



Associazione
Abbonamento Musei

Bilancio Sociale

2025





ASSOCIAZIONE
ABBONAMENTO MUSEI

Bilancio Sociale

2025

SOCI FONDATORI



SOCI ORDINARI



PRESIDENTE

Alberto Garlandini

PRESIDENTE ONORARIO

Sindaco della Città di Torino

REVISORE DEI CONTI

Franco Grieco

CONSIGLIO DIRETTIVO

Alberto Garlandini

Marco Selo

Anna Bernardini

Daniela Platania

Paolo Radosta

PERSONALE

DIREZIONE

Simona Ricci

SEGRETERIA GENERALE

Sara Cunaccia

Marco Aruga

AMMINISTRAZIONE, CONTABILITÀ, GESTIONE PERSONALE

Amalia Correale - Responsabile

Elena Cantù

Valeria Rinaldi

Claudia Tomasella

COMUNICAZIONE

Lia Passadori - Responsabile

Marcella Del Curto

Pasquale Iacobone

Roberto Mautino

Arianna Meregalli

Giulia Villari

PROGETTI PIEMONTE E VALLE D'AOSTA

Simona Ricci
- Responsabile *ad interim*

Roberto Mautino

Arianna Meregalli

Lia Passadori

Annarita Pepe

Renata Pintor

Giulia Villari

PROGETTI LOMBARDIA

Cinzia Portelli - Responsabile

Elena Cantù

Marcella Del Curto

Cvetelina Dimitrova

Elena Pessina

AREA IT, HELP DESK E BACK OFFICE

Federico Miretti - Responsabile

Stefano Cocciardi

Alberto Mastroianni

Laura Martucci

Silvia Poy

MONITORAGGIO E ANALISI STATISTICHE

Renata Pintor

INFOPIEMONTE

Cristina Baravelli - Team leader

Luca Bertero

Chiara Borgaro

Laura Del Tedesco

Aggiornato al 30/05/2026

Associazione Abbonamento Musei
Sede Legale: Torino, Piazza Palazzo di Città 1
Sedi operative: Torino, Via Alessandro Volta, n.9; Milano, Piazza Città di Lombardia, n.1

In data 18 marzo 2021, l'Associazione Abbonamento Musei è stata iscritta al n. 1009 del Registro delle Persone Giuridiche istituito presso la Prefettura della Città di Torino.

Contatti

Telefono: 011 01166000

Sito: www.abbonamentomusei.it

Indirizzo email: associazione@abbonamentomusei.it

Informazioni al pubblico

Numero: 011 52210

Indirizzo email: info@abbonamentomusei.it

C.F. 97562370011
P.Iva 08545970017



@abbonamentomuseipiemonte
@abbonamentomuseilombardia



Abbonamento Musei Piemonte
Abbonamento Musei Lombardia



Associazione Abbonamento Musei

Indice

	Crescita, impatto, territorio: il bilancio di sei anni di sfide Alberto Garlandini	6
Sezione 1		11
La nostra sostenibilità	Analisi di contesto	12
	Stakeholder	13
	Temi di sostenibilità	14
	Piano di Transizione Digitale e Piano operativo per la Transizione Ecologica	15
	Contributo all'Agenda 2030	18
	Finalità e mission	20
Sezione 2		21
Creare e sostenere un'offerta culturale integrata	Associazione Abbonamento Musei	22
	Gestione e promozione dell'Abbonamento Musei	36
	Creazione, ampliamento e consolidamento di un circuito museale integrato	46
	Valorizzazione dei musei e del patrimonio culturale compreso nell'Abbonamento	50
Sezione 3		57
Accrescere la partecipazione culturale	Creare e fidelizzare la comunità delle abbonate e degli abbonati	58
	Ampliare il pubblico della cultura	70
Appendici		74
	Nota metodologica	76
	Elenco Musei appartenenti al circuito AM	77

Crescita, impatto, territorio: il bilancio di sei anni di sfide

Alberto Garlandini

Presidente Associazione Abbonamento Musei

La mia nomina a Presidente dell'Associazione Abbonamento Musei è avvenuta in un momento particolarmente straniante per tutti noi: era il settembre 2020, nel pieno di una pandemia che ci avrebbe ancora costretti per almeno un altro anno a fare i conti con restrizioni sociali e relazionali inaudite.

Ricordo nitidamente il primo incontro con la Direttrice Simona Ricci a Milano nei Giardini Indro Montanelli. Camminando, Simona mi raccontò della complessità dell'Associazione, una realtà che andava ben oltre il pur eccellente e noto progetto della carta Abbonamento Musei e mi rivelò pluralità e sfaccettature che non avevo ancora colto.

Da allora sono trascorsi 6 anni e nell'aprile del 2025 abbiamo celebrato i trent'anni dell'Associazione, un traguardo raggiunto grazie al lavoro sinergico con i Soci, il Consiglio direttivo e lo staff. Questi anni non hanno visto solo una crescita "numerica" ma un percorso di maturazione verso una nuova consapevolezza del ruolo dell'Associazione nello scenario culturale.

È proprio questa evoluzione che ci ha portato alla decisione di redigere, a partire dal 2022, il Bilancio Sociale: uno strumento strategico di autoanalisi e, al contempo, un mezzo fondamentale per raccontare all'esterno la nostra identità.

Negli anni l'Associazione è diventata un'organizzazione sempre più interregionale, consolidando un asset associativo che rappresenta un unicum nel panorama culturale italiano. La nostra peculiare forza risiede in una solida rete che unisce tre Regioni, due Comuni e la collaborazione continuativa con le tre principali Fondazioni di origine bancaria italiane, Fondazione Cariplo, Fondazione Compagnia di San Paolo e Fondazione CRT, in veste di socia.

Per rispondere a questa sfida, abbiamo rinnovato progressivamente i nostri modelli di organizzazione interna. Questi cambiamenti, seppur poco visibili dall'esterno, hanno aumentato l'efficienza strutturale dell'Associazione e permesso di sviluppare i progetti secondo una logica di scalabilità e trasversalità tra i territori. L'esito più tangibile di questo percorso è stato il nuovo sito internet, lanciato nel

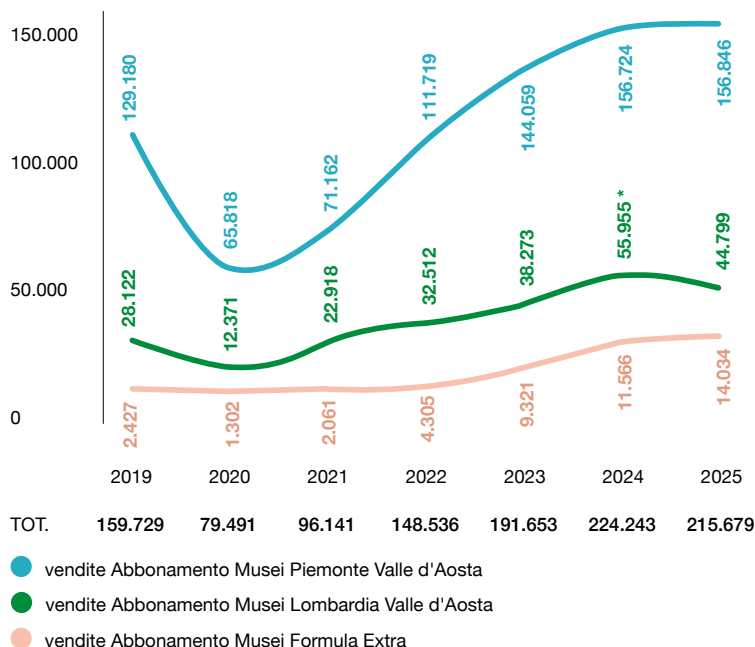
**La nostra forza
risiede in una
solida rete**

2022, che ha superato definitivamente la logica di divisione regionale a favore di una narrazione unitaria di AM. Oggi siamo pronti a compiere un nuovo passo decisivo: il lancio della carta unica.

Analizzando con una prospettiva di medio periodo i risultati ottenuti nella gestione e nello sviluppo della card, emerge una crescita significativa: dal 2019 al 2025 il numero degli abbonati è passato da 159.729 a 215.679, registrando un incremento del 35%.

Negli ultimi anni ci siamo spesso soffermati sull'eccezionalità del biennio 2020-2021 e abbiamo osservato con orgoglio che, in anni di grande incertezza e difficoltà, il rapporto di fiducia con il nostro pubblico ha resistito anche nelle fasi più critiche. Oggi è doveroso guardare al 2019 come a un termine di paragone discriminante. **I dati confermano non solo il raggiungimento dei numeri pre pandemici ma anche il loro superamento, senza mai tradire i valori fondamentali che guidano il progetto da trent'anni.**

**Dal 2019 al 2025
+35% di persone
abbonate**



→ **Le vendite divise per prodotto dal 2019 al 2025.**

* I dati sono comprensivi delle vendite del progetto 'Un, due, tre... Musei!'.

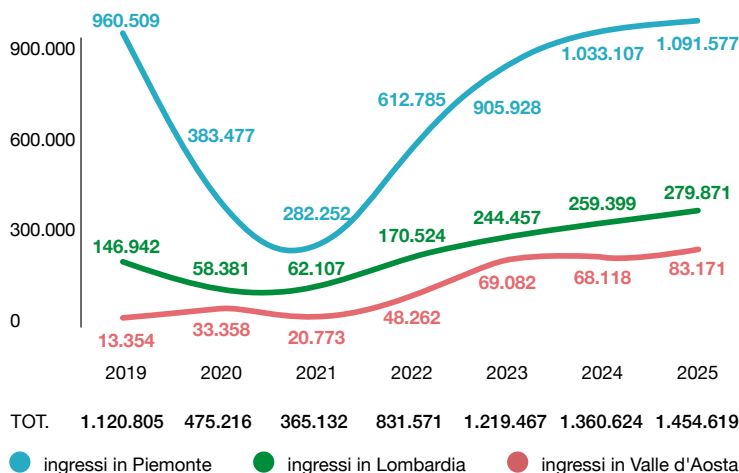
In termini di visite, nel 2025 gli ingressi ai musei convenzionati hanno raggiunto quota 1.454.619 ingressi, con un incremento complessivo rispetto al 2019 del 31%, con un dato medio di visite per abbonato/a di 6,9, in crescita rispetto al 6,7 del 2019.

Un dato particolarmente significativo è il comportamento degli abbonati lombardi, la cui frequenza media annua è ormai prossima a

**Nel 2025, oltre
1.4 milioni di
ingressi ai musei**

quella dei "colleghi" piemontesi, storicamente più fidelizzati al circuito.

Questa crescita non rappresenta solo un traguardo numerico, ma riflette pienamente la missione di Abbonamento Musei: favorire la partecipazione culturale e rendere il patrimonio culturale sempre più accessibile. Tale dinamismo è alimentato dal costante ampliamento dei musei aderenti, specialmente in Lombardia, dove il consolidamento delle relazioni con le istituzioni del territorio è in pieno sviluppo.



→ Ingressi nelle tre regioni dal 2019 al 2025.

L'attenzione costante di Abbonamento Musei verso le istituzioni culturali si è tradotta, in questi anni, in un supporto tangibile che va ben oltre la semplice promozione. La crescita costante dei volumi è stata accompagnata da una strategia mirata alla creazione di nuovi contenuti e progetti di valorizzazione, capaci di dare voce a ogni realtà del circuito. Questa solidità si riflette direttamente nel bilancio economico dell'Associazione: l'incremento dei volumi finanziari ha permesso di potenziare la restituzione economica ai musei, un dato in crescita costante che trova un riscontro particolarmente significativo nel territorio della Lombardia, dove l'incremento (+167% tra il 2019 e il 2025) si spiega anche a fronte di un aumento costante del numero dei musei e di persone abbonate.

Mentre i risultati sopra citati riguardano la gestione diretta della card, gli ultimi sei anni hanno visto il consolidarsi dell'Associazione come hub di competenze per la progettazione culturale, rivolta sia alla valorizzazione dei musei e del patrimonio culturale sia al coinvolgimento di nuovi pubblici.

In questi anni, abbiamo dedicato creatività ed energia nello sviluppo di progetti volti a dare risalto a territori specifici o a particolari tipologie museali, come ad esempio: gli ecomusei del Piemonte (*Ecomusei Palcoscenico Naturale* nel 2022), i forti piemontesi (*Forti*

Una strategia mirata alla creazione di nuovi contenuti e progetti di valorizzazione

Fortissimi 2024), i castelli della valle d'Aosta (2022) e i territori di Bergamo e Brescia (*AM x Bergamo Brescia Capitali della Cultura* 2023). Ogni progetto è stata l'occasione per sperimentare nuove modalità narrative, ampliando la rete delle collaborazioni e sperimentando canali e strumenti.

Attraverso i nostri progetti, abbiamo avviato una progressiva apertura alla produzione multimediale. I primi esperimenti, nati nel 2021 con l'iniziativa *L'arte con chi ne fa parte*, si sono poi evoluti in nuove collaborazioni, come quelle con Chora Media di Milano e Fondazione TRG, permettendoci di esplorare nuovi linguaggi e formati narrativi.

L'attenzione verso i pubblici è diventata sempre più importante nella nostra strategia, con l'obiettivo di rispondere alle esigenze dei nostri abbonati e, contemporaneamente, di coinvolgere chi ancora non frequenta abitualmente i luoghi della cultura.

Attenzione ai pubblici

In questi anni abbiamo riconosciuto la necessità di soddisfare meglio le esigenze della nostra community. Da questa consapevolezza è nato, nel 2023, *AM Family*: il nostro primo progetto dedicato a un target specifico, quello delle famiglie. Abbiamo costantemente arricchito il programma *AM Club*, ampliando l'offerta di esperienze ed eventi esclusivi disegnati su misura sugli interessi dei nostri abbonati.

Parallelamente, abbiamo consolidato la nostra capacità di operare in co-progettazione con il Terzo Settore. Questa sinergia ci ha permesso di intercettare nuovi segmenti di pubblico, raccontando il museo come un'opportunità di crescita e benessere. La nostra partecipazione attiva in iniziative come *La cultura dietro l'angolo*, *La Cultura per la ripresa* e *Un, due, tre... Musei!* è stata fondamentale per costruire alleanze strategiche con la Rete delle Case del Quartiere, la protezione civile e gli oratori della Lombardia.

Ogni iniziativa — comprese quelle di natura sperimentale — ha rappresentato un tassello nel nostro percorso di sviluppo, aumentando la nostra consapevolezza metodologica e rafforzando la capacità di generare impatto sociale attraverso la cultura.

Questa crescente vocazione progettuale trova un riscontro anche nei dati: abbiamo quasi raddoppiato le iniziative - tra cui progetti di valorizzazione e di audience development - passando da 8 realizzate nel 2019, a 14 del 2025.

Tale evoluzione riflette una convinzione: la card non rappresenta il fine ultimo della nostra attività, ma lo strumento abilitante, il mezzo privilegiato per costruire una relazione duratura tra le persone e il patrimonio e per promuovere una partecipazione culturale diffusa.

Costruire una relazione duratura

L'attenzione ai dati e l'innovazione digitale rappresentano un filo rosso nella nostra storia recente. Partendo dall'esperienza di Dedalo - il nostro sistema di Business Intelligence - abbiamo costantemente potenziato l'ecosistema digitale, ad esempio investendo con decisione sull'e-commerce - cresciuto dal 10% del 2019¹ a oltre il

Attenzione ai dati e innovazione digitale

50% del 2025 - per rispondere con prontezza ai nuovi comportamenti di consumo. Questo percorso di crescita tecnologica, validato anche dai risultati positivi del bando Switch di Fondazione Compagnia di San Paolo, trova oggi la sua massima espressione nel Piano di Transizione Digitale che abbiamo messo in opera a partire dal 2025.

Guardando al percorso compiuto finora, vedo un'Associazione che ha saputo evolversi con coraggio, trasformandosi in questi sei anni da semplice "gestore" di un prodotto in una realtà sempre più polivalente.

Nel concludere il mio mandato, sento il dovere di consegnare questa consapevolezza come visione per il futuro: l'ambizione di consolidare il ruolo dell'Associazione come realtà culturale e "sovrà-museale", agendo come un hub strategico capace di generare pensiero, connettere le istituzioni e aiutarle a fare sistema.

In quest'ottica, il ruolo di AM si giocherà sulla capacità di essere, contemporaneamente, una grande realtà interregionale e un partner di prossimità. Desidero infatti che Abbonamento Musei sia riconosciuto sempre di più come l'interlocutore naturale per ogni museo e territorio che intende valorizzare il proprio patrimonio. Il nostro modello, sostenibile e collaudato, è a disposizione dei Soci e offre una capacità progettuale che risponde alle sfide con una visione d'insieme.

Come suggerito anche dalla recente ricerca di Fondazione Santa-gata per l'Economia della Cultura², Abbonamento Musei rappresenta un esempio d'eccellenza che ha tutte le potenzialità per essere proiettato su scala nazionale e stimolare una riflessione sulla partecipazione culturale come elemento di benessere sociale e cittadinanza attiva.

Consegno questa visione a quanti dopo di me continueranno a migliorare i risultati di Abbonamento Musei con l'auspicio che il cammino intrapreso continui a dare i suoi frutti. Guardo con grande aspettativa a ciò che l'Associazione saprà diventare tra altri sei anni.

Il mio augurio più sentito va a chi raccoglierà questo testimone, alla Direttrice, a tutto lo staff e ai nostri partner e stakeholders: a voi affido la sfida di continuare a innovare, certi che le basi che abbiamo gettato insieme permetteranno di raggiungere traguardi ancora più ambiziosi.

Buona prosecuzione e buon lavoro a tutte e tutti voi.

**Una realtà
sempre più
polivalente**

**Agire come hub
strategico**

¹ Nel 2019 le vendite online sono state sospese da settembre a dicembre; il dato riflette pertanto le transazioni effettuate nei restanti periodi o canali fisici.

² *25 anni al museo. Come Abbonamento Musei ha sostenuto i consumi culturali in Piemonte, Lombardia e Valle d'Aosta dal 1998 ad oggi*, A cura di Paola Borrione e Camilla Lo Schiavo, 2024.

Sezione 1

La nostra sostenibilità

Analisi di contesto

L'analisi di contesto per l'anno 2025 delinea uno scenario di profonda trasformazione e resilienza per il settore culturale, in cui l'Associazione si inserisce con una strategia proattiva e strettamente interconnessa alle grandi direttrici di sviluppo nazionali. Il panorama attuale è caratterizzato da una decisa spinta verso l'innovazione tecnologica, sostenuta dagli investimenti strutturali del Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza (PNRR). In questo quadro, il Piano di Transizione Digitale redatto quest'anno dall'Associazione non si configura come un documento isolato, ma come una risposta organica e coerente anche alle sfide nazionali. La nostra pianificazione si alimenta dal dialogo con infrastrutture come la piattaforma *Dicolab. Cultura al digitale*, puntando a una digitalizzazione che non sia solo tecnica, ma culturale e formativa, capace di rendere l'offerta museale più dinamica e interconnessa.

Parallelamente alla digitalizzazione, emerge con forza il tema dell'accessibilità, ormai pilastro centrale del dibattito pubblico e parametro imprescindibile per la

gestione dei luoghi della cultura. L'obiettivo è trasformare il museo in uno spazio sempre più inclusivo, dove l'accesso al patrimonio diventi un diritto esercitabile da ogni categoria di pubblico.

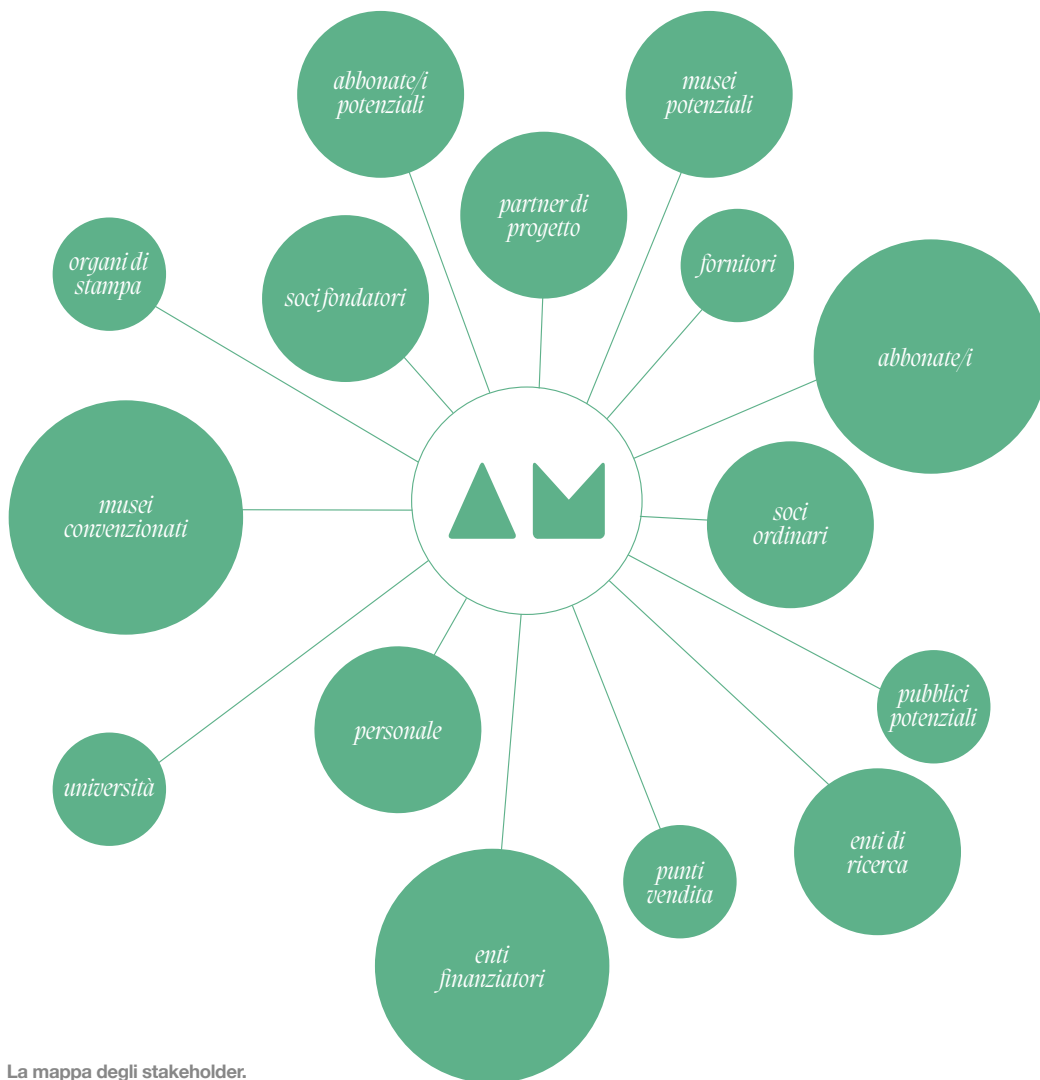
Sotto il profilo dei consumi culturali, i dati del 2024 confermano una buona vitalità: la partecipazione "fuori casa" ha raggiunto il 64,4%, tornando ai livelli prepandemici del 2019. In particolare, la frequentazione di mostre e musei è aumentata, coinvolgendo il 33,6% della popolazione residente, un dato superiore al 31% rilevato nell'ultimo anno pre-crisi. All'interno di questo contesto generale, le coppie con figli si confermano come uno dei target più dinamici. L'Associazione ha intercettato questa tendenza rafforzando le attività dedicate al nucleo familiare e consolidando le progettualità già esistenti.

Un elemento di rilievo emerge dall'analisi dei segmenti anagrafici: mentre a livello nazionale si osserva una flessione della partecipazione degli over 65, l'Associazione si pone in netta controtendenza. Grazie all'u-

tilizzo strategico dell'Abbonamento Musei, l'Associazione riesce a mantenere alto il coinvolgimento della popolazione più "senior", offrendo uno strumento di fidelizzazione che trasforma la visita occasionale in un'abitudine culturale consolidata e cercando di contrastare il rischio di isolamento sociale.

Questa capacità di presidio del territorio e delle diverse fasce di utenza trova riscontro nei risultati tangibili: nel corso dell'ultimo anno, gli ingressi complessivi nelle tre regioni di riferimento dell'Associazione hanno fatto registrare una crescita del +7%, un dato che certifica non solo l'efficacia delle politiche adottate, ma anche il ruolo cruciale dell'ente come catalizzatore di valore e partecipazione nel sistema culturale.

Stakeholder



→ La mappa degli stakeholder.

Nel percorso di evoluzione e crescente consapevolezza sul ruolo dell'Associazione,

fondamentale è l'analisi degli stakeholder: un ecosistema complesso e ampio che coin-

volge tanti attori differenti in un lavoro condiviso.

Temi di sostenibilità

Nel Bilancio Sociale 2025, le linee di intervento dell'Associazione sono state analizzate integrando i temi della sostenibilità, ovvero le questioni rilevanti per il contesto e gli attori di riferimento in cui l'ente opera.

Oltre agli assi di sviluppo dell'Agenda 2030 ONU — economico (inclusa la dimensione organizzativa), sociale e ambientale — è stato aggiunto anche quello culturale: questa scelta riflette l'identità e l'attività dell'Associazione.

SOSTENIBILITÀ ECONOMICA-ORGANIZZATIVA

Accessibilità culturale e abbattimento di barriere economiche

Digitalizzazione della produzione, fruizione e gestione culturale

Dignità e benessere lavorativo

Pari opportunità e parità di genere

Partnership e alleanze con tutti i soggetti, culturali e non, del territorio

Sostenibilità economica dell'ente

Trasparenza e anticorruzione

Valorizzazione delle competenze

SOSTENIBILITÀ SOCIALE

Accessibilità e abbattimento di barriere culturali

Promozione della coesione sociale

Promozione della salute e benessere

Relazioni sinergiche con tutti i soggetti, culturali e non, del territorio

Riduzione delle disuguaglianze

Rigenerazione dei territori e delle comunità

Valorizzazione delle diversità

SOSTENIBILITÀ CULTURALE

Accessibilità e abbattimento di barriere culturali

Collaborazione tra professionisti della cultura, educatori, cittadini attivi e professionisti

Cura e valorizzazione del patrimonio culturale

Innovazione culturale e artistica

Turismo di prossimità / Turismo e territorio

Turismo sostenibile

SOSTENIBILITÀ AMBIENTALE

Favorire atteggiamenti di consumo responsabile

Promozione della cultura della sostenibilità ambientale

Riduzione dell'impatto ambientale di processi interni

Turismo sostenibile di prossimità

→ I temi di sostenibilità a cui contribuisce l'Associazione.

Piano di Transizione Digitale e Piano operativo per la Transizione Ecologica

Per l'Associazione, il processo di digitalizzazione è sempre stato integrato nelle sue policy e nei suoi obiettivi, considerando questo tema essenziale nello svolgimento di tutte le attività, oltre che nella gestione interna, per migliorare l'efficacia e l'efficienza.

Tale approccio è alimentato da una solida cultura del dato: la raccolta e l'analisi delle informazioni sono strumenti decisionali fondamentali per comprendere i comportamenti del pubblico, monitorare l'impatto delle azioni intraprese e orientare lo sviluppo futuro in modo analitico e consapevole.

Il processo di realizzazione del Piano di Transizione Digitale si inserisce quindi in un solco già avviato ma rispetto al quale emergeva la necessità di una riflessione di sintesi per arrivare a un documento condiviso internamente, più strutturato e di sguardo pluriennale.

Ne è nata quindi una sperimentazione interna, in cui un gruppo di lavoro - con rappresentanti per ogni area operativa - ha concorso alla realizzazione

del primo Piano di Transizione Digitale dell'Associazione. Dopo una prima fase di raccolta dei desiderata per ogni area - sia per micro che macroazioni - è stato fatto un lavoro di astrazione per andare a individuare gli obiettivi, oltre che i singoli interventi progettuali. Partendo da questa visione sono stati identificati tre obiettivi strategici, ovvero il rafforzamento della digitalizzazione dei processi, delle attività e delle relazioni con i principali stakeholder.

Questo primo piano è stato basilare per la partecipazione al bando Switch, promosso da Fondazione Compagnia di San Paolo, e in particolare per la redazione del PID - Piano di innovazione digitale. Il bando Switch aveva come obiettivo la promozione della trasformazione digitale degli enti culturali tramite strategie di innovazione pluriennali di pianificazione basate su data management e una metodologia data driven, favorendo anche la crescita di competenze all'interno delle istituzioni.

L'elaborazione del progetto, ha permesso all'Associazione di ragionare sulle potenzialità di

valorizzazione del patrimonio informativo esistente e di integrare strumenti digitali a supporto della gestione dei dati. In questo contesto, l'Associazione ha scelto due interlocutori strategici: Strike Data Intelligence, partner tecnologico storico con cui AM ha elaborato il sistema di Business Intelligence Dedalo e con cui in questa occasione verrà sviluppato il progetto esecutivo del Data Lake, e Fondazione Santagata per l'Economia della Cultura, che ha accompagnato l'Associazione nella definizione del PID.

A seguito del superamento della Fase 1 del bando, l'Associazione ha quindi presentato il suo progetto esecutivo che è stato valutato positivamente a inizio 2026 e che ha contestualmente preso il via nella sua fase più operativa.

Il progetto esecutivo, oltre alla finalizzazione delle varie azioni inserite nel PID, prevede la realizzazione di un Data Lake, un'infrastruttura all'avanguardia capace di integrare i dati dei sistemi di AM in un unico ambiente sicuro e scalabile. Non si tratta solo di tecnologia, ma di un abilitatore

strategico per trasformare i dati in valore organizzativo e decisionale, superare i silos informativi grazie all'integrazione dei sistemi e migliorare la relazione con i nostri stakeholder e la fidelizzazione del pubblico.

L'attenzione ai temi della sostenibilità ecologica sta entrando gradualmente nel piano di attività dell'Associazione Abbonamento Musei, inizialmente come naturale esito del percorso di transizione digitale già intrapreso, e in seconda battuta con l'intenzione di sviluppare competenze e intraprendere azioni specificamente volte a ridurre l'impatto del lavoro dell'Associazione sull'ambiente.

A giugno 2025 si è concluso Green Culture, il percorso di formazione per rispondere alle sfide della sostenibilità ecologica rivolto alle imprese culturali. Il lavoro ha coinvolto una persona dello staff che, insieme alla figura esterna di green coordinator, ha approfondito le possibili azioni da parte dell'Associazione da attivare in ottica di una maggiore sostenibilità ambientale, arrivando a stilare un Piano operativo

per la Transizione Ecologica.

Il piano triennale si propone di convogliare le varie azioni già intraprese dall'Associazione in tre macro azioni individuate: eliminazione della tessera fisica, formazione e sensibilizzazione interna, e organizzazione di tavoli di lavoro con i musei.

Al momento è stato impostato un cronoprogramma - ancora in fase di validazione - e di durata triennale.



37



Contributo all'Agenda 2030

Oltre ai temi di sostenibilità, l'Associazione ritiene imprescindibile il confronto con gli Obiettivi per lo Sviluppo Sostenibile dell'Agenda 2030 dell'ONU, in particolare alla luce del documento *Culture | 2030 Indicators* che ha descritto in modo più puntuale gli SGD (Sustainable

Development Goals) nell'ambito del settore culturale, in quanto "la cultura contribuisce sia come un settore di attività di per sé, sia come componente intrinseca presente in altri ambiti. Sebbene la salvaguardia e la promozione della cultura rappresenti essa stessa un fine, questa contribu-

isce anche in maniera trasversale a molti degli SDGs - tra cui quelli relativi alle città sostenibili, al lavoro dignitoso e la crescita economica, alla riduzione delle disuguaglianze, all'ambiente, alla promozione della parità di genere, all'innovazione e alle società pacifiche e inclusive."



Nel 2019, l'Organizzazione Mondiale della Sanità, nel report *Health evidence network synthesis report 67. What is the evidence on the role of the arts in improving health and well-being?* A scoping review ha riconosciuto alla cultura un ruolo di miglioramento del benessere e della salute.¹

In questo contesto si inserisce anche il nuovo protocollo di intesa tra Ministero della Cultura e il Ministero della Salute che segna un passaggio importante nel riconoscimento della cultura come strumento di cura, prevenzione e benessere.

L'Associazione contribuisce al raggiungimento di questo obiettivo di sostenibilità sia realizzando e promuovendo l'Abbonamento Musei, in quanto strumento di sostegno alla fruizione museale, sia portando avanti progettualità specifiche che uniscono il tema della cultura con quello della salute e del benessere.



L'Associazione promuove la cultura come aspetto fondamentale per la conoscenza del nostro passato, presente e futuro. Inoltre, tramite i suoi progetti e le sue attività, favorisce l'educazione, l'inclusione, la valorizzazione delle diversità.



L'Associazione garantisce alle donne la piena ed effettiva partecipazione e pari opportunità di leadership a tutti i livelli del processo decisionale dell'ente.

¹ *Health evidence network synthesis report 67. What is the evidence on the role of the arts in improving health and well-being?* A scoping review, Daisy Fancourt | Saoirse Finn, 2019.



L'Associazione supporta la creazione di posti di lavoro dignitosi e rispettosi. Si adopera inoltre nella protezione dei diritti delle sue lavoratrici e dei suoi lavoratori, predisponendo un ambiente di lavoro sicuro e protetto. Abbonamento Musei promuove l'aggiornamento tecnologico e l'innovazione digitale e di data management tramite il suo sistema di business intelligence sia per un efficientamento dei processi gestionali e organizzativi sia interni sia dei musei aderenti al circuito, stimolando la digitalizzazione e il rinnovamento di quest'ultimi.

Inoltre, con la redazione del primo Piano di Transizione Digitale nel 2025, l'Associazione ha tracciato una roadmap chiara per integrare l'innovazione in modo strutturato e coerente con i propri obiettivi.



L'Associazione contribuisce a un accesso più ampio alla cultura e privo di barriere economiche e fisiche tramite l'utilizzo dei canali digitali per la fruizione di alcuni contenuti e l'accesso alle informazioni.



L'Associazione potenzia e stimola l'inclusione sociale e la partecipazione attiva all'interno della società, promuovendo consapevolezza, inclusione e dialogo, grazie alla realizzazione di progettualità specifiche. Inoltre, grazie allo strumento dell'Abbonamento Musei permette di calmierare i prezzi, favorendo la riduzione delle disuguaglianze e una maggiore accessibilità alla cultura.



L'Associazione opera nel salvaguardare il patrimonio culturale e museale attraverso la sua promozione e valorizzazione, tramite azioni e progettualità specifiche e l'utilizzo dei canali di comunicazione. Inoltre, promuove i musei e gli istituti della cultura quali spazi pubblici sicuri, inclusivi e accessibili.



L'Associazione sostiene un consumo e una produzione responsabile tramite la promozione e la diffusione della consapevolezza in ottica di uno sviluppo sostenibile e di un turismo di prossimità rivolto ad abitanti e cittadini che permetta alle persone di riscoprire l'importanza del territorio e dei suoi beni tangibili e intangibili, promuovendo la cultura e l'economia locale. Inoltre, l'Associazione si impegna a un consumo responsabile anche internamente, cercando di ridurre in modo sostanziale la produzione di rifiuti e prevedendo il loro corretto riciclo e riutilizzo.



L'Associazione nel 2024 ha iniziato dei ragionamenti interni al fine di integrare nelle proprie politiche, strategie e azioni misure per una transizione green che coinvolga tutti i suoi ambiti in maniera integrata, in particolare tramite l'inizio di un percorso di progressiva smaterializzazione della tessera fisica dell'Abbonamento Musei, oltre ad azioni di formazione e sensibilizzazione interna.



L'Associazione è un'istituzione efficace, responsabile e trasparente, grazie a meccanismi di controllo e di gestione interna. Inoltre, promuove politiche non discriminatorie al suo interno e stimola processi decisionali rappresentativi e partecipativi a tutti i livelli grazie all'organizzazione di tavoli di confronto trasversali.



Il concetto di partnership è alla base stessa dell'Associazione sin dalla sua fondazione, nata grazie alla collaborazione dei suoi soci. Inoltre, il circuito racchiuso nell'Abbonamento rappresenta un sistema di soggetti partner - musei e istituti della cultura, privati e pubblici - che collaborano per il raggiungimento di obiettivi comuni, in un continuo dialogo di collaborazione e cooperazione. La sinergia tra l'Associazione e gli enti del territorio è essenziale anche nello sviluppo di progetti di valorizzazione e di audience development.

Finalità e mission



→ La catena di senso dell'Associazione e la struttura del Bilancio Sociale 2025. Partendo dalla mission, sono stati identificati due obiettivi strategici e sei linee d'intervento in cui l'Associazione agisce per il perseguimento delle sue finalità.

Sezione 2

Creare e sostenere un'offerta culturale integrata

21

OBIETTIVO STRATEGICO

Associazione Abbonamento Musei

L'Associazione Abbonamento Musei nasce per valorizzare il patrimonio culturale, promuovendo il circuito museale e rendendolo sempre più accessibile. Grazie a una struttura dinamica e a una pianificazione strategica, l'Associazione si evolve costantemente per rispondere sempre alle nuove sfide. Il 2025 ha inoltre segnato un doppio traguardo per AM: i 30 anni dell'Associazione e il primo decennale di Abbonamento Musei Lombardia.

Temi di sostenibilità

SOSTENIBILITÀ AMBIENTALE

- Riduzione dell'impatto ambientale dei processi interni

SOSTENIBILITÀ ECONOMICA / ORGANIZZATIVA

- Dignità e benessere lavorativo
- Pari opportunità e parità di genere
- Partnership e alleanze con tutti i soggetti, culturali e non, del territorio
- Sostenibilità economica dell'ente
- Trasparenza e anticorruzione
- Valorizzazione delle competenze

SOSTENIBILITÀ SOCIALE

- Valorizzazione delle diversità

SDGs



La governance e l'organigramma

L'Associazione Abbonamento Musei è un ente senza scopo di lucro qualificato come organismo di diritto pubblico. I suoi Soci rappresentano la dimensione interregionale che caratterizza le attività e i progetti dell'Associazione.

I Soci fondatori sono la Regione Piemonte, la Città di Torino e la Fondazione CRT; i Soci ordinari sono la Regione Lombardia, il Comune di Milano, la Regione Autonoma Valle

d'Aosta e il Museo Nazionale del Risorgimento Italiano.

L'Associazione è governata dall'Assemblea dei Soci, la quale nomina il Presidente, il Revisore dei conti e il Consiglio direttivo, un organismo che si riunisce periodicamente per indirizzare e regolare l'attività dell'istituzione.

Al Consiglio direttivo spetta anche la nomina del Direttore.



→ L'organigramma dell'Associazione Abbonamento Musei in cui si individuano aree di lavoro verticali - che si occupano dello sviluppo di progetti sui territori, in relazione con i musei e le istituzioni culturali - e aree di lavoro orizzontali - trasversali rispetto ai territori e che gestiscono il funzionamento generale dell'Associazione.

La Storia

passaggi istituzionali



milestone

1995

Viene costituita l'Associazione Torino Città Capitale Europea

1998

L'Associazione prende in carico la gestione del biglietto unico dei musei di Torino: **Abbonamento Musei**

2001

L'Associazione prende in carico il numero verde di informazione turistico-culturale della Regione Piemonte

2003

L'Abbonamento Musei si estende all'intero Piemonte. Si avvia *I Musei si raccontano*, il programma di attività per le persone abbonate

2006

Apre l'ufficio Infopiemonte a Torino

2007

È online il primo sito: www.abbonamentomusei.it

2013

AM diventa un marchio registrato

2014

È siglata una convenzione triennale con la Regione Lombardia

2015

Nasce Abbonamento Musei Lombardia

2016

Il *Quartiere al Museo* dà l'avvio ai progetti di audience development

2017

Cambia lo Statuto: nuovo nome e nuovo modello di governance

Il cambio di Statuto porta a compimento la riflessione sui progetti e sull'identità dell'Associazione: si individua un nuovo ambito di azione, un nuovo naming e una nuova governance. L'identità visiva e la linea di comunicazione istituzionale dell'Associazione Abbonamento Musei si distinguono da quelle della carta Abbonamento Musei.

2018

La Regione Lombardia diventa socia

2019

La Regione Autonoma Valle d'Aosta diventa socia
L'Abbonamento Musei si estende alla Valle d'Aosta

2021

L'arte con chi ne fa parte, il primo podcast realizzato da Associazione Abbonamento Musei, apre la strada alla produzione di contenuti

2022

Nasce Dedalo, il sistema di business intelligence a disposizione dei musei

2023

Nasce *AM Family*, il programma di AM che riunisce iniziative, contenuti e progetti dedicati alle famiglie

2025

Si festeggiano i **30 anni di Associazione Abbonamento Musei** e **10 anni di AM Lombardia** e viene varato il Piano di Transizione Digitale

Il 2025 ha segnato un traguardo importante per l'Associazione, celebrando il trentennale della sua fondazione e il decimo anniversario del progetto Lombardia. Queste ricorrenze sono state l'occasione per valorizzare una storia di successo scritta grazie alla costanza del sostegno da parte dei soci e alla continua fiducia del pubblico.

Per sottolineare l'importanza di questi anniversari, sono state promosse alcune iniziative istituzionali, in particolare il 15 aprile, presso il Caffè San Carlo di Torino, si sono riuniti soci, consiglieri e stakeholder e figure chiave che hanno guidato l'Associazione in questi trent'anni. In concomitanza con l'evento è stata pianificata un'intensa attività di ufficio stampa. Il comunicato dedicato alla storia e ai risultati raggiunti da AM ha generato una significativa copertura mediatica, consolidando il posizionamento dell'Associazione nel panorama culturale.

Al centro dei festeggiamenti sono però state anche le persone abbonate: a partire da una promozione dedicata – 30% sia sul prodotto piemontese sia lombardo –, ad *AM 30eLODE*, il nuovo

programma fedeltà per incentivare la visita dei musei del Piemonte, a una serata esclusiva organizzata in collaborazione con Club Silenzio presso la Reggia di Venaria, in cui i partecipanti hanno potuto visitare la mostra in corso, seguita da aperitivo e dj set.

Per i dieci anni del progetto Lombardia, in collaborazione con BAM! Strategie Culturali, l'Associazione ha inoltre promosso una giornata di studi per riflettere sui temi del welfare culturale e della fruizione museale. Il convegno, intitolato "Oltre la Soglia: la sfida della partecipazione culturale", ha approfondito tematiche cruciali per il futuro del settore:

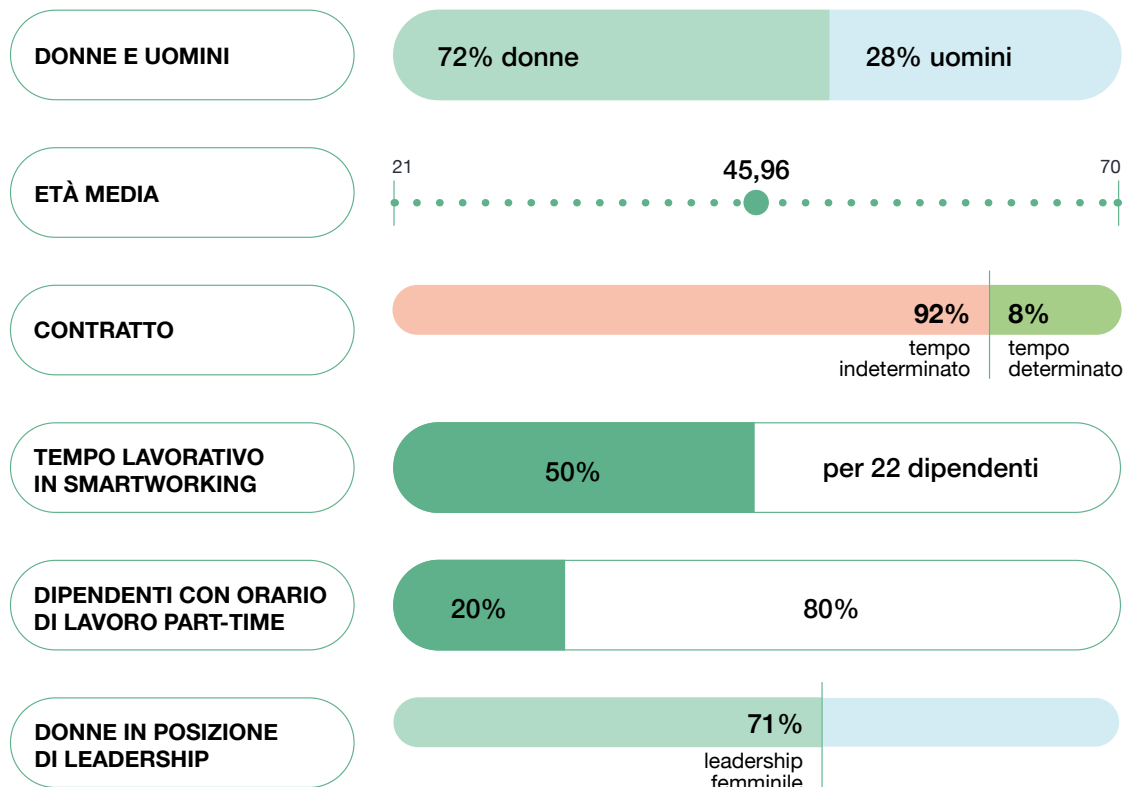
Come garantire che ogni tipologia di pubblico entri in contatto con il nostro patrimonio? Quali strategie adottare per stimolare e facilitare la fruizione? In che modo si possono strutturare politiche culturali che siano realmente accessibili e inclusive?

L'incontro, tenutosi il 27 maggio presso il Museo Nazionale Scienza e Tecnologia Leonardo da Vinci di Milano, ha trasformato la ricorrenza in un'opportunità di dialogo aperto sul ruolo dei musei e sulle sfide della partecipazione culturale.

→ La storia dell'Associazione e dell'Abbonamento in cui le fasi istituzionali di cambiamento si affiancano a importanti snodi progettuali.

Lo staff

I DATI SUL PERSONALE



→ I dati sul personale di **Abbonamento Musei**. Lo staff AM si caratterizza come un gruppo altamente qualificato e a maggioranza femminile, soprattutto considerando il numero di donne in posizione di leadership.

I DATI SULLA FORMAZIONE DEL PERSONALE

ALMENO 1 FORMAZIONE



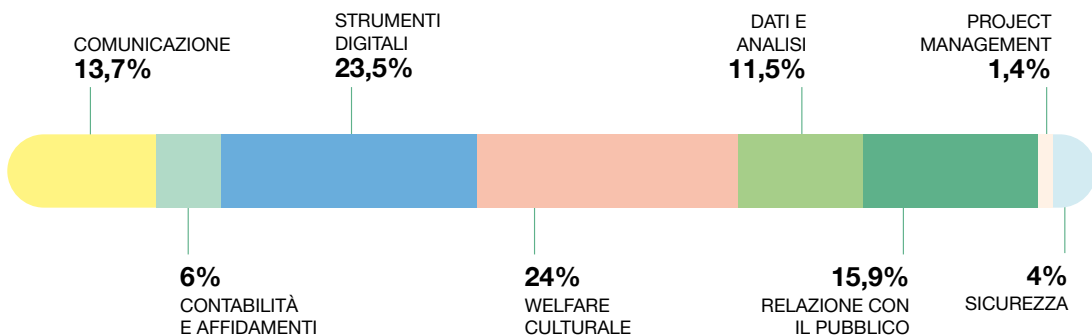
11 persone

ORE DEDICATE ALLA FORMAZIONE

285 ore

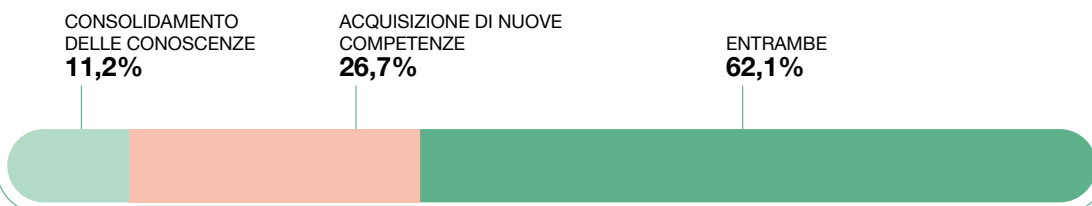
MACROAREA A CUI AFFERISCE L'ATTIVITÀ FORMATIVA

(percentuale sul totale del numero delle ore di formazione effettuate dal personale)



OBIETTIVO DELLA FORMAZIONE

(percentuale sul totale del numero delle ore di formazione effettuate dal personale)



→ I dati sugli incontri di formazione seguiti dal personale di AM nel 2025.

Il volto dell'Associazione



Alberto Garlandini
Presidente



Simona Ricci
Direttrice



Marco Aruga
Ufficio affari generali



Cristina Baravelli
Team leader Infopiemonte



Luca Bertero
Infopiemonte



Chiara Borgaro
Infopiemonte



Elena Cantù
Responsabile vendite
e ingressi - Lombardia



Stefano Cocciardi
Assistenza Clienti e Help
Desk Musei



Amalia Correale
Responsabile
amministrazione e contabilità



Sara Cunaccia
Segreteria generale



Marcella Del Curto
Referente comunicazione e
progetti di valorizzazione -
Lombardia



Laura Del Tedesco
Infopiemonte



Cvetelina Dimitrova
Organizzazione attività e
supporto rete vendita e ingressi
- Lombardia



Pasquale Iacobone
Responsabile contenuti
editoriali sito internet



Laura Martucci
Assistenza Clienti e Help
Desk Musei



Alberto Mastroianni
Addetto IT Support



Roberto Mautino
Referente progetti di
valorizzazione - Piemonte e
Valle d'Aosta



Arianna Meregalli
Comunicazione / Organizzazione
e sviluppo progetti - Piemonte e
Valle d'Aosta



Federico Miretti
Responsabile IT,
Assistenza Clienti e Help
Desk Musei



Lia Passadori
Responsabile comunicazione
/ Sviluppo progetti - Piemonte
e Valle d'Aosta



Annarita Pepe
Responsabile vendite
e ingressi - Piemonte e
Valle d'Aosta



Renata Pintor
Monitoraggio e analisi
statistiche / Gestione rete di
vendita e ingressi Piemonte
Valle d'Aosta



Cinzia Portelli
Responsabile Abbonamento
Musei Lombardia e
Responsabile Sviluppo
AM Family



Silvia Poy
Assistenza Clienti e Help
Desk Musei



Valeria Rinaldi
Amministrazione
e contabilità



Claudia Tomasella
Amministrazione
e contabilità



Giulia Villari
Comunicazione e progetti
di valorizzazione

Presenze istituzionali 2025

26 marzo	<i>Osservatorio Innovazione Digitale per la Cultura - Workshop Intelligenza Artificiale generativa per la Cultura: applicazioni, sfide e competenze</i> Milano
4 - 5 aprile	<i>Assemblea Nazionale ICOM Italia</i> Brescia
17 maggio	<i>Giornata Internazionale dei Musei</i> Aosta
12 giugno	<i>Osservatorio Innovazione Digitale per la Cultura - Convegno Alea IActa est. Cultura e digitale, non si torna indietro</i> Milano
18 giugno	<i>Tavoli partecipativi per la Sfida Prima Infanzia 0-6 anni - Cariplo Factory</i> Milano
9 luglio	<i>Festival dell'Educazione promosso da Fondazione CRC</i> Cuneo
16 settembre	<i>Osservatorio Innovazione Digitale per la Cultura - Workshop "Nuovi modelli di offerta per la sostenibilità dell'ecosistema culturale"</i> Milano

24 settembre	<i>Tavoli partecipativi per la Sfida Disabilità - Cariplo Factory</i> Milano
1 ottobre	<i>Workshop "I dati culturali sui pubblici: l'esperienza di Abbonamento Musei", nell'ambito di Dicolab. Cultura al digitale</i> Torino
4 - 5 novembre	<i>Tavoli di lavoro "Verso musei sostenibili: il bilancio di sostenibilità come strumento di trasparenza, strategia e impatto" e "Dati per la cultura, la cultura dei dati" nell'ambito del Forum Cultura, organizzato dal Comune di Milano</i> Milano
20 novembre	<i>Partecipazione alla presentazione dei Giochi della Cultura</i> Milano
21 novembre	<i>Cantiere Cultura promosso dal Dipartimento Soprintendenza per i beni e le attività culturali della Regione Autonoma Valle d'Aosta</i> Aosta



Gestione economica:

Il conto economico

Il conto economico rappresenta il valore della produzione - determinato dal valore della vendita degli Abbonamenti e dai contributi - e i costi della produzione fino al risultato di esercizio.

Rispetto al 2024, il valore della produzione è aumentato di circa il 5%.

Inoltre, si è determinato un risultato d'esercizio positivo di 8.525 euro, rispetto ai 5.341 euro del 2024.

	2025	2024
VALORE DELLA PRODUZIONE	€ 5.368.717	€ 5.072.375
COSTI DELLA PRODUZIONE	€ 5.393.714	€ 5.143.721
RISULTATO OPERATIVO	€ -24.997	€ -71.346
PROVENTI E ONERI FINANZIARI	€ 38.714	€ 79.172
IMPOSTE	€ 5.192	€ 2.485
RISULTATO DI ESERCIZIO	€ 8.525	€ 5.341

→ I conti economici del 2025 e del 2024.

Le fonti di ricavo

Le fonti di ricavo derivano dalle quote sociali, dai contributi per lo sviluppo dei progetti e dai ricavi derivanti dalla vendita dell'Abbonamento Musei.

Nel 2025 le quote sociali sono rimaste stabili. I contributi relativi ai progetti derivano da enti pubblici per il 75,8% e dalle fondazioni di origine bancaria per il 24,2%.

Il diverso modello seguito nella gestione degli abbonamenti comporta una differente modalità di gestione derivante dalla vendita: mentre l'Abbonamento Musei Piemonte Valle d'Aosta concorre ai ricavi solo per il 20% del venduto, ovvero la percentuale sulle vendite di competenza dell'Associazione, l'importo della vendita dell'Abbonamento Musei Lombardia Valle d'Aosta e Abbonamento Musei Formula Extra rientra tutto tra i ricavi.

Nel 2025, i ricavi propri, connessi alla vendita dell'Abbonamento e dei servizi, sono aumentati del 12% come conseguenza diretta dell'aumento degli introiti derivanti dalla vendita delle card.

VALORE DELLA PRODUZIONE	2025	2024
QUOTE SOCIALI	€ 50.000	€ 50.000
	+	+
CONTRIBUTI PER PROGETTI E ALTRI RICAVI	€ 1.068.114	€ 1.250.985
	+	+
RICAVI PROPRI (VENDITE E SERVIZI)	€ 4.250.603	€ 3.771.390
TOTALE	€ 5.368.717	€ 5.072.375

→ Le fonti di ricavo del 2025 e del 2024.

CONTRIBUTI PER PROGETTI DA ENTI PUBBLICI	€ 809.597	75,8%
	+	
CONTRIBUTI PER PROGETTI DA FONDAZIONE DI ORIGINE BANCARIA	€ 257.846	24,2%
	=	
TOTALE	€ 1.067.443	

→ Contributi pubblici e provenienti da fondazioni di origine bancaria e la loro incidenza sul totale dei contributi per i progetti.

L'incidenza dei costi di produzione

Analizzando la struttura dei costi per il 2025, si evidenziano i grandi investimenti sul personale, rappresentati da circa il 38% delle uscite, e sulle azioni di comunicazione e valorizzazione, che costituiscono il 30% del totale dei costi. La gestione dell'articolata rete di distribuzione e vendita dell'Abbonamento, anche con le royalties riconosciute ad alcuni rivenditori, rappresenta il 10% delle uscite (in questa voce rientra anche l'appalto esterno per la gestione del punto vendita AML Store a Milano).

Si conferma centrale nello sviluppo dei progetti dell'Associazione la gestione dell'infrastruttura IT che rappresenta il 7% del totale dei costi e che comprende i software gestionali, il sistema di business intelligence, le piattaforme per la mailing list e la gestione del sito internet e dell'app.

COSTI DELLA PRODUZIONE	IMPORTI	INCIDENZA PERCENTUALE
PERSONALE (ONERI SOCIALI, TFR, ALTRI COSTI)	€ 1.227.738	38%
COMUNICAZIONE E PROGETTI DI VALORIZZAZIONE	€ 964.314	30%
COSTI CONNESSI ALLA VENDITA	€ 326.823	10%
CARTE A SUPPORTO DEI PROGETTI	€ 125.502	4%
INFRASTRUTTURA IT	€ 222.893	7%
ALTRI COSTI	€ 352.389	11%

→ I costi di produzione nel 2025. La percentuale è calcolata non sul totale del bilancio ma al netto dei rimborsi dei musei e delle mostre.

Il patrimonio

Il patrimonio di Associazione Abbonamento Musei è costituito da un fondo indisponibile, come previsto dallo Statuto, e da un fondo di sviluppo, dove confluiscono gli avanzi di gestione. Il marchio Abbonamento Musei è stato valutato e inserito a bilancio, a seguito della perizia di Deloitte nel 2021.

→ Il patrimonio 2025.

PATRIMONIO NETTO	
FONDO DI DOTAZIONE INDISPONIBILE	€ 90.000
	+
FONDO DI SVILUPPO	€ 518.157
	+
RISERVE DI VALUTAZIONE (MARCHIO)	€ 342.410
	+
UTILE 2025	€ 8.525
TOTALE	€ 959.092

I rimborsi ai musei

Cuore dell'attività dell'Associazione Abbonamento Musei è la gestione della carta annuale, che comporta un articolato meccanismo di rimborso ai musei.

Sulla base delle convenzioni che l'Associazione sigla con ogni istituzione, gli importi derivanti dalla vendita degli Abbonamenti vengono redistribuiti ai musei a compensazione degli ingressi effettuati dalle persone abbonate.

L'Associazione paga il dovuto ai musei con cadenza trimestrale o semestrale, salvo accordi particolari. Rispetto al 2024, il volume dei rimborsi è aumentato del 4,7%, per un totale complessivo di oltre 7.4 milioni di euro distribuiti ai musei nel corso del 2025: l'incremento è una conseguenza dell'aumento delle vendite dell'Abbonamento (+3% rispetto all'anno precedente) e anche

del volume delle visite effettuate che nel 2025 sono cresciute in modo significativo (+7% rispetto al 2024).

Inoltre, nel 2025 si è generato un congruo positivo a favore dei musei piemontesi di 400.000 euro che si è andato ad aggiungere ai rimborsi ordinari.

COSTO DEI RIMBORSI AI MUSEI PER TIPO DI ABBONAMENTO	2025	2024	VARIAZIONE PERCENTUALE
ABBONAMENTO MUSEI PIEMONTE VALLE D'AOSTA	€ 5.595.984,31	€ 5.441.064,68	+ 2,8%
	+	+	
ABBONAMENTO MUSEI LOMBARDIA VALLE D'AOSTA	€ 1.240.045,70	€ 1.231.081	+ 0,7%
	+	+	
ABBONAMENTO MUSEI FORMULA EXTRA	€ 659.399,83	€ 485.511	+ 38,8%
TOTALE	€ 7.495.429,84	€ 7.157.656,68	+ 4,7%

→ I rimborsi ai musei divisi per tipologia di Abbonamento.

Gestione e promozione dell'Abbonamento Musei

Da oltre trent'anni, Abbonamento Musei è la carta di chi ama la cultura. Nel 2025, le vendite sono cresciute complessivamente del 3%, grazie a campagne di comunicazione e azioni mirate.

L'Associazione analizza e monitora le vendite e il suo pubblico attraverso Dedalo, la piattaforma di business intelligence lanciata nel 2022 che permette di rilevare preziose informazioni sulle abitudini di consumo.

Temi di sostenibilità

SOSTENIBILITÀ AMBIENTALE

- Promozione della cultura della sostenibilità ambientale
- Favorire atteggiamenti di consumo responsabile

SOSTENIBILITÀ CULTURALE

- Accessibilità e abbattimento di barriere culturali

SOSTENIBILITÀ ECONOMICA / ORGANIZZATIVA

- Accessibilità culturale e abbattimento di barriere economiche

SDGs



L'Abbonamento Musei



**ABBONAMENTO MUSEI
PIEMONTE VALLE D'AOSTA**

278 MUSEI

**ABBONAMENTO MUSEI
LOMBARDIA VALLE D'AOSTA**

269 MUSEI



**ABBONAMENTO MUSEI
FORMULA EXTRA**

517 MUSEI

	ABBONAMENTO MUSEI PIEMONTE VALLE D'AOSTA	ABBONAMENTO MUSEI LOMBARDIA VALLE D'AOSTA	ABBONAMENTO MUSEI FORMULA EXTRA
INTERO	58 euro	52 euro	87 euro
SENIOR (OVER 65 ANNI)	52 euro	42 euro	80 euro
YOUNG (TRA 15 E 26 ANNI)	32 euro	30 euro	62 euro
JUNIOR (UNDER 14 ANNI)	20 euro	20 euro	40 euro

→ Le tariffe dell'Abbonamento Musei.

L'Abbonamento Musei è la chiave di accesso all'offerta culturale del Piemonte, della Lombardia e della Valle d'Aosta. Vale 365 giorni e permette di visitare gratuitamente e ogni

volta che si desidera i luoghi di cultura del circuito: musei, mostre, residenze reali, ville, castelli, giardini, siti archeologici e molto altro ancora.

Abbonamento Musei si

declina in tre versioni e prevede politiche di pricing basate su categorie anagrafiche e convenzioni di sconto, per andare incontro alle esigenze del pubblico.

Comunicazione di prodotto

Ad aprile 2025 è stato lanciato un nuovo concept creativo per accompagnare la comunicazione relativa all'Abbonamento Musei. Attraverso il claim "Qui dentro ci sono...", la campagna adotta un tono ironico e leggero per raccontare la ricchezza dell'offerta contenuta in AM: una carta talmente piena di musei, mostre, giardini e palazzi storici da risultare, metaforicamente, "pesantissima". Un messaggio che racconta i vantaggi della carta con l'obiettivo di consolidare la brand awareness, con un focus strategico sul territorio lombardo.

Nel 2025, sono state realizzate le seguenti campagne:

- campagna di sconto per San Valentino per promuovere la visita ai musei come momento di condivisione;
- campagne per gli anniversari di AM: tra aprile e maggio, è stata attivata una promozione speciale dedicata sia ai nuovi utenti sia ai rinnovi, pensata per celebrare i traguardi dell'Associazione insieme alla propria community;
- campagna "Porta un amico": dal 14 luglio al 1° settembre

ogni abbonata/o ha potuto accedere a un "codice amico" nella propria area riservata, da condividere con 4 persone. L'iniziativa ha trasformato gli abbonati stessi nei primi, autentici testimonial del brand;

- campagna di sconto sul rinnovo in autunno rivolta al pubblico delle persone abbonate e veicolata sui canali proprietari AM;
- campagna di Natale di awareness per promuovere l'Abbonamento come idea regalo.



I dati sugli Abbonamenti venduti

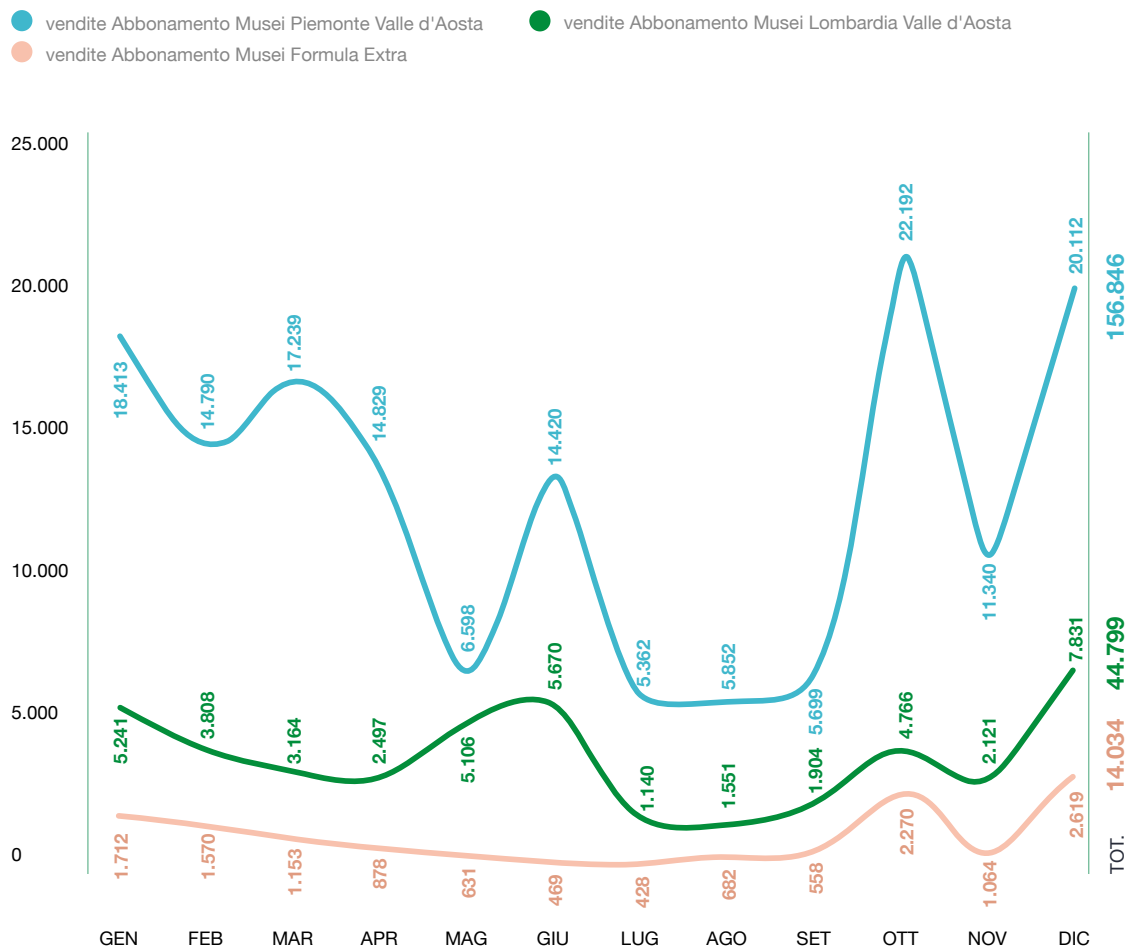
Il 2025 ha fatto registrare un complessivo +3% di vendite rispetto all'anno precedente, raggiungendo i 215.679 Abbonamenti venduti, suddivisi tra Abbonamento Musei Piemonte Valle d'Aosta (156.846), Abbonamento Musei Lombardia Valle d'Aosta (44.799), Abbonamento Musei Formula Extra (14.034).

In continuità con il 2024, le persone abbonate avevano la possibilità di fare una scelta ecologica: acquistando un nuovo Abbonamento su e-commerce era possibile rinunciare alla tessera fisica - andando a limitare la produzione e la spedizione di nuove card - ottenendo uno sconto simbolico di 1,50 €. L'iniziativa

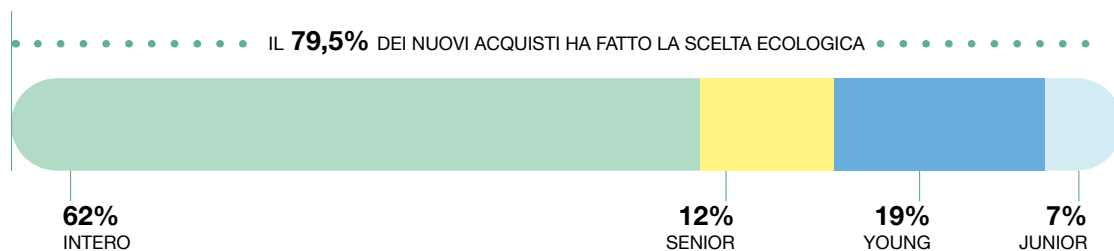
ha ottenuto un ottimo riscontro: nel 2025 oltre il 79% delle nuove abbonate e dei nuovi abbonati ha infatti scelto il solo Abbonamento in formato digitale.

	VENDITE 2025	VARIAZIONE % RISPETTO AL 2024
PIEMONTE VALLE D'AOSTA	156.846	+0,8%
	+	
LOMBARDIA VALLE D'AOSTA	44.799	+12%
	+	
FORMULA EXTRA	14.034	+21%
TOTALE	215.679	+3%

→ Le vendite dei tre prodotti nel 2025 e la variazione percentuale rispetto al 2024. I dati 2024 sono stati normalizzati escludendo le carte regalate nell'ambito del progetto *Un, due, tre... Musei!*



→ **Le vendite nel corso del 2025.** L'andamento mensile delle vendite del 2025 è da leggersi alla luce delle attività dell'Associazione: i picchi di vendita sono infatti legati sia a campagne e speciali promozioni attivate (la promozione per gli anniversari, per il rinnovo in autunno e la campagna di Natale a dicembre).



→ Percentuale di nuovi acquisti su e-commerce che hanno effettuato la "scelta ecologica" e divisione per tariffe.

Dove vanno le persone abbonate?

Nel 2025, sono stati registrati in totale 1.454.619 ingressi (+7% rispetto all'anno precedente), confermando un andamento positivo delle visite e riaffermando la complessiva ripresa del settore e un generale maggiore utilizzo dell'Abbonamento.

I musei più visitati in Piemonte sono i Musei Reali di Torino, La Venaria Reale e CAMERA - Centro Italiano per la Fotografia. Escludendo la provincia di Torino si aggiungono Palazzo Mazzetti ad Asti,

La Castiglia di Saluzzo e il Castello di Novara. Triennale di Milano, Pinacoteca Ambrosiana e Museo del Duomo di Milano si classificano primi tra i musei più frequentati in Lombardia. Senza contare la città di Milano, sono la Villa Reale di Monza, il Museo di Santa Giulia a Brescia e i Musei Civici del Castello Visconteo di Pavia i più visitati dalle persone abbonate.

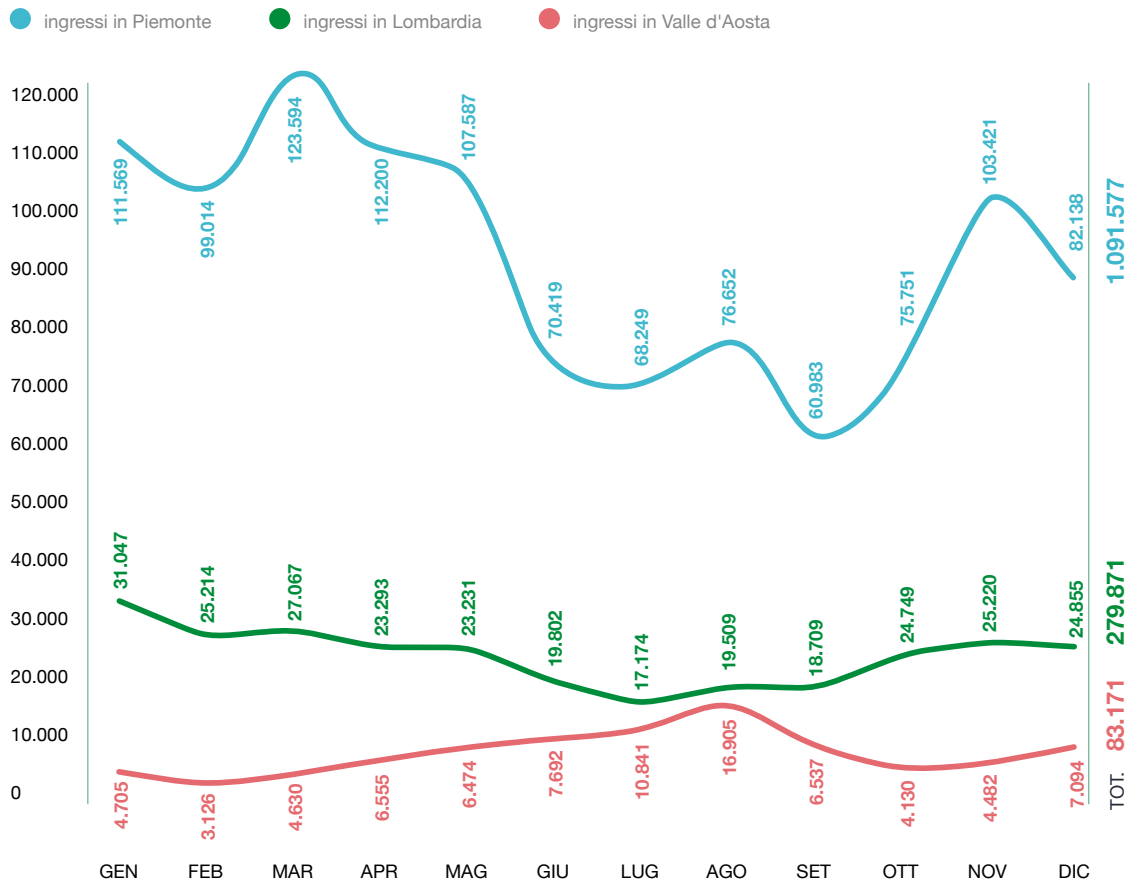
In Valle d'Aosta troviamo al primo posto il Forte di Bard, seguito dal MAR - Museo Ar-

cheologico Regionale e dal MegaMuseo - Museo Archeologico Contemporaneo.

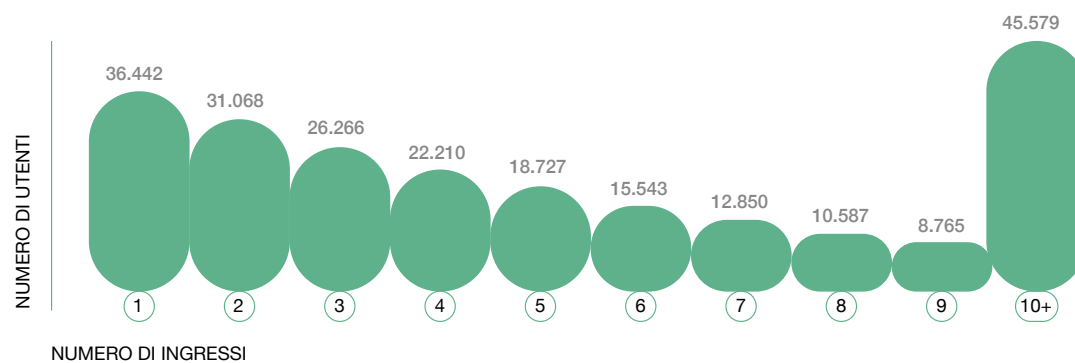
Oltre ai dati sulla totalità degli ingressi, grazie a Dedalo si può calcolare la frequenza di utilizzo, ovvero quanto abbonate e abbonati hanno usato la propria tessera per visitare i musei. Anche sotto questo aspetto, il 2025 mostra i dati in crescita rispetto all'anno precedente raggiungendo i 6,7 ingressi in media per persona.

	INGRESSI 2025	VARIAZIONE % RISPETTO AL 2024
PIEMONTE	1.091.577	+6%
	+	
LOMBARDIA	279.871	+8%
	+	
VALLE D'AOSTA	83.171	+22%
TOTALE	1.454.619	+7%

→ Gli ingressi nel 2025 con l'Abbonamento nelle tre regioni.



→ **Gli ingressi nel 2025.** In Piemonte e in Lombardia le visite si concentrano in primavera e in autunno, mentre in Valle d'Aosta in estate.



→ **La frequenza di utilizzo complessiva nel 2025.** Il 59% delle abbonate e degli abbonati ha usato l'abbonamento 4 o più volte nel corso dell'anno (nel 2024 era il 58%).

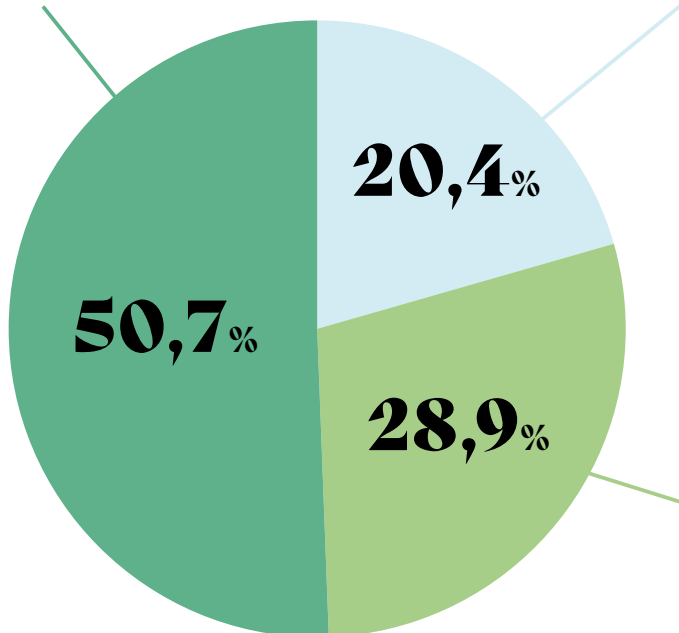
I canali di vendita

Pur confermando l'importanza di una distribuzione diffusa sul territorio, Abbonamento Musei punta oggi sul potenziamento dell'e-commerce come asset strategico. L'obiettivo è

quello di migliorare l'esperienza di acquisto e favorire la transizione verso il digitale, semplificando la fruizione grazie alla smaterializzazione della carta. I numeri del 2025 ne confermano

l'efficacia: con un incremento del 43%, l'e-commerce si attesta come il principale canale di vendita, superando la soglia del 50% delle vendite totali.

E-COMMERCE



ALTRI PUNTI VENDITA

(musei, teatri, gallerie d'arte, biblioteche, librerie, bookshop, spazi commerciali, Informagiovani, Ati, Cral)

Nel 2025 è stata anche replicata l'azione di biglietteria itinerante in collaborazione con il Teatro Stabile di Torino: un furgoncino brandizzato ha infatti girato per la città di Torino permettendo alle persone di rinnovare o acquistare l'Abbonamento Musei comodamente sotto casa e con uno sconto dedicato.

PUNTI VENDITA DIRETTI

(Infopiemonte, AML Store, Uffici)

→ Vendite dell'Abbonamento Musei suddivise per canale.



Creazione, ampliamento e consolidamento di un circuito museale integrato

Grazie alle convenzioni e agli accordi firmati con musei e altri enti della cultura, l'Associazione promuove la creazione e il consolidamento di un circuito museale che si estende oltre i confini di una singola regione, concretizzando una rete di legami a vantaggio degli stessi enti culturali e di abbonate e abbonati. Nel 2025 sono entrati a far parte del circuito AM 27 nuovi musei, divisi tra Lombardia e Piemonte, che sono andati ad arricchire l'offerta culturale raggiungendo i 517 siti inclusi.

Temi di sostenibilità

SOSTENIBILITÀ CULTURALE

- Collaborazione tra professionisti della cultura, educatori, cittadini attivi e professionisti
- Turismo di prossimità/Turismo e territorio
- Turismo sostenibile

SDGs

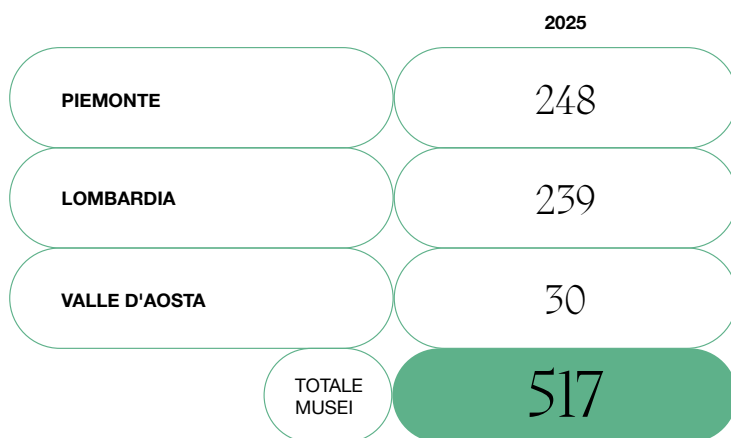


Musei del circuito

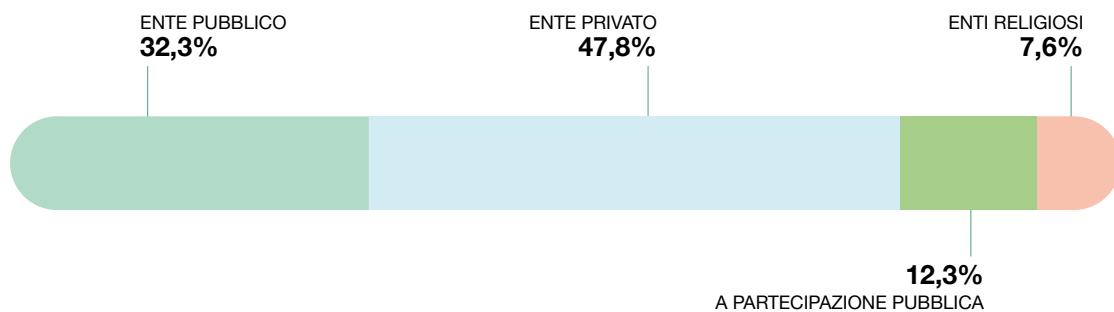
I musei aderenti all'Abbonamento costituiscono un circuito museale che l'Associazione, anno dopo anno, cura, arricchisce e consolida in una solida rete di relazioni e connessioni.



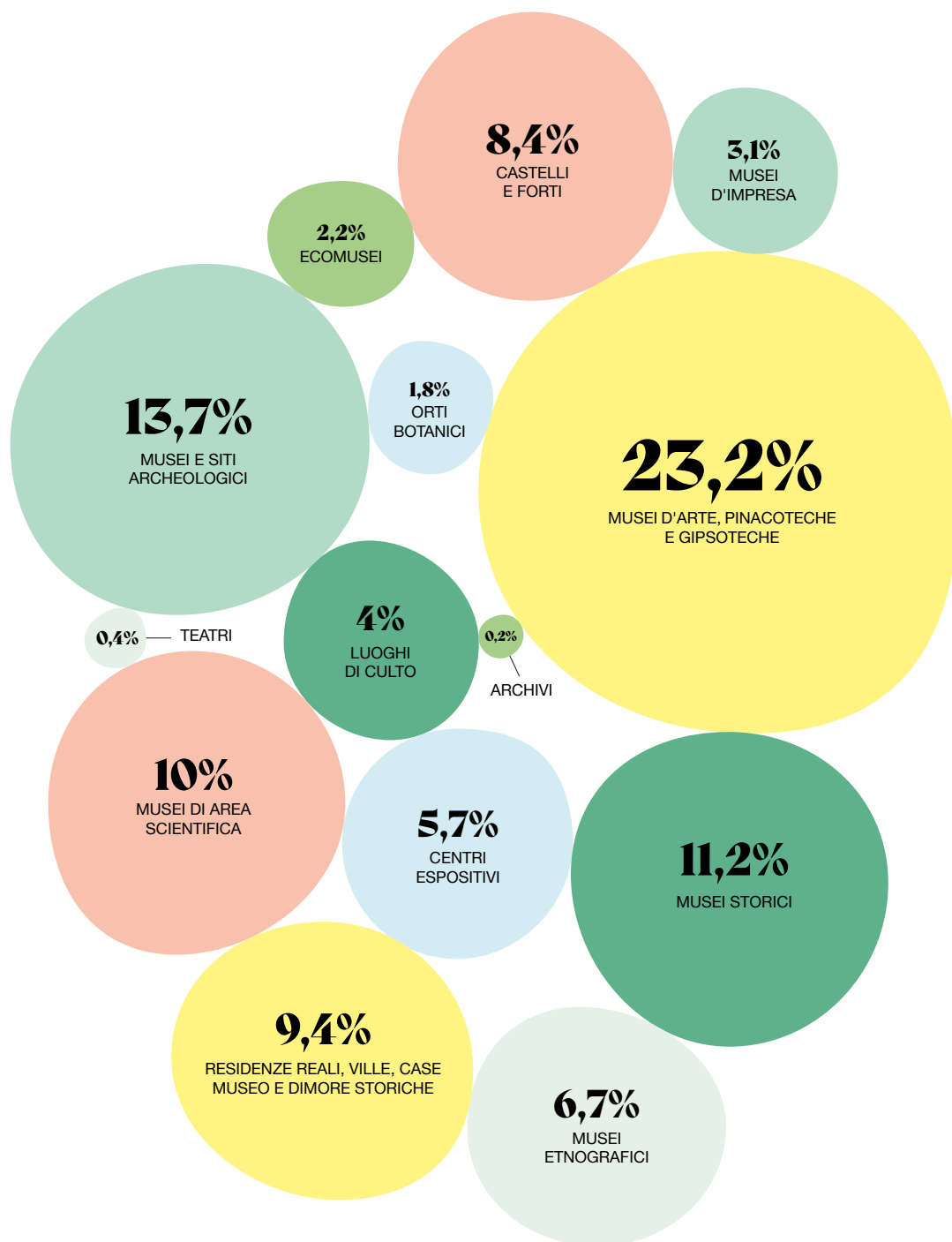
→ Scopri tutti i musei del circuito AM.



→ Totale dei musei compresi nell'Abbonamento divisi per regione.



→ La varietà del circuito in termini di natura giuridica degli enti firmatari delle convenzioni.



→ **La varietà del circuito:** con oltre 500 musei inclusi, l'offerta compresa all'interno dell'Abbonamento è ricca e multiforme. Questa grande varietà permette di includere i diversi ambiti della cultura, ma anche di venire incontro agli interessi delle persone abbonate e di conoscere nuovi aspetti del territorio e dei musei che lo rappresentano.

Nuovi musei del 2025

Ogni anno il numero degli istituti museali compresi nel circuito di Abbonamento Musei cresce grazie alle nuove adesioni che vanno ad arricchire l'offerta a disposizione delle persone abbonate. Nel 2025 sono entrati a far parte del circuito 27 nuovi musei, nello specifico:

IN PIEMONTE

Choco-Story Torino, Museo del Cioccolato e del Gianduia - Torino

Cultures And Mission CAM - Torino

Museo Teatro delle Marionette e dei Burattini - Casa Gianduia - Torino

Castello di Ivrea - Ivrea (TO)

Casa Museo Antonio Carena - Rivoli (TO)

Pinacoteca Comunale F.Tabusso - Rubiana (TO)

Forte Ceva - Ceva (CN)

Monastero di San Biagio - Mondovì (CN)

Castello Verzuolo - Verzuolo (CN)

Statua di San Carlo - Arona (NO)

Museo del Casalingo - Omegna (VB)

Museo Rodari, una fantastica storia - Omegna (VB)

Villa Giulia - Pallanza (VB)

IN VALLE D'AOSTA

SpaziOrsoExpo - Aosta

IN LOMBARDIA

Casa della Memoria - Milano

CASVA - Centro di Alti Studi sulle Arti Visive - Milano

Fondazione Arnaldo Pomodoro Mostre Open Studio - Milano

MUDA - Museo dell'Assicurazione ETS - Milano

Palazzo Citterio - Milano

Gres art 671 - Spazio mostre - Bergamo

Museo Diocesano Adriano Bernareggi - Bergamo

Cavallerizza. Centro della Fotografia Italiana - Brescia

Museo della Barca Lariana - Mandello del Lario (CO)

Basilica e Cupola di Sant'Andrea - Mantova

Chiesa di San Rocco in Sabbioneta - Sabbioneta (MN)

Museo del Ducato - Sabbioneta (MN)

Officine dell'acqua - Laveno Mombello (VA)

Convenzioni con altre realtà culturali

45

SITI CULTURALI
IN TUTTA ITALIA

26

TEATRI

8

ACCADEMIE
MUSICALI E
ORCHESTRE

4

CINEMA

20

FIERE E
FESTIVAL

3

LIBRERIE E
ABBONAMENTI
A RIVISTE

5

VISITE E
ITINERARI

13

ALTRE
OPPORTUNITÀ

→ Le convenzioni comprese con
l'Abbonamento Musei.

Valorizzazione dei musei e del patrimonio culturale compreso nell'Abbonamento

In sinergia con partner strategici, l'Associazione promuove attivamente il patrimonio museale in particolare attraverso mirate campagne di comunicazione e lo sviluppo di progetti dedicati. Nel tempo, l'Associazione ha consolidato il proprio ruolo di soggetto attivo nella progettazione culturale: una vocazione che nasce dalla profonda conoscenza del pubblico e del territorio e che si traduce in percorsi di visita inediti e narrazioni verticali su temi e luoghi.

Temi di sostenibilità

SOSTENIBILITÀ CULTURALE

- Cura e valorizzazione del patrimonio culturale
- Innovazione culturale e artistica

SDGs



Progetti di valorizzazione

AM 30eLODE



In occasione del trentennale dell'Associazione, è stato lanciato il programma fedeltà **AM 30eLODE**, un'iniziativa di gioco-premio dedicata alla community di abbonati e focalizzata sui musei del Piemonte con l'obiettivo di valorizzare il patrimonio culturale e i siti del circuito, incentivando il turismo di prossimità e la scoperta anche di mete meno note.

Tra aprile e giugno, le persone abbonate hanno accumulato punti tramite l'app visitando i musei coinvolti e sbloccando

così premi e abbonamenti omaggio. Il progetto ha riscosso un notevole successo, coinvolgendo circa 3.000 partecipanti e stimolando la mobilità territoriale grazie a bonus settimanali dedicati alle singole province, che hanno invitato il pubblico a spostarsi oltre i consueti itinerari urbani.

L'impatto sulle visite è stato determinante: rispetto allo stesso periodo del 2024, **gli ingressi nella regione sono cresciuti del 33%, con picchi significativi nelle province interessate**

dai punti extra. A chiusura del programma, i risultati testimoniano l'alto coinvolgimento della community: sono stati riscattati 475 Abbonamenti Musei Piemonte Valle d'Aosta, 196 codici sconto (del 25% e 50%) e richiesti 748 gadget ufficiali.

AM 30eLODE IN SINTESI

+200

musei compresi nel programma fedeltà

3.000

persone aderenti ad AM 30eLODE

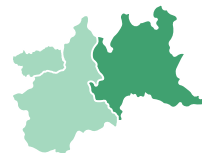
+33%

di visite nei musei coinvolti rispetto allo stesso periodo del 2024

+1.400

premi riscattati

Viaggio nel patrimonio UNESCO lombardo



Anche nel 2025, l'Associazione ha lavorato in sinergia con Regione Lombardia per la valorizzazione dei siti UNESCO. In continuità con le edizioni precedenti, il progetto *Viaggio nel patrimonio UNESCO* ha visto l'Associazione impegnata in azioni mirate a incentivare la partecipazione del pubblico, rendendo il patrimonio culturale più vicino e accessibile.

Uno degli strumenti centrali del progetto è il podcast in tre episodi "Due città", prodotto con Chora Media e dedicato alla narrazione dei territori di Bergamo e Brescia. Parallelamente, AM ha organizzato itinerari e visite

guidate: tra la primavera e l'estate 2025, sono stati realizzati 20 appuntamenti che hanno coinvolto 454 abbonati alla scoperta dei siti UNESCO regionali. Oltre all'utilizzo dei canali di AM, la strategia di comunicazione ha tratto forza dalla collaborazione con la content creator Camilla Ronzullo, che attraverso 10 reel e storie ha saputo tradurre la complessità del patrimonio in una narrazione contemporanea e coinvolgente.

Il 2025 ha segnato inoltre l'avvio di *UNESCO Patrimonio comune*, progetto focalizzato sulla formazione dei docenti e sull'educazione al patrimonio

per le scuole. In questo contesto educativo si inserisce il lancio, a novembre 2025, del podcast "Il Gran Teatro Montano": un suggestivo viaggio sonoro prodotto da Chora Media che esplora la tradizione secolare e il fascino architettonico dei Sacri Monti tra Piemonte e Lombardia.

VIAGGIO NEL PATRIMONIO UNESCO LOMBARDO IN SINTESI

10

siti UNESCO lombardi

20

incontri AM Club

x

454

persone

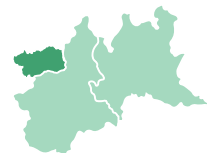
2

serie di podcast

10

reel e storie dedicate

AM x Aostae 2025



Il 2025 ha rappresentato un anno speciale per la città di Aosta, che celebra il 2050° anniversario della sua fondazione. In questo scenario di festeggiamenti e in vista della conclusione dei grandi cantieri di restauro che hanno interessato l'area archeologica romana, Abbonamento Musei si è quindi raccordata al piano di eventi e iniziative in programma con il fine di rafforzare l'identità, il senso di appartenenza e il coinvolgimento dei cittadini.

Per stimolare la scoperta del territorio e l'allargamento dei circuiti di vista, è stato lanciato

il programma di fedeltà *AM x Aostae 2025*, basato sulla gamification tramite app. Le persone abbonate sono state invitate a scoprire i beni valdostani accumulando punti per ottenere premi. Tra luglio e settembre - periodo di validità del loyalty program - si sono registrati 10.000 ingressi in più rispetto all'anno precedente, con oltre 2.000 partecipanti attivi che hanno riscattato centinaia di premi, tra cui voucher AM Extra, gadget del MegaMuseo e prodotti di artigianato locale.

In aggiunta per supportare la visita alla città di Aosta in questo

importante anniversario e incentivare un turismo "lento" e di prossimità, AM ha avviato un dialogo con ADAVA, l'Associazione degli Albergatori e Imprese Turistiche della Valle d'Aosta, per la realizzazione di un'iniziativa speciale dedicata alle persone abbonate: *Aosta si svela*.

Dal 25 maggio al 15 giugno, acquistando il pernottamento della domenica a scelta tra le strutture aderenti, le persone abbonate potevano usufruire di 2 speciali visite guidate gratuite incluse nell'offerta. Al termine della promozione, sono state 8 le camere prenotate.

AM X AOSTAE 2025 IN SINTESI

1

loyalty
program

+10.000

visite in regione rispetto al 2024 nel periodo
di validità del sistema di premialità

+2.000

partecipanti ad
AM x Aostae 2025

588

premi riscattati

Ecosistema di comunicazione

Attraverso il costante aggiornamento dei propri canali di comunicazione, l'Associazione veicola i propri messaggi e progetti, valorizza i musei e promuove le attività del circuito con precisione ed efficacia. L'obiettivo è consolidare il legame con la community delle persone abbonate e, contemporaneamente,

intercettare nuovi segmenti di pubblico.

L'Associazione ha a disposizione un sistema di comunicazione multicanale che comprende il sito, la newsletter, i social network e l'app di Abbonamento Musei.

Il sito internet

Il sito internet rappresenta il fulcro della comunicazione dell'Associazione, poiché racchiude le principali informazioni sulle iniziative e sull'offerta culturale (aggiornate in tempo reale grazie alla collaborazione con gli enti del circuito). Offre

inoltre la possibilità di acquistare l'Abbonamento.

Nel 2025 il sito di Abbonamento Musei è stato potenziato con l'integrazione di DeepL, uno strumento basato su intelligenza artificiale che garantisce la traduzione automatica e simultanea di

tutti i contenuti in inglese. Grazie a un'interfaccia semplice e intuitiva, lo strumento permette di tradurre istantaneamente ogni nuovo aggiornamento, facilitando la consultazione anche per il pubblico internazionale.

VISUALIZZAZIONI	5.4 milioni
UTENTI	623.000
SESSIONI	oltre 1.2 milioni
ENGAGEMENT RATE	67,2%

→ I dati del sito AM.

La newsletter

La newsletter rappresenta uno dei principali punti di contatto tra l'Associazione e la propria community, a partire proprio dalla newsletter settimanale, che offre un palinsesto aggiornato di appuntamenti, approfondimenti culturali e nuove aperture, includendo i vantaggi esclusivi e il calendario delle visite riservate *AM Club*. A questa si affiancano comunicazioni verticali come la newsletter *AM Family*, dedicata al target famiglie, gli invii focalizzati su progetti speciali e DEM promozionali, che permettono di raggiungere segmenti di pubblico selezionati attraverso messaggi mirati e offerte personalizzate.

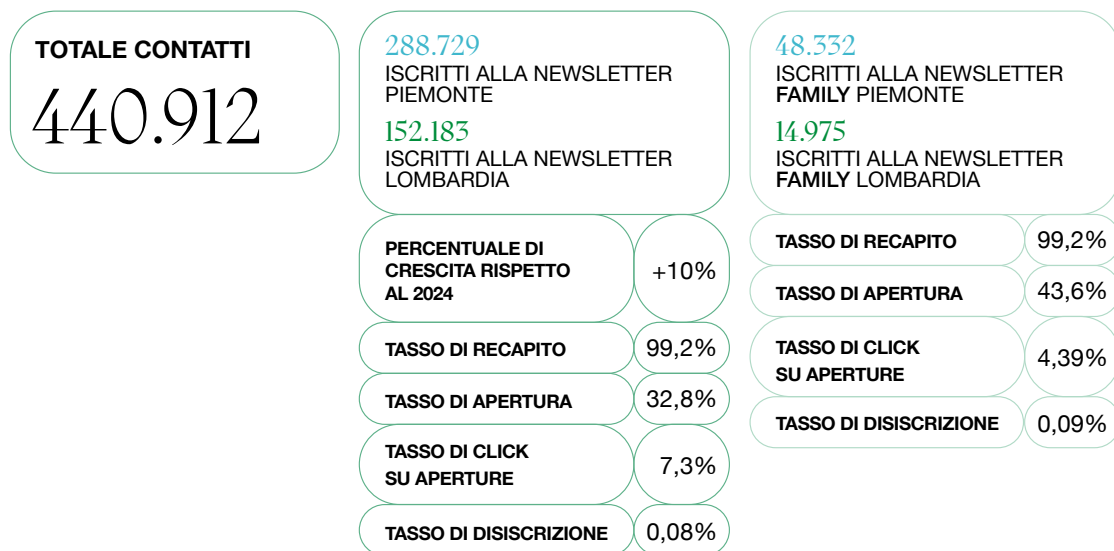
Il database dei contatti di AM è parte del patrimonio dell'As-

sociazione, importante rispetto a tutte le azioni di comunicazione, considerando ad esempio la numerosità dei contatti presenti (440.912 contatti totali), la pulizia degli stessi (con un tasso di recapito del 99,2%), gli alti tassi di interazione (come ad esempio un tasso di apertura del 32,8%).

La ricerca realizzata da Fondazione Santagata nel 2023 ha compiuto una valutazione economica del database per comprendere quale sia il valore che Abbonamento Musei porti al sistema museale delle regioni coinvolte: qualsiasi sia il metodo utilizzato (un approccio reddituale-finanziario o un approccio di mercato) un attore che volesse inviare campagne di e-mail che abbiano

gli stessi risultati della newsletter dovrebbe ipotizzare un investimento compreso tra i 3.5 milioni di euro e i 5 milioni di euro.

Nel 2025 è proseguita l'implementazione di sistemi di marketing automation, con l'invio di messaggi personalizzati basati sulle abitudini di visita e sul profilo delle persone abbonate. Questa strategia mira a ottimizzare l'efficacia della comunicazione e a incrementare i tassi di rinnovo. Contestualmente, è in fase di finalizzazione una nuova dashboard su Dedalo - il sistema di business intelligence di AM - progettata per monitorare nel dettaglio le performance dei singoli task e i tassi di risposta degli utenti.



→ **I dati della newsletter.** Il numero degli iscritti complessivi è cresciuto del 16% rispetto al 2024. Inoltre, **analizzando le performance**, si nota che **superano significativamente il tasso di apertura medio del settore culturale (che si attesta al 26,3%)**, suggerendo una maggior efficacia nella strategia di comunicazione via e-mail.

I canali social

I canali social di Abbonamento Musei rappresentano una vetrina significativa: permettono non solo di far conoscere la card museale e tutte le iniziative dedicate alle persone abbonate, ma anche di dare visibilità ai molti musei affiliati al circuito.

Attraverso rubriche editoriali, video e approfondimenti, uniti a contenuti generati dagli stessi

utenti, i canali social di AM diventano veicoli di comunicazione del vasto patrimonio culturale delle regioni coinvolte, creando nuove connessioni e nuovi stimoli.

Tra le rubriche create da Abbonamento Musei sui propri canali si segnala:

A spasso con AM, ogni mese un itinerario che renderà il viaggio con l'Abbonamento Musei ancora

più semplice: tutte le informazioni utili e pratiche su come raggiungere le destinazioni: in quanto tempo, cosa mangiare e bere ma soprattutto che cosa visitare.

Dall'estate la rubrica, proposta anche in newsletter, si avvale della collaborazione di Visit Piemonte che integra i percorsi museali con festival ed eventi dei territori.

	FB Piemonte	IG Piemonte	FB Lombardia	IG Lombardia
FOLLOWERS	50.963	26.087	23.118	11.745
CRESCITA DEL PROFILO (rispetto al 2024)	1.134 (+2,3%)	2.680 (+11,5%)	2.083 (+9,9%)	2.376 (+25,4%)
COPERTURA COMPLESSIVA	1.219.928	793.112	7.267.427	2.488.217
IMPRESSIONS COMPLESSIVE	4.737.450	2.908.881	50.552.217	7.018.401
ENGAGEMENT RATE	57%	133%	101%	186%

→ I dati relativi ai profili social di Abbonamento Musei dal 1° gennaio al 31 dicembre 2025.

L'App

L'app è l'ultimo touchpoint sviluppato e strumento di dialogo integrato nel sistema di comunicazione di AM: facile da utilizzare, l'app permette di avere la tessera sempre a disposizione, partecipare ai programmi di loyalty e consultare l'intera offerta culturale.

Nel 2025 è proseguito il costante lavoro di aggiornamento per potenziarne l'usabilità e introdurre nuove funzionalità. Tra le principali novità figurano la possibilità di salvare musei e mostre tra

i "preferiti" per pianificare le proprie visite e l'opzione di condividere sui social i badge ottenuti in base alle attività effettuate. È stata inoltre rinnovata la sezione premi, migliorata l'uniformità grafica rispetto al sito e alle newsletter, ed è stata ottimizzata l'area dedicata al "codice amico" per facilitare la condivisione. Infine, è stato inserito un nuovo sistema di avvisi per segnalare tempestivamente la disponibilità di aggiornamenti.

32.000 download per Google Play (Android)

30.900 download per App Store (iOS)

→ I dati di download dell'app di Abbonamento Musei dal lancio al 31 dicembre 2025.

Scarica l'app di Abbonamento Musei



Sezione 3

Accrescere la partecipazione culturale

Creare e fidelizzare la comunità delle abbonate e degli abbonati

L'Associazione cura la relazione con la community tramite programmi dedicati, i suoi canali di comunicazione e il servizio di assistenza clienti, promuovendo la fedeltà e l'esplorazione del territorio. In quest'ottica, nel 2025 è stato rilasciato un nuovo sistema di prenotazione per rendere l'accesso alle attività più semplice ed efficiente. Questo investimento tecnologico potenzia ulteriormente il programma *AM Club*, garantendo alle persone abbonate un'esperienza d'uso sempre più ottimizzata.

Temi di sostenibilità

SOSTENIBILITÀ CULTURALE

→ Accessibilità e abbattimento di barriere culturali

SOSTENIBILITÀ ECONOMICA / ORGANIZZATIVA

→ Digitalizzazione della produzione, fruizione e gestione culturale

SOSTENIBILITÀ SOCIALE

- Promozione della coesione sociale
- Promozione della salute e benessere
- Relazioni sinergiche con tutti i soggetti, culturali e non, del territorio

SDGs

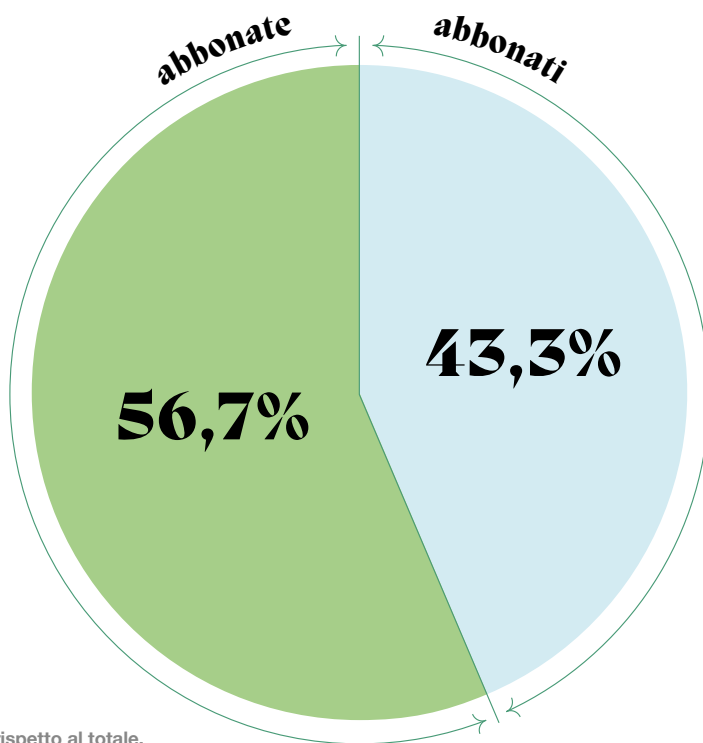


Chi sono le abbonate e gli abbonati

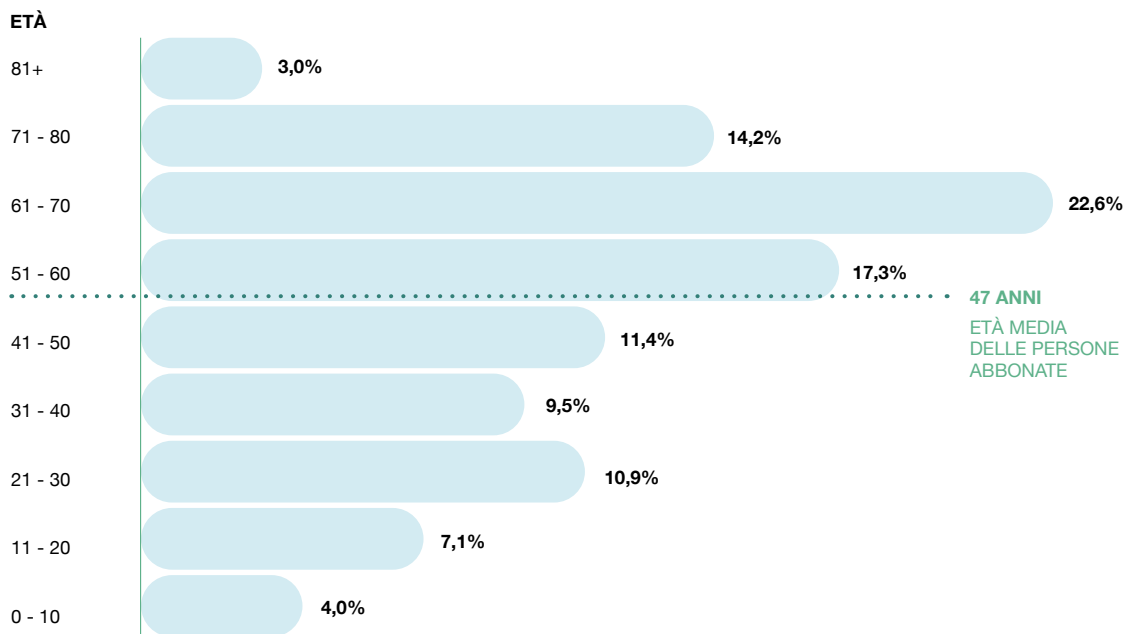
Nel 2025 le persone con un Abbonamento Musei attivo sono state complessivamente 219.497, divise tra AM Piemonte Valle d'Aosta (159.667), AM Lombardia Valle d'Aosta (45.406) e AM Formula Extra (14.424).

intorno ai 47 anni e le principali città di residenza delle persone abbonate sono Torino e Milano, con al terzo posto le province di Cuneo e a seguire Monza e Brianza e Bergamo.

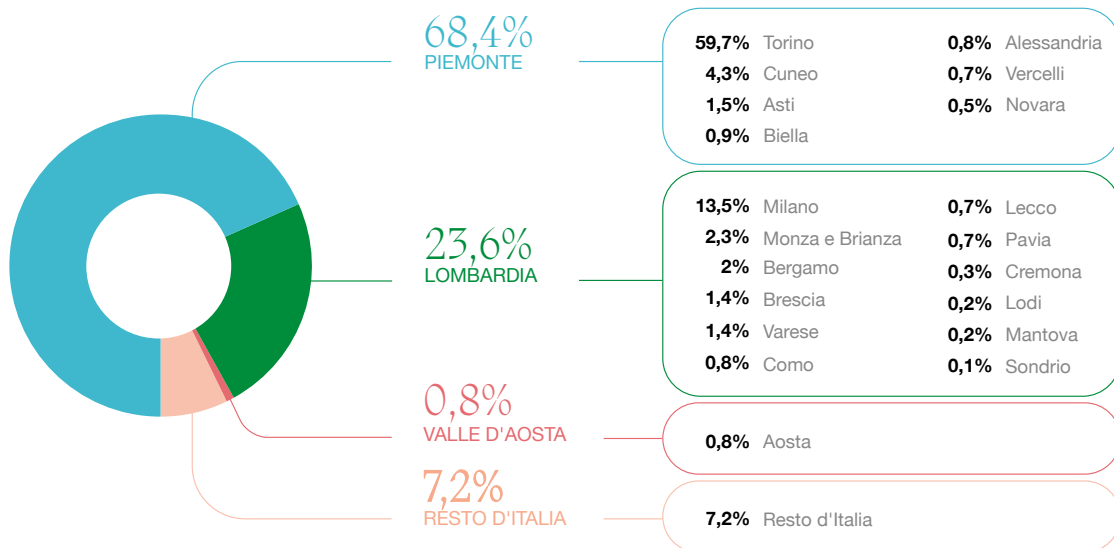
Ma qual è l'identikit di chi si abbona? In linea con i dati sulla fruizione culturale in Italia, anche nel caso di Abbonamento Musei si riscontra una maggiore diffusione dell'Abbonamento tra le donne (56,7% abbonate contro 43,3% abbonati), l'età media si attesta



→ La percentuale di abbonate e abbonati rispetto al totale.



→ **Le persone abbonate per età.** Le fasce d'età che registrano le percentuali maggiori sono quelle da 51 a 60 anni e da 61 a 70 anni.



→ **Le persone abbonate per residenza.** Le province che ospitano il maggior numero di utenti sono quelle di Torino e Milano. Il grafico include esclusivamente i dati degli utenti che hanno fornito l'informazione sulla residenza.

La varietà degli identikit della nostra community emerge anche dall'analisi dei musei scelti per tipologia di prodotto — AM Piemonte Valle d'Aosta, AM Lombardia Valle d'Aosta, AM Formula Extra — e per categoria (Intero, Senior, Young e Junior).

Tale differenziazione riflette non solo gusti e interessi personali, ma anche l'efficacia di progettualità specifiche che rendono alcuni luoghi particolarmente affini ai diversi profili, consolidando il legame tra abbonati e istituzioni.

→ Musei più visitati per tipologia di abbonamento e per categoria tariffaria.

AM PIEMONTE VALLE D'AOSTA

INTERO	SENIOR	YOUNG	JUNIOR *
CAMERA – Centro Italiano per la Fotografia	Musei Reali	Musei Reali	La Venaria Reale
La Venaria Reale	La Venaria Reale	La Venaria Reale	MAUTO
Musei Reali	CAMERA – Centro Italiano per la Fotografia	Museo Nazionale del Cinema	Gallerie d'Italia Torino
Palazzo Madama	Palazzo Madama	Museo Egizio	Museo Nazionale del Cinema
Gallerie d'Italia Torino	Gallerie d'Italia Torino	CAMERA – Centro Italiano per la Fotografia	Museo Regionale di Scienze
Museo Nazionale del Cinema	Fondazione Accorsi - Ometto	MAO	Museo Lavazza
MAO	GAM	Palazzo Madama	Museo Egizio
GAM	Museo Egizio	GAM	CAMERA – Centro Italiano per la Fotografia
Museo Egizio	MAO	MAUTO	GAM

* I dati sugli ingressi con tessera junior risultano parzialmente influenzati dalle attività di *La Bella Stagione* e dalla presenza di musei a ingresso gratuito, che non consentono una rilevazione completa degli accessi.

AM LOMBARDIA

INTERO	SENIOR	YOUNG	JUNIOR
Triennale di Milano	Museo Diocesano Carlo Maria Martini di Milano	Museo del Duomo di Milano	Museo della Scienza e della Tecnologia L. Da Vinci
Pinacoteca Ambrosiana	Gallerie d'Italia Milano	Triennale di Milano	Museo del Duomo di Milano
Museo del Duomo di Milano	Pinacoteca Ambrosiana	Pinacoteca Ambrosiana	Triennale di Milano
Grande Brera	Triennale di Milano	Museo del Novecento	MUBA - Museo dei Bambini Milano
Museo Diocesano Carlo Maria Martini di Milano	GAM	Grande Brera	Volandia Parco e Museo del Volo
Gallerie d'Italia Milano	Museo Poldi Pezzoli	ADI Design Museum	Leonardo3 - Il Mondo di Leonardo
Museo del Novecento	Grande Brera	Musei del Castello Sforzesco	Pinacoteca Ambrosiana
PAC	Museo del Duomo di Milano	Museo della Scienza e della Tecnologia L. Da Vinci	Kosmos - Museo di Storia Naturale
Museo Poldi Pezzoli	Museo del Novecento	Museo Teatrale alla Scala	Museo del Novecento





AM FORMULA EXTRA

INTERO	SENIOR	YOUNG	JUNIOR
Musei Reali di Torino	Musei Reali	Musei Reali	La Venaria Reale
La Venaria Reale	La Venaria Reale	Museo del Cinema	Museo Egizio
CAMERA – Centro Italiano per la Fotografia	Palazzo Madama	Museo Egizio	Museo del Duomo di Milano
Palazzo Madama	CAMERA – Centro Italiano per la Fotografia	Museo del Duomo di Milano	Museo della Scienza e della Tecnologia L. Da Vinci
Museo Nazionale del Cinema	Gallerie d'Italia Torino	La Venaria Reale	MAUTO
Museo Egizio	GAM	Palazzo Madama	Museo Nazionale del Cinema
Gallerie d'Italia Torino	Fondazione Accorsi - Ometto	MAO	Pinacoteca Agnelli
Pinacoteca Ambrosiana	Grande Brera	CAMERA – Centro Italiano per la Fotografia	Forte di Bard
Triennale di Milano	Museo Egizio	Triennale di Milano	Basilica di Superga

I programmi per le abbonate e gli abbonati e i progetti di fidelizzazione

AM Club



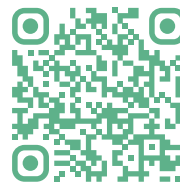
AM Club è il programma esclusivo di attività dedicato ad abbonate e abbonati che comprende visite guidate, itinerari sul territorio ed eventi speciali, in un ricco palinsesto in continua evoluzione. Nato per valorizzare l'offerta culturale del circuito e i territori che la ospitano, AM Club rappresenta un'importante occasione di fidelizzazione della community che per tutto l'anno è stata stimolata e coinvolta con un palinsesto di quasi 600 proposte sulle tre regioni (397 in Piemonte, 174 in Lombardia e 20 in Valle d'Aosta) per un totale di 13.920 partecipanti.

Con il coinvolgimento di più di 150 realtà, il programma ha offerto alla community l'opportunità di riscoprire grandi istituzioni e, al contempo, esplorare siti meno noti o distanti dai circuiti tradizionali. Attraverso per-

corsi e focus mirati, l'iniziativa ha permesso di approfondire temi come le celebrazioni per l'80° anniversario della Resistenza — in collaborazione con il Museo Diffuso della Resistenza di Torino — e la valorizzazione dei siti UNESCO presenti in Lombardia, consolidando il ruolo dell'Associazione come ponte tra i cittadini e il patrimonio.

Completando il percorso avviato nel 2024, a fine 2025 è stato lanciato il nuovo sistema di prenotazione per le attività di AM Club con l'obiettivo di superare la frammentazione dei precedenti sistemi e offrire una user experience migliore. La piattaforma ha introdotto alcuni vantaggi, come l'accesso unificato tramite un solo login, oltre a un nuovo calendario nell'area riservata dotato di filtri per data

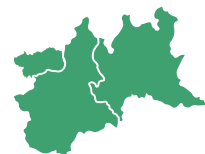
e tipologia. Le persone abbonate dispongono ora anche di schede attività più dettagliate e di una maggiore autonomia nella gestione del profilo, potendo inserire i dati degli accompagnatori o modificare e stornare le prenotazioni fino a 48 ore dall'evento. La nuova piattaforma ha ottimizzato anche i processi interni dell'Associazione, automatizzando l'invio di promemoria e notifiche, e fornendo strumenti di analisi più precisi sull'andamento delle attività.



Scopri tutte le attività AM Club.

**AM CLUB IN SINTESI****397** proposte in Piemonte in **75** musei e mostre**9.670** partecipanti**20** proposte in Valle d'Aosta in **7** musei e mostre**500** partecipanti**174** proposte in Lombardia in **77** musei e mostre**3.750** partecipanti

AM Family



Nel 2025 l'Associazione ha continuato a dedicare un'attenzione particolare alle famiglie arricchendo il programma *AM Family* con iniziative, contenuti e progetti dedicati a bambine e bambini per scoprire il patrimonio culturale con un linguaggio dedicato.

Nel 2025 è stato riconfer-

mato il tradizionale appuntamento con *Disegniamo l'arte*, oltre alla newsletter per le famiglie, si è rinnovato il progetto *Un, due, tre...Musei!* in Lombardia e si sono aggiunti nuovi podcast dedicati ai musei della Lombardia e alle Residenze Reali in Piemonte.

Inoltre, quest'anno è stata

lanciata un'indagine per valutare il potenziale pubblico di *AM Family*, realizzata una mappatura di player strategici per individuare buone pratiche e partnership e lanciato un palinsesto di attività dedicate *AM Club Family* per rafforzare il legame con questo pubblico.



Disegniamo l'arte

Appuntamento ormai consolidato di AM, *Disegniamo l'arte* coinvolge visitatori e visitatrici più giovani e le loro famiglie alla scoperta dei musei del territorio attraverso il disegno e la creatività.

L'edizione del 2025 si è svolta il weekend del 12-13 aprile e ha visto l'adesione record di 192 musei tra Piemonte, Lombardia e Valle d'Aosta.

Il tema di questa edizione è stato *Segreti svelati. Misteri e curiosità nascosti nei musei*. In totale hanno partecipato circa 3.000 persone: un dato in linea con il 2024.

L'Associazione ha fornito anche quest'anno i materiali necessari per le attività grazie alla partnership con CARIOCA. Media partner è stato Giovani-

Genitori, rivista specializzata sul tema delle famiglie.



Scopri tutte le iniziative, contenuti e progetti di AM Family.

DISEGNIAMO L'ARTE IN SINTESI

2 giornate di attività nei musei dedicate alle bambine e ai bambini

192
musei totali

100 in Piemonte
88 in Lombardia
4 in Valle d'Aosta

3.000 partecipanti totali

Un, due, tre... Musei!

Nel corso del 2024 *Un, due, tre... Musei!*, il progetto di Regione Lombardia, sostenuto da Fondazione Cariplo e organizzato da Abbonamento Musei, ha messo in connessione l'Associazione con molte famiglie e con bambine e bambini residenti in Lombardia attraverso la collaborazione con la rete degli Oratori Lombardi.

Confermato per il 2025, il progetto aveva l'obiettivo di consolidare e valorizzare la proficua collaborazione attivata con musei e oratori della Lombardia,

continuare a incentivare la partecipazione culturale e agevolare la relazione tra musei e famiglie.

Il progetto si è articolato in diverse azioni: dall'elaborazione di contenuti editoriali dedicati a bambini, bambine e famiglie, alla creazione di un'edizione speciale del podcast *Fila a nanna*, con fiabe costruite a partire da contenuti dei musei lombardi.

Inoltre, è stato organizzato un palinsesto di eventi dedicati in collaborazione con i musei della Lombardia, con attività ludico-educative e visite gui-

date gratuite che ha previsto 103 attività con la partecipazione di 2.074 persone.

Contestualmente con le altre azioni è stata attivata una promozione speciale per le famiglie che permetteva di acquistare l'Abbonamento a tariffa scontata per agevolare l'accesso alla cultura e un'attività di monitoraggio per valutare i risultati del progetto e le necessità delle famiglie.

UN, DUE, TRE... MUSEI! IN SINTESI

103 attività

in **59** musei

a cui hanno partecipato **2.074** persone

Fila a nanna – Residenze reali e Musei in Lombardia

La collaborazione avviata nel 2023 con la Fondazione TRG per la realizzazione dei podcast per bambini e bambine dedicati ai musei nell'ambito del loro progetto *Fila Nanna* si conferma una strada di successo.

Non solo i podcast a tema museale registrano ottimi ascolti ma questo prodotto editoriale è generativo in termini di attività e laboratori da parte dei musei.

Nel 2025 è stato prodotto un altro set di 13 episodi dedicati alle Residenze Reali Sabaude, in collaborazione con il Consorzio

delle Residenze Reali, presentato in occasione della Festa della Nascita alla Reggia di Venaria Reale il 14 settembre.

In Lombardia, invece, nell'ambito del progetto *Un, due, tre... Musei!* sono stati realizzati 15 podcast coinvolgendo altrettanti musei situati in tutte le province lombarde.

In entrambi i casi, a partire dai podcast sono state organizzate delle letture teatralizzate dagli attori di Fondazione TRG, degli appuntamenti speciali per vivere e scoprire il museo grazie a una

storia e un linguaggio adatti a bambine e bambini, ma non solo.



Ascolta gli episodi del podcast *Fila a nanna*.

FILA A NANNA IN SINTESI

12

musei coinvolti
in Piemonte

1

podcast
di

13

puntate sulle
Residenze Reali

12.000

download
in Piemonte

4

letture teatralizzate
in Piemonte

15

musei coinvolti
in Lombardia

1

podcast
di

15

puntate sui
Musei Lombardi

21.000

download
in Lombardia

6

letture teatralizzate
in Lombardia

Relazione con il pubblico

L'Associazione garantisce un supporto costante al pubblico attraverso canali diretti come il contact center e l'assistenza via e-mail. Parallelamente al Servizio Clienti, l'Associazione assicura l'operatività della rete tramite un Help Desk tecnico specializzato. Quest'ultimo è rivolto esclusivamente ai musei per fornire assistenza sull'utilizzo del gestionale

e risolvere eventuali criticità legate ai dispositivi in dotazione.

Un'importante novità introdotta nel 2024 e finalizzata a inizio 2025 è stato il graduale passaggio del contatto telefonico da numero verde a numero a pagamento - 011 52210 - gestito attraverso la nuova piattaforma Connect fornita da AWS. Attraverso una console web dedicata, il nuovo

sistema permette all'operatore di rispondere in modalità totalmente remotizzata e fornisce una reportistica avanzata.

Dopo una fase iniziale in cui è stato previsto un sistema di reindirizzamento della telefonata è stato fatto uno switch definitivo, senza creare disservizi agli utenti grazie alle azioni di comunicazione e passaggio progressivo.

NUMERO VERDE

011 52210

Lunedì - sabato
9:00-18:00

14.021

telefonate gestite
dal Servizio Clienti

tasso di risposta
superiore al 91%

INDIRIZZO EMAIL

info@abbonamentomusei.it

Lunedì -
domenica
9:00-18:00

48.913

email processate

→ Assistenza al pubblico: contatti e dati.

N° CHIAMATE ALL'HELP DESK

2.789

Con una riduzione dei picchi di traffico rispetto al 2024 e un andamento più uniforme nel corso dell'anno.

N° CHIAMATE AL SERVIZIO CLIENTI

14.019

Andamento più regolare rispetto al 2024 e con minore correlazione con promozioni speciali.

TEMPO MEDIO DI INTERAZIONE

02 min e 35 sec

Nel 2025 il tempo medio di interazione rispetto al 2024 rimane sostanzialmente stabile.

→ I dati AWS.

Ampliare il pubblico della cultura

Coinvolgere nuovi pubblici riveste un'importanza strategica per l'Associazione. Questo obiettivo viene perseguito grazie a progetti di audience development, con attenzione soprattutto ai "non pubblici", ovvero quei segmenti di pubblico tradizionalmente più difficili da coinvolgere, perché meno abituati a frequentare i musei. Inoltre, l'Associazione partecipa a diversi tavoli di lavoro, collaborando con altre istituzioni culturali e sociali, mettendo a disposizione il suo know how e la sua infrastruttura tecnologica, adattandola in base alle esigenze.

Temi di sostenibilità

SOSTENIBILITÀ CULTURALE

→ Accessibilità e abbattimento di barriere culturali

SOSTENIBILITÀ SOCIALE

- Promozione della coesione sociale
- Promozione della salute e benessere
- Relazioni sinergiche con tutti i soggetti, culturali e non, del territorio
- Riduzione delle disuguaglianze
- Rigenerazione dei territori e delle comunità

SDGs



Progetti di audience development

La Bella Stagione



Il progetto *La Bella Stagione* promosso da Compagnia di San Paolo e dal Consorzio dei Xkè ha permesso anche nel 2025 a bambine e bambini partecipanti ai centri estivi della Città di Torino e degli oratori di avere a disposizione l'Abbonamento Musei Junior.

Al progetto hanno aderito 38 musei e 52 enti di partecipazione che hanno proposto un fitto calendario di attività culturali, educative, creative, esperienziali, di scoperta, socialità e movimento. Un'occasione per consolidare o attivare, insieme

alle famiglie, una relazione stabile con i musei della città.

Quest'anno sono stati 11.146 i bambini e le bambine che hanno preso parte alle attività del palinsesto, per un totale di 35.024 presenze.

Dopo la fase estiva, l'ingaggio delle famiglie è proseguito per tutta la durata di validità dell'Abbonamento, con l'obiettivo di coinvolgerle in attività dedicate per incentivare la fruizione museale anche al di fuori del contesto mediato da oratori e centri estivi. È stato avviato quindi un calendario di 4 appun-

tamenti tra settembre e dicembre all'interno di *AM Club - Family* a cui hanno partecipato 120 bambini e bambine.

A seguito di una lieve flessione delle presenze nell'annualità precedente, nel 2025 è stato avviato un tavolo di lavoro condiviso che ha visto coinvolti tutti gli attori del progetto e che ha portato alla realizzazione di alcune linee guida che sono state riportate nella nuova call rivolta a musei ed enti di partecipazione.

LA BELLA STAGIONE IN SINTESI

38 musei e

52 enti

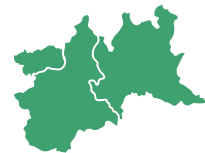
11.146 bambine e bambini partecipanti e AM Junior attivati

178 AM acquistati con lo sconto riservato ai genitori

35.288 presenze

2.051 ingressi delle famiglie fuori dal palinsesto

La cultura dietro l'angolo



Il progetto *La cultura dietro l'angolo* ha l'obiettivo di portare la cultura nei quartieri della città, creando nuove occasioni di relazione, condivisione, convivialità e partecipazione, grazie a un ricco calendario di attività accessibili e gratuite.

La cultura dietro l'angolo nasce nel 2022 da un'idea della Fondazione Compagnia di San Paolo ed è oggi un programma promosso dalla Città di Torino e dalla Compagnia di San Paolo, in collaborazione con la Fondazione per la Cultura Torino.

Nell'ambito del progetto, l'Associazione svolge la funzione di coordinamento degli enti culturali e di segreteria organizzativa e mette a disposizione la sua

infrastruttura per il monitoraggio.

Novità del 2025 è stato l'aumento delle istituzioni culturali coinvolte: Orchestra Filarmonica di Torino, CAMERA, Circolo dei Lettori, Museo A come Ambiente e Polo del '900 si sono aggiunti alle istituzioni già ingaggiate nelle annualità precedenti. Per quanto riguarda i presidi territoriali, è stato confermato il numero di soggetti del 2024, con l'aggiunta della Biblioteca civica A. Passerin d'Entrèves e la trasformazione della Biblioteca Don Milani a presidio sperimentale.

Con il conseguente aumento degli enti, si è arricchito anche il palinsesto ufficiale: 390 attività hanno animato i presidi da marzo a dicembre, a cui si sono aggiun-

te le iniziative del palinsesto off e le Feste di lancio del programma.

Il progetto ha coinvolto 2.735 persone che hanno realizzato 21.467 ingressi su tutta l'offerta.

Di questi il 33,8% (7.267) sono stati fatti sulle attività del palinsesto ufficiale con una media di quasi 5 ingressi per persona.

LA CULTURA DIETRO L'ANGOLO IN SINTESI

13 enti culturali

390 appuntamenti palinsesto on (+65% rispetto al 2024)

10 presidi territoriali

7.267 ingressi sul palinsesto ufficiale (+40% rispetto al 2024)

Nati con la cultura



Avviato nel 2014 da un progetto concepito all'ospedale Sant'Anna di Torino dalla Fondazione Medicina a Misura di Donna Onlus, *Nati con la cultura* ha visto l'adesione di Associazione Abbonamento Musei nel 2015. Il progetto vuole stimolare la partecipazione culturale intesa come fattore di benes-

sere fin dalla nascita, in alleanza educativa con le famiglie, la sanità e la cultura: i mezzi per raggiungere questo obiettivo sono la consegna di un Passaporto Culturale che consente, per il primo anno di vita delle neonate e dei neonati insieme a due accompagnatori adulti, l'ingresso gratuito ai musei aderenti

al progetto, e l'accreditamento dei musei a "Musei Family and Kids Friendly", ovvero una rete che prevede determinati standard di accoglienza per bambine, bambini e famiglie.

Nel 2025 si sono accreditati 3 nuovi musei a Novara: Museo Faraggiana Ferrandi, Galleria Giannoni e il Castello Visconteo.

NATI CON LA CULTURA IN SINTESI

51

musei accreditati Family and Kids Friendly
(+3 rispetto al 2024)

27.000

"Passaporti culturali" scaricati e distribuiti (+25% rispetto al 2024)

26.000

ingressi
(+7% rispetto al 2024)

Partecipazione trasversale su tavoli di lavoro

L'Associazione mette a disposizione la conoscenza delle specificità dei musei e l'infrastruttura dedicata alla gestione dell'Abbonamento in diversi tavoli di lavoro e in partnership con numerose realtà culturali.

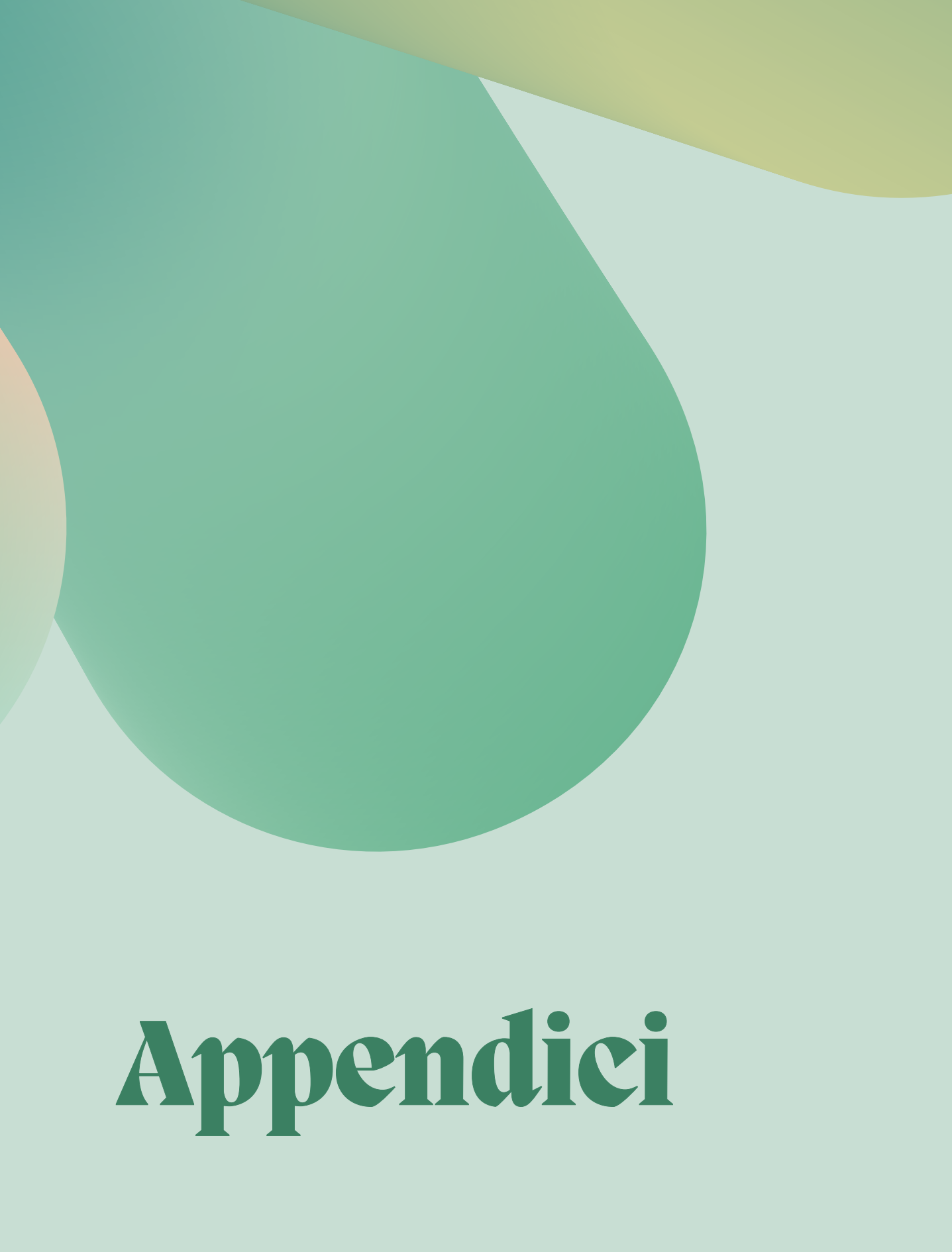
Nel 2025, è stato lanciato il progetto *MUSEI per UGI* nato dalla collaborazione con UGI – Unione Genitori Italiani contro il tumore dei bambini ODV. L'iniziativa coinvolge 24 musei del territorio metropolitano torinese che hanno offerto gratuitamente

nel corso dell'anno ingressi e attività culturali alle famiglie con un figlio malato di tumore assistite dall'Unione Genitori Italiani. Con questa iniziativa AM si impegna a promuovere la fruizione delle collezioni museali anche da parte dei più fragili, rendendo l'esperienza culturale accessibile e inclusiva.

Nel 2025 è proseguita la collaborazione dell'Associazione con *Nutrirsi di Cultura 0-6*, progetto con capofila le Biblioteche Civiche Torinesi - in collaborazione

con CCW Cultural Welfare Center, ASL Città di Torino, Case del Quartiere, Fondazione Torino Musei, Fondazione Paideia e Associazione AREA onlus - che ha l'obiettivo di raggiungere e coinvolgere le famiglie (con una particolare attenzione a quelle più a rischio di privazione economica e sociale) e contribuire a ridurre le disuguaglianze presenti sul territorio, rafforzando l'offerta culturale integrata nei loro luoghi di vita.





Appendici

Nota metodologica

GLI OBIETTIVI DEL DOCUMENTO

Il Bilancio Sociale 2025 è uno degli strumenti di rendicontazione delle responsabilità, dei comportamenti e delle principali azioni messe in campo da parte dell'Associazione Abbonamento Musei. Attenendosi ai principi di trasparenza, completezza, rilevanza e veridicità, scopo del documento è di fornire ai suoi principali stakeholder una serie di informazioni sulle performance dell'organizzazione e sui risultati conseguiti in riferimento agli interventi adottati. La restituzione di tali risultati è condotta non soltanto attraverso indicatori economici, ma anche e soprattutto analizzando i dati di impatto sui pubblici e sui portatori di interesse attuali e potenziali.

METODOLOGIA

Il report è il risultato di un percorso che ha visto il coinvolgimento della direzione e, in forme diverse, di tutto lo staff. Le informazioni presentate sono il risultato di un lavoro di raccolta, archiviazione e interpretazione dei dati che Associazione Abbonamento Musei conduce periodicamente. I dati presenti nel Bilancio - dove non diversamente indicato - provengono da Dedalo, il sistema di business intelligence dell'Associazione.

Il periodo di analisi dei dati quantitativi e qualitativi è il 2025, con un puntuale confronto - ove possibile - con il Bilancio relativo all'annualità precedente, al fine di garantire la comparabilità dei due documenti.

Il Bilancio Sociale 2025 include specifici approfondimenti con un arco temporale di 5 o 6 anni (2019/2020-2025). Tale scelta risponde a una duplice esigenza: documentare compiutamente i mandati della presidenza di Alberto Garlandini e offrire un confronto diretto con il periodo pre-pandemico, evidenziando il pieno superamento dei dati del 2019.

CHIAVI DI LETTURA E NARRAZIONE

Il racconto del 2025 riprende la chiave di lettura della "connessione", un filo - rappresentato anche graficamente - che collega le abbonate e gli abbonati, i musei, le istituzioni e le attività dell'Associazione Abbonamento Musei. I contenuti sono organizzati in tre macro-sezioni: La nostra sostenibilità, Creare e sostenere un'offerta culturale integrata, Accrescere la partecipazione culturale. Le macro-sezioni si sviluppano in sei capitoli che rappresentano le linee di intervento principali dell'Associazione, come identificate all'interno della catena di senso: L'Associazione Abbonamento Musei, Gestione e promozione dell'Abbonamento Musei, Creazione, ampliamento e consolidamento di un circuito museale integrato, Valorizzazione dei musei e del patrimonio compreso nell'Abbonamento, Creare e fidelizzare la comunità delle abbonate e degli abbonati, Ampliare il pubblico della cultura. Il Bilancio Sociale 2025 si chiude poi con una sezione dedicata alle Appendici. Ogni capitolo è introdotto da una breve sintesi dei contenuti delle pagine successive e il riferimento ai temi di sostenibilità e SDGs (Sustainable Development Goals) a cui l'Associazione contribuisce con le azioni descritte.

REFERENCE

Per la sezione di Analisi di contesto sono stati usati come riferimenti:
Dati Istat, Rapporto Federcultura e Minicifre della Cultura.

Elenco Musei appartenenti al circuito AM

PIEMONTE

Alessandria e provincia

AcdB - Alessandria Città delle Biciclette
Borsalino Museum
Castello di Borgo Adorno - Casa Museo Clemen Parrocchetti
Centro di Interpretazione del Paesaggio del Po
Forte di Gavi
La Torre e il Fiume
Marengo Museum
Museo Civico a Palazzo Cuttica
Museo Civico Archeologico - Castello Paleologi
Museo Civico e Gipsoteca Bistolfi
Museo dei Campionissimi
Museo del Tesoro del Duomo - Sacrestia Aperta
Museo Ebraico di Casale Monferrato
Museo Etnografico Gamberina "C'era una volta"
Museo Paleontologico "Giulio Maini"
Museo San Giacomo
Palazzo Monferrato Centro Espositivo (mostre temporanee)
Pinacoteca "Il Divisionismo" Fondazione C.R. Tortona
Sacrestia Aperta - Museo del Tesoro del Duomo
Sale D'Arte
Studio Museo del Pittore Giuseppe Pellizza da Volpedo
Teatro delle Scienze - Museo di Scienze Naturali e Laboratorio
di Astronomia
Villa Vidua

Asti e provincia

Abbazia di Vezzolano
Complesso di San Pietro
Cripta e Museo di Sant'Anastasio
Museo Arti e Mestieri di un tempo
Museo del Risorgimento
Museo della Divisione Italiana Partigiana Garibaldi
Museo Etnologico Missionario
Museo Guglielminetti
Museo Paleontologico Territoriale dell'Astigiano
Palazzo Alfieri (Casa Natale e Museo Alfieriano)
Palazzo Mazzetti
Sito Archeologico della Domus Romana
Torre Troyana

Biella e provincia

Casa Zegna e Oasi Zegna
Cittadellarte - Fondazione Pistoletto
Ecomuseo "Antonio Bertola - ingegnere militare"
Ecomuseo del Biellese - Cellula della Trappa di Sordevolo
- La Tradizione Costruttiva
Ecomuseo del Biellese - La fabbrica della ruota
Ecomuseo della Civiltà Montanara di Bagneri
Falseum - Museo del Falso e dell'Inganno
Giardino Botanico di Oropa
Macist Museum
MeBo Menabrea Botalla Museum
Museo della Passione di Sordevolo
Museo del Territorio biellese

Palazzo Ferrero
Palazzo Gromo Losa
Palazzo La Marmora
Santuario di Oropa - Museo dei Tesori di Oropa

Cuneo e provincia

Abbazia di Staffarda
Antico Palazzo Comunale - Pinacoteca Matteo Olivero e
Torre Civica
Borgata Museo Balma Boves
Casa Francotto
Casa Pellico
Casa Ravera
Castelli Tapparelli d'Azeglio di Lagnasco
Castello dei Principi d'Acaja di Fossano
Castello di Casotto
Castello di Magliano Alfieri
Castello di Racconigi
Castello di Rocca De' Baldi - Museo Etnografico Provinciale
"Augusto Doro"
Castello di Roddi
Castello di Serralunga d'Alba
Castello Reale di Govone
Centro Uomini e Lupi
Castello Verzuolo
Centro visita Alevé
Civico Museo Archeologico e di Scienze Naturali
Federico Eusebio
Chiesa di San Francesco Saverio detta della Missione
Chiesa di San Giuseppe
Complesso Monumentale di San Francesco - Museo Civico
di Cuneo
Forte Albertino di Vinadio
Forte Ceva
Il Filatoio - Museo del Setificio Piemontese
La Castiglia
La Fabbrica dei Suoni - L'Atlante dei Suoni - La Città di
Cumabò
MEMO4345 - Museo della Memoria
Monastero di San Biagio
Mondodelvino - Wine Experience
MUDI - Museo Diocesano di Alba
Museo Archeologico di Bene Vagienna
Museo Civico A. Olmo e Gipsoteca D. Calandra
Museo Civico Casa Cavassa
Museo Civico "Craveri" di Storia Naturale
Museo Civico della Stampa
Museo Civico Luigi Mallé
Museo Complesso Museale "Cav. G. Avena"
Museo dei Cavatappi
Museo del Costume e dell'artigianato Tessile
Museo del Giocattolo
Museo dell'Abbazia di San Dalmazzo di Pedona
Museo della Ceramica
Museo delle Langhe - Castello di Grinzane Cavour
Museo di Archeologia Storia Arte - Palazzo Traversa
Museo Diocesano San Sebastiano

Museo Ferroviario Piemontese
Museo Generale Bonaparte - Castello di Mombasiglio
Museo Giardino Civiltà della Seta "Mario Monasterolo"
Museo Naturalistico del Fiume Po
MUSE - Accademia Europea delle Essenze
Palazzo Borelli
Palazzo Salmatoris
Torre del Belvedere
WiMu - Museo del Vino a Barolo

Novara e provincia

Cupola di San Gaudenzio
Fondazione Antonio e Carmela Calderara
Fondazione Castello di Novara - spazio mostre
Galleria Giannoni - Complesso Monumentale del Broletto
MEV - Museo Storico Etnografico della Bassa Valsesia
Museo Civico Archeologico Etnografico C.G. Fanchini
Museo di Storia Naturale Faraggiana Ferrandi
Statua di San Carlo
TAM - Spazio Multimediale sul Tardo Antico e il Medioevo
Novarese

Torino e area metropolitana

Abbazia di Fruttuaria
Abbazia Sacra di San Michele
Abbazia Santa Maria - Museo Archeologico di Caburum
Basilica di Superga
CAMERA - Centro Italiano per la Fotografia
Cappella di San Lorenzo a San Giorio di Susa
Casa del Senato
Casa Lajolo
Casa Martini
Casa Museo Antonio Carena
Castello Cavour di Santena
Castello di Adelaide | Museo Civico Città di Susa
Castello di Ivrea
Castello di Miradolo
Castello di Moncalieri
Castello di Rivoli - Museo d'Arte Contemporanea
Castello Ducale di Agliè
Centro Ceramico Fornace Pagliero
Choco-Story Torino - Museo del Cioccolato
Collezione Civica d'Arte di Palazzo Vittorio
Confraternita SS. Nome di Gesù
Cultures and Mission CAM
Ecomuseo del Freidano
Ecomuseo dell'Alta Val Sangone
Ecomuseo dell'Anfiteatro Morenico di Ivrea
Ecomuseo della Cultura e della Lavorazione della Canapa
Ecomuseo della Resistenza Carlo Matri
Ecomuseo della Resistenza della Val Sangone
Ecomuseo delle Guide Alpine "A. Castagneri"
Ecomuseo Regionale delle Miniere e della Val Germanasca
Ecomuseo Sogno di Luce "Alessandro Cruto"
Fondazione 107
Fondazione Merz
Fondazione Sandretto Re Rebaudengo
Forte di Exilles
Forte di Fenestrelle
Galleria Civica d'Arte Contemporanea - Palazzo Lomellini
Gallerie d'Italia Torino
GAM - Galleria Civica d'Arte Moderna e Contemporanea

Giardino Botanico Rea
Infini.to - Planetario di Torino, Museo dell'Astronomia e dello Spazio
Juventus Museum
La Venaria Reale
Laboratorio Museo Tecnicamente
MAC - Mostra Archeologica di Chieri
MAcA - Museo A come Ambiente
MACAM - Museo d'Arte Contemporanea all'Aperto di Maglione
MAO - Museo d'Arte Orientale
MAU - Museo d'Arte Urbana
MAUTO - Museo Nazionale dell'Automobile "Avv. Giovanni Agnelli"
MEF - Museo Ettore Fico
MU-CH - Museo della Chimica
Mufant - Museolab del Fantastico e della Fantascienza
Munlab - Ecomuseo dell'Argilla
Musei Reali di Torino
Museo Accorsi-Ormetto
Museo Casa del Conte Verde
Museo Casa Don Bosco
Museo Civico Alpino "Arnaldo Tazzetti"
Museo Civico di Arte Preistorica
Museo Civico di Storia Naturale di Carmagnola
Museo Civico didattico di Scienze Naturali
Museo Civico Etnografico del Pinerolese
Museo Civico Navale di Carmagnola
Museo Civico Pier Alessandro Garda
Museo Civico Pietro Micca e dell'Assedio di Torino del 1706
Museo del Carcere Le Nuove
Museo del Grande Torino e della Leggenda Granata
Museo del Paesaggio Sonoro
Museo del Risparmio
Museo della Frutta "Francesco Garnier Valletti"
Museo della Plastica
Museo della Radio e della Televisione Rai
Museo della Sindone
Museo di Anatomia Umana "Luigi Rolando" Università di Torino
Museo di Antropologia Criminale "Cesare Lombroso" Università di Torino
Museo di Arte Religiosa Alpina - Sede di Giaglione
Museo di Arte Religiosa Alpina - Sede di Melezzet
Museo di Arte Religiosa Alpina - Sede di Novalesa
Museo Diffuso della Resistenza, della Deportazione, della Guerra, dei Diritti e della Libertà
Museo Diffuso Valle di Viù - Museo di Arte Sacra
Museo Diocesano di Susa
Museo Diocesano di Torino
Museo Don Bosco di Storia Naturale e Apparecchiature Scientifiche del Liceo Valsalice
Museo Egizio
Museo Faa' di Bruno
Museo Forte Bramafam
Museo Laboratorio della Preistoria di Vaie
Museo Lavazza
Museo Nazionale del Cinema
Museo Nazionale del Risorgimento Italiano
Museo Nazionale della Montagna Duca degli Abruzzi
Museo Regionale dell'Emigrazione e dei Piemontesi nel Mondo
Museo Regionale di Scienze Naturali di Torino
Museo Storico dell'Arma di Cavalleria

Museo Storico del Mutuo Soccorso
Museo Storico Nazionale di Artiglieria
Museo Storico Reale Mutua
Museo Teatro delle Marionette e dei Burattini - Casa Gianduja
Museo Valdese
MUSLI | Museo della Scuola e del Libro per l'Infanzia
Officina della Scrittura
OGR - Officine Grandi Riparazioni
Orto Botanico di Torino
Palazzina di Caccia di Stupinigi
Palazzo Barolo - Appartamenti storici
Palazzo Carignano
Palazzo Madama - Museo Civico d'Arte Antica
PAV - Parco Arte Vivente
Pinacoteca Civica Levis
Pinacoteca Comunale F. Tabusso
Pinacoteca dell'Accademia Albertina di Belle Arti
Pinacoteca Giovanni e Marella Agnelli
Piscina Arte Aperta - Museo di Arte Contemporanea
Polo del '900
Precettoria di Sant'Antonio di Ranverso
Sala Espositiva della Dentiera Sassi - Superga
Sede Espositiva Museo Alessandri
Villa della Regina

Verbania Cusio - Ossola e provincia

Castello Visconteo di Vogogna
Museo del Casalingo
Museo del Paesaggio
Museo Rodari - una fantastica storia
Villa Giulia

Vercelli e provincia

MAC - Museo Archeologico della Città di Vercelli "Luigi Bruzza"
Museo Camillo Leone
Museo del Tesoro del Duomo e Archivio Capitolare
Museo di Archeologia e Paleontologia Carlo Conti
Museo Francesco Borgogna
Museo Walser
Palazzo dei Musei - Pinacoteca di Varallo e Museo di Storia Naturale "Pietro Calderini"

LOMBARDIA

Bergamo e provincia

Accademia Carrara
Area Archeologica Cavellas
Campanone
Casa Natale di Gaetano Donizetti
Centrale Idroelettrica di Crespi d'Adda
Convento di San Francesco - Museo della fotografia Sestini - Bergamo 900
Galleria dell'Accademia Tadini
GAMeC - Galleria d'Arte Moderna e Contemporanea
Gres art 671 - Spazio Mostre
MAT - Museo Arte Tempo
Mura di Bergamo: il Museo
Museo Archeologico "Giuseppe Oggionni"
Museo Civico Archeologico di Bergamo
Museo Civico di Scienze Naturali "Enrico Caffi"
Museo del Falegname Tino Sana

Museo dei Tasso e della Storia Postale
Museo della Val Cavallina
Museo della Valle
Museo Diocesano Adriano Bernareggi
Museo Donizettiano
Museo Etnografico di Schilpario
Museo SAME - Archivio Storico SDF
Museo scientifico "Esplorazione"
Museo Storico Verticale
Museo Teresa ed Ernesto Della Torre
Orto Botanico "Lorenzo Rota"
Palazzo del Podestà - Museo del Cinquecento
Palazzo Moroni
Parra Oppidum degli Orobì
Rocca - Museo dell'Ottocento
Torre dei Caduti

Brescia e provincia

Area Archeologica della Villa Romana e Antiquarium di Desenzano del Garda
Area Archeologica delle Grotte di Catullo e Museo Archeologico di Sirmione
Borgo del Maglio di Ome - Casa Museo Pietro Malossi
Borgo del Maglio di Ome - Museo Il Maglio Averoldi
Brixia. Parco Archeologico di Brescia Romana
Castello Bonoris
Castello di Brescia
Castello di Padernello
Castello - Ricetto di Desenzano del Garda
Castello Scaligero
Cavallerizza - Centro della Fotografia Italiana
Civico Museo Archeologico "Giovanni Rambotti"
MarteS - Museo d'Arte Sorlini
MAVS - Museo Archeologico della Valle Sabbia
MUPRE - Museo Nazionale della Preistoria della Valle Camonica
MuSa - Museo di Salò
Musei del Castello - Museo del Risorgimento "Leonessa d'Italia"
Musei del Castello - Museo delle Armi "Luigi Marzoli"
Museo Archeologico Nazionale della Valle Camonica
Museo Bergomi
Museo Casa del Podestà
Museo Civico di Manerbio e del territorio
Museo della Carta
Museo di Santa Giulia
Museo Diocesano di Brescia
Museo Giovanni Piamarta
Museo Lechi
Orto Botanico G. E. Ghirardi - Università degli Studi di Milano
Parco Archeologico del Santuario di Minerva
Parco Archeologico del Teatro e dell'Anfiteatro
Parco Archeologico Nazionale dei Massi di Cemmo
Parco Nazionale delle Incisioni Rupestri
Pinacoteca Laura e Antonio Pasinetti
PinAC - Pinacoteca Internazionale dell'Età Evolutiva Aldo Cibaldi
Pinacoteca Repossi
Pinacoteca Tosio Martinengo
Rocca di Lonato del Garda e Museo Ornitologico "Gustavo Adolfo Carlotto"
Villa Romana di Toscolano Maderno

Como e provincia

Museo Archeologico "Paolo Giovio"
Museo del Ciclismo Madonna del Ghisallo
Museo della Barca Lariana
Museo Didattico della Seta
Museo Storico "Giuseppe Garibaldi"
Museo Villa Bernasconi
Pinacoteca Civica di Palazzo Volpi
Tempio Voltiano
Villa Carlotta - Museo e Giardino Botanico
Villa Fogazzaro Roi

Cremona e provincia

Museo Archeologico Platina
Museo Archeologico "San Lorenzo"
Museo Civico Ala Ponzone
Museo Civico della Civiltà Contadina "Il Cambonino Vecchio"
Museo Civico di Storia Naturale
Museo del Bijou
Museo del Violino
Museo Diotti
Visitors Centre Calvatone-Bedriacum "Maria Teresa Grassi" -
Università degli Studi di Milano

Lecco e provincia

Civico Museo della Seta Abegg
Palazzo Belgiojoso - Museo Archeologico, Museo Storia
Naturale, Museo Storico
Palazzo delle Paure - Galleria d'Arte Moderna e
Contemporanea, Museo dell'Alpinismo Lecchese
Torre Viscontea
Villa Manzoni - Museo Manzoniano
Villa Monastero

Lodi e provincia

Musei del Castello Bolognini
Museo "Laus Pompeia"
Museo di Veterinaria - Università degli Studi di Milano

Mantova e provincia

Basilica di Sant'Andrea
Chiesa della Beata Vergine Incoronata
Chiesa di San Rocco in Sabbioneta
MACA - Mantova Collezioni Antiche
MAST Castel Goffredo - Museo della Città
Museo Archeologico dell'Alto Mantovano
Museo Archeologico Nazionale di Mantova
Museo Civico di Palazzo Te
Museo Civico G. Bellini
Museo del Ducato - Sabbioneta
Museo Diocesano Francesco Gonzaga
Museo di Palazzo d'Arco
Museo Galleria del Premio Suzzara
Museo Internazionale della Croce Rossa
Museo Tazio Nuvolari
Museo Virgilio
Palazzo della Ragione e Torre dell'Orologio
Palazzo Ducale - Mantova
Palazzo Ducale - Sabbioneta
Palazzo Giardino e Galleria degli Antichi
Sinagoga
Teatro all'Antica
Teatro Scientifico Bibiena

Tempio Leon Battista Alberti

Torre di Castelveccchio | Museo Corrado Bocchi

Milano e città metropolitana

Acquario Civico
ADI Design Museum
AEMuseum
Armani/Silos Exhibition Space
Casa della Memoria
Casa Milan - Museo Mondo Milan
Casa Museo Boschi di Stefano
Casa Testori
CASVA - Centro di Alti Studi sulle Arti Visive
Civico Museo Archeologico
Cripta di San Giovanni in Conca
Cripta di San Sepolcro
Duomo di Milano: Area archeologica
Duomo di Milano: Cattedrale e Terrazze
Duomo di Milano: Museo del Duomo e Chiesa di San Gottardo
in Corte
Fondazione Arnaldo Pomodoro Mostre Open Studio
Fondazione Luigi Rovati
Fondazione Stelline
Gallerie d'Italia - Milano
Galleria Interattiva "Leonardo in Adda"
GAM - Galleria d'Arte Moderna di Milano
GASC - Galleria d'Arte Sacra dei Contemporanei
Grande Brera: Palazzo Citterio
Grande Brera: Pinacoteca di Brera
I Tesori della Ca' Granda
Leonardo3 Museum
MAS - Museo d'Arte e Scienza
MEET Digital Culture Center
Merlate del Castello Sforzesco
MIC - Museo Interattivo del Cinema
Mostra Simmetria. Giochi di Specchi - Università degli Studi
di Milano
MUBA - Museo dei Bambini Milano
MUDA - Museo dell'Assicurazione ETS
MUDEC - Museo delle Culture: Collezione Permanente
MUSA - Scienze e diritti umani - Università degli Studi di Milano
MusAB - Museo Astronomico di Brera
Musei del Castello Sforzesco
Museo Bagatti Valsecchi
Museo dei Cappuccini
Museo del Novecento
Museo della Basilica di Sant'Eustorgio
Museo delle Collezioni mineralogiche, gemmologiche,
petrografiche e giacimentologiche - Università degli Studi
di Milano
Museo di Storia Naturale di Milano
Museo Diocesano Carlo Maria Martini
Museo Mangini Bonomi
Museo Manzoniano - Casa del Manzoni
Museo Nazionale Scienza e Tecnologia Leonardo da Vinci
Museo Poldi Pezzoli
Museo Popoli e Culture - PIME
Museo Teatrale alla Scala
Officina Rancilio 1926
Orto Botanico Città Studi - Università degli Studi di Milano
Orto Botanico di Brera - Università degli Studi di Milano

PAC – Padiglione d'Arte Contemporanea
Palazzo Citterio
Palazzo Morando - Costume Moda Immagine
Palazzo Moriggia - Museo del Risorgimento
Parco dell'Anfiteatro Romano e Antiquarium "Alda Levi"
Pinacoteca Ambrosiana
Pirelli HangarBicocca
Quadreria Crivelli
STEP FuturAbility District
Studio Museo Francesco Messina
Triennale Milano
Villa Borromeo Visconti Litta

Monza e provincia

Cappella Esploratoria
Musei Civici di Monza - Casa degli Umiliati
Museo e Tesoro del Duomo di Monza
MUST - Museo del Territorio Vimercatese
Palazzo Arese Borromeo
Rossini Art Site
Villa Reale di Monza

Pavia e provincia

Castello di Zavattarello e Museo d'Arte Contemporanea
Civico Museo di Scienze Naturali "G. Orlandi"
Ecomuseo della Roggia Mora – Museo delle Macchine
di Leonardo
Kosmos - Museo di Storia Naturale
MAC - Civico Museo Archeologico di Casteggio e dell'Oltrepò
Pavese
MANLo - Museo Archeologico Nazionale della Lomellina
Musei Civici del Castello Visconteo
Musei Civici "L. Barni" - Museo dell'Imprenditoria Vigevanese
Musei Civici "L. Barni" - Museo della Calzatura "Pietro
Bertolini"
Musei Civici "L. Barni" - Pinacoteca Civica "C. Ottone"
Museo Archeologico Lomellino
Museo Camillo Golgi
Museo della Certosa di Pavia
Museo della Tecnica Elettrica
Museo di Archeologia dell'Università di Pavia
Museo per la Storia dell'Università di Pavia
Orto Botanico dell'Università di Pavia
Torre Civica di Vigevano

Sondrio e provincia

CAST – il Castello delle Storie di montagna
Museo Civico di Storia Naturale di Morbegno
MuMiVV - Museo dei Minerali di Valtellina e Valchiavenna
MVSA - Museo Valtellinese di Storia e Arte
Palazzo Besta e Antiquarium Tellinum

Varese e provincia

Casa Macchi
Casa Museo Lodovico Pogliaghi
Civiche Raccolte d'Arte di Palazzo Marliani Cicogna
Civici Musei di Villa Mirabello e Risorgimento
Civico Museo Archeologico di Angera
Civico Museo di Arte Moderna e Contemporanea Castello
di Masnago
Cripta del Santuario Santa Maria del Monte sopra Varese
Fondazione Marcello Morandini
MA*GA

MILS - Museo delle Industrie e del Lavoro del Saronnese
Monastero di Torba
Museo Archeologico di Sesto Calende
Museo Baroffio e del Santuario del Sacro Monte sopra Varese
Museo Castiglioni
Museo Civico dei Fossili di Besano
Museo Civico Preistorico dell'Isolino Virginia
Museo della Ceramica Giuseppe Gianetti
Museo delle Officine dell'Acqua
Museo del Tessile e della Tradizione Industriale
Parco Archeologico e Antiquarium di Castelseprio
Villa Della Porta Bozzolo
Villa e Collezione Panza
Volandia - Parco e Museo del Volo

VALLE D'AOSTA

Castello di Aymavilles
Castello di Fénis
Castello di Introd
Castello di Issogne
Castello di Verrès
Castello Gamba
Castello Reale di Sarre
Castello Sarriod de la Tour
Castel Savoia
Centro Espositivo Parco Minerario della Valle d'Aosta e
della Miniera di Cogne
Centro Saint-Bénin
Centro visitatori Parco Nazionale Gran Paradiso - Cogne
Centro visitatori Parco Nazionale Gran Paradiso - Rhêmes
Notre-Dame
Chiesa Paleocristiana di S. Lorenzo
Criptoportico Forense
Forte di Bard
Giardino Botanico Alpino Paradisia
MAIN
Maison des Anciens Remèdes
Maison Musée Berton
MAR - Museo Archeologico Regionale
MAV - Museo dell'Artigianato Valdostano di tradizione
MegaMuseo - Museo Archeologico Contemporaneo
Miniere di Cogne
Museo del Tesoro della Cattedrale di Aosta
Museo Etnografico Maison Gerard Dayne
Museo Regionale di Scienze Naturali Efisio Noussan
Ponte-acquedotto romano di Pont d'Aël
SpaziOrsoExpo
Teatro Romano

→ *Elenco in continuo aggiornamento*

Tutti i contenuti fotografici e grafici presenti in questa pubblicazione, ove non diversamente specificato, appartengono ai rispettivi proprietari e rientrano nell'archivio che i musei hanno messo a disposizione dell'Associazione Abbonamento Musei per la promozione delle istituzioni stesse. L'Associazione è a disposizione degli aventi diritto per eventuali fonti iconografiche non identificate.

Progetto editoriale realizzato da
Eskimo Agency

eskiMO

Creative Direction
Cristian Cataldo e Stefano Contenti

Art Direction
Stefano Contenti

Graphic Design
Arianna Boccassini

Project Management
Angelo Tarditi

*Le fotografie del personale sono
state realizzate da Easy Asa di
Massimo Bellotto.*

Finito di stampare a giugno 2026
da Stampatello S.r.l. Cherasco CN



Prodotto di stampa

contributo per il clima

ClimatePartner.com/23447-2604-1002





**ASSOCIAZIONE
ABBONAMENTO
MUSEI**