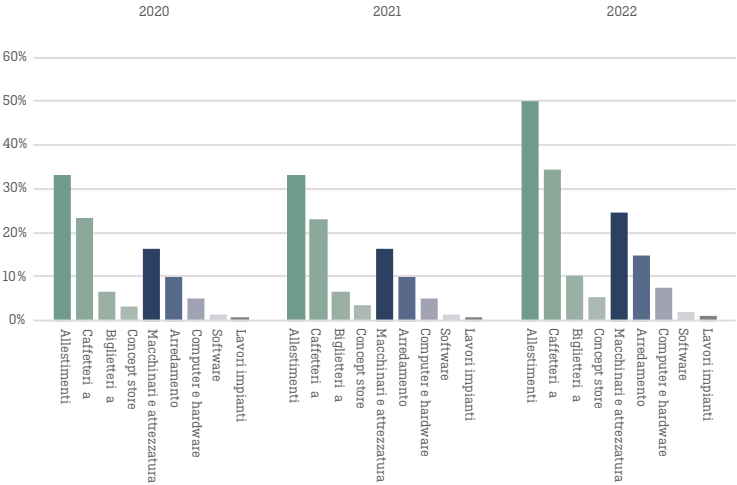
Fondi finalizzati a garantire la massima accessibilità a Palazzo e all'audience development, fondamentali per posizionare Palazzo Merulana come centro di sperimentazione del binomio cultura e salute.

Gli investimenti per il futuro di Palazzo Merulana

Gli investimenti per il futuro sono stati concepiti per dotare Palazzo Merulana di strumenti atti a rendere gli allestimenti sempre più moderni, ampliando anche l'operatività della caffetteria.

Sostenibilità Economica

Investimenti



	Totale triennio 2020-2022	Incidenza triennio 2020-2022
Allestimenti	82.322,38 €	33%-50%
Caffetteria	57.152,71 €	23%-34%
Biglietteria	16.667,78 €	7%-10%
Concept Store	8.501,89 €	3%-5%



OBIETTIVO
RAGGIUNTO

Palazzo Merulana ha estensivamente impiegato, nell'ultimo biennio, risorse materiali e immateriali nei progetti che hanno favorito la promozione sociale, l'ingaggio di pubblici e una produzione culturale differenziata.

Macchinari e attrezzature	40.337,96 €	16%-24%
Arredamento	24.696,72 €	10%-15%
Computer e Hardware	12.348,36 €	5%-8%
Software	3.292,90 €	1%-2%
Lavori impianti	1.646,45 €	1%

Investimenti per la comunicazione, maggiore attenzione al co-marketing

Nel **2021** gli investimenti in comunicazione sono stati di **15.055,10 €** di cui **70%** per l'ufficio stampa, **24%** in campagne di sponsorizzazione e policy sicurezza e **6%** in stampe. Mentre nel **2022** gli investimenti sono stati di **18.289,64 €** di cui **68%** per l'ufficio stampa, **26%** in co-marketing e **6%** in campagne di sponsorizzazione e policy sicurezza.

33.344,74 €

totale degli investimenti per la comunicazione sostenuti nel biennio 2021-2022.

14.194,03 €

per le consulenze nel biennio 2021-2022 di cui:
618,04€ nel 2021
100% in sicurezza e medicina del lavoro

13.575,99€

nel 2022
59% consulenze per CP Scia e CPI
33% Consulenze per co-marketing
8% in sicurezza e medicina del lavoro



Palazzo Merulana ha aumentato e diversificato gli investimenti nella comunicazione, focalizzandosi sull'engagement di realtà che potessero dare vita a forme di co-marketing. Inoltre, ha estensivamente impiegato, nell'ultimo biennio, risorse materiali e immateriali nei progetti che hanno favorito la promozione sociale, l'ingaggio di pubblici e una produzione culturale differenziata.

Obiettivi per il futuro di Palazzo Merulana

Sostenibilità Culturale

Potenziare le aree dello sviluppo e dell'innovazione digitale e dei mezzi di fruizione dedicati ai pubblici più fragili al fine di rendere il museo completamente fruibile in autonomia da tutti.

Sostenibilità sociale e benessere

Ampliare il raggio di azione delle attività a livello nazionale allargando gli spazi di narrazione del museo 3.0 così come concepito dalla recente definizione ICOM 2022.

Sostenibilità organizzativa

Investire in formazione al fine di ottimizzare e specializzare le professionalità già presenti nello staff.

Sostenibilità economica

Investire sulla formazione del personale in settori strategici e di potenziare gli scambi e le pratiche di corporate engagement al fine di attrarre investimenti privati, a supporto delle azioni culturali previste dal museo.



Ringraziamenti

Rapporto 2021-2022 a cura di

Letizia Casuccio
Paola Centanni
Laura Aversa
Lara Gennari
Gabriele Morrone
Benedetta Arena

in collaborazione con PTS
e con le direzioni CoopCulture : Amministrazione, Commerciale,
Risorse Umane e Marketing, Vendite e Sviluppo del territorio

Progetto grafico

Daniele Dionisio Rosapinta

Realizzazione grafici

Sintesi Studio

CoopCulture ringrazia i proprietari delle immagini utilizzate

Redatto nel mese di Maggio 2023



Palazzo Merulana

Via Merulana, 121 - Roma

info@palazzomerulana.it

www.palazzomerulana.it

