



Associazione
Abbonamento Musei

Bilancio Sociale

2024





ASSOCIAZIONE
ABBONAMENTO MUSEI

Bilancio Sociale

2024

SOCI FONDATORI



SOCI ORDINARI



PRESIDENTE

Alberto Garlandini

PRESIDENTE ONORARIO

Sindaco della Città di Torino

REVISORE DEI CONTI

Franco Grieco

CONSIGLIO DIRETTIVO

Anna Bernardini

Alberto Garlandini

Daniela Platania

Paolo Radosta

Marco Selo

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

PROGETTI PIEMONTE E VALLE D'AOSTA

Simona Ricci
- Responsabile *ad interim*

Roberto Mautino

Arianna Meregalli

Lia Passadori

Annarita Pepe

Renata Pintor

PROGETTI LOMBARDIA

Cinzia Portelli - Responsabile

Elena Cantù

Marcella Del Curto

Cvetelina Dimitrova

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 31/12/2024

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

C.F. 97562370011
P.Iva 08545970017

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



@abbonamentomuseipiemonte
@abbonamentomuseiombardia



Abbonamento Musei Piemonte
Abbonamento Musei Lombardia

Indice

	Lettera del Presidente e della Direttrice	6
Sezione 1		07
La nostra sostenibilità	Analisi di contesto	8
	Stakeholder	10
	Temi di sostenibilità	11
	Contributo all'Agenda 2030	12
	Finalità e mission	14
Sezione 2		15
Creare e sostenere un'offerta culturale integrata	Associazione Abbonamento Musei	16
	Gestione e promozione dell'Abbonamento Musei	30
	Creazione, ampliamento e consolidamento di un circuito museale integrato	40
	Valorizzazione dei musei e del patrimonio culturale compreso nell'Abbonamento	44
Sezione 3		51
Accrescere la partecipazione culturale	Creare e fidelizzare la comunità delle abbonate e degli abbonati	52
	Ampliare il pubblico della cultura	62
Appendici		68
	Nota metodologica	70
	Elenco Musei appartenenti al circuito AM	71

Lettera del Presidente e della Direttrice

Nel momento in cui stiamo lavorando alla finalizzazione del Bilancio sociale 2024 sono in corso i festeggiamenti di un importante traguardo per la nostra Associazione: i 30 anni dalla sua fondazione, avvenuta il 21 aprile del 1995.

Alcuni momenti più di altri sono l'occasione per una riflessione sui risultati raggiunti e sul percorso fatto. Questo è uno di quelli.

Quando le istituzioni territoriali decisero di dare vita all'allora Associazione Torino Città Capitale Europea immaginarono un ente di concertazione che potesse svolgere un ruolo di sintesi e di coordinamento per i grandi eventi culturali della città di Torino, a partire proprio dalle Celebrazioni per l'anniversario dello Statuto Albertino del 1998. In quello stesso anno però all'Associazione fu assegnata la gestione del neonato Abbonamento Musei, il primo pass dei musei civici che, sempre nel 1995, aveva preso avvio in seno all'ufficio musei della Città di Torino. La crescita e le potenzialità del progetto rendevano opportuno il trasferimento a un soggetto terzo, individuato nell'Associazione Torino Città Capitale Europea.

Da quel momento il progetto è cresciuto diventando talmente strategico e importante da aver guidato i cambi di statuto, di governance e di visione. Tra i passaggi fondamentali si citano l'estensione alla regione Piemonte nel 2003, il superamento della quota simbolica dei 100.000 abbonati nel 2014, l'avvio nel 2015 del progetto in Lombardia a seguito dell'accordo con Regione Lombardia e quello con Regione Autonoma Valle d'Aosta nel 2019.

Quelli sono anche gli anni in cui l'Associazione ha avviato progettualità specifiche dedicate ai temi dell'audience development che continueranno a evolvere, portando anche a individuare target specifici a cui dedicarsi e in cui si consolida un ecosistema di comunicazione gestito al pieno delle sue potenzialità. L'attenzione alla raccolta e analisi del dato sono un elemento costante e caratterizzante di questa storia, che porta nel 2024 alla pubblicazione di un'analisi sugli impatti, curata da Fondazione Santagata per l'Economia della Cultura.

Oggi l'Associazione rappresenta nella sua compagine societaria tre regioni, conta 25 dipendenti, una sede a Torino e una a Milano, 2 punti vendita aperti al pubblico a gestione diretta, 500 musei convenzionati, oltre 200.000 abbonate e abbonati.

È con grande orgoglio che tutti noi concorriamo ogni giorno ad alimentare questa storia.

Alberto Garlandini

Presidente Associazione Abbonamento Musei

Simona Ricci

Direttrice Associazione Abbonamento Musei

Sezione 1

La nostra sostenibilità

Analisi di contesto

Il 2024 è stato un anno complesso dal punto di vista sociale e geopolitico ma che ha visto emergere con più forza temi con cui confrontarsi: l'attenzione al cambiamento climatico, al benessere delle persone e al tema della transizione digitale - dagli investimenti del PNRR, all'intelligenza artificiale.

L'offerta culturale è stata vivace e i dati degli afflussi ai musei in crescita. La fruizione culturale ha continuato ad aumentare, tornando ai livelli pre-pandemici¹, facendo però registrare una diminuzione della partecipazione con l'avanzare dell'età. In questo contesto i risultati di Abbonamento Musei hanno superato la situazione pre-pandemia e hanno raggiunto nuovi importanti obiettivi di allargamento della platea, dimostrando l'efficacia e la solidità del progetto su tempi medio lunghi.

A queste tante sfide e sollecitazioni l'Associazione ha cercato di dare risposte o quanto meno interpretazioni. Se da sempre l'attenzione al digitale ha contraddistinto Abbonamento Musei, soprattutto per quanto riguarda la raccolta ed elaborazione dati e la comuni-

cazione, si è reso necessario affrontare il tema in maniera più strutturata, elaborando un Piano di Transizione Digitale. Questo documento è stato l'occasione per un percorso di analisi interna e messa a sistema di una serie di opportunità e necessità, oltre che per condividere come gruppo di lavoro una visione e una strategia.

L'Intelligenza Artificiale è entrata nel lavoro dell'Associazione, tramite alcune prime sperimentazioni: dal lavoro editoriale per il sito, all'Assistente Virtuale - AMi - che da febbraio 2025 ha iniziato ad affiancarsi al lavoro del servizio clienti.

La relazione con il pubblico di Abbonamento Musei, anche in modalità di ascolto, è strategica tramite il servizio clienti e i diversi touch point, che sono stati oggetto di una riorganizzazione nel corso del 2024 per migliorarne l'efficienza.

La comunicazione ad abbonate e abbonati e il posizionamento del progetto sono stati ripensati grazie all'analisi continua dei dati tramite Dedalo - il sistema di business intelligence di AM - e a un'indagine sulla notorietà del progetto

e sulla soddisfazione delle persone abbonate focalizzato in particolare sulla Lombardia.

Questa analisi ha spronato l'Associazione a intraprendere nuove strade in termini di promozione e visibilità, pur evidenziando l'alto grado di soddisfazione delle persone abbonate.

L'Associazione ha colto le tante sollecitazioni che arrivano dal contesto sul tema della transizione ecologica, affrontando il percorso formativo *Green Culture - Sostenibilità e innovazione per le imprese culturali*, che porterà nel corso del 2025 alla redazione di un Piano di Transizione Ecologica: un primo passo per costruire anche su questa linea progettualità specifiche.

La connessione tra cultura e benessere, tema che vede l'Associazione impegnata da diversi anni, è sempre più chiara ai diversi interlocutori e stimola sempre più qualificate offerte formative. In questo contesto, l'Associazione ha saputo posizionarsi come attore autorevole non solo grazie all'Abbonamento - che è un dispositivo di partecipazione efficace - ma anche come

¹ *Impresa Cultura. Le fondazioni perno della gestione e della partecipazione culturale*. 20° Rapporto Annuale Federculture, Gangemi Editore, 2024.

infrastruttura relazionale su cui far germogliare nuove progettualità che possano andare a toccare leve diverse. Si citano, ad esempio, i progetti: *Nati con la cultura*, *La Bella Stagione*, *Un, due, tre...Musei!* e *La cultura dietro l'angolo*.

Tutto il lavoro dell'Associazione si alimenta anche della nuova idea di museo della definizione ICOM del 2022, portata avanti dalla comunità museale nazionale e internazionale, che si è ritrovata a Brescia a inizio aprile 2025 per l'Assemblea dei Soci di ICOM Italia, di cui l'Associazione è Socia Istituzionale.

Il tema cardine della due

giorni di lavoro e confronto è stato l'impatto dei musei, in particolare sulla società e nei territori in cui operano.

Tra gli interventi più significativi, Lluís Bonet, Direttore del Cultural Management Program presso l'Università di Barcellona, ha parlato di un museo "iceberg" in quanto ne risulta visibile solo una parte, ovvero quella delle collezioni ed esposizioni, mentre non sempre è possibile percepire e raccontare il lavoro sommerso.

Il sociologo Aldo Bonomi invece ha descritto il museo come "istituzione della comunità che svolge una pluralità di

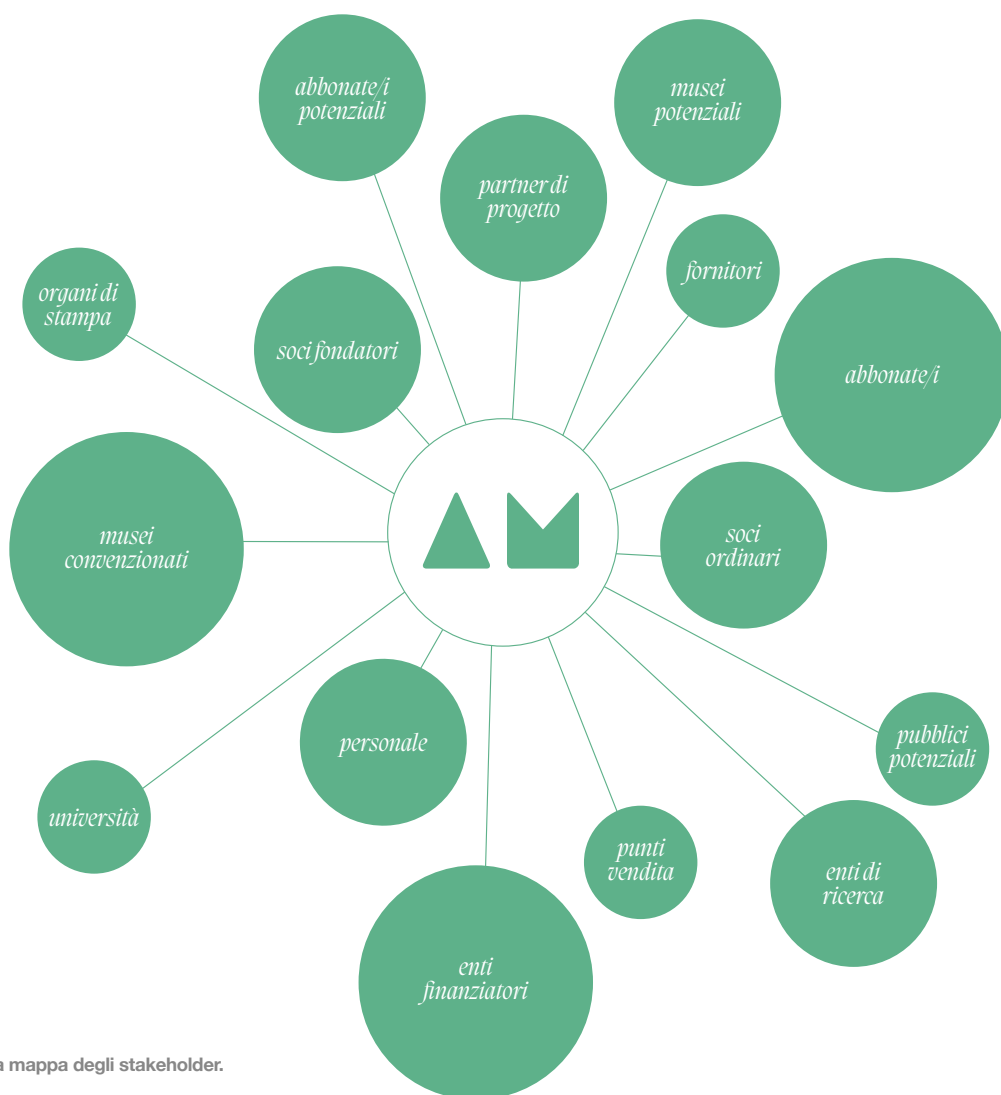
funzioni strategiche" e una vera "infrastruttura di qualità della vita urbana e dei territori, parte essenziale di un'agenda della riproduzione e coesione sociale".²

Ed è proprio a consolidare e radicare questa nuova idea di museo che l'Associazione vuole e può concorrere.

² Bonomi Aldo, *L'utopia possibile del museo*, Il Sole 24 Ore, 15 aprile 2025.

Stakeholder

Nel percorso di evoluzione e di crescita di consapevolezza sul proprio ruolo, fondamentale è l'analisi degli stakeholder: un ecosistema complesso e ampio che coinvolge tanti attori differenti in un lavoro condiviso.



→ La mappa degli stakeholder.

Temi di sostenibilità

Nella redazione del Bilancio Sociale 2024, le linee di intervento dell'Associazione sono state analizzate anche alla luce dei temi di sostenibilità, ovvero delle questioni rilevanti per il contesto e gli attori di riferimento in cui l'ente opera. Oltre agli assi di sviluppo economico - arricchito della componente organizzativa -, di sviluppo sociale e ambientale, individuati dall'ONU tramite l'Agenda 2030, è stato aggiunto l'asse culturale, sentito come proprio dell'attività dell'Associazione.

Nel 2024 l'Associazione ha dato inizio a un percorso interno sul tema della sostenibilità ambientale, che si è concretizzato in alcune prime azioni.

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 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 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 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.

Contributo all'Agenda 2030

Oltre ai temi di sostenibilità, l'Associazione ha ritenuto 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 contribuisce 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.³

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.

³ *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.



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 dello sviluppo sostenibile e del 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.

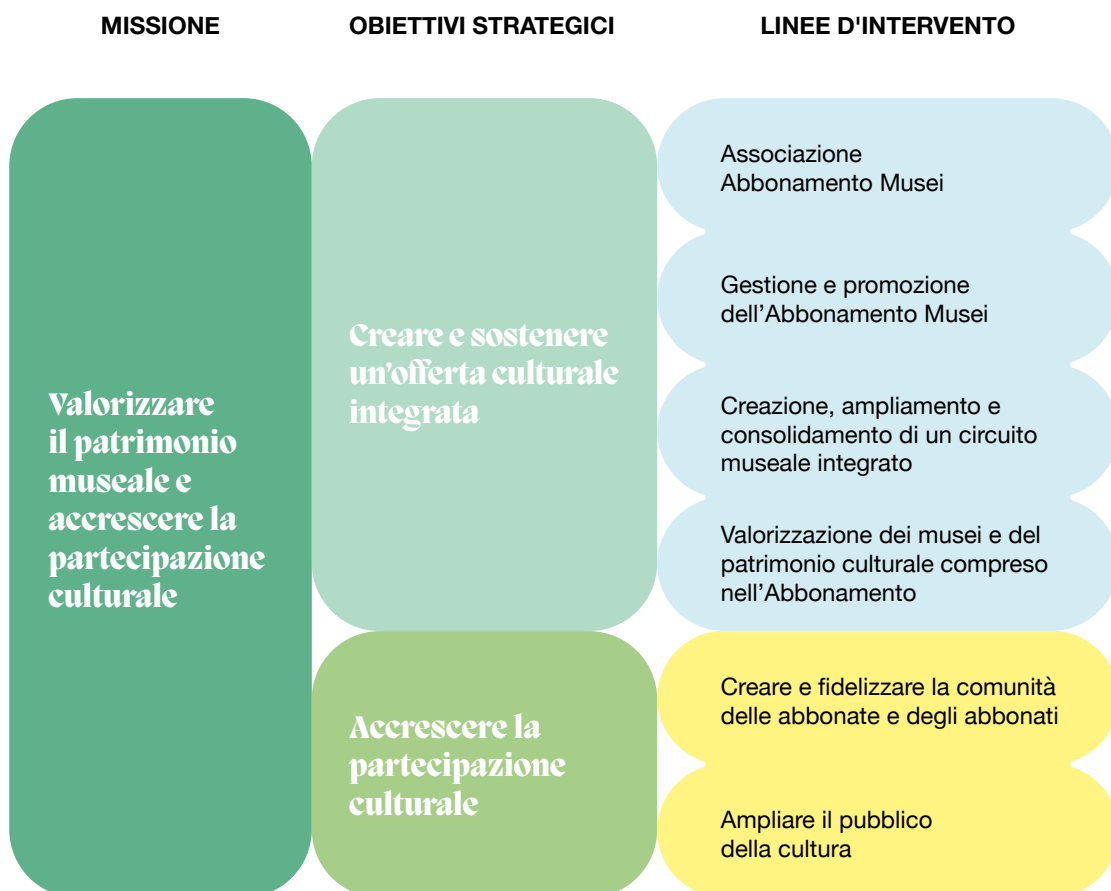


L'Associazione è un'istituzione efficace, responsabile e trasparente, grazie a meccanismi di controllo e di gestione interna. Inoltre, promuove politiche non discriminatorie al suo interno e stimola processi decisionali rappresentativi e partecipativi a tutti i livelli grazie all'organizzazione di tavoli 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 2024. 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

Associazione Abbonamento Musei

L'Associazione Abbonamento Musei nasce per valorizzare il patrimonio culturale, promuovendo il circuito museale e rendendolo sempre più accessibile, con una struttura che evolve costantemente per rispondere alle necessità e una pianificazione strategica che si adatta a sfide sempre nuove. Con il Bilancio economico del 2024 l'Associazione conferma la sua solidità.

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



Storia

passaggi istituzionali



milestone

1995

Viene costituita l'Associazione Torino Città Capitale Europea

1998L'Associazione prende in carico la gestione del biglietto unico dei musei di Torino: l'**Abbonamento Musei****2001**

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

2003L'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 Regione Lombardia

2015

Nasce Abbonamento Musei Lombardia

2016Il *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

Regione Lombardia diventa socia

2019

Regione Autonoma Valle d'Aosta diventa socia
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

2023Nasce *AM Family*, il programma di AM che riunisce iniziative, contenuti e progetti dedicati alle famiglie

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.

Presenze istituzionali

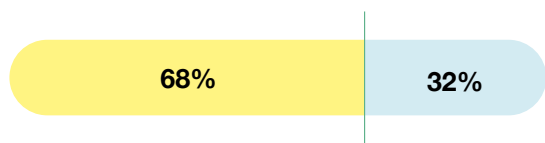
Nel corso del 2024, l'Associazione ha preso parte ai seguenti incontri:

27 febbraio 2024	<i>Coordinamento ICOM Piemonte Valle d'Aosta</i> Torino
29 febbraio 2024	<i>Incontro con il Corpo Consolare di Torino</i> GAM Torino
1 - 5 marzo 2024	<i>Milano Museo City</i> Partnership con l'Associazione Museo City - Milano
7 marzo 2024	<i>Conferenza stampa Brescia Foto Festival</i> su invito della Fondazione Brescia Musei - Brescia
19 - 21 aprile 2024	<i>Conferenza Nazionale ICOM Italia</i> Ancona
4 maggio 2024	<i>Rotary Torino Distretto 231</i> Museo Egizio - Torino
13 maggio 2024	<i>Presentazione della pubblicazione "25 anni di Abbonamento Musei. Come Abbonamento Musei ha sostenuto i consumi culturali in Piemonte, Lombardia e Valle d'Aosta dal 1998 ad oggi"</i> Salone del Libro - Torino
4 giugno 2024	<i>Osservatorio Innovazione Digitale per la Cultura</i> Politecnico di Milano - Milano
26 giugno 2024	<i>Milano Digital Lens, Meet Milano</i> Milano
11 luglio 2024	<i>Assemblea Nazionale Federculture</i> Roma
4 - 6 settembre 2024	<i>Forum della Cultura</i> Milano
24 settembre 2024	<i>Osservatorio Innovazione Digitale per la Cultura</i> Politecnico di Milano - Milano
26 - 27 settembre 2024	<i>Artlab</i> Novara
26 novembre 2024	<i>RiconosciLO! 2024. 20 anni di Raccolte museali e Musei riconosciuti</i> Palazzo Pirelli - Milano
12 dicembre 2024	<i>Fare cultura in rete. Giornata di confronto su musei, territorio e dialogo intergenerazionale</i> A cura di Fondazione Musei Senesi - San Gimignano

Staff

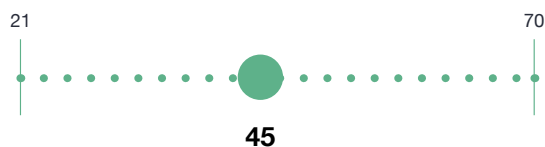
I DATI SUL PERSONALE

Lo staff AM si caratterizza come un gruppo altamente qualificato e a maggioranza femminile, soprattutto considerando il numero di donne in posizione di leadership.

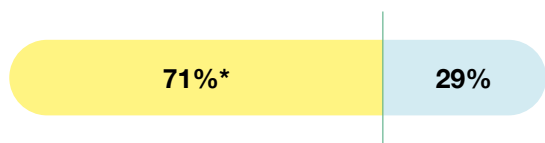


● = DONNE ● = UOMINI

→ Distinzione del personale per genere



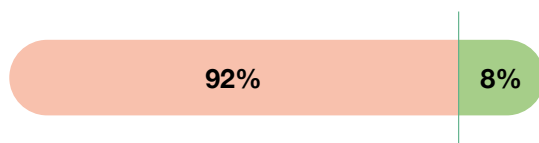
→ Età media



● = DONNE ● = UOMINI

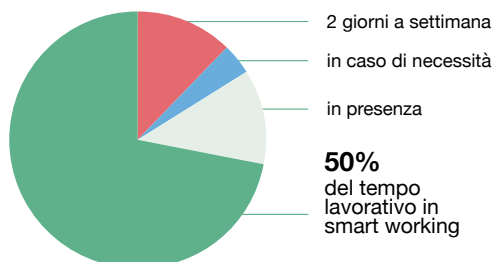
→ Donne in posizione di *leadership*

* oltre al personale, nel computo è compresa anche la figura del Presidente

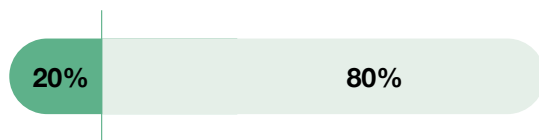


● = TEMPO INDETERMINATO ● = TEMPO DETERMINATO

→ Tipologia di contratto



→ Tempo lavorativo in smart working



→ Dipendenti con orario di lavoro part-time

I DATI SULLA FORMAZIONE DEL PERSONALE

I dati sugli incontri di formazione seguiti dal personale di AM nel 2024.

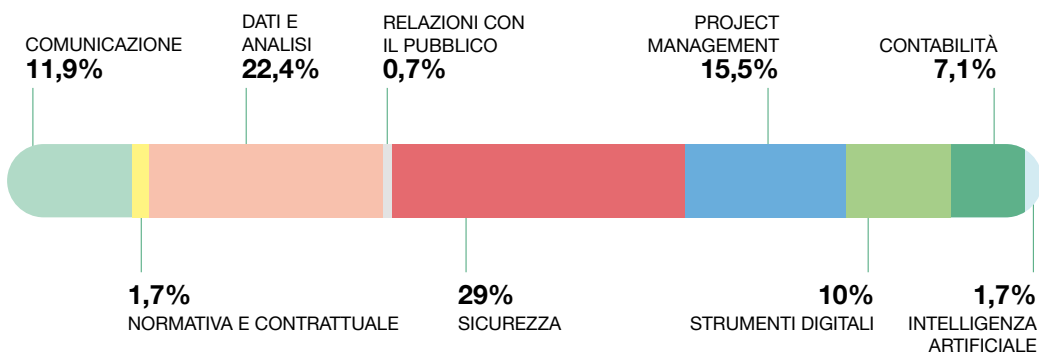


→ Ore dedicate alla formazione.

→ Personale che ha seguito almeno 1 ora di formazione.

MACROAREA A CUI AFFERISCE L'ATTIVITÀ FORMATIVA

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



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



Silvia Poy
Assistenza Clienti
e Help Desk Musei



Valeria Rinaldi
Amministrazione
e contabilità



Claudia Tomasella
Amministrazione
e contabilità

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 2023, il valore della produzione è aumentato del 20% circa.

Rispetto al bilancio preventivo nel corso d'anno è stato aggiunto e portato a termine il

progetto *Un, due, tre...Musei!*.

Inoltre, si è determinato un risultato d'esercizio positivo di 5.341 euro, rispetto ai 4.206 euro del 2023.

	2024	2023
VALORE DELLA PRODUZIONE	€ 5.072.375	€ 4.230.505
COSTI DELLA PRODUZIONE	€ 5.143.721	€ 4.273.399
RISULTATO OPERATIVO	€ -71.346	€ -42.894
PROVENTI E ONERI FINANZIARI	€ 79.172	€ 48.546
IMPOSTE	€ 2.485	€ 1.446
RISULTATO DI ESERCIZIO	€ 5.341	€ 4.206

→ I conti economici del 2024 e del 2023.

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 2024 le quote sociali sono rimaste stabili, mentre sono aumentati i contributi per i progetti, per effetto dell'avvio di nuove progettualità. I contributi derivano da enti pubblici per l'80% e dalle fondazioni di origine bancaria per il 20%. 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 2024, i ricavi propri, connessi alla vendita dell'Abbonamento e dei servizi, sono aumentati del 19% come conseguenza diretta dell'aumento del numero delle card vendute e dell'incasso medio a seguito dell'aumento delle tariffe e hanno rappresentato il 74,5% del totale del valore della produzione rispetto al 74,6% registrato nel 2023.

VALORE DELLA PRODUZIONE	2024	2023
QUOTE SOCIALI	€ 50.000	€ 50.000
	+	+
CONTRIBUTI PER PROGETTI E ALTRI RICAVI	€ 1.250.985	€ 1.021.706
	+	+
RICAVI PROPRI (VENDITE E SERVIZI)	€ 3.771.390	€ 3.158.799
TOTALE	€ 5.072.375	€ 4.230.505

→ Le fonti di ricavo del 2024 e del 2023.

CONTRIBUTI PER PROGETTI DA ENTI PUBBLICI	€ 1.002.333	80%
	+	
CONTRIBUTI PER PROGETTI DA FONDAZIONE DI ORIGINE BANCARIA	€ 248.000	20%
	=	
TOTALE	€ 1.250.333	

→ 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 2024, si evidenziano i grandi investimenti sul personale, rappresentati da circa il 34% delle uscite, e sulle azioni di comunicazione e valorizzazione, che costituiscono il 21% 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 13,5% delle uscite (in questa voce rientra anche l'appalto esterno per la gestione del punto vendita AML Store a Milano).

Sempre più centrale nello sviluppo dei progetti dell'Associazione risulta essere la gestione dell'infrastruttura IT (8% del totale, in crescita rispetto al 2023), 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)	€ 1.167.977	34%
COMUNICAZIONE E PROGETTI DI VALORIZZAZIONE	€ 743.214	21%
COSTI CONNESSI ALLA VENDITA	€ 461.984	13,5%
CARTE A SUPPORTO DEI PROGETTI	€ 284.733	8,5%
INFRASTRUTTURA IT	€ 243.587	8%
ALTRI COSTI	€ 525.387	15%

→ I costi di produzione nel 2024. 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.

PATRIMONIO NETTO

FONDO DI DOTAZIONE INDISPONIBILE	€ 90.000
	+
FONDO DI SVILUPPO	€ 512.817
	+
RISERVE DI VALUTAZIONE (MARCHIO)	€ 342.408
	+
UTILE 2023	€ 5.341
TOTALE	€ 950.566

→ Il patrimonio 2024.

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 2023, il volume dei rimborsi è aumentato del 3,2%, per un totale complessivo di circa 7 milioni di euro distribuiti ai musei nel corso del 2024: l'incremento è una conseguenza dell'aumento delle vendite dell'Abbonamento (+17% rispetto all'anno precedente) e anche del volume delle visite effettuate che nel 2024 sono cresciute in

modo significativo (+12% rispetto al 2023, superando il milione di ingressi).

Inoltre, nel 2024 si è generato un conguaglio 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	2024	2023	VARIAZIONE PERCENTUALE
ABBONAMENTO MUSEI PIEMONTE VALLE D'AOSTA	€ 5.441.064,68	€ 5.448.493	-0,1%
	+	+	
ABBONAMENTO MUSEI LOMBARDIA VALLE D'AOSTA	€ 1.231.081	€ 1.165.784	+5,6%
	+	+	
ABBONAMENTO MUSEI FORMULA EXTRA	€ 485.511	€ 318.882	+52,2%
TOTALE	€ 7.157.656,68	€ 6.933.159	+3,2%

→ I rimborsi ai musei divisi per tipologia di Abbonamento.

$\hbar c^6$
 $0 \pi G^2 M^2$
 $0 \pi G^2 M_0^3$
 $\hbar c^4$



Gestione e promozione dell'Abbonamento Musei

Da 30 anni, Abbonamento Musei è la carta di chi ama la cultura. La sua diffusione, promossa attraverso campagne di comunicazione, permette di ampliare ogni anno il numero di abbonate e abbonati. L'Associazione monitora le vendite e il suo pubblico attraverso Dedalo, il sistema di business intelligence, rilevando numerose informazioni sulle abitudini di consumo. Nel 2024, l'Associazione ha rinnovato il piano tariffario dell'Abbonamento Musei. L'aumento ha riguardato le tariffe Intero e Senior, mentre sono rimaste invariate le tariffe Young e Junior. Nonostante la variazione, le vendite dell'Abbonamento Musei sono complessivamente cresciute del 17% rispetto al 2023.

Temi di sostenibilità

SOSTENIBILITÀ AMBIENTALE

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

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**

269 MUSEI

**ABBONAMENTO MUSEI
LOMBARDIA VALLE D'AOSTA**

259 MUSEI



**ABBONAMENTO MUSEI
FORMULA EXTRA**

498 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 dal 1° Luglio.

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.

Nel 2024, è stato approvato il rinnovo del piano tariffario dell'Abbonamento Musei, entrato in vigore dal 1° luglio. La revisione delle tariffe, invariate dal 2017 per il Piemonte e dal 2015 per la Lombardia, si è resa necessaria a seguito dell'ampliamento significativo del numero di musei aderenti

sia in Valle d'Aosta sia in Lombardia, del progressivo aumento dell'uso medio dell'Abbonamento e dell'importante rincaro del valore del biglietto medio rimborsato ai musei. La variazione ha riguardato solo Interi e Senior, mentre non sono state modificate le tariffe Young e Junior, per sostenere la partecipazione culturale dei giovani, e l'Abbonamento Musei Formula Extra.

Comunicazione di prodotto

Per il 2024, il claim “Abbraccia la cultura” ha continuato ad accompagnare la comunicazione relativa all'Abbonamento Musei. Un concept che racconta la cultura come una proposta appagante e arricchente per stare insieme, con un tone of voice empatico, rassicurante, ironico e un'attenzione particolare alle famiglie, grazie all'utilizzo delle mascotte Abby e Musy.

A seguito di un'indagine effettuata per comprendere lo stato di salute del brand, si è scelto di introdurre in corso d'anno un nuovo messaggio dedicato al prodotto AM Lombardia Valle d'Aosta più diretto ed efficace. La ricerca ha infatti mostrato che vi è una significativa differenza di conoscenza di Abbonamento Musei tra il Piemonte, dove il brand è più consolidato anche per una questione di storicità del progetto, e la Lombardia, dove invece risulta essenziale spiegare meglio in che cosa consista l'offerta e l'awareness ha ancora potenzialità di crescita significative. Il perfezionamento dei messaggi di comunicazione e il consolidamento del brand saranno sicuramente obiettivi importanti per la pianificazione del 2025.

Nel 2024, sono state realizzate le seguenti campagne:

→ campagna di sconto per San Valentino per promuovere la visita ai musei come momento di condivisione;

→ campagna always on tra la primavera e l'estate finalizzata all'aumento dell'awareness e rivolta principalmente al territorio lombardo. A questa campagna si è aggiunta anche un'azione specifica di scontistica in occasione del ponte del 25 aprile;

→ 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 2024 ha fatto registrare un complessivo +17% di vendite rispetto all'anno precedente, raggiungendo i 224.245 Abbonamenti venduti, suddivisi tra Abbonamento Musei Piemonte Valle d'Aosta (156.724), Abbonamento Musei Lombardia Valle d'Aosta (55.955) e Abbonamento

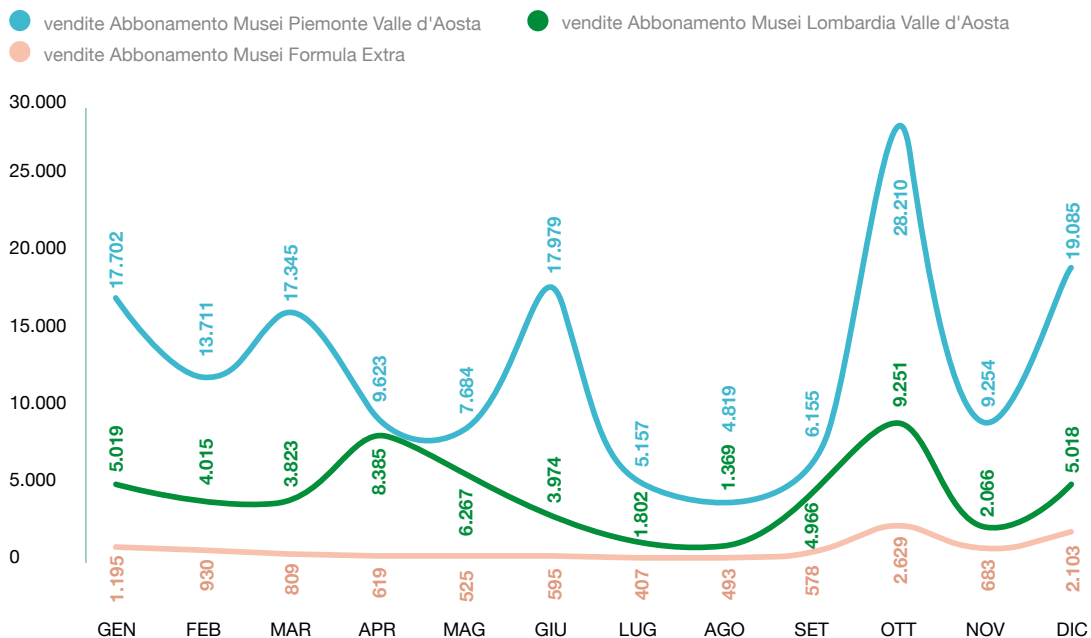
Musei Formula Extra (11.566).

Nel 2024 è stata introdotta la possibilità di fare una scelta ecologica: acquistando un nuovo Abbonamento su e-commerce è possibile rinunciare alla tessera fisica - andando a limitare la produzione e la spedizione di nuove card - ottenendo uno sconto

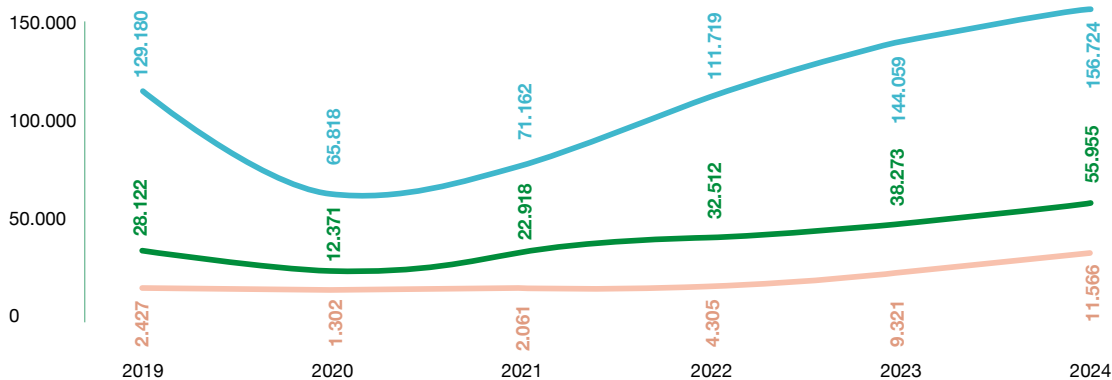
simbolico di 1,50 €. L'iniziativa ha ottenuto un ottimo riscontro: nel 2024 il 77% delle nuove abbonate e dei nuovi abbonati ha infatti scelto il solo Abbonamento in formato digitale.

	VENDITE 2024	VARIAZIONE % RISPETTO AL 2023
PIEMONTE VALLE D'AOSTA	156.724	+9%
	+	
LOMBARDIA VALLE D'AOSTA	55.955	+46%
	+	
FORMULA EXTRA	11.566	+24%
TOTALE	224.245	+17%

→ Le vendite dei tre prodotti nel 2024 e la variazione percentuale rispetto al 2023.



→ **Le vendite nel corso del 2024.** L'andamento mensile delle vendite del 2024 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 il rinnovo in autunno e la campagna di Natale a dicembre), sia all'avvio di particolari progettualità (come il progetto *Un, due, tre... Musei!* in Lombardia).



→ **Le vendite divise per prodotto dal 2019 al 2024.** I dati evidenziano i risultati ottenuti nel 2019 e il successivo calo dovuto alla pandemia da Covid-19. La piena ripresa delle vendite si è registrata nel 2022, anno in cui gli acquisti delle tessere sono tornati quasi ai valori pre pandemici.

IL 77% DEI NUOVI ACQUISTI HA FATTO LA SCELTA ECOLOGICA



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

Dove vanno le persone abbonate?

Nel 2024, sono stati registrati in totale 1.360.625 ingressi (+12% rispetto all'anno precedente), mantenendo stabile l'aumento delle visite e confermando la complessiva ripresa del settore e un generale maggiore utilizzo dell'Abbonamento.

I musei più visitati in Piemonte sono La Venaria Reale, i Musei Reali di Torino e Gallerie d'Italia-Torino. Escludendo la provincia di Torino si

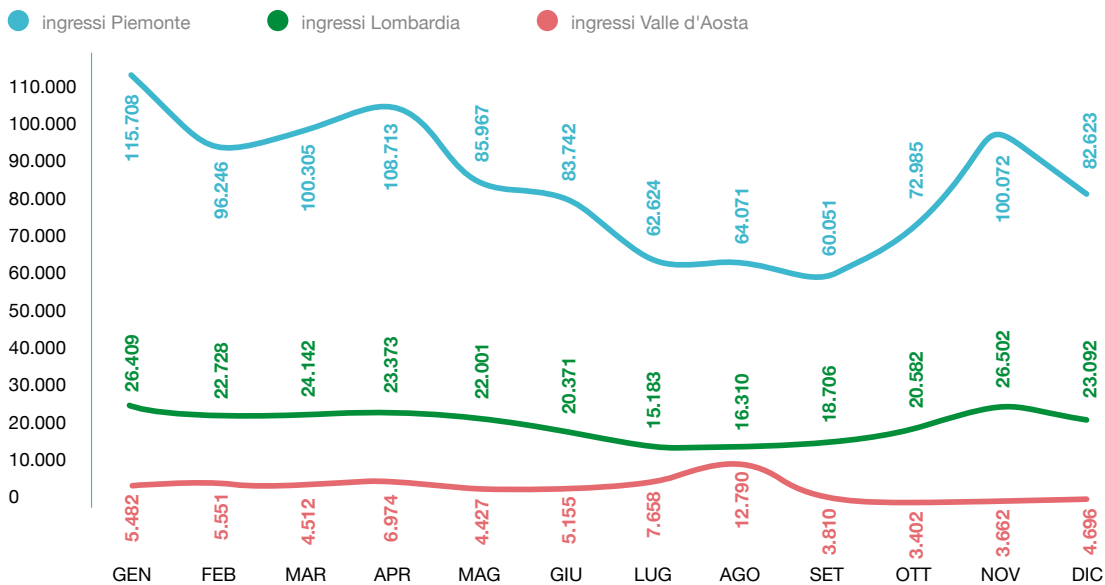
aggiungono Palazzo Mazzetti ad Asti, il Castello di Novara e il Castello Reale e Parco di Racconigi. Triennale di Milano, Museo del Duomo di Milano e Gallerie d'Italia-Milano si classificano primi tra i musei più frequentati in Lombardia. Senza contare la città di Milano, sono la Villa Reale di Monza, il Museo di Santa Giulia a Brescia e l'Accademia Carrara di Bergamo i più visitati dalle persone abbonate.

In Valle d'Aosta troviamo al primo posto il Forte di Bard, seguito dal Castello di Fenis e da Castel Savoia.

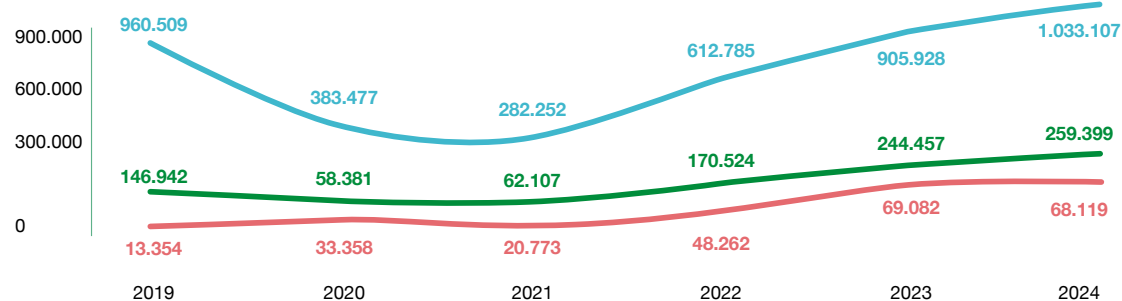
Oltre ai dati sulla totalità degli ingressi, grazie a Dedalo si può calcolare la frequenza di utilizzo, ovvero quanto abbonate e abbonati hanno usato il proprio Abbonamento per visitare i musei. Anche sotto questo aspetto, il 2024 mostra i dati in leggera crescita rispetto all'anno precedente.

	INGRESSI 2024	VARIAZIONE % RISPETTO AL 2023
PIEMONTE	1.033.107	+14%
	+	
LOMBARDIA	259.399	+6%
	+	
VALLE D'AOSTA	68.119	-1%
TOTALE	1.360.625	+12%

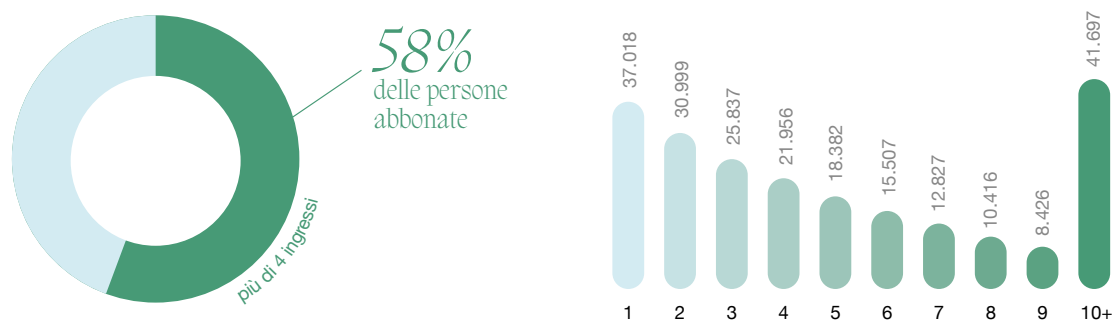
→ Gli ingressi nel 2024 con l'Abbonamento nelle tre regioni. Il dato in leggera flessione relativo agli ingressi nella regione Valle d'Aosta è da collegare alla chiusura per lavori di restauro di alcuni siti simbolo della città come ad esempio il Teatro Romano, grande attrattore di pubblico.



→ Gli ingressi nel 2024. In Piemonte e in Lombardia le visite si concentrano in primavera e in autunno, mentre in Valle d'Aosta in estate.



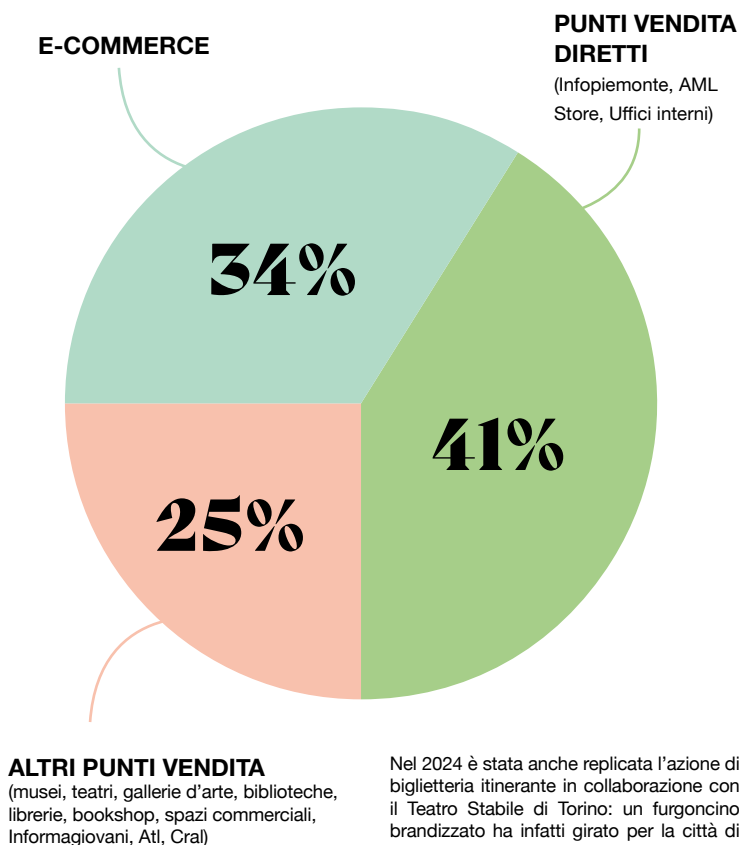
→ Ingressi nelle tre regioni dal 2019 al 2024.



→ La frequenza di utilizzo complessiva nel 2024. Il 58% delle abbonate e degli abbonati usa l'Abbonamento 4 o più volte nel corso dell'anno (nel 2023 era il 57%).

I canali di vendita

Abbonamento Musei ha da sempre puntato sulla capillarità di distribuzione, con molti punti vendita dislocati nel territorio di ogni regione per instaurare un rapporto di prossimità con le persone abbonate. Oggi tale strategia è integrata dal potenziamento dell'e-commerce che nel 2024 ha rappresentato il primo punto vendita dell'Abbonamento, con oltre il 30% delle vendite totali e un +27% rispetto all'anno precedente.



→ 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 2024 sono entrati a far parte del circuito AM ben 16 nuovi musei, divisi tra Lombardia e Piemonte, che vanno ad arricchire l'offerta culturale raggiungendo i 498 siti inclusi.

Temi di sostenibilità

SOSTENIBILITÀ CULTURALE

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

SDGs



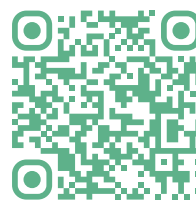
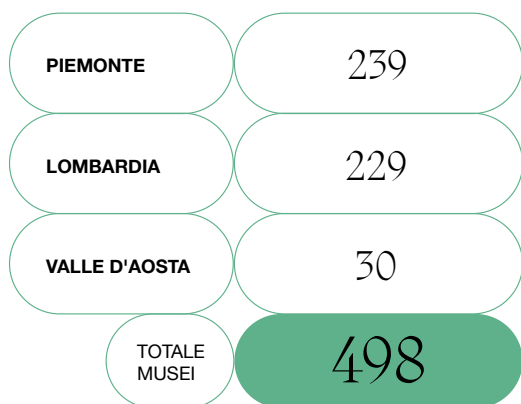
Musei del circuito

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

relazioni e connessioni.

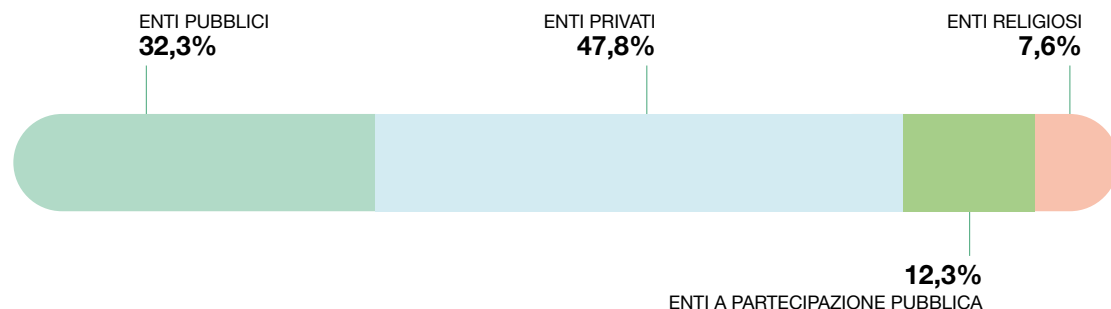
Nel 2024, in Lombardia, si è chiusa la convenzione triennale con i musei della regione: la quasi totalità ha deciso di riconfermare

l'adesione al circuito Abbonamento Musei, a riprova dell'importanza che i musei attribuiscono a questa collaborazione.

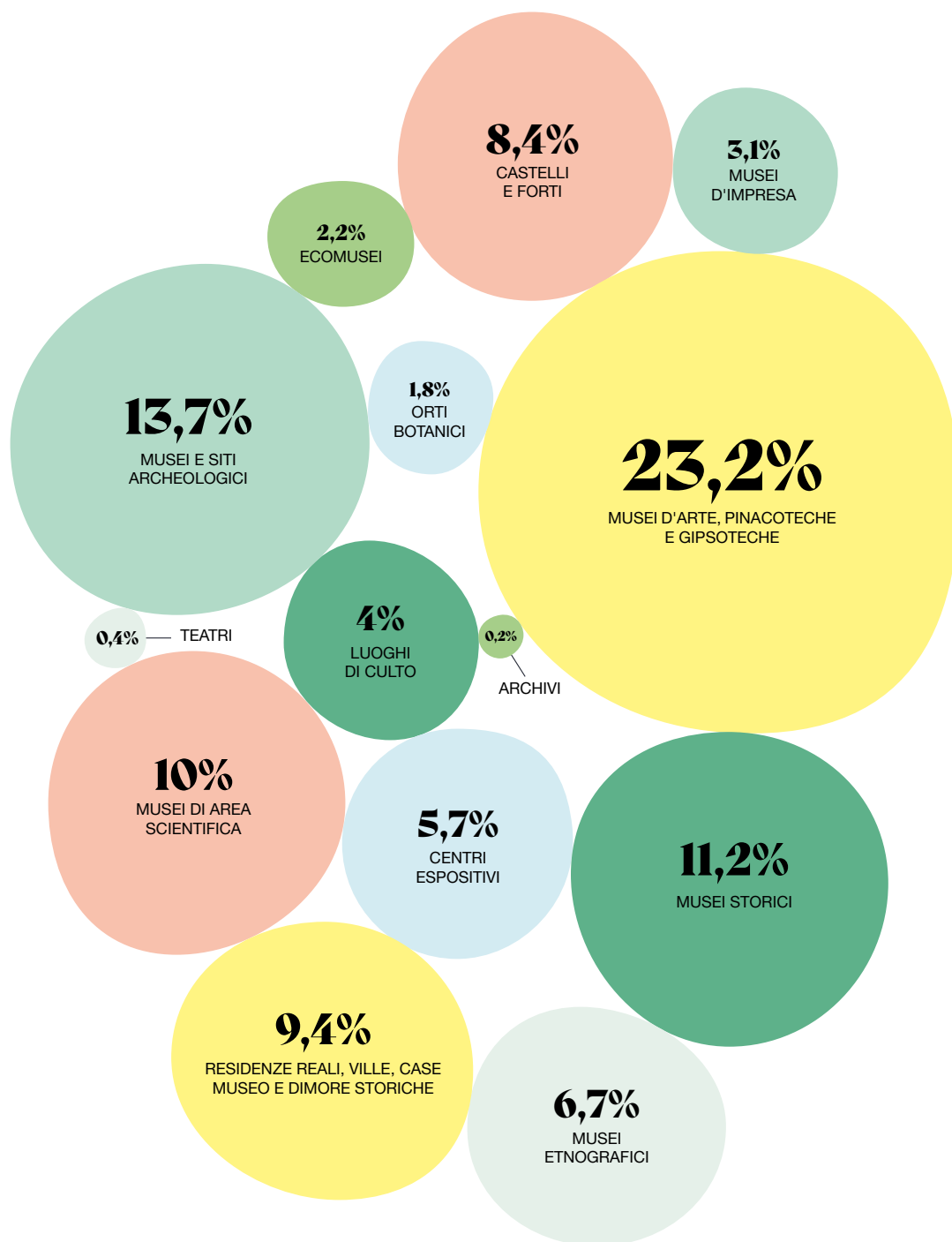


Scopri
tutti i musei
del circuito
AM.

→ 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 490 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 far conoscere nuovi aspetti del territorio e dei musei che lo rappresentano.

Nuovi musei del 2024

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 2024 sono entrati a far parte del circuito 16 nuovi musei, nello specifico:

IN PIEMONTE

Casa Francotto - Busca (CN)
 Palazzo Borelli - Demonte (CN)
 TAM Spazio multimediale sul Tardo Antico e il Medioevo
 Novarese - Cureggio (NO)
 Museo della plastica Cannon Sandretto - Pont Canavese (TO)

IN LOMBARDIA

Fondazione Luigi Rovati - Milano
 Merlate del Castello Sforzesco - Milano
 MusAB. Museo Astronomico di Brera - Milano
 Museo dei Cappuccini - Milano
 Villa Visconti Borromeo Litta di Lainate (MI)
 Mura di Bergamo: il Museo - Bergamo
 Museo Ornitologico "Gustavo Adolfo Carlotto" - Lonato del Garda (BS)
 Rocca di Lonato del Garda (BS)
 Tempio Voltiano - Como
 Museo Virgilio - Mantova
 Museo e Tesoro del Duomo di Monza (MB)
 MuMiVV - Museo dei Minerali di Valtellina e Valchiavenna - Sondrio

Convenzioni con altre realtà culturali

Oltre ai musei compresi nel circuito, l'Associazione stipula convenzioni con altre istituzioni per garantire ad abbonate e abbonati numerosi sconti e riduzioni sull'offerta culturale del territorio, diventando uno strumento ancora più ricco e versatile.

Biglietti del cinema, spettacoli teatrali, partecipazione a fiere e festival, visite e itinerari sono alcuni dei benefit per chi possiede l'Abbonamento.

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

Grazie alla collaborazione con partner strategici, l'Associazione si dedica alla promozione dei musei e del patrimonio nel circuito, in particolare attraverso le azioni di comunicazione e la realizzazione di progetti.

L'Associazione nel corso del tempo è diventata anche a tutti gli effetti un soggetto attivo nella progettazione culturale. Questa dimensione è emersa come vocazione da sviluppare grazie alla conoscenza del territorio e del pubblico in stretta sinergia con i musei e con gli enti del territorio per la creazione di attività, di occasioni di visita 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

Forti Piemonte

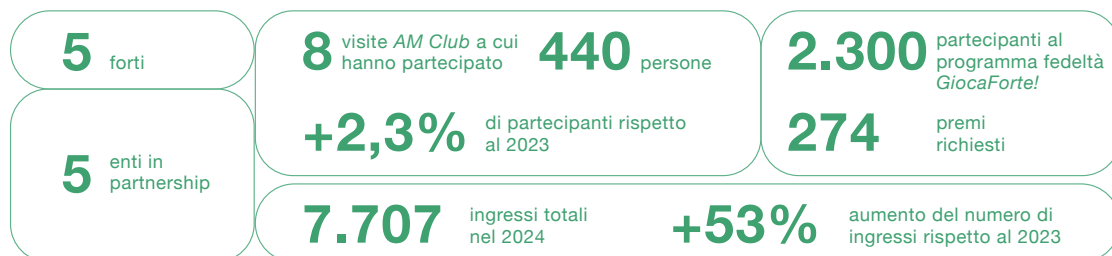


Dopo la prima edizione nel 2023, anche nel 2024 l'Associazione è stata partner di *Forti Piemonte*, il progetto di valorizzazione delle fortezze piemontesi di Regione Piemonte con il sostegno di Fondazione Compagnia di San Paolo e il coordinamento di Fondazione Artea. Quest'anno l'iniziativa ha coperto un periodo più ampio, da giugno a fine settembre con attività e spettacoli per scoprire i forti coinvolti: Exilles, Fenestrelle, Vinadio, Gavi e l'Opera 5 di Moiola, aggiuntasi quest'anno. Il

progetto si è concluso con *Forti, fortissimi!* il 21 e 22 settembre, un weekend speciale di aperture ed eventi nei 5 siti coinvolti. L'Associazione, oltre a sostenere il progetto attraverso i propri canali di comunicazione e a organizzare visite nell'ambito di *AM Club*, ha lanciato il programma fedeltà riservato ad abbonate e abbonati: *Gioca Forte!*. Con l'app di Abbonamento Musei, visitando i forti del progetto o partecipando agli eventi del programma, le persone abbonate hanno potuto

accumulare punti per poi richiedere i premi a catalogo. Oltre 2.300 persone hanno partecipato al loyalty program e sono stati richiesti 274 premi. Inoltre, a conclusione del percorso iniziato lo scorso anno, sono stati pubblicati gli ultimi due episodi del podcast *Fila a nanna*, in collaborazione con Fondazione TRG, dedicati ai forti di Gavi e di Fenestrelle.

FORTI PIEMONTE IN SINTESI



Viaggio nel patrimonio UNESCO lombardo



A partire da giugno 2024, ha preso avvio la progettazione e organizzazione delle attività nell'ambito del progetto *Viaggio nel patrimonio UNESCO lombardo: storie, percorsi, narrazioni tra reale e virtuale*, promosso da Regione Lombardia per la valorizzazione e la promozione dei 10 siti appartenenti al patrimonio UNESCO, che si inserisce nel solco della progettazione iniziata nel 2023.

L'Associazione ha avviato

nuove azioni di comunicazione usando i suoi canali. Inoltre, sono stati organizzati 12 nuovi appuntamenti dedicati alle persone abbonate per andare alla scoperta dei musei e dei siti UNESCO della Lombardia, a cui hanno partecipato 228 persone.

È in corso di realizzazione anche un nuovo podcast in tre puntate dedicato ai siti UNESCO dei territori di Bergamo e Brescia che sarà lanciato nel 2025.

VIAGGIO NEL PATRIMONIO UNESCO LOMBARDO IN SINTESI

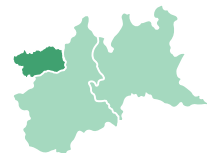
10 siti UNESCO lombardi

12 incontri AM Club x **228** persone

10 post social

2 newsletter dedicate

MegaMuseo - Area Megalitica di Aosta



A seguito della riapertura dell'Area Megalitica di Aosta alla fine del 2023, nel 2024 l'Associazione ha lavorato alla sua valorizzazione e promozione tramite azioni specifiche di comunicazione, oltre che all'organizzazione di visite in loco dedicate alle persone abbonate.

È stato infatti definito un piano editoriale per raccontare l'Area Megalitica di Aosta, in tutte le sue epoche e sezioni, tramite

pillole video veicolate sui canali social dell'Associazione, oltre al racconto in 10 newsletter per promuovere il sito rinnovato e le sue esposizioni.

Nel corso dell'anno sono state organizzate 4 visite guidate riservate, nell'ambito del programma *AM Club*, e un evento speciale tenutosi il 26 ottobre in collaborazione con la Soprintendenza: una visita guidata seguita da aperitivo, andata sold out in una sola

giornata, riempiendo i 140 posti disponibili.

Nel corso del 2024, sono stati registrati ben 2.325 ingressi all'Area Megalitica che rimarrà oggetto di promozione da parte di AM anche per il 2025.

AREA MEGALITICA DI AOSTA IN SINTESI

4 appuntamenti *AM Club* x **70** partecipanti
1 evento speciale in collaborazione con la Soprintendenza x **140** partecipanti

5 reel originali **10** inserimenti in newsletter
1 newsletter dedicata all'evento speciale

2.325
ingressi totali nel 2024

Ecosistema di comunicazione

L'Associazione, grazie a un lavoro costante di aggiornamento dei propri canali, cerca di veicolare i propri messaggi e le proprie iniziative e di valorizzare i musei del circuito in modo sempre più puntuale ed efficace con l'obiettivo di parlare alle persone abbonate ma anche di aumentare il proprio bacino di pubblico.

L'Associazione ha a disposizione un sistema di comunicazione multi-canale che comprende il sito, la newsletter, i social network e - come novità - 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 2024 è stato realizzato un lavoro di implementazione del tracciamento del sito - per valutarne le performance in modo più puntuale

-, oltre ad azioni di revisione e miglioramento delle sezioni AM Family, Vantaggi e calendario degli eventi.

VISUALIZZAZIONI	5.1 milioni
UTENTI	725.934
SESSIONI	oltre 1.4 milioni
ENGAGEMENT RATE	65,8%

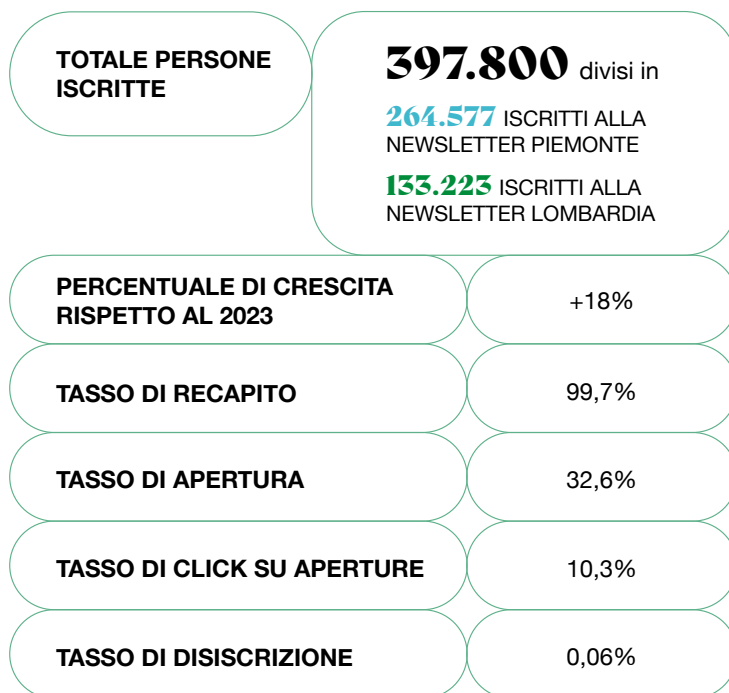
→ I dati del sito AM.

La newsletter

La newsletter è uno dei principali punti di contatto con le abbonate e gli abbonati, fornendo settimanalmente appuntamenti, approfondimenti e segnalando nuove aperture. Il database dei contatti di AM è parte del patrimonio dell'Associazione, importante per tutte le azioni di comunicazione, considerando la numerosità dei contatti presenti (397.800 iscritti totali), la pulizia degli stessi (con un tasso di recapito del 99,7%), gli alti tassi di interazione (come ad esempio un tasso di apertura

del 32,6%). 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 AM dovrebbe ipotizzare un investimento compreso tra i 3.5 e i 5

milioni di euro. Nel 2024 è stato portato avanti un importante lavoro di implementazione dei messaggi automatici, veicolati alle persone abbonate tramite la newsletter, grazie all'attivazione di workflow finalizzati al rinnovo. Inoltre, per verificare puntualmente l'efficacia dello strumento, in particolare in relazione alle visite effettuate a seguito della loro promozione all'interno della newsletter, è stata finalizzata una nuova dashboard di Dedalo - il sistema di business intelligence di AM.



→ **I dati della newsletter.** Il numero degli iscritti complessivi è cresciuto del 18% rispetto al 2023. 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 segnalano:

Abbonati curiosi, che racconta le storie che si celano

dietro alle mostre, alle collezioni e ai musei del circuito; **AM consiglia**, ogni mese i suggerimenti da parte del team AM per le abbonate e gli abbonati e **AiM - Artificial Intelligence Masterpiece**, una nuova rubrica che invita a scoprire le differenze tra le opere e la loro riproduzione digitale.

				
FOLLOWERS	49.829	23.407	21.035	9.369
CRESCITA DEL PROFILO (rispetto al 2023)	1.358 (+2,8%)	2.109 (+9,9%)	2.166 (+11,5%)	1.988 (+26,9%)
COPERTURA COMPLESSIVA	1.456.240	852.726	10.346.704	4.764.062
IMPRESSIONS COMPLESSIVE	12.267.864	1.513.685	66.820.648	6.303.159
ENGAGEMENT RATE	31 %	38 %	101 %	74 %

→ I dati relativi ai profili social di Abbonamento Musei nel 2024.

L'App

Dopo la sperimentazione nel 2023 sul territorio di Bergamo e Brescia, nel 2024 l'app è diventata uno strumento a disposizione di tutte le persone abbonate e per tutti i territori.

L'app si configura come un nuovo touch point offerto dall'Associazione, uno strumento di dialogo e attivazione: facile da utilizzare, permette di avere la tessera sempre a disposizione, partecipare ai programmi fedeltà

di volta in volta attivi e consultare tutta l'offerta culturale.



→ Scarica l'app di Abbonamento Musei.

26.183

download per Google Play (Android)

18.700

download per App Store (iOS)

→ I dati di download dell'app di Abbonamento Musei dal lancio al 31 dicembre 2024.

Sezione 3

Accrescere la partecipazione culturale

Creare e fidelizzare la comunità delle abbonate e degli abbonati

L'Associazione, attraverso i programmi dedicati, i suoi canali di comunicazione e il servizio di assistenza clienti, cura la relazione con le persone abbonate, favorendo così la crescita di un gruppo fidelizzato, oltre a permettere l'esplorazione del territorio di prossimità tramite esperienze dedicate. Proprio per questo motivo nel 2024 è stato ampliato e rafforzato il programma *AM Club*. Inoltre, al fine di migliorarne l'efficienza, è stato riorganizzato il servizio di customer care, con l'aggiunta di nuovi strumenti.

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

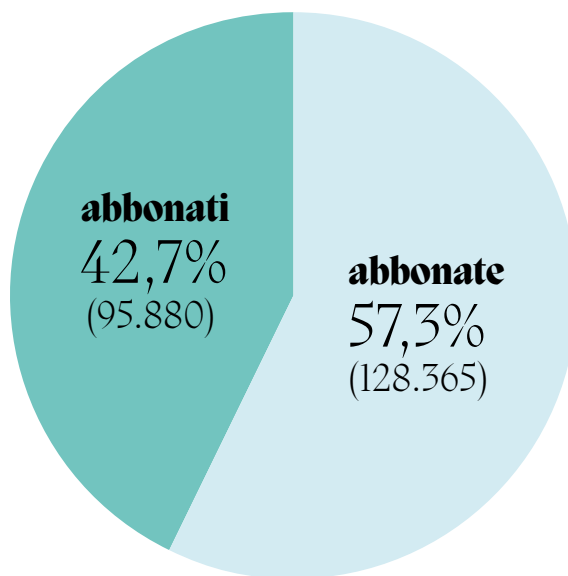
SDGs



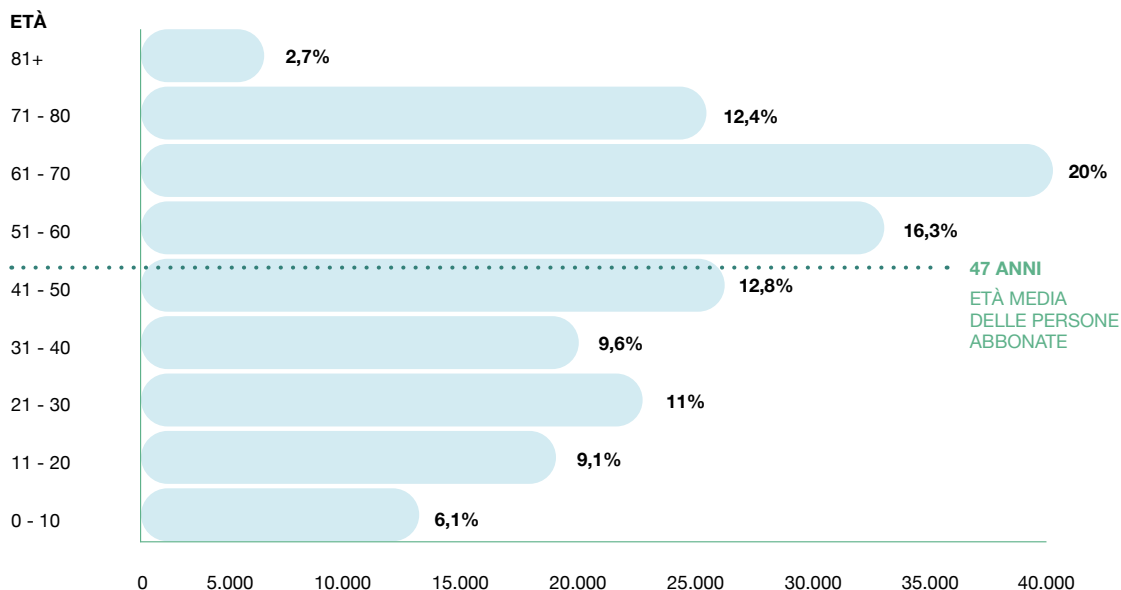
Chi sono le abbonate e gli abbonati: dati e personas

Nel 2024 le persone con un Abbonamento Musei attivo sono state complessivamente 224.245, divise tra AM Piemonte Valle d'Aosta (156.724), AM Lombardia Valle d'Aosta (55.955) e AM Formula Extra (11.566).

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 (57,3% abbonate contro 42,7% abbonati), l'età media si attesta intorno ai 47 anni e le principali città di residenza sono Torino e Milano, con al terzo posto le province di Cuneo e a seguire Monza e Brianza, Bergamo e Brescia.

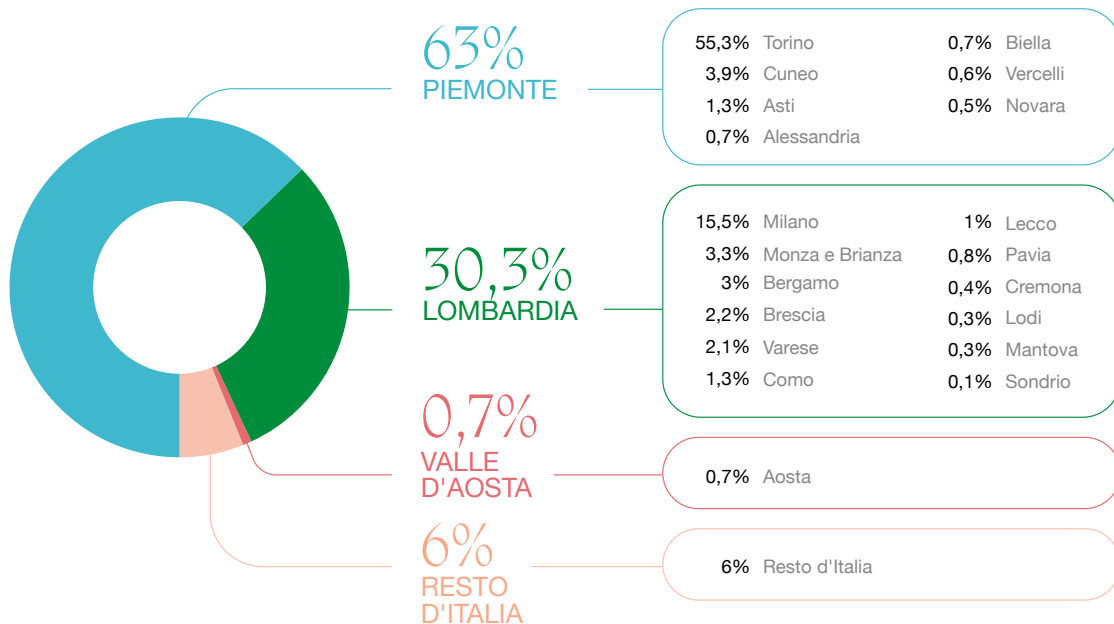


→ La percentuale di abbonate e abbonati rispetto al totale.



→ **Le persone abbonate per età.**

Le fasce d'età che registrano le percentuali maggiori sono quelle da 61 a 70 anni e da 51 a 60 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 ed è costantemente aggiornato, man mano che vengono aggiunte nuove informazioni.

Per buyer personas si intendono modelli comportamentali, ovvero rappresentazioni immaginarie ma plausibili - nel nostro caso delle persone abbonate

- sostenute dai dati e dalle informazioni sulle vendite e gli ingressi effettuati.

Le personas sono state scelte per delineare un gruppo percen-

tualmente rilevante sul totale delle abbonate e abbonati oppure per mostrare la varietà della community in relazione ai territori in cui l'Associazione opera.



PAOLA E GIULIO

48 anni
di Torino



Abbonati fedelissimi da anni, Paola e Giulio utilizzano il loro Abbonamento Musei Piemonte Valle d'Aosta per visitare i loro musei preferiti a Torino, ma soprattutto per rimanere aggiornati sulle nuove mostre. Puntuali una volta ogni due mesi, non si lasciano scappare le novità in città. In estate, invece, organizzano delle piacevoli domeniche in coppia in Valle d'Aosta, alla scoperta dei castelli e dei musei della regione.



ANNA

50 anni
di Torino



Quest'anno Anna ha deciso di non farsi sfuggire la possibilità dell'upgrade, passando dal suo Abbonamento Musei Piemonte Valle d'Aosta al Formula Extra.

Appassionata di arte, ha utilizzato il suo Abbonamento ben 8 volte! Ha visitato i musei di Torino, tornando anche a Venaria, uno dei suoi luoghi preferiti, e non ha perso l'occasione di esplorare la Lombardia, in particolare Milano, organizzando delle gite nel weekend.



SOFIA

73 anni
di Milano



Sofia abita a Milano e utilizza il suo Abbonamento Musei Lombardia Valle d'Aosta per visitare i musei della sua città come ad esempio il Museo Diocesano, le Gallerie d'Italia o la Triennale. Frequenta i musei circa una volta ogni due mesi preferendo soprattutto i giorni in settimana, quando sono meno affollati, ma evitando i mesi estivi per fuggire dal caldo cittadino.



FRANCESCO

11 anni
di Milano



Francesco ha ricevuto l'Abbonamento Musei Lombardia Valle d'Aosta grazie al progetto *Un, due, tre...musei!* e durante il weekend ha convinto i suoi genitori ad accompagnarlo alla scoperta dei musei soprattutto in estate e autunno. I suoi preferiti sono stati: il Museo della Scienza e della Tecnologia Leonardo da Vinci, il Leonardo3 Museum, il Duomo di Milano, il MUBA e Volandia. I suoi genitori - che hanno deciso di fare l'Abbonamento usufruendo dello sconto dedicato - si sono anche iscritti alla newsletter *AM Family* e adesso sono aggiornati su tutte le attività kids friendly che si svolgono nei musei e possono proporre a Francesco esperienze sempre nuove!

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.

Nel corso del 2024 sono cresciute significativamente le proposte del palinsesto AM Club con l'obiettivo di dare risposta alle richieste delle persone abbonate e supportare anche i musei più piccoli e meno noti.

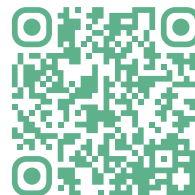
Inoltre, si è resa evidente la necessità di migliorare le modalità di prenotazione delle attività AM Club. Di conseguenza, è stata avviata una riflessione sull'implementazione di una

nuova piattaforma di prenotazione per migliorare la user experience e l'analisi dei dati sulla partecipazione.

Nel 2024, in Piemonte sono state realizzate 370 visite che hanno coinvolto 60 musei e 30 mostre durante l'anno, a cui hanno partecipato 9.750 persone (+54% rispetto al 2023).

In Lombardia sono state realizzate 99 attività per il pubblico adulto, coinvolgendo anche i nuovi enti entrati nel circuito, a cui hanno partecipato 1.600 persone abbonate. Inoltre, a partire dal mese di dicembre è stato avviato uno specifico programma di visite che coinvolge i Musei della Rete dell'800 Lombardo che proseguiranno anche nel 2025. A queste si aggiungono 187 attività dedicate alle famiglie, con 3.661 partecipanti.

Nel territorio valdostano sono state organizzate 34 proposte a cui hanno partecipato 736 persone (+99% rispetto al 2023).



↳ Scopri tutte le attività AM Club.

**AM CLUB IN SINTESI****370** proposte
in Piemonte**34** proposte
in Valle
d'Aosta**286** proposte
in Lombardia**+74,2%**
rispetto al 2023**9.750** partecipanti**736** partecipanti**5.261** partecipanti**+80%**
rispetto al 2023

AM Family



Nel 2024 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.

Proseguono nel 2024 l'appuntamento di *Disegniamo l'arte* e la newsletter per le

famiglie, e si aggiungono una nuova versione del diario di viaggio *A spasso con Abby e Musy* e nuovi podcast dedicati ai musei scientifici.



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

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 2024 si è svolta nel weekend del 6-7 aprile e ha visto l'adesione di 167 musei tra Piemonte, Lombardia e Valle d'Aosta.

Il tema di questa edizione è

stato la natura: le piccole esploratrici ed esploratori sono andati alla scoperta di animali e fiori che popolano quadri e opere, hanno visitato collezioni naturalistiche o passeggiato nei parchi e giardini.

In totale hanno partecipato oltre 3.000 persone: un dato in linea con il 2023.

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.

DISEGNIAMO L'ARTE IN SINTESI

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

167
musei totali

88 Piemonte

74 Lombardia

5 Valle d'Aosta

oltre **3.000** partecipanti



Fila a nanna

Nell'ottica di continuare la narrazione del patrimonio museale con linguaggi contemporanei, l'Associazione nel 2024 ha collaborato con la Fondazione Teatro Ragazzi e Giovani di Torino alla realizzazione di 6 nuove puntate di *Fila a nanna*, il podcast di fiabe

della buonanotte pensate per famiglie, bambine e bambini dai 4 ai 10 anni.

Quest'anno protagonisti della narrazione sono stati i musei scientifici di Torino e del Piemonte, nello specifico: Museo di Anatomia Umana "Luigi

Rolando", Museo Paleontologico di Asti, MRSN – Museo Regionale di Scienze Naturali di Torino, Museo di Storia Naturale Calderini di Varallo, Orto Botanico e Planetario di Torino.

A fine 2024, i download complessivi sono stati 70.000.

FILA A NANNA IN SINTESI

6 musei coinvolti

1 podcast x **6** puntate

70.000 download



Ascolta gli episodi del podcast *Fila a nanna* dedicati ai musei scientifici.

A spasso con Abby e Musy

Dopo la felice esperienza generata sul territorio lombardo nel 2023, è stata realizzata nel 2024 una nuova versione del Diario di viaggio, intitolato *A spasso con Abby e Musy*, trasversale rispetto alle tipologie di museo e utilizzabile in tutte le tre regioni in cui AM è presente.

Il diario vuole essere uno strumento per agevolare la visita in autonomia ai musei alle piccole visitatrici e ai piccoli visitatori in età scolare e alle loro famiglie: una proposta di attività semplici e divertenti con molteplici spunti di osservazione, idee per giocare e imparare al museo,

accompagnati dalle mascotte di Abbonamento Musei.

Il diario di viaggio è scaricabile dal sito web di AM ed è distribuito gratuitamente presso 110 musei di Lombardia, Piemonte e Valle d'Aosta.

A SPASSO CON ABBY E MUSY IN SINTESI

1 diario x **36** pagine di attività

110 musei in cui si può trovare il diario

30.000 diari distribuiti

Relazione con il pubblico

Nel 2024, con l'obiettivo di offrire un servizio di customer care sempre più efficiente, è stata resa operativa una sua riorganizzazione che ha separato le attività e le unità di lavoro del punto vendita Infopiemonte, dall'Assistenza Clienti e dal Supporto Musei tramite numero telefonico e indirizzo e-mail.

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. Nell'ambito delle azioni di efficientamento e in coerenza con la trasformazione digitale, nel 2024 è stata avviata la realizzazione di un assistente digitale basato sull'intelligenza artificiale. L'obiet-

tivo è quello di creare nel tempo un nuovo asset per migliorare la user experience ed essere di supporto operativo. Destinato al sito web, l'assistente risponderà tempestivamente alle domande frequenti, automatizzerà processi ripetitivi e supporterà il team interno nelle attività quotidiane. Inoltre, offrirà un servizio personalizzato, accessibile 24/7, migliorando l'esperienza, riducendo i tempi di attesa e aumentando la soddisfazione degli utenti.

NUMERO VERDE

011 52210

Lunedì-sabato 9:00-18:00

18.457

telefonate gestite
+67,8% rispetto al 2023

INDIRIZZO EMAIL

info@abbonamentomusei.it

Lunedì-domenica

16.496

mail processate

→ Assistenza al pubblico: contatti e dati.

N° CHIAMATE ALL'HELP DESK

2.560

con picchi nei mesi di ottobre e dicembre quando aumentano le vendite.

Dalla riorganizzazione del servizio il tasso di risposta è migliorato, superando il 90%.

N° CHIAMATE AL SERVIZIO CLIENTI

15.897

andamento legato principalmente a promozioni speciali.

Il passaggio al nuovo numero è stato ben comunicato e non sta creando disservizi

(solo il 4,9% delle persone chiama ancora il numero verde e vengono reindirizzati al numero corrente).

TEMPO MEDIO DI INTERAZIONE

2 min e 42 sec

→ 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, tra cui ad esempio i giovani o in generale coloro che non sono 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

Un, due, tre... Musei!



Un, due, tre... Musei! è un progetto di Regione Lombardia, sostenuto da Fondazione Cariplo e organizzato da Abbonamento Musei in collaborazione con la rete degli Oratori delle Diocesi Lombarde - essenziali punti di contatto e diffusione dell'iniziativa.

Avviato ad aprile 2024, il progetto ha permesso alle famiglie con bambine e bambini residenti in Lombardia di scoprire il ricco patrimonio culturale della regione.

Il progetto si è posto l'obiettivo di contribuire ad attivare e incentivare la partecipazione culturale, intesa come fattore di benessere fin dall'infanzia, da un lato attraverso l'abbattimento della barriera del prezzo per la visita ai musei - tramite la distribuzione di Abbonamenti Musei Junior gratuiti e scontistiche dedicate ai genitori - e dall'altro

attraverso la realizzazione di un programma di attività costruito ad hoc per le famiglie e realizzate dai musei partner.

In totale sono stati emessi tutti i 16.000 abbonamenti previsti dal progetto, con richieste pervenute da persone residenti in tutta la Lombardia con prevalenza a Milano (41,7%), seguita dai territori di Monza e Brianza (12,6%) e Bergamo (11,8%).

Grazie alla collaborazione con i musei, sono stati organizzati 187 appuntamenti gratuiti, tra visite guidate, laboratori, passeggiate ed esperienze per un totale di oltre 3.600 partecipanti.

Inoltre, grazie al progetto, sono aumentate le visite autonome da parte di questo nuovo pubblico all'interno dei musei, facendo registrare oltre 5.000 ingressi in Lombardia in 124

musei diversi, distribuiti su tutto il territorio.

A seguito di un questionario somministrato alle famiglie che hanno partecipato al progetto sono emersi alcuni dati interessanti.

La maggioranza dei rispondenti, ad esempio, ha dichiarato di non aver mai posseduto un Abbonamento Musei (80,8%) e di non averlo mai acquistato prima per i figli (89,1%), ma una volta ricevuto non solo l'hanno usato (83,4%) ma avere questo strumento a disposizione ha incentivato positivamente la partecipazione culturale della propria famiglia (per il 69,1% degli intervistati).

Rispetto alle attività, ben il 50,2% degli intervistati ha dichiarato di aver partecipato da 1 a 3 attività, e il 24,3% a più di tre, in generale con un grado di soddisfazione positivo (72%).



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

9.369 Abbonamenti distribuiti a bambine e bambini (58%)

6.682 Abbonamenti distribuiti ad adulti (42%)

16.051 Abbonamenti totali

5.000 ingressi registrati
in **124** musei in Lombardia

83,4%
degli intervistati ha utilizzato l'Abbonamento, strumento che ha incentivato positivamente la partecipazione culturale della propria famiglia

187 appuntamenti nei musei a cui hanno partecipato
oltre **3.600** persone

72%
degli intervistati è soddisfatto o molto soddisfatto delle attività a cui ha partecipato

La Bella Stagione



La Bella Stagione è un'iniziativa della Fondazione Compagnia di San Paolo avviata nel 2021, di cui l'Associazione Abbonamento Musei è partner. Il progetto consente alle bambine e ai bambini partecipanti ai centri estivi della Città di Torino e degli oratori di avere l'Abbonamento Musei Junior, prima per accedere al ricco palinsesto culturale delle attività organizzate per i centri estivi, e poi per continuare a vivere con le loro famiglie l'offerta museale anche grazie a iniziative mirate. Un'occasione per consolidare

o attivare, insieme alle famiglie, una relazione stabile con i musei della città. Il palinsesto 2024 de *La Bella Stagione* ha raccolto 147 attività messe a disposizione da 34 enti museali e 50 enti di partecipazione. Il progetto ha coinvolto in questa edizione 11.639 bambine e bambini per un totale di 33.303 presenze alle attività.

Inoltre sono state effettuate 3.659 visite autonome dalle famiglie aderenti nei musei del circuito grazie agli Abbonamenti Musei distribuiti.

LA BELLA STAGIONE IN SINTESI

34 musei
50 enti di partecipazione

11.639
bambine e bambini partecipanti e AM Junior attivati (+7,7% rispetto al 2023)

33.303
presenze (-4,9% rispetto al 2023)

4.515
AM Junior confermati (-8% rispetto al 2023)

477
AM acquistati con lo sconto riservato ai genitori (-46% rispetto al 2023)

3.659
ingressi delle famiglie fuori dal palinsesto (+3,8% rispetto al 2023)

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.

Promosso a partire dal 2022 da Fondazione Compagnia di San Paolo, nel 2024 il progetto ha visto la Città di Torino assumere il ruolo di capofila, in collaborazione con la Fondazione per la Cultura.

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, migliorato nel 2024 grazie alla realizzazione di due dashboard dinamiche apposite.

Il programma, reso possibile grazie alla collaborazione tra 8 enti culturali e 10 presidi territoriali, ha visto la realizzazione di un palinsesto di 240 appuntamenti e 20 feste, che hanno fatto totalizzare oltre 15.000 ingressi.

È stato inoltre possibile analizzare il grado di soddisfazione grazie a un questionario, realizzato da Fondazione Compagnia di San Paolo, condotto telefonicamente su un campione rappresentativo di 314 partecipanti, che ha rivelato un elevato gradimento per le attività proposte (il 98% ha espresso un giudizio positivo). Il progetto ha rappresentato un'importante occasione di scoperta del territorio e di creazione di nuove relazioni, permettendo ai partecipanti di esplorare angoli della città che non conoscevano (per

il 43% delle persone intervistate) e valorizzare il proprio tempo libero (per il 77%). Il progetto ha favorito anche nuove connessioni sociali, facendo riscoprire il piacere dello stare in compagnia (per il 72%) e mantenendo nel tempo i contatti con le persone conosciute durante le attività (per il 57%).

LA CULTURA DIETRO L'ANGOLO IN SINTESI

8 enti culturali

10 presidi territoriali

oltre **15.000** ingressi al palinsesto

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 benessere 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 il loro accreditamento a Musei Family and Kids Friendly, ovvero una rete che prevede determinati standard di accoglienza per bambine, bambini e famiglie.

Nel 2024 si sono accredi-

tati 5 nuovi musei: Villa della Regina, Museo Regionale di Scienze Naturali, OGR Officine Grandi Riparazioni, Museo del Paesaggio e Palazzo Carignano. Inoltre, è stato portato avanti un tavolo di lavoro con tutti gli enti accreditati, con l'obiettivo di rendere più efficace il Passaporto Culturale e di aumentare le occasioni di coinvolgimento e fruizione dei musei da parte delle famiglie.

NATI CON LA CULTURA IN SINTESI

48

musei accreditati Family and Kids Friendly (+5 rispetto al 2023)

18.000

Passaporti culturali scaricati e distribuiti

23.000

ingressi (+69% rispetto al 2023)

Partecipazione trasversale su tavoli di lavoro

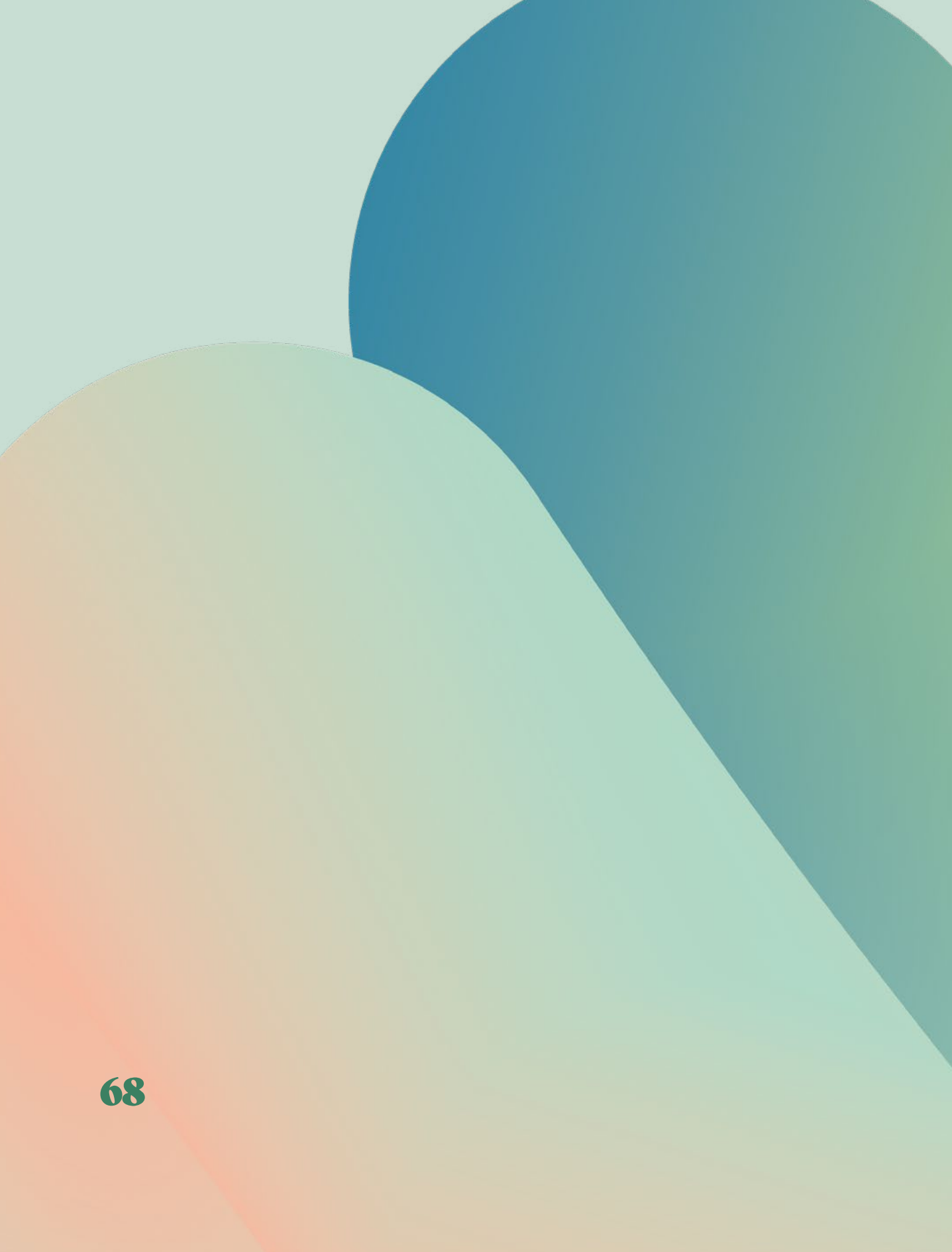
L'Associazione mette a disposizione la conoscenza delle specificità dei musei e l'infrastruttura dedicata alla gestione dell'Abbonamento in diversi tavoli di lavoro e in partnership con numerose realtà culturali.

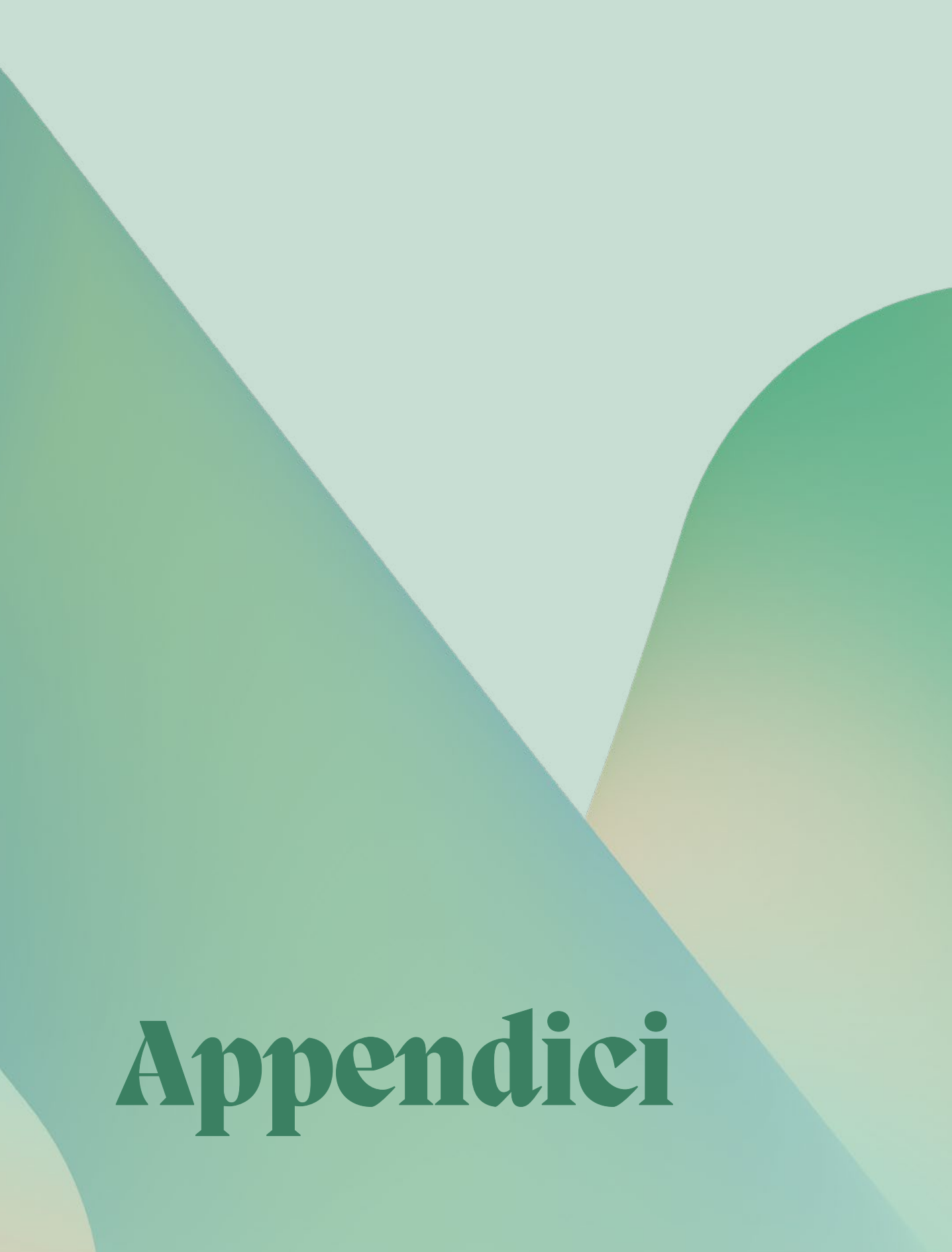
Anche nel 2024 l'Associazione è stata coinvolta su progettualità rivolte alle famiglie.

In **Famiglie ZeroSei** - progetto di Fondazione Compagnia di San Paolo, insieme a

Lilliput, a 5 poli ZeroSei, a musei ed enti del territorio - le famiglie vengono dotate dell'Abbonamento gratuitamente per sostenere la partecipazione attiva e creare reti informali tra famiglie con bambine e bambini, attraverso esperienze sul territorio e visite ai musei. È proseguito **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 deprivazione 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 2024 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 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. Nel 2024 parte del personale, inoltre, ha partecipato al laboratorio formativo curato da Hangar Piemonte "Misurare, Valutare e Rendicontare la sostenibilità degli e negli Enti Culturali: la Comunità di Ricerca per sperimentare il Vademecum". 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 2024, con un puntuale confronto - ove possibile - con il Bilancio relativo all'annualità precedente, al fine di garantire la comparabilità dei due documenti.

Vi sono poi alcuni focus specifici che presentano una profondità temporale di 5 anni per restituire il percorso di crescita dell'ente e permettere un confronto con dati non soggetti alla discontinuità creata dal periodo pandemico.

CHIAVI DI LETTURA E NARRAZIONE

Il racconto del 2024 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 2024 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 redazione del Bilancio Sociale sono stati utilizzati come riferimenti: il Decreto del Ministro del Lavoro e delle Politiche sociali del 4 luglio 2019 "Adozione delle Linee guida per la redazione del bilancio sociale degli Enti del Terzo settore" e bilanci sociali di alcune importanti istituzioni del panorama culturale italiano.

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 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
Palazzo Mazzetti
Sito Archeologico della Domus Romana
Torre Troyana

Biella e provincia

Casa 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

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
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
Il Filatoio - Museo del Setificio Piemontese
La Castiglia
La Fabbrica dei Suoni - La Città di Cumabò
L'Atlante dei Suoni
MEMO4345 - Museo della Memoria
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 di Archeologia Storia Arte - Palazzo Traversa
Museo Civico Luigi Mallé
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 Diocesano San Sebastiano
Museo Ferroviario Piemontese
Museo Generale Bonaparte - Castello di Mombasiglio
Museo Giardino Civiltà della Seta "Mario Monasterolo"
Museo Naturalistico del Fiume Po
MÚSES - 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
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
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
Castello Cavour di Santena
Castello di Adelaide | Museo Civico Città di Susa
Castello di Miradolo
Castello di Moncalieri
Castello di Rivoli - Museo d'Arte Contemporanea
Castello Ducale di Agliè
Centro Ceramico Fornace Pagliero
Collezione Civica d'Arte di Palazzo Vittorio
Ecomuseo del Freidano
Ecomuseo dell'Anfiteatro Morenico di Ivrea
Ecomuseo dell'Alta Val Sangone
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 Magliana
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-Ometto
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 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 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 dell'Accademia Albertina di Belle Arti
Pinacoteca Giovanni e Marella Agnelli
Piscina Arte Aperta - Museo di Arte Contemporanea
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 Paesaggio

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 Crespì d'Adda
Convento di San Francesco - Museo della fotografia Sestini - Bergamo 900
Galleria dell'Accademia Tadini
GAMeC - Galleria d'Arte Moderna e Contemporanea
MAT - Museo Arte Tempo
Mura di Bergamo: il Museo
Museo Archeologico "Giuseppe Oggionni"
Museo Civico Archeologico
Museo Civico di Scienze Naturali "Enrico Caffi"
Museo della Val Cavallina
Museo della Valle di Zogno
Museo Donizettiano
Museo e Tesoro della Cattedrale
Museo Etnografico
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 Orobi
Rocca - Museo dell'Ottocento
Torre dei Caduti
Museo del Falegname Tino Sana
Museo dei Tasso e della Storia Postale

Brescia e provincia

Area Archeologica della Villa Romana
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 Padernello
Castello - Ricetto di Desenzano del Garda
Castello Scaligero
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
Museo Ornitologico "Gustavo Adolfo Carlotto"
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
Villa Romana di Toscolano Maderno

Como e provincia

Museo Archeologico "Paolo Giovio"
Museo del Ciclismo Madonna del Ghisallo

Museo Didattico della Seta
Museo Storico "Giuseppe Garibaldi"
Museo Villa Bernasconi - la casa che parla
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 - Pinacoteca
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"

Lecco e provincia

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

Lodi e provincia

Musei del Castello Bolognini
Museo "Laus Pompeia"
Museo di Veterinaria

Mantova e provincia

Chiesa della Beata Vergine Incoronata
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 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
Palazzo Ducale - Sabbioneta
Palazzo Giardino e Galleria degli Antichi
Sinagoga
Teatro all'Antica
Teatro Scientifico Bibiena
Tempio Leon Battista Alberti
Torre di Castelvecchio - Museo Corrado Bocchi

Milano e città metropolitana

Acquario Civico
ADI Design Museum
AEMuseum
Armani/Silos Exhibition Space
Casa Milan - Museo Mondo Milan
Casa Museo Boschi di Stefano
Casa Testori
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 Luigi Rovati
Fondazione Stelline
Galleria Interattiva "Leonardo in Adda"
Gallerie d'Italia - Piazza Scala
GAM - Galleria d'Arte Moderna
GASC - Galleria d'Arte Sacra dei Contemporanei
I Tesori della Ca' Granda
Leonardo3 Museum
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
MUSA - Scienze e diritti umani - Università degli Studi di Milano
MusAB - Museo Astronomico di Brera
Musei del Castello Sforzesco
Museo Bagatti Valsecchi
Museo d'Arte e Scienza
Museo dei Cappuccini
Museo del Novecento
Museo della Basilica di Sant'Eustorgio
Museo delle Collezioni mineralogiche, gemmologiche, petrografiche e giacimentologiche
Museo delle Culture: Collezione Permanente
Museo di Storia Naturale
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 Morando - Costume Moda Immagine
Palazzo Moriggi - Museo del Risorgimento
Parco dell'Anfiteatro Romano e Antiquarium "Alda Levi"
Pinacoteca Ambrosiana

Pinacoteca di Brera
Pirelli HangarBicocca
Quadreria Crivelli
STEP FuturAbility District
Studio Museo Francesco Messina
Triennale Milano
WOW Spazio Fumetto
Villa Borromeo Visconti Litta

Monza e provincia

Cappella Espiatoria
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 Archeologico di Casteggio e dell'Oltrepò Pavese
Civico Museo di Scienze Naturali "G. Orlandi"
Ecomuseo della Roggia Mora – Museo delle Macchine di Leonardo
Kosmos - Museo di Storia Naturale
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 Archeologico Nazionale di Vigevano
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

Sondrio e provincia

CAST – il Castello delle STorie di montagna
Museo Civico di Storia Naturale
MuMiVV - Museo dei Minerali di Valtellina e Valchiavenna
MVSA - Museo Valtellinese di Storia e Arte
Palazzo Besta e Museo Archeologico

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
Civico Museo di Arte Moderna e Contemporanea Castello di Masnago
Civico Museo Insubrico di Storia Naturale di Clivio e Induno Olona
Cripta del Santuario Santa Maria del Monte
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
Museo Civico Preistorico dell'Isolino Virginia
Museo della Ceramica Giuseppe Gianetti
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 Saint-Bénin
Centro visitatori Parco Nazionale Gran Paradiso - Cogne
Centro visitatori Parco Nazionale Gran Paradiso - Rhêmes Notre-Dame
Centro visitatori Parco Nazionale Gran Paradiso - Valsavarenche
Chiesa Paleocristiana di S. Lorenzo
Criptoportico Forense
Forte di Bard
Giardino Botanico Alpino Paradisia
MAIN
Maison Bruil Introd
Maison des Anciens Remèdes
Maison Musée Berton
MAR - Museo Archeologico Regionale
MAV - Museo Artigianato Valdostano
MegaMuseo - Area Megalitica di Aosta
Miniere di Saint-Marcel
Miniere d'Oro di Brusson
Miniere di Cogne
Museo del Tesoro della Cattedrale di Aosta
Museo Etnografico Maison Gerard Dayne
Museo Regionale di Scienze Naturali Efsio Noussan
Parco Minerario Regionale Valdostano
Ponte-acquedotto romano di Pont d'Ael
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.*



**ASSOCIAZIONE
ABBONAMENTO
MUSEI**