

## **Sviluppare partnership con le industrie**

*Di Giovanni Crupi*

### **Il Museo**

#### **Le ragioni della partnership con le imprese**

#### **Valori e obiettivi**

#### **Prove di partnership**

### **Il Museo**

Da sempre il legame tra i musei della tecnica e il mondo industriale è intenso: è compito dei musei raccontare storie di oggetti per svelarne valori storici, tecnici, estetici e sociali; delle persone che li hanno utilizzati o inventati; delle aziende che li hanno prodotti. I musei si propongono come istituzioni autorevoli per studiare, salvaguardare e valorizzare il patrimonio materiale e immateriale delle industrie presso un pubblico ampio.

È proprio un industriale, l'ingegner Guido Ucelli, amministratore di una delle maggiori aziende italiane, ad evidenziare l'importanza di avere un "Museo delle arti e delle industrie" per rappresentare l'evoluzione dei processi di produzione e per favorire la formazione di una coscienza tecnico-scientifica nel Paese.

Nel 1958 il fondatore del Museo in un discorso alla presenza del presidente della Repubblica ricordava che la concezione della prima industria aerea italiana traeva ispirazione proprio da una visita al Deutsches Museum. Durante gli anni dello sviluppo delle esposizioni del Museo fino ai primi anni sessanta, numerose aziende italiane e straniere e famiglie di industriali venivano chiamate a fornire macchinari, cimeli, documenti e in alcuni casi fondi. Tra queste la Fiat, l'Alfa Romeo, la Falck, la Dalmine, l'Olivetti, l'Eni.

Dal 2001 il dialogo tra il Museo e le aziende si è rinnovato secondo nuovi modelli di relazione che riprendono e aggiornano le modalità di collaborazione tipiche dei primi anni del Museo.

I musei hanno un ruolo fondamentale nella società di oggi. Sono luoghi di esperienza e di comprensione accessibili a tutti; incoraggiano l'apprendimento per tutte le generazioni; mettono la persona al centro dell'esperienza educativa.

Oggi il Museo nazionale della scienza e della tecnologia "Leonardo da Vinci" è il più grande museo tecnico-scientifico in Italia, uno dei cinque più importanti musei europei. È leader a livello

internazionale per la metodologia dell'educazione informale alla scienza e alla tecnologia e il più importante al mondo dedicato alla figura di Leonardo da Vinci. Si distingue nel panorama dei musei scientifico-tecnologici per la modalità di partnership con le imprese, che si basa sulla condivisione di obiettivi culturali e sul lavoro congiunto.

Questi traguardi e un grado di progettualità e di innovatività spinta costituiscono gli asset principali sui quali il Museo può far leva per il proprio sviluppo e per la realizzazione della missione.

### **Le ragioni della partnership con le imprese**

L'attività di rinnovamento e di innovazione è divisa in progetti di diversa tipologia e dimensione. Ogni progetto persegue degli obiettivi specifici, ha budget dedicati, predisposti grazie all'attività di fundraising presso partner pubblici e privati, che individuano nel progetto specifico un'opportunità per raggiungere le proprie finalità.

Gli obiettivi del Museo che rendono fondamentale lo sviluppo di alleanze con le realtà industriali sono diversi:

- rinnovare i temi e i contenuti delle esposizioni affinché raccontino anche l'epoca contemporanea e guardino al futuro;
- reperire i fondi per finanziare il processo di trasformazione del Museo;
- utilizzare il Museo come contesto aperto e democratico per creare e accogliere esperienze di dialogo e confronto sui temi scientifici contemporanei, anche controversi, tra scienziati, ricercatori, esperti del mondo industriale, cittadini, media, accademici.

La novità rispetto al passato di questo Museo e ad altre istituzioni analoghe che attraversano una fase di rinnovamento consiste nel rendere sistematica, quasi un vero e proprio modello, la modalità di relazione, oggi definita partnership. Infatti per la realizzazione delle esposizioni tematiche, si richiede ai partner, oltre all'indispensabile sostegno economico-finanziario, una partecipazione attiva dei propri esperti aziendali in diverse fasi del percorso progettuale: nella fase di ideazione, l'esplorazione dei temi generali e degli aspetti cruciali del settore industriale; nella fase di sviluppo, l'approfondimento dei contenuti tecnico-scientifici, dello stato della ricerca e dei percorsi di innovazione, lo studio del contesto storico e dell'identità aziendale.

Il confronto scientifico è sempre guidato dai curatori dei Dipartimenti tematici del Museo

Le attività sono costituite da:

- interviste a figure strategiche, a specialisti del know-how e della storia aziendale, ai ricercatori per la descrizione degli scenari futuri;
- visite agli impianti produttivi, agli archivi, ai laboratori di ricerca.

Questa modalità di lavoro è caratterizzata dall'interazione delle conoscenze e dall'integrazione tra l'anima tecnico-specialistica delle aziende e l'anima culturale e educativa del Museo.

Fattori chiave per il successo di una relazione di partnership tra Museo e impresa sono:

- rispetto reciproco dei ruoli e delle competenze di ciascun partner;
- autorevolezza e capacità del Museo di detenere il controllo del progetto ed effettuare le scelte scientifiche in autonomia durante tutte le fasi;
- capacità dell'azienda di supportare la partnership attraverso il coinvolgimento di diverse figure che aderiscano al progetto con entusiasmo e dedichino tempo e attenzione con la consapevolezza che il loro investimento va a vantaggio della collettività.

## **Valori e obiettivi**

Le partnership tra le imprese e il Museo sono alleanze potenti tra persone motivate che scelgono di lavorare insieme per soddisfare i bisogni della comunità. Si tratta di un processo sociale, politico ed estetico in quanto comprensione e fiducia sono aumentati dall'entusiasmo di soddisfarli insieme.

Costruire supporto per la cultura dal mondo delle imprese gioca un ruolo ampio per l'innovazione culturale, sociale e commerciale. Il processo di sviluppo di partnership non è solo un modo per reperire fondi per i musei ma ricopre un ruolo vitale di adattamento perché apre nuovi canali di comunicazione, connessioni, riflessioni e critiche attraverso i confini convenzionali del potere, dell'expertise industriale, della cultura, dell'economia.

Oggi il processo del chiedere e del dare tra organizzazioni culturali e aziende si sviluppa in un quadro filantropico di condivisione di valori (premessa concettuale) e di obiettivi (parte sostanziale). Questa motivazione iniziale può crescere e trasformarsi in una comprensione dei benefici reciproci. I musei, sotto la spinta di alcune professionalità e funzioni dell'organizzazione, devono svelare e rendere evidenti questi valori, obiettivi, progetti, predisponendo azioni, spesso sottili, frequentemente intangibili, non immediatamente misurabili che avvicinano l'organizzazione ai potenziali partner e sostenitori.

Il nuovo modo di pensare le partnership non riguarda soltanto trovare nuove opportunità e benefit di marketing da offrire, né un modo opportunistico per responsabilizzare il settore privato, quanto uno sforzo per sviluppare mutua comprensione fra la cultura, il business e la società e una più profonda auto comprensione in ciascuno di questi mondi, che apparentemente hanno regole, dinamiche e linguaggi molto distanti. Lo scambio avviene in termini di ispirazione, apprendimento e collaborazione. I benefici economici sono indiretti ma ugualmente reali.

I vantaggi potenziali per le aziende che possono derivare dalle partnership con il Museo sono:

- ottenere ritorni di immagine, visibilità e notorietà della marca, costruire reputazione
- esprimere valori e dare concretezza ai programmi di responsabilità sociale ed etica
- dialogare con il territorio e le comunità di riferimento e costruire cittadinanza aziendale
- raggiungere target specifici
- migliorare la percezione dei consumatori e degli stakeholder
- trovare nuovi approcci per la comunicazione di prodotto ed expertise
- migliorare il clima aziendale e coinvolgere dipendenti e famiglie
- creare eventi speciali per clienti chiave.

## **Prove di partnership**

La prossima sfida per il Museo riguarda la costruzione di relazioni e impegni di lungo termine.

In questa direzione, la partnership tra il Museo e Mitsubishi Electric è un esempio di collaborazione crescente in intensità, varietà e innovatività della tipologia di attività e valore degli investimenti. Nel 2005 la Divisione Factory Automation ha supportato lo sviluppo della sezione Robotica attraverso un contributo economico e la realizzazione di applicazioni di robot industriali ad alto contenuto tecnologico in attività generalmente dominio dei ragazzi (montaggio di forme elementari, giochi di costruzione, ecc). Il visitatore può interagire con i robot attraverso dei comandi e delle istruzioni che consentono ai robot di eseguire il compito prefissato. Il risultato è stato reso possibile dalla cooperazione delle due "anime" diverse tra loro: quella tecnica-specialistica degli esperti

aziendali e quella metodologica e creativa dello staff educativo del Museo. Il tutto impreziosito dall'elevato coinvolgimento del personale durante le fasi di ideazione e di sviluppo.

Nel 2008 è stato realizzato un trittico di incontri dedicati alla robotica nel programma "Fatti un'opinione", per introdurre e descrivere le tecnologie attualmente applicate nei vari campi della robotica, scoprire la loro utilità sociale nella vita di tutti i giorni e indagare le implicazioni e gli scenari futuri. I temi specifici riguardavano la capacità dei robot di esplorare ambienti estremi, il ruolo dei robot in casa, in ospedale e sul lavoro e l'integrazione tra uomo e macchina.

Nel 2009 la condivisione di progetti del Museo è stata estesa alla Divisione Fotovoltaico per realizzare una conferenza internazionale dedicata ai cambiamenti climatici per distinguere tra fatti ed effetti, dati e interpretazioni, conclusioni scientifiche e posizioni etiche, cambiamenti e catastrofi, strategie globali e azioni locali. Attualmente sono allo studio progetti educativi sul tema delle energie rinnovabili.