

Report 2020

Il **Bolzanism Museum** è l'evoluzione di un esperimento di mediazione culturale tra le architetture popolari di Bolzano Ovest e i loro abitanti, avviato da Cooperativa 19 e Campomarzio nel 2017 grazie ad un bando promosso dall'Ufficio Politiche Giovanili della Provincia autonoma di Bolzano.

Nel 2019, con il Teatro Cristallo e il Centro Giovani Corto Circuito, nasce l'idea di sistematizzare il progetto creando il Bolzanism Museum, il primo esperimento in Italia di museo sul *social housing*.

Bolzanism Museum è, ancor prima che un museo nel senso tradizionale, un concetto urbano che, a partire dalla volontà di **valorizzare la ricchezza culturale e le architetture dei quartieri popolari di Bolzano** tenta di coinvolgere ed attivare gli abitanti e i giovani nella creazione di un'identità collettiva e di una riconoscibilità dei luoghi periferici. L'obiettivo è quello di **ridare centralità alla periferia**, sottolineando l'importanza delle architetture popolari come nucleo dello sviluppo urbano, sociale e culturale della città.

Bolzanism Museum, organizzandosi nella città come un vero e proprio **museo a cielo aperto**, propone un processo di ridefinizione e riappropriazione identitaria, storica ed estetica della periferia. Non si limita quindi a catalogare dati, racconti ed elementi urbanistico-architettonici ma crea, a partire da ciò, una **nuova narrazione**, un osservatorio permanente sulla periferia e sul *social housing*, una piattaforma dove cittadini e visitatori possono ritrovarsi e **riscoprire l'identità di una comunità**.

Per conseguire la sua *mission* il Museo prevedeva, per l'anno 2020, la realizzazione di:

— 2 workshop: il laboratorio di progettazione e auto-costruzione *Pimp your Bolzanism Museum* ed il laboratorio di formazione *Storytraveller Lab*, entrambi dedicati a giovani under 35 e previsti quali attività preparatorie

all'apertura ufficiale del Museo;

— *Bolzanism Talk*: incontri ed eventi sul tema delle periferie e della rigenerazione urbana previsti nel periodo di apertura del museo

— *Bolzanism Walk*: esplorazioni urbane teatrali ogni weekend da fine aprile ad inizio ottobre dedicate a cittadini e visitatori

— *Bolzanism Lab*: laboratori didattici per i più piccoli attivati su richiesta di scuole, centri giovanili, centri estivi.

Nonostante quanto accaduto a partire da marzo 2020 ed il grave condizionamento nelle modalità di realizzazione e fruizione dovuto all'applicazione e al mantenimento delle misure sanitarie, il Bolzanism Museum è riuscito a realizzare le attività preparatorie ed aprire ufficialmente al pubblico l'**8 luglio** e sospendendo l'apertura per il periodo invernale il **3 ottobre**, con un evento di *finissage* realizzato in collaborazione con Museion.

L'insieme delle attività realizzate ha perseguito lo scopo di gettare le basi necessarie al progressivo raggiungimento degli obiettivi che compongono la *mission* del Museo, dando un contributo significativo in particolare ai processi di:

— Creazione di una nuova narrazione di Bolzano Ovest (quartieri Don Bosco ed Europa Novacella)

— Ribaltamento della retorica negativa legata alle periferie

— Attivazione dei giovani e potenziamento del dialogo intergenerazionale attraverso il loro coinvolgimento nel racconto di questa parte di città

— Creazione di opportunità professionali nell'ambito creativo e culturale connesso alla rigenerazione urbana

Il presente report ha quindi lo scopo di condividere con gli stakeholder i dati, i risultati, i numeri rilevati nel corso di tutto il 2020 che ci consentono, oggi, di affermare il successo del progetto Bolzanism Museum.



Workshop:

Pimp your Bolzanism Museum Workshop

«Hai mai costruito un museo in una settimana?»

Il *Pimp your Bolzanism Museum Workshop* è un laboratorio di progettazione e auto-costruzione ideato in collaborazione con i professori Alvise Mattozzi e Roberto Gigliotti della Facoltà di Design e Arti della Libera Università di Bolzano-Bozen con l'obiettivo di coinvolgere 8 studenti nella progettazione e nella costruzione dell'Infopoint del Bolzanism Museum.

Un po' di numeri...

14 iscrizioni

8 partecipanti (5 bachelor + 3 master Eco-Social Design)

5 giorni di progettazione (17—21 febbraio 2020)

5 giorni di costruzione (22—26 giugno 2020)

Storytraveler Lab

«Hai mai raccontato la storia della tua città?»

Lo *Storytraveler Lab* è un percorso formativo di storytelling e performance pensato in collaborazione con il Centro Giovani Corto Circuito con l'obiettivo di fornire a 10 partecipanti le competenze necessarie a condurre le Bolzanism Walk ossia le esplorazioni urbane cuore del progetto museale.

Un po' di numeri...

17 iscrizioni

10 partecipanti

[2 di età 18-24 anni; 6 di età 25-30; 2 di età 31-36; studenti o professionisti provenienti dagli ambiti del teatro, del design, dell'architettura]

7 giorni di laboratorio con la sceneggiatrice e attrice Flora Sarrubbo e l'attore Lucas J. Da Tos Villalba

5 giorni di prove intensive *sul campo*

50 esplorazioni urbane realizzate (al 04 novembre 2020)



Bolzanism Walk:

Le passeggiate chiamate **Bolzanism Walk** sono l'attività centrale del Bolzanism Museum. Si tratta di un percorso di esplorazione urbana a metà strada tra una **pièce teatrale**, un **racconto narrato** ed una **performance** che si snoda attraverso i cortili delle architetture popolari dei quartieri Don Bosco ed Europa Novacella con l'obiettivo di scoprire l'epopea dello sviluppo urbanistico e sociale di Bolzano ovest, esplorarne le architetture, conoscere le storie delle persone che hanno abitato - e ancora abitano - questa parte della città.

Le Bolzanism Walk sono l'attività che principalmente contribuisce al conseguimento della *mission* del Museo ossia creare una nuova narrazione di Bolzano Ovest e parallelamente ribaltare la retorica negativa, fin troppo sedimentata, legata alle periferie.

Per una precisa scelta progettuale le *Walk* venivano attivate per un massimo 10 prenotazioni, che potevano essere fatte dal *form* online, telefonando al Museo oppure di persona all'infopoint.

La presenza di un gruppo ridotto garantiva un'**immersività** ed una **complicità** maggiore con gli attori, aumentando l'attenzione e conseguentemente il grado di **coinvolgimento** e la **soddisfazione** dei visitatori.

Proprio per l'importanza strategica che le *Bolzanism Walk* rivestono per il Museo, sin dall'inizio è stato progettato e sviluppato un **sistema di valutazione** dell'esperienza da parte dei visitatori con lo scopo di raccogliere un riscontro e disporre di dati utili al prosieguo delle attività nell'anno 2021.

Per fare ciò si è deciso di consegnare ad ogni partecipante (*Walker*) un **questionario di gradimento**. I questionari di gradimento sono stati di **due tipologie**: una **riservata agli abitanti residenti nei quartieri** che compongono Bolzano Ovest (Don Bosco ed Europa Novacella), l'altra dedicata a **tutti gli altri visitatori**.

Quella che segue è la sintesi dei dati e l'analisi di quanto emerge dalla loro elaborazione.



12 week end di apertura*
50 Bolzanism Walk realizzate
432 visitatori totali

* (periodo 8 luglio / 3 ottobre, eccetto la settimana di chiusura di Ferragosto)



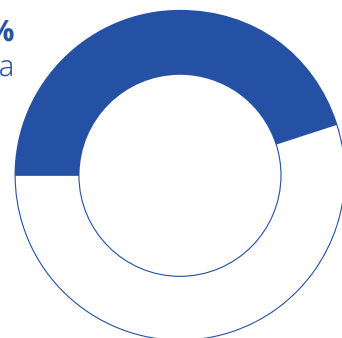
Walkers:

Chi sono i visitatori del Bolzanism Museum?

Un primo dato interessante è la provenienza dei visitatori del Museo: l'**82,5% dei visitatori proviene da altre zone di Bolzano o da altre città**, mentre il **17,5% viene dai quartieri Don Bosco ed Europa Novacella**.

L'alta affluenza di persone non residenti nei quartieri durante il primo anno, evidenzia le potenzialità che la "periferia" come nuova destinazione, e più in generale le tematiche affrontate dal Museo, hanno dal punto di vista dello sviluppo culturale e turistico.

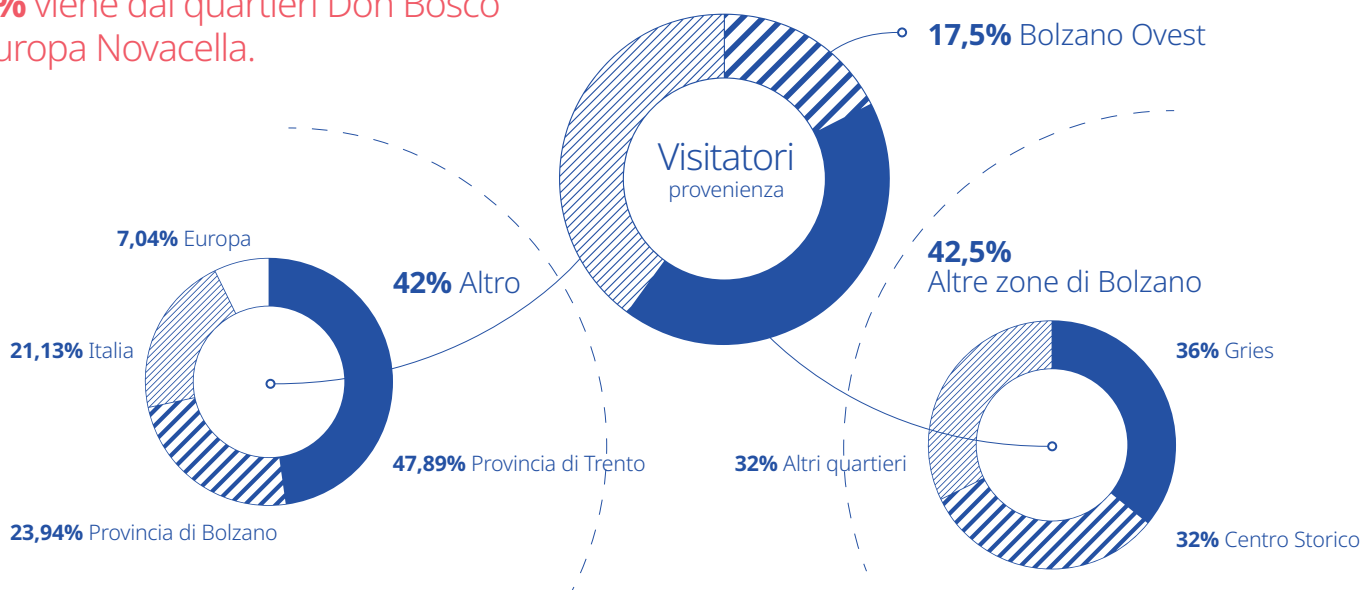
45,26%
tasso di risposta



391 questionari distribuiti
177 questionari raccolti compilati*

* quasi 1 visitatore su 2 è stato coinvolto nel processo valutativo

82,5% dei visitatori proviene da altre zone di Bolzano o da altre città,
17,5% viene dai quartieri Don Bosco ed Europa Novacella.

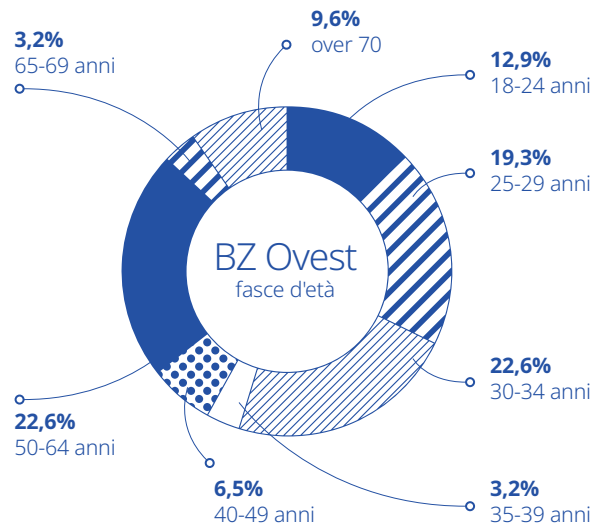


Età dei visitatori

Il **54,84%** dei visitatori provenienti da Bolzano Ovest è un **giovane residente**. La percentuale arriva al 58,06 % se si considerano, oltre alle fasce d'età degli under 35, anche i visitatori tra i 35 e i 40 anni.

Il **50,61%** dei visitatori provenienti dalle altre zone (Bolzano o fuori Bolzano) è un **giovane che ha meno di 35 anni**. La percentuale arriva al 61,59 % se si considerano anche i visitatori tra i 35 e i 40 anni.

Questi dati restituiscono l'immagine di un **Museo che risulta attrattivo per i giovani**, pur riuscendo a catturare l'interesse di chi appartiene ad una fascia d'età over 40.



il **54,84%** dei visitatori residenti a Bolzano Ovest ha un'età compresa tra i 18 e i 34 anni

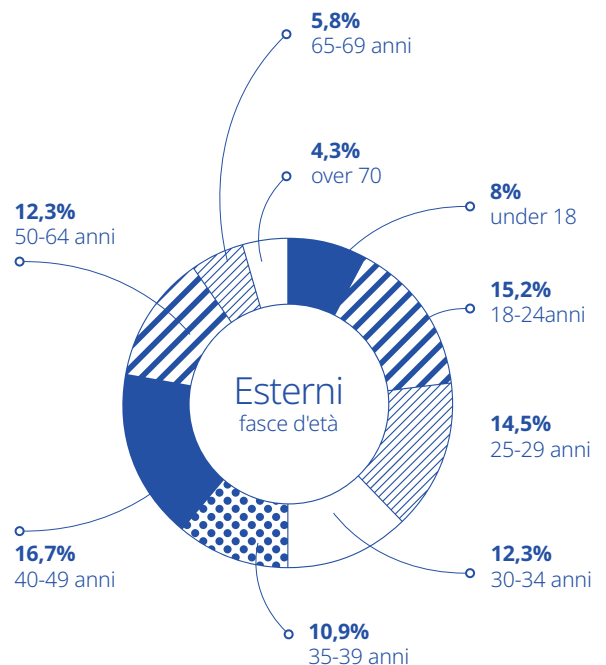
Attrattività del Museo per chi non vive a Bolzano Ovest

Il 76,70% tra i visitatori del museo non residenti in uno dei quartieri di Bolzano Ovest afferma di essersi recato almeno una volta a Don Bosco ed Europa Novacella, ma questo dato restituisce un'importante risultato raggiunto: il restante **23,30% delle persone intervistate ha visitato per la prima volta Bolzano Ovest proprio grazie alla presenza del Museo** e delle attività ad esso connesse.

Ricadute sul quartiere

Uno dei dati che sin da subito abbiamo ritenuto fondamentale analizzare riguarda la ricaduta sul quartiere della presenza del Bolzanism Museum. Per questo abbiamo voluto rilevare chi tra i visitatori che non vivono a Bolzano Ovest ha sostato nel quartiere per utilizzarne i servizi prima o dopo la visita.

Tra chi non risiede nel quartiere, **una persona su due ha usufruito di servizi commerciali di prossimità** recandosi al bar, in un negozio o presso una tabaccheria per fare acquisti, a testimonianza della potenzialità del Museo di attrarre visitatori e valorizzare questa parte della città.



il **50,61%** dei visitatori "esterni" ai quartieri ha un'età compresa tra i 18 e i 34 anni

La percezione del museo tra gli abitanti dei quartieri di Bolzano Ovest

Il processo che ha portato alla nascita del Bolzanism Museum, e i soggetti che ne sono gli ideatori, sono consapevoli dei rischi potenziali di tale operazione. La musealizzazione, la mitizzazione, la costruzione di falsi scenari possono, in poco tempo, generare in chi risiede nei quartieri di Bolzano Ovest avversione alle attività del Museo. Per questo si è voluto, sin dall'inizio, indagare la percezione degli abitanti in relazione alle azioni realizzate.

I dati raccolti confermano la buona gestione del progetto anche dal punto di vista del rapporto con chi risiede nei quartieri. Infatti l'**87,1%** di loro esprime un **giudizio positivo sull'esistenza del Bolzanism Museum** e il **12,9%** addirittura ha una **percezione molto positiva**. Da sottolineare che sono state rilevate zero risposte indifferenti e zero risposte negative alla domanda.

I visitatori hanno "cambiato prospettiva"?

Come descritto nell'introduzione al Report, l'insieme delle attività realizzate ha perseguito lo scopo di gettare le basi necessarie al progressivo raggiungimento degli obiettivi che compongono la *mission* del Museo, dando un contributo significativo, in particolare ai processi di:

- **Creazione di una nuova narrazione di Bolzano Ovest** (quartieri Don Bosco ed Europa Novacella);
- **Ribaltamento della retorica negativa legata alle periferie**.

Lo slogan del Bolzanism Museum, «*Cambia prospettiva!*», è pensato infatti come esortazione a guardare la periferia di Bolzano in un modo differente e, parallelamente, come invito a chi vi abita a ripensare i luoghi e osservarli da un altro punto di vista. Per questi motivi, abbiamo ritenuto fondamentale indagare e comprendere se e come le *Bolzanism Walk* avessero contribuito al raggiungimento della *mission*.

Per fare ciò, in questo primo anno di attività, abbiamo deciso di indagare l'opinione sull'area di Bolzano Ovest prima di effettuare la visita e rilevare l'eventuale cambiamento di tale opinione al termine della visita.

Il cambiamento in positivo dell'opinione sulla zona è ritenuto tale se, al termine delle *Bolzanism Walk*, i visitatori hanno affermato che l'attività è stata utile ad acquisire nuova conoscenza sulla zona (sia dal punto di vista urbanistico che storico, architettonico, sociale ed economico) e tale nuova conoscenza ha innescato un processo di rivalutazione di un'opinione precedentemente non positiva.

Visitatori provenienti da altre zone

La maggioranza (50%) dei visitatori provenienti da altre zone di Bolzano o da altre zone fuori città aveva un'opinione indifferente su Bolzano Ovest. Il 10,3% ha, sul quartiere, un'opinione negativa e lo 0,7% molto negativa. A fronte di ciò, una percentuale significativa di visitatori aveva già prima della visita un'opinione positiva sul quartiere (28,7%) o molto positiva (10,3%).

Al termine delle Bolzanism Walk, **il 97,9% dei visitatori ha affermato che la passeggiata ha permesso loro di conoscere cose nuove su Bolzano Ovest**. Di questi, **il 71,2% ha affermato di aver cambiato in positivo la propria opinione**.

Visitatori residenti a Bolzano Ovest

Il questionario somministrato ai residenti del quartiere non ha analizzato l'opinione preesistente sulla zona ma unicamente il dato relativo alla sua evoluzione.

Il **93,5% dei visitatori residenti**, al termine delle Bolzanism Walk, **ha affermato che la passeggiata ha per-**

messo loro di imparare cose nuove su Bolzano Ovest. Di questi, l'80,6% ha affermato di aver cambiato in positivo la propria opinione sul luogo dove vive.

Altri tour, incontri sull'abitare e mostre. Il futuro del Bolzanism Museum

Pensare al futuro del Bolzanism Museum significa innanzitutto coinvolgere i visitatori nella scelta che riguarda le attività ed i progetti ascoltando il punto di vista di chi abita il quartiere e dei visitatori esterni. Le attività che il Bolzanism Museum vorrebbe realizzare sono molte, ma abbiamo voluto comprendere da vicino quali sono quelle che spingerebbero i nostri visitatori a tornare.

Il responso è unanime: **lo sviluppo di una Bolzanism Walk in un'altra zona di Bolzano è l'attività scelta quale richiamo per il ritorno dal 90,3% dei visitatori che risiedono nel quartiere e dal 87,7% dei visitatori provenienti da altre zone.**

Risultano apprezzate anche attività future quali: una serie di **incontri tematici** sul social housing e l'abitare collettivo (scelta dal 67,7% di chi abita il quartiere e dal 56,2% degli altri visitatori) e **mostre d'arte e fotografia** (voluta dal 48,4% di chi abita il quartiere e dal 52,1% degli altri visitatori).

Se lo sforzo futuro andrà sicuramente a rispondere ad indicazioni così nette, la nostra volontà è anche quella di considerare le rilevazioni per le altre attività. In particolare **l'ampliamento dell'offerta di laboratori per bambini** sui temi propri del Museo (scelti dal 9,7% di chi abita il quartiere e dal 11% degli altri visitatori), **la strutturazione di un'offerta laboratoriale per adulti** (indicata dal 22,6% di chi abita il quartiere e dal 19% degli altri visitatori) ed infine l'organizzazione della **seconda edizione del Torneo di briscola "Carlo Aymonino" di Bolzano Ovest** (voluta dal 6,5% degli abitanti e dal 8,9% degli altri visitatori) a testimonianza, seppur marginale, dell'importanza di prevedere attività di aggregazione, soprattutto al termine di un anno di rinunce come è stato il 2020.

Network online e offline per comunicare il Bolzanism Museum

Comunicare il Bolzanism Museum ha significato, da una parte, promuovere le *Bolzanism Walk* e dall'altra creare interesse attorno al tema dell'abitare, del *social housing*, del raccontare cosa succede nei quartieri interessati.

Comunicazione online

Il Bolzanism Museum ha attivato il sito web **www.bolzanism.com** per comunicare e promuovere le proprie attività e raccogliere le prenotazioni delle *Bolzanism Walk*.

La pagina **Facebook** del progetto "Bolzanism" è stata riconvertita a gennaio nella pagina del Bolzanism Museum, aumentando i nostri follower **da 330 a 1029 nel giro di 11 mesi**. Si tratta prevalentemente di un pubblico under 35 (**26% di pubblico nella fascia d'età 18-34 anni** su Facebook), proveniente dalle Province di Bolzano e di Trento.

Abbiamo inoltre attivato una pagina **Instagram**, che **da gennaio a oggi ha accumulato un totale di 690 follower**. Si tratta di un pubblico giovane (**58% nella fascia d'età 18-34 anni**), proveniente principalmente dalle Province di Bolzano (51%) e Trento (15,8%).

Comunicazione offline

La comunicazione offline del progetto ha previsto l'ingaggio di diversi strumenti: la produzione e distribuzione di **manifesti, poster e volantini**; l'ingaggio di **mezzi stampa** come giornali/radio/tv, lo sviluppo di **relazioni interpersonali** attraverso il presidio del nostro Infopoint e il passaparola.

Il progetto è stato seguito largamente da stampa e media locali tra cui: Alto Adige, Corriere dell'Alto Adige e del Trentino, Monitor Alto Adige, Salto.bz, Franzmagazine, Rai Alto Adige, SDF, Video 33, Rtrr e altri, attraverso articoli sia online che offline, interviste radio/tv e approfondimenti .

Lo sviluppo di un sistema di comunicazione relazionale invece, si è sviluppato a partire dalle persone e dalle realtà che ruotano attorno al Bolzanism Museum e si è diffuso tra i *Walkers* creando **un sistema di promozione del progetto grazie al passaparola**.

Inoltre, l'esistenza stessa dell'Infopoint nella piazzetta del Teatro Cristallo ha permesso quasi quotidianamente di intessere un dialogo con i passanti, fornendo loro informazioni sulle attività del Museo ma anche sull'ap-proccio che il museo promuove di valorizzazione dei quartiere e di dialogo sull'abitare.

Infine per rendere più attrattivo l'infopoint e pubblicizzare il Bolzanism Museum, all'interno della costruzione nella Piazza del Teatro Cristallo è stato posizionato uno "shop" dove era possibile consultare un piccolo archivio di libri a tema nonché acquistare una serie di gadget a marchio *Bolzanism Museum* che contribuiscono alla creazione di un immaginario nuovo sui temi del Museo (cartoline con le immagini delle architetture popolari, shopper, spilla, mappa del quartiere, mascherina, poster, maglietta).

Tutte queste attività hanno portato ai seguenti risultati:

Il **65,1%** di chi vive in altri parti di Bolzano, o in altre città, **ha conosciuto il museo tramite passaparola**, seguito da Social Network (24%), Manifesti/Volantini (5,5%) e Giornali/Radio/Tv (4,8%).

Più della metà degli abitanti ha conosciuto il Bolzanism Museum tramite il passaparola (54,8% del totale), mentre gli altri si dividono tra Social Network (22,6%) e Giornali/Radio/Tv (12,9%). Il 6,4% è venuto a conoscenza del nostro progetto grazie all'esistenza del nostro Infopoint mentre il 3,2% tramite manifesti e volantini.



Bolzanism Lab:

Il Bolzanism Museum nasce anche con lo scopo di **offrire laboratori didattici e percorsi interattivi a bambini, ragazzi e scuole**, per stimolare la riflessione, la progettazione e l'azione sui temi posti dal Museo. Le attività educative, realizzate in collaborazione con lo staff di **Corto Circuito**, intendono coinvolgere i partecipanti nel ragionare su temi sempre più attuali per la formazione dei giovani cittadini: la forma della città e dei suoi quartieri, l'architettura, il *social housing* e l'abitare collettivo, lo spazio pubblico, i concetti di identità e comunità, partecipazione e "abitare".

Le attività prevedono una parte laboratoriale in classe con diversi materiali e una più esperienziale a diretto confronto e contatto con gli edifici, le storie e i luoghi del Bolzanism Museum.

Nel 2020 la particolare situazione sanitaria dovuta all'emergenza Covid-19 ha impedito la realizzazione effettiva della collaborazione con le scuole, che rimane uno degli obiettivi per le prossime annualità. I *Bolzanism Lab* sono però stati **attivati con modalità alternative** offrendo da un lato delle *Walk* per bambini e ragazzi (in particolare promuovendo l'offerta ai centri estivi cittadini) e dall'altra attivando un laboratorio estivo grazie al *Bolzanism West Walk*.

Questo è un vero e proprio gioco in scatola originale, ideato e realizzato in collaborazione con Roberto Tubaro, con il quale si possono imparare a riconoscere le architetture e i luoghi dei quartieri Don Bosco ed Europa Novacella.

In particolare, come descritto nel capitolo precedente e come mostrato dalla rilevazione effettuata sui visitatori, la nostra volontà è quella di prevedere per l'anno 2021 un **ampliamento dell'offerta di laboratori per bambini** (scelti dal 9,7% di chi abita il quartiere e dal 11% degli altri visitatori) eventualmente cercando anche di proporre soluzioni alternative alle attività "in presenza", ed in parallelo prevedere **un'offerta laboratoriale per adulti** (indicata dal 22,6% di chi abita il quartiere e dal 19% degli altri visitatori).



Partner e Collaborazioni:

Il Bolzanism Museum nel 2020 è stato realizzato con il contributo dell'**Ufficio Politiche giovanili della Ripartizione Cultura Italiana** della Provincia Autonoma di Bolzano ed è sostenuto dal **Assessorato alla Cultura del Comune di Bolzano**.

Ha ricevuto il patrocinio della **Facoltà di Design e Arti** della **Libera Università di Bolzano** ed è sponsorizzato dall'**Azienda di Soggiorno di Bolzano**, da **Confesercenti Alto Adige-Südtirol** e dall'**Istituto per l'Edilizia Sociale della Provincia di Bolzano**.

Sponsor tecnici per la realizzazione dell'infopoint sono state le aziende altoatesine: **Rothoblaas srl**, **Karl Pichler AG** e **Amonn Color srl**.

Durante il primo anno di attività il Museo ha intessuto un'ottima rete di collaborazione con alcune istituzioni culturali della città e con le diverse realtà che "abitano" i quartieri.

In particolare con **Museion** ed il **Cubo Garutti** attraverso la performance di Cristian Chironi *Bolzano Drive* e i laboratori di scrittura di *Museion Ink*. Con il progetto **Botteghe di Cultura**, **Youth Magazine**, **CoolTour** supportando il *Don Bosco Festival* curato dalle studentesse UniBZ Shiri Mahler e Rendy Anoh.

In particolare per il *Festival*, Bolzanism Museum in collaborazione con **Analogica**, ha proposto 3 video elaborati dal materiale di Fritz Pichler girato in Via Cagliari nel 1981 conservato nell'archivio Film e Media della Ripartizione Cultura Tedesca.

Bolzanism Museum ha inoltre supportato il progetto promosso attraverso il bando Generazioni 2020 da **OUTBOX - Urban Art in Southtyrol** per la realizzazione di un murales in via Parma.

Infine il Museo collabora con la **Biblioteca Claudia Augusta**, la cui partnership nell'organizzazione di attività ed eventi per l'anno 2021 andrà ulteriormente rafforzata, l'**Archivio Storico** di Bolzano, ente centrale per arricchire i contenuti storico-architettonici proposti dal Museo e le **Circoscrizioni Europa Novacella e Don Bosco**.

Bolzanism Museum
Via Dalmazia-Dalmatienstr. 30
39100 Bolzano-Bozen

hello@bolzanism.com
t. 0471 202016
@bolzanismmuseum



Un progetto di
Teatro Cristallo + Cooperativa 19 + Campomarzio

Con il contributo di

AUTONOME PROVINZ
BOZEN - SÜDTIROL
Abteilung Italienische Kultur



PROVINCIA AUTONOMA
DI BOLZANO - ALTO ADIGE
Ripartizione Cultura Italiana

Con il supporto di



Città di Bolzano
Stadt Bozen

Con il patrocinio di



Fakultät für Design und Künste
Facoltà di Design e Arti
Faculty of Design and Art

Sponsor



Sponsor tecnici

