



Museo  
Archeologico  
Nazionale di  
Reggio Calabria



Museo Archeologico  
Nazionale di Reggio Calabria

# Piano Strategico 2026 — 2028

Per un museo connesso,  
accessibile e internazionale

**Strategic Plan  
2026 — 2028**

For a connected, accessible  
and international museum

Piano Strategico  
2026 — 2028

Museo Archeologico  
Nazionale di Reggio Calabria

Piazza De Nava, 26  
Reggio Calabria (RC)

+39 0965 61 39 88 (Uffici)

+39 0965 61 76 12

+39 06 399 676 00 (Call center)

[museoarcheologicoreggiocalabria.cultura.gov.it](http://museoarcheologicoreggiocalabria.cultura.gov.it)

Segui il Museo



Museo  
Archeologico  
Nazionale di  
Reggio Calabria

Museo Archeologico  
Nazionale di Reggio Calabria

# Piano Strategico 2026 — 2028

Per un museo connesso,  
accessibile e internazionale

**Strategic Plan  
2026 – 2028**

For a connected, accessible  
and international museum



Museo  
Archeologico  
Nazionale di  
Reggio Calabria



## Prefazione *Massimo Osanna*

Direttore Generale Musei del MiC

Il Piano Strategico del Museo Archeologico Nazionale di Reggio Calabria rappresenta un tassello fondamentale nel percorso di crescita e di consolidamento istituzionale del Museo, che si configura oggi come uno dei presidi più significativi della cultura e dell'identità del Mezzogiorno.

Nel contesto di un Sistema Museale Nazionale sempre più orientato alla cooperazione, alla sostenibilità e all'inclusione, il MArRC individua nella chiarezza della governance e nella capacità di programmare in modo integrato le proprie attività le condizioni necessarie per una gestione efficace e trasparente. Un museo ben governato è infatti un museo che sa valorizzare le proprie competenze interne, favorire la collaborazione e il partenariato con i diversi attori istituzionali e territoriali, e garantire continuità alle politiche di tutela, ricerca e valorizzazione.

Allo stesso tempo, la pianificazione strategica consente di mettere al centro le persone, rendendo il museo più aperto, accogliente e accessibile a tutti i pubblici, grazie alla sua capacità di programmare, differenziare e promuovere la propria offerta.

Il MArRC, con l'importanza del suo patrimonio e con la responsabilità del ruolo che riveste, è chiamato a essere laboratorio di innovazione, luogo di dialogo tra ricerca e società, e motore di sviluppo per la Calabria e per il Paese. Questo Piano è un atto di visione e di responsabilità: uno strumento per progettare il futuro con coerenza, consapevolezza e apertura, nel solco dei principi che orientano l'azione della Direzione generale Musei e dell'intero Ministero della Cultura.

## Preface *Massimo Osanna*

Director-General of Museums of MiC

The Strategic Plan of the National Archaeological Museum of Reggio Calabria, a top-tier cultural and identity hub of southern Italy, is a key milestone in the Museum's growth and organisational capacity building.

The MArRC acknowledges that coherent governance and integrated planning are prerequisites for effective, transparent management, within an increasingly cooperative, sustainable and inclusive National Museum System. To achieve effective governance, museums must leverage their in-house strengths, encourage collaboration and partnerships with various institutional and local stakeholders, and ensure continuity in their protection, research, and promotion policies.

Strategic planning for a museum is also about putting people at the centre and fostering a more open, welcoming and accessible approach towards all kinds of audiences, through effective planning, differentiation and promoting its offering.

By building on the importance of its collections and embracing its responsibilities, the MArRC can become a hub of innovation and foster closer interaction between research and society and drive development in Calabria and beyond. This Plan provides a consistent, conscious and future-oriented approach, in line with the guiding principles of the Directorate-General for Museums and the Ministry of Culture as a whole.

# 1 —

## Presentazione *Presentation*

**8**  
Introduzione  
*Fabrizio Sudano*  
Introduction  
*Fabrizio Sudano*

**12**  
Premessa  
*Ludovico Solima*  
Foreword  
*Ludovico Solima*

# 2 —

## Il MArRC oggi *The MArRC today*

**24**  
Il biennio  
2024–2025  
2024-2025 period

**46**  
Contesto  
di riferimento  
Background context

**56**  
Edificio,  
collezioni, spazi  
Building, collections,  
premises

**78**  
Attività  
Activities

**90**  
Capitale Umano  
Human capital

**96**  
Governance  
Governance

**102**  
Regolamentazione  
interna  
Internal Regulations

# 3 —

## Valori *Our values*

**117**  
Accessibilità  
Accessibility

**118**  
Qualità  
Quality

**121**  
Vitalità  
Vibrancy

**122**  
Ricerca  
Research

**124**  
Sostenibilità  
Sustainability

**127**  
Trasparenza  
Transparency

# 4 —

## Premesse strategiche *Strategic pillars*

**132**  
Identità  
Identity

**135**  
Mission  
Mission

**136**  
Vision  
Vision

# 5 —

## Principali ambiti di intervento *Key areas of intervention*

**142**  
Esiti delle analisi  
e fabbisogni strategici  
Analysis results and  
strategic requirements

**153**  
Ambiti d'intervento  
Areas of intervention

# Indice *Contents*

# 6 —

## Obiettivi strategici e operativi *Strategic objectives and operational goals*

**162**  
Migliorare la  
comunicazione,  
interna ed esterna  
Improving in-house  
and external  
communication

**163**  
Valorizzare le  
competenze interne  
Enhancing in-house  
skills

**166**  
Ottimizzare la  
dotazione strutturale  
e infrastrutturale  
Optimising structural  
and infrastructural  
resources

**168**  
Progredire nel restauro,  
catalogazione  
e digitalizzazione  
delle collezioni  
Advancing the restoration,  
cataloguing  
and digitisation  
of the collections

**170**  
Ampliare le attività di  
ricerca e formazione  
Expanding research  
and training activities

**171**  
Incrementare la qualità  
dell'offerta e il livello  
di accessibilità  
Improving the quality  
of the Museum offering  
and accessibility

**175**  
Potenziare l'attrattività  
e la dimensione  
internazionale  
Enhancing  
attractiveness and  
the international  
dimension

**178**  
Produrre mostre  
temporanee ed eventi  
culturali  
Producing temporary  
exhibitions and  
cultural events

**181**  
Attivare nuove  
partnership, strategiche  
e operative  
Activating  
new strategic  
and operational  
partnerships

**183**  
Accrescere  
la capacità di  
autofinanziamento  
e la sostenibilità  
Increase  
self-financing  
and sustainability  
e la sostenibilità

# 7 —

## Risorse *Financial resources*

**188**  
Trasferimenti  
ordinari e straordinari  
Ordinary  
and extraordinary  
grant funds

**192**  
Altre fonti  
di finanziamento  
Other sources  
of funding

# 8 —

## Monitoraggio e valutazione *Monitoring and evaluation*

**202**  
Osservare  
per governare  
Evidence-based  
governance

**210**  
Comitato  
di pilotaggio  
e responsabilità  
Steering Committee  
and accountability

**212**  
KPI per gli obiettivi  
strategici  
Strategic KPIs

**218**  
Cronoprogramma  
Timetable

# 1

# 2

---

## Presentazione

- 1.1 **Introduzione**  
*Fabrizio Sudano*  
Le ragioni di un Piano Strategico  
Ringraziamenti
- 1.2 **Premessa**  
*Ludovico Solima*  
Obiettivi del Piano Strategico  
Modalità di costruzione  
del Piano Strategico

---

## Presentation

- 1.1 **Introduction**  
*Fabrizio Sudano*  
Rationale for a Strategic Plan  
Acknowledgements
- 1.2 **Foreword**  
*Ludovico Solima*  
Strategic Planning Objectives  
Overview of the Strategic Plan  
development

## Introduzione

### *Fabrizio Sudano*

Direttore del MArRC

#### 1.1

##### **Le ragioni di un Piano Strategico**

A due anni dall'insediamento della nuova Direzione e dopo otto anni della precedente prima gestione come istituto dotato di autonomia speciale, si è sentita forte l'esigenza di dotare il MArRC di uno strumento di programmazione a medio termine per evitare di incorrere in scelte affrettate o in attività estemporanee e, quindi, per agire all'esito di strategie debitamente calcolate e frutto di decisioni ponderate. Un'esigenza non solo della Direzione ma, consapevolmente, di tutti i funzionari e assistenti del Museo, a pieno titolo coinvolti nei processi decisionali.

Se il primo anno della nuova Direzione (2024) è servito essenzialmente come fase di studio di una realtà forse a tratti inespressa o poco valorizzata, il secondo anno (2025) ha posto le basi per quello che sarà illustrato nelle pagine che seguono.

La redazione del Piano Strategico (PS) per il MArRC risponde all'esigenza di dotare l'istituzione di uno strumento organico e condiviso di pianificazione a medio termine, capace di orientare le sue scelte in modo consapevole, coerente e sistemico. Tale esigenza emerge in un momento cruciale della vita del Museo, caratterizzato da una rinnovata direzione, da una crescente attenzione pubblica e istituzionale nei confronti della valorizzazione del patrimonio culturale e da una domanda sociale di cultura sempre più articolata, trasversale e accessibile.

Il Piano risponde, in primo luogo, alla necessità di integrare in un'unica visione strategica le diverse progettualità in corso, evitando frammentazioni e discontinuità, costruendo dunque una traiettoria condivisa di sviluppo per l'intero istituto.

## Introduction

### *Fabrizio Sudano*

Director of MArRC

##### **Rationale for a Strategic Plan**

After two years from the new management taking charge of the Museum, and eight years on from being granted autonomous governance status, a strong need was felt to provide MArRC with a medium-term planning tool conducive to developing well-thought-out strategies, based on informed decisions, instead of carrying out hasty, impromptu actions. This need was felt not only by the management of the Museum, but also, consciously, by its officers and assistants, all fully involved in the decision-making process.

The new management spent its first year (2024) looking into the museum's unexpressed or undervalued potential, and the second year (2025) laying the foundations of the project illustrated in the following pages.

The underlying rationale of the Strategic Plan (SP) for the MArRC is the development of a medium-term comprehensive shared planning tool for guiding decision-making in an informed, consistent and systematic manner. This comes at a crucial time in the history of the Museum, characterised by a new management, growing public and institutional attention towards leveraging the cultural heritage, and an increasingly varied, cross-cutting and accessible social demand for culture.

The SP responds, first and foremost, to the need to integrate the various projects currently underway into a single overarching vision, to avoid fragmentation and discontinuity and work towards building a shared way forward for the museum.

Secondly, the Plan can be implemented as an essential tool for strengthening the specific identity of the MArRC within the broader na-



In secondo luogo, esso costituisce uno strumento essenziale per rafforzare l'identità del MArRC all'interno del sistema museale nazionale e internazionale, consolidandone il ruolo di polo di riferimento per la Magna Grecia, nonché di piattaforma di dialogo interculturale nel Mediterraneo.

Va anche considerato che il contesto attuale richiede ai musei di operare non solo come luoghi di conservazione, ma anche come attori attivi nello sviluppo territoriale, nella formazione, nella coesione sociale e nella transizione digitale e sostenibile. Il MArRC, con le sue peculiarità e le sue potenzialità, può e deve assumere una leadership culturale in Calabria e nel Sud Italia.

Il Piano, pertanto, si configura come contributo proattivo a sfide complesse quali la digitalizzazione dei beni e dei processi, l'inclusione di pubblici fragili, l'ampliamento della base dei visitatori, il miglioramento dei rapporti con la comunità locale e l'attivazione di reti di partenariato a scala nazionale e internazionale.

Infine, il documento rappresenta anche una risposta strutturata alle sollecitazioni provenienti dal Ministero della Cultura, dal Dipartimento per la Valorizzazione del Patrimonio culturale, dalla Direzione Generale Musei e da altri enti finanziatori, nazionali ed europei, che richiedono oggi maggiore trasparenza, capacità progettuale, accountability e visione prospettica. Esso costituisce dunque la base per una governance più solida, una programmazione più efficace e una maggiore autorevolezza, nonché per una più ampia capacità di attrarre risorse, pubbliche e private, tramite strumenti di co-progettazione, bandi competitivi e azioni di fundraising.

tional and international museum system, consolidating its role as a beacon for the study of Magna Graecia, and a platform for intercultural dialogue and exchange in the Mediterranean region.

Furthermore, it reflects the fact that – in the current climate – museums must increasingly take on an active role in regional development, training, social cohesion, and digital and sustainable transitions, and not just conservation of cultural assets, and the MArRC can and must play a leading cultural role in Calabria and southern Italy, thanks to its unique characteristics and potential.

The SP, therefore, should be viewed as a proactive response to complex challenges, such as digitising assets and processes, including vulnerable audiences, broadening the visitor base, improving relations with the local community, and forging national and international partnership networks.

Last but not least, it provides a structured response to requests from the Ministry of Culture, the Department for the Promotion of Cultural Heritage, the Directorate-General for Museums, and other national and European funding bodies, which now require cultural institutions to implement greater transparency, planning skills, accountability, and forward thinking measures. To this end, it lays the foundation for stronger governance, more efficient planning, enhanced authoritativeness, and the strengthened capacity to attract public and private funding, through collaborative planning tools, competitive calls for proposals and fundraising activities.

### Ringraziamenti

Comunicare pubblicamente una strategia per una pianificazione richiede uno sforzo non indifferente se si considerano le già numerose attività che un museo deve assolvere quotidianamente. Ciononostante, grazie al lavoro di tantissime persone, è stato raggiunto un obiettivo importante per un percorso di graduale crescita.

Si desidera, quindi, esprimere la più profonda gratitudine a tutte le persone e le istituzioni che hanno contribuito alla realizzazione del Piano Strategico 2026–2028 del MArRC.

Il primo ringraziamento, quello più speciale e dovuto, va a tutto il personale del Museo, per la dedizione e la competenza dimostrate in ogni fase del processo, che ha visto coinvolti i singoli uffici in un progetto comune e ben strutturato; in seconda battuta agli organi collegiali del MArRC, il cui contributo è stato fondamentale per garantire una visione condivisa e partecipata.

Si ringrazia inoltre Coopculture per il costante supporto operativo e progettuale, e il Prof. Ludovico Solima per la sua preziosa consulenza scientifica di progettazione del Piano Strategico arricchita da riflessioni strategiche e prospettive innovative.

Un sentito grazie va anche ai partner culturali, alle amministrazioni locali, agli esperti del settore e ai cittadini che, con il confronto e il dialogo quotidiano nonché attraverso l'attività di ascolto che è stata realizzata, hanno stimolato riflessioni utili all'elaborazione del piano.

Infine, riconosco con gratitudine il ruolo dei nostri visitatori, fonte continua di ispirazione, delle loro instancabili guide e delle istituzioni pubbliche e private che sostengono giorno dopo giorno con fiducia e lungimiranza il processo di continuo rinnovamento del MArRC.

### Acknowledgements

Museums carry out a great deal of activities on a daily basis and publicly communicating a planning strategy requires considerable effort, so this significant milestone on the path of gradual development has been achieved thanks to the dedication and commitment of many persons.

We would therefore like to express our deepest gratitude towards every person and institution that have collaborated with us in creating the MArRC Strategic Plan for 2026–2028.

First and foremost, we wish to thank the Museum staff for their dedication and expertise at every step of the way, through the involvement of the single departments in a well-structured joint project. Secondly, we wish to thank the governance boards of the MArRC, whose contribution was fundamental in ensuring a shared and engagement-driven approach.

We also wish to thank CoopCulture for their constant operational and planning support, and Prof. Ludovico Solima for his valuable scientific advice on designing the Strategic Plan, enhanced by his strategic considerations and innovative approach.

We also wish to thank our cultural partners, local governments, experts, and members of the public, whose insights and feedback during the consultation process have helped in shaping the Plan.

Last but not least, we gratefully acknowledge the role of the museum visitors, a constant source of inspiration, and of the tireless guides. We would also like to thank the public and private institutions that day after day support the ongoing process of renovation of the MArRC, with confidence and foresight.

## Premessa

### Ludovico Solima

Università della Campania "Luigi Vanvitelli"

## 1.2

### Obiettivi del Piano Strategico

Il Piano Strategico 2026–2028 del MArRC si configura come uno strumento organico di indirizzo, coordinamento e integrazione delle politiche culturali, organizzative e gestionali del Museo nel medio periodo. Il Piano si pone infatti l'obiettivo di definire una visione strategica condivisa per il prossimo triennio, individuando priorità, obiettivi e azioni concrete in grado di valorizzare le grandi potenzialità del MArRC e di rispondere alle sollecitazioni provenienti da un contesto sempre più turbolento e imprevedibile. Anche per tale motivo, il Piano è stato concepito per essere uno strumento dinamico, soggetto a monitoraggio e revisione periodica, capace dunque di adattarsi ai mutamenti del contesto interno ed esterno.

In una prospettiva strategica di medio-lungo periodo, il Piano definisce un insieme articolato di obiettivi tra loro integrati, finalizzati a consolidare il posizionamento del Museo come hub culturale del Mediterraneo; a promuovere in modo strutturale l'accessibilità e l'inclusività; a rafforzare i legami con il territorio e con i pubblici di prossimità, locali e regionali; a sviluppare un'offerta culturale innovativa e partecipativa; ad attrarre nuove risorse economiche, progettuali e professionali.

Più in particolare, con riferimento al primo obiettivo, il Piano intende rafforzare il posizionamento del MArRC come istituzione di riferimento per la storia e l'archeologia della Magna Grecia, al fine di affermare un'identità museale sempre più riconoscibile, coerente e comunicabile a livello locale, nazionale e internazionale. In questa prospettiva, il Piano agisce come strumento di definizione e rafforzamento dell'identità strategica del Museo, nonché di consolidamento del suo ruolo all'interno del sistema museale del Mezzogiorno e del Mediterraneo.

## Foreword

### Ludovico Solima

University of Campania "Luigi Vanvitelli"

### Strategic Planning Objectives

The 2026–2028 Strategic Plan of the MArRC is designed as a comprehensive tool for guiding, coordinating and integrating the cultural, organisational and management policies adopted by the Museum in the medium term. The Plan aims to establish a shared strategic vision over the next three years, by identifying the priorities, objectives, and practical steps that can enhance the MArRC's potential and address the demands of an increasingly turbulent and unpredictable environment. To this end, the Plan has been designed as a dynamic tool, which will be periodically monitored and reviewed to adapt it to change in the internal and external environment.

The Plan sets out a comprehensive set of integrated medium- to long-term objectives, aimed at consolidating the Museum's position as a cultural hub in the Mediterranean region, by promoting accessibility and inclusivity in a structural way, strengthening its ties with the local and regional communities, developing innovative, engagement-driven cultural initiatives, and attracting new economic, planning and professional resources.

More specifically, regarding the first objective, the Plan aims to strengthen the MArRC's position as a reference point for the history and archaeology of Magna Graecia, establishing for itself a recognisable, coherent and communicable identity locally, nationally and internationally. The Plan will assist in defining and strengthening this strategic identity and consolidating the Museum's role within the broader museum system of southern Italy and the Mediterranean.

Un secondo obiettivo centrale riguarda il miglioramento strutturale della relazione del MArRC con i pubblici e con il territorio. Il Piano mira infatti a rafforzare il legame del Museo con la comunità locale e regionale, con particolare attenzione ai pubblici di prossimità, alle scuole e alle nuove generazioni, promuovendo una fruizione più continuativa, consapevole e partecipata. Parallelamente, esso punta a intercettare e fidelizzare flussi turistici nazionali e internazionali, contribuendo alla costruzione di un'offerta culturale integrata e di qualità.

Il Piano si pone inoltre l'obiettivo di elevare la qualità complessiva dell'offerta museale, intervenendo in modo coordinato su accessibilità fisica, cognitiva e digitale, sulla cura degli spazi, sulla programmazione culturale e sui servizi al pubblico. In questo senso, l'attenzione alla tutela, alla conservazione, alla catalogazione e alla digitalizzazione delle collezioni è concepita non come ambito separato, ma come presupposto strategico per una valorizzazione sostenibile e duratura.

Un ulteriore obiettivo riguarda il rafforzamento della capacità organizzativa e gestionale del Museo. Il Piano intende valorizzare le competenze interne, migliorare il clima organizzativo, rendere più efficienti i processi decisionali e operativi e favorire una maggiore integrazione tra le diverse aree funzionali. Al tempo stesso, esso mira ad accrescere la capacità del MArRC di attrarre risorse finanziarie e progettuali, attraverso politiche strutturate di partenariato, fundraising e partecipazione a programmi nazionali ed europei.

Infine, il Piano assume una funzione di strumento dinamico di governo del MArRC, orientato al monitoraggio e alla valutazione dei risultati. Gli obiettivi strategici che il Museo ha individuato sono stati infatti concepiti come verificabili nel tempo, attraverso indicatori e mo-

A second key objective is to improve the structural relationship between the MArRC and the local and regional communities and target audiences, especially schools and the younger demographics, to encourage more consistent and informed participation and engagement. At the same time, it aims to attract and foster loyalty among Italian and international visitors, contributing to the creation of an integrated, high-quality cultural offering.

Furthermore, the Plan aims to enhance the overall quality of the museum experience, through coordinated actions for reducing physical, sensory and cognitive barriers, and increasing digitisation, as well as by focusing on greater care for the premises and improved cultural programming and visitor services. In such a context, the protection, conservation, cataloguing and digitisation of the collections is not seen as a separate area, but as a strategic precondition for sustainable and lasting improvement and enhancement.

Yet another objective is to strengthen the governance and organisational performance of the Museum, by leveraging the skills of its staff, improving the work climate, streamlining decision-making and operational processes, and fostering greater integration between the functional areas. At the same time, it seeks to enhance the MArRC's ability to secure financial and project resources, by encouraging structured partnership policies, fundraising programmes, and engagement in national and EU initiatives.

Finally, the Plan serves as a dynamic toolkit for monitoring and evaluating results. The strategic goals set by the Museum are measurable over time, on the basis of indicators and periodical reviews, to ensure adaptability to changes in the surrounding context and consistency between its vision, actions and impact.

menti di riesame periodico, in modo da garantire adattabilità alle trasformazioni del contesto e coerenza tra visione, azioni e impatti generati.

#### Modalità di costruzione del Piano Strategico

La costruzione del Piano Strategico è stata concepita come un processo strutturato e partecipato, finalizzato non solo alla redazione di un documento programmatico, ma anche all'attivazione di un percorso di riflessione condivisa sul presente e sul futuro del MARC. Fin dall'avvio dei lavori, insieme alla Direzione del Museo si è inteso infatti superare un'impostazione meramente prescrittiva o topdown, privilegiando piuttosto un approccio fondato sull'ascolto, sul confronto e sulla progressiva integrazione di punti di vista differenti.

Il processo di progettazione del Piano ha preso avvio da un'approfondita fase di analisi conoscitiva, articolata su una duplice dimensione, interna ed esterna. Sul versante interno, l'analisi si è basata sull'esame sistematico della documentazione esistente, dei dati disponibili e dei principali strumenti di programmazione e regolamentazione del Museo. Sul versante esterno, è stata condotta un'analisi strutturata del contesto di riferimento, finalizzata a comprendere il posizionamento del MARC all'interno del sistema museale e culturale, attraverso l'individuazione dei principali stakeholder, dei pubblici di riferimento e dei concorrenti diretti e indiretti, a scala territoriale, nazionale e internazionale.

A tale attività si è affiancata un'analisi comparativa di piani strategici e documenti di indirizzo elaborati da musei e istituzioni culturali di rilevanza internazionale, con l'obiettivo di individuare approcci metodologici, modalità di definizione degli obiettivi e sistemi di monitoraggio coerenti con le più avanzate pratiche in ambito museale.

#### Overview of the Strategic Plan development

The SP has been developed according to a structured process and engagement-driven approach, as a policy document, but also to kickstart a collective review of the MARC as it is now and moving forward. From the outset, and working with the Management, the idea was to forgo a top-down approach in favour of an outreach approach based on listening, discussion and the gradual integration of different viewpoints.

The first step was to carry out an in-depth fact-finding analysis of the interior and exterior dimensions of the museum. Internally, this required the systematic examination of the available records and data, as well as a review of the Museum's main planning and regulatory tools. Externally, it involved an investigation of the surrounding context, to understand the MARC's role within the broader museum and cultural system, identifying the key local, national and international stakeholders, target audiences and direct and indirect competitors.

This was accompanied by a comparative analysis of the strategic plans and policy documents produced by world-class museums and cultural institutions, to identify the best practices regarding the methods, goals and monitoring systems adopted in the museum sector.

All together, these activities have given us a detailed, up-to-date picture of how MARC operates, its ongoing activities and available resources, the main critical issues affecting its structure and organisation, and the opportunities and constraints arising from the external context.

At the same time, interviews and targeted meetings were held with the Museum's department chiefs, and other key figures of its organisation. The purpose of this listening and discussion



Nel loro insieme, queste attività hanno consentito di ricostruire un quadro articolato e aggiornato del funzionamento del MArRC, delle attività in corso, delle risorse disponibili, delle principali criticità strutturali e organizzative nonché delle opportunità e dei vincoli derivanti dal contesto esterno.

Parallelamente, sono stati attivati momenti di ascolto e confronto con le diverse aree interne del Museo, attraverso interviste e incontri mirati con i responsabili di settore e con figure chiave dell'organizzazione. Questo lavoro è stato concepito non solo come fase consultiva, ma come primo livello di un processo di coprogettazione, finalizzato a coinvolgere attivamente il personale nella definizione delle priorità strategiche.

L'attività è stata condotta secondo una prospettiva metodologica esplicita, volta a integrare la dimensione qualitativa dell'ascolto con una lettura strutturata dei processi organizzativi, delle interdipendenze tra funzioni e delle aree di maggiore criticità o potenzialità strategica. I contributi raccolti, grazie alla fattiva e convinta collaborazione del personale del Museo, hanno permesso di far emergere esigenze operative, aspettative, priorità percepite e potenzialità non pienamente espresse, costituendo una base fondamentale e condivisa per la successiva definizione degli obiettivi strategici.

Il percorso ha incluso anche un dialogo con alcuni stakeholder esterni – istituzioni territoriali, soggetti della formazione e della ricerca, operatori culturali – realizzato al fine di raccogliere elementi utili a comprendere il posizionamento del MArRC nel contesto di riferimento e le opportunità di sviluppo in termini di reti, collaborazioni e proiezione territoriale e internazionale.

phase was not just to collect insights from the museum staff, but as the first step in a process aimed at actively engaging staff members in collectively defining the strategic priorities.

The underlying rationale was to integrate the qualitative dimension of listening with a structured understanding of the organisational processes, how the various functions interacted with each other, and the areas with the most critical issues or the greatest potential. Thanks to the supportive and enthusiastic collaboration of the Museum staff, it was ultimately possible to identify the operational needs, expectations, perceived priorities and untapped potential, providing a broad and significant basis for the next step, defining the strategic objectives.

The process included reaching out to the various stakeholders, such as local institutions, training and research bodies, cultural operators, to gather useful information for understanding the broader context to which the MArRC belongs and the opportunities for development, in terms of the regional and international networks and possible partnerships.

This methodological and comparative approach is reflected in the structure of the SP. The introduction, which illustrates the reasons for and objectives of the Plan, is followed by an analysis of the current situation of the Museum, which includes an in-depth section on the 2024–2025 period and a summary of the initial activities by the new Management.

The analysis contains a comprehensive summary of the actions undertaken, the results achieved and the critical issues that emerged, as the basis for defining the Plan's vision, values and strategic areas of intervention. These have



La struttura del documento riflette direttamente questa impostazione metodologica e comparativa. Dopo una sezione introduttiva che esplicita le ragioni e gli obiettivi del Piano, il testo si articola in una parte analitica dedicata alla situazione attuale del Museo, che include un approfondimento sul biennio 2024–2025, il quale restituisce una breve ma accurata sintesi delle prime attività svolte dall'attuale Direzione durante la fase di avvio del nuovo corso gestionale e organizzativo.

Tale analisi consente di leggere in chiave sistemica le azioni intraprese, i risultati conseguiti e le criticità emerse, ponendole a fondamento della successiva definizione della visione, dei valori e degli ambiti strategici di intervento. A partire da questi, vengono quindi declinati obiettivi strategici, obiettivi operativi e azioni, secondo una logica di progressiva specificazione che consente di tradurre la visione e gli indirizzi di medio periodo in scelte concrete, verificabili e attuabili.

Tale articolazione permette di mantenere una chiara coerenza verticale tra analisi, visione e interventi operativi, esplicitando per ciascuna linea di azione le attività da porre in essere, i tempi di realizzazione e gli strumenti di monitoraggio e valutazione, così da garantire trasparenza, accountability e capacità di adattamento nel corso dell'attuazione del Piano.

Il Piano Strategico è stato infatti concepito non come un documento statico, ma come un quadro di riferimento operativo e condiviso, destinato a orientare le scelte della Direzione del MArRC nel triennio di riferimento, in modo da costituire al tempo stesso una base comune per il dialogo interno, la rendicontazione verso l'esterno e la valutazione degli esiti delle politiche intraprese.

then been taken as the foundations for the strategic objectives, operational goals and actions, according to a progressive specification approach that translates the vision and medium-term guidelines into concrete decisions, which can then be implemented and measured.

This structure allows for clear vertical consistency between analysis, vision and operational actions, indicating the activities required for each line of action, the timeline for implementation, and the monitoring and evaluation tools, to ensure transparency, accountability and adaptability during the implementation of the Plan.

The SP is not set in stone. It has been imagined as a shared operational framework for guiding the decision-making process of the MArRC Management over a three-year period, setting out common foundations for internal dialogue, external reporting and evaluation of the policy results.

We should therefore acknowledge the foresight of the Director of the Museum, in deciding to adopt a medium-term planning toolkit, which can be used in a structured, continuous manner over the next three years, introducing management practices that are not yet as widely used as they should be in Italian museums, although they are gradually spreading more and more. Moreover, this decision is accompanied by the desire – which cannot be taken for granted – to clearly and logically illustrate his vision of how a museum should operate and his strategic guidelines for the future, taking it upon himself to formulate the objectives, priorities and criteria for action.

Thanks to this SP, the MArRC can therefore become an increasingly transparent and authoritative institution, open to dialogue and to listening, innovation and change.

Al Direttore del Museo va dunque riconosciuta la decisione consapevole di dotarsi di uno strumento di programmazione pluriennale, a cui riferirsi in modo strutturato e continuativo nel prossimo triennio, adottando una pratica manageriale che, pur affermandosi progressivamente, risulta ancora troppo poco diffusa nel sistema dei musei italiani. A tale scelta si accompagna la volontà – non scontata – di esplicitare in modo chiaro e argomentato la propria visione di museo e gli indirizzi strategici per il futuro, assumendosi la responsabilità di mettere “nero su bianco” obiettivi, priorità e criteri di azione.

In questa prospettiva, il Piano Strategico contribuisce a rendere il MArRC un’istituzione sempre più trasparente, autorevole e aperta al confronto, ponendo le basi per costruire un’organizzazione orientata all’ascolto, all’innovazione e al cambiamento.



Il Museo è  
*The Museum is*

# laboratorio di innovazione

*innovation lab*

# 1 2 3

## Il MArRC oggi

- 2.1 **Il biennio 2024-2025**
  - La riorganizzazione
  - Principali attività realizzate
  - Chi visita il MArRC: affluenza, ricavi e profilazione del pubblico
  - Dinamiche di crescita tra continuità e innovazione
- 2.2 **Contesto di riferimento**
  - Principali stakeholder
  - Principali concorrenti
- 2.3 **Edificio, collezioni, spazi**
  - Cenni storici
  - Palazzo Piacentini
  - Allestimento e percorso museale
  - Altri spazi
- 2.4 **Attività**
- 2.5 **Capitale Umano**
- 2.6 **Governance**
  - Consiglio di Amministrazione
  - Comitato Scientifico
  - Collegio dei Revisori
- 2.7 **Regolamentazione interna**
  - Statuto
  - Carta dei Servizi
  - Regolamento di accesso e visita al Museo
  - Regolamento per l'adozione dei Criteri Ambientali Minimi (CAM)
  - Regolamento per il prestito di beni culturali per mostre ed esposizioni
  - Regolamento per la concessione in uso temporaneo di spazi del Museo e uso delle riproduzioni di beni culturali
  - Regolamento per l'esercizio di prestazioni professionali del personale dipendente del Museo in conto terzi
  - Regolamento della Biblioteca
  - Piano di Sicurezza

## The MArRC today

- 2.1 **2024-2025 period**
  - Reorganisation
  - Principal achievements
  - MArRC visitorship: attendance, revenue and audience profiling
  - Growth dynamics, between continuity and innovation
- 2.2 **Background context**
  - Key stakeholders
  - Main competitors
- 2.3 **Building, collections, premises**
  - Historical overview
  - Palazzo Piacentini
  - Layout and exhibition route
  - Other facilities
- 2.4 **Activities**
- 2.5 **Human capital**
- 2.6 **Governance**
  - Board of Directors
  - Scientific Committee
  - Board of Auditors
- 2.7 **Internal Regulations**
  - Bylaws
  - Service Charter
  - Museum visitor regulation
  - Regulation for the adoption of Minimum Environmental Criteria (CAM)
  - Regulation for exhibition loans
  - Regulations for the temporary use of museum premises and reproductions of cultural assets
  - Regulation for the provision of professional services by Museum staff to contractors
  - Library Regulation
  - Security Plan

## Il biennio 2024-2025

### 2.1

Nel biennio 2024-2025 il lavoro del MARRC è stato indirizzato verso una presa di coscienza e di consapevolezza delle forze interne per una maggiore apertura, visibilità e presenza all'esterno.

#### La riorganizzazione

Dopo una prima fase di studio e conoscenza e di una serie di riunioni con tutto il personale, nel mese di aprile del 2024 è stata varata una riorganizzazione totale della struttura e del personale, che ha portato a definire con chiarezza ambiti di intervento e compiti dei singoli funzionari e assistenti, attraverso un organigramma impostato con Macro-Settori (Affari Generali, Amministrativo, Tutela, Valorizzazione, Tecnico, Accoglienza/Vigilanza) e relativi Uffici.

Questa operazione ha consentito di sistematizzare settori e persone, tramite il bilanciamento dei carichi di lavoro, la standardizzazione e la digitalizzazione delle procedure e la semplificazione e velocizzazione dell'azione amministrativa, in modo da renderla sempre più efficiente, efficace ed economica. Nel corso del 2024 e con progressiva implementazione nel 2025, il piano di riorganizzazione è sempre più andato a regime, con una compiuta distribuzione delle competenze e una netta articolazione delle responsabilità per i singoli procedimenti. È stata inoltre verificata positivamente l'importanza della creazione di nuovi uffici, tra cui lo Staff di Direzione quale organo decisionale allargato; l'Ufficio Valorizzazione (non presente nella precedente organizzazione e utile per la divisione dei compiti con l'Ufficio Tecnico e l'Ufficio Collezioni nell'ambito di mostre ed eventi) e il Laboratorio Tecnologie Innovative per la Progettazione e gli Allestimenti (TIPALL) che ha dato nuovo impulso all'innovazione digitale.

## 2024-2025 period

In 2024 and 2025, the MARRC has been committed to raising awareness of its in-house strengths, to achieving greater openness, visibility and external relevance.

#### Reorganisation

In April 2024, after an initial period of study and familiarisation, and a series of meetings with the Museum staff, the new Management launched a comprehensive reorganisation programme, of both the governance and staff, which has resulted in a clear definition of the operational areas and the roles and responsibilities of the individual officers and assistants, according to an organisational chart based on the following macro-sectors: General Affairs, Administration, Preservation, Enhancement & Promotion, Technical Affairs, Reception/Security, and related Offices.

This enabled the systematisation of the Museum departments and staff by balancing workloads, standardising and digitising procedures, while also streamlining and speeding up administrative actions to improve efficiency and general and cost-effectiveness. The Museum reorganisation plan was gradually implemented during 2024, and especially in 2025, with the allocation of competences and a clear distribution of responsibilities for the single procedures. The importance of creating new offices was also positively corroborated, including the Management Staff Office, as an enlarged decision-making body; the Enhancement & Promotion Office, which was not part of the previous organisation and useful for sharing its tasks with the Technical Office and the Collections Office, with regard to exhibitions and events, and the Innovative Technologies for Design and Exhibition Laboratory (TIPALL), for boosting digital innovation.



Nel medesimo periodo è stata inoltre riaperta al pubblico la Biblioteca, dopo anni di chiusura, grazie anche a un accordo con la Soprintendenza Archeologia Belle Arti e Paesaggio di Reggio Calabria e Vibo Valentia che detiene la maggior parte del patrimonio librario.

Nei rapporti con l'esterno, nel corso degli ultimi due anni il MArRC ha rafforzato la sua presenza in tutti i campi. Sono stati consolidati alcuni accordi di valorizzazione esistenti con istituzioni e associazioni e ne sono stati stipulati molti altri, per un totale di circa 180 atti in due anni che hanno prodotto circa 110 accordi. Tra i soggetti coinvolti, una ventina di istituti scolastici, quasi una decina di istituti universitari, numerose associazioni culturali e diversi enti e istituzioni. Ciò ha consentito, da una parte, una presenza assidua e costante delle associazioni culturali, che hanno potuto calendarizzare un intero anno di attività da svolgere all'interno degli spazi museali; dall'altra, ha permesso di sviluppare progetti di didattica, progetti scientifici di restauro e conservazione e progetti di valorizzazione.

È sensibilmente aumentata anche la visibilità generale del Museo – grazie al re-branding, alla nuova immagine coordinata e al nuovo sito internet, presentati a luglio 2025 – e, in particolare, quella mediatica, grazie alla collaborazione con un'importante agenzia di comunicazione esterna che ha fornito contatti, opportunità e soluzioni mai adottate prima, per migliorare il posizionamento in ambito nazionale e internazionale, su carta stampata, social network, TV e radio.

#### **Principali attività realizzate**

Ma tra il 2024 e il 2025 sono state intraprese altre attività fondamentali per la programmazione di importanti cambiamenti previsti negli anni a seguire.

During this period, the Library also reopened to the public, after years of being closed, thanks in part to an arrangement with the Superintendency of Archaeology, Fine Arts and Landscape Heritage of Reggio Calabria and Vibo Valentia, which holds most of the library's collection.

In terms of its external relations, the MArRC has strengthened its engagement in all fields over the last two years. Several of the existing agreements with institutions and organisations have been consolidated and many others have been concluded, totalling around 180 actions in two years, resulting in around 110 agreements. The parties involved include about twenty schools, almost a dozen universities, numerous cultural organisations and various other entities and institutions. This has determined a regular and consistent interaction with cultural organisations, resulting in the scheduling of activities for an entire year on the museum premises, besides educational, restoration and conservation, and knowledge transfer and promotion projects.

The overall visibility of the Museum too has significantly increased, thanks to re-branding, a new coordinated image and a new website, launched in July 2025, and especially its media visibility, thanks to the partnership with a leading external communications agency, which has provided contacts, opportunities and solutions never before adopted to improve the Museum's local-to-global reach in print media, social networks, TV and radio.

#### **Principal achievements**

Between 2024 and 2025, other key activities were carried out in preparation for the significant changes anticipated in the years ahead, such as a new study campaign on the Riace and Porticello Bronzes, called the "2024 Bronzes Check-up" project, carried out between April and September to monitor the condition

A partire da una nuova campagna di studi sui Bronzi di Riace e Porticello, denominata "Check Up Bronzi 2024", tra il mese di aprile e quello di settembre, con la quale è stato effettuato un monitoraggio sullo stato di salute dei quattro capolavori. Un progetto di tutela e conservazione preventiva in esito a un accordo interistituzionale stipulato con l'Istituto Centrale del Restauro (ICR) del Ministero della Cultura e l'Università di Genova (UNIGE). È stata effettuata una serie di indagini autoptiche, strumentali e diagnostiche non distruttive sia sulle superfici esterne che su quelle interne, con l'uso di microscopi ottici ed endoscopici digitali, oltre a una campagna fotografica ad altissima risoluzione e ad alcuni test di scansione tridimensionale. In particolare, il gruppo di ricerca dell'UNIGE ha eseguito analisi non distruttive con l'obiettivo di individuare la natura delle patine e di eventuali processi di degrado in atto. Gli esiti di queste analisi permetteranno di pianificare tutte le azioni di prevenzione dei fenomeni di degrado e di attuare eventuali interventi di manutenzione necessari per migliorare la conservazione e indirizzare al meglio le future scelte espositive.

Non meno importante è stata la consegna da parte del Demanio di tutto l'edificio per uso governativo e la conseguente regolarizzazione catastale, che ha gettato le basi per poter finalmente procedere all'affidamento in gestione esterna del Roof Garden come servizio di ristoro, grazie anche alla proposta progettuale di adeguamento impiantistico e funzionale dello stesso spazio che è stata accettata e finanziata con la Legge n. 190/2014. Sempre a proposito di spazi, si segnala l'accordo con il Comune di Reggio Calabria per la co-gestione della rinnovata Piazza De Nava, inaugurata a dicembre 2024, con l'attività del Museo – che riguarda la manutenzione del verde e la possibilità di organizzare eventi – iniziata nel corso del 2025 e destinata a proseguire. Con lo stesso interlocutore è stato inoltre chiesto e ottenuto un locale proveniente dai beni confiscati alla criminalità

of the four masterpieces. This preventive conservation and protection project resulted from an inter-institutional agreement between the Central Institute for Restoration and Conservation (ICR) of the Ministry of Culture and the University of Genoa (UNIGE). Visual examinations and instrumental and non-destructive diagnostic investigations were carried out on the external and internal surfaces using optical and digital endoscopic microscopes. A high-resolution photographic campaign was also conducted, along with three-dimensional scanning tests. In particular, the UNIGE research group conducted non-destructive tests to identify the nature of the patinas and any ongoing degradation processes. The test results will be useful for planning the degradation prevention measures and necessary maintenance work, to improve conservation and inform future exhibition decisions.

Equally important was the handing over of the entire building by the State Property Office, for government use, followed by its recording in the property register. This was necessary for going ahead with the outsourcing of the catering services for the new Roof Garden, also in relation to the proposed renovation and upgrading project (approved and financed in accordance with Law No. 190/2014). Also with regard to the Museum premises, we should mention the agreement concluded with the Municipality of Reggio Calabria for the joint management of the renovated Piazza De Nava, concerning the maintenance of the green spaces and the possibility of organising events there. The agreement became effective in 2025 and will continue in the future. Furthermore, the Municipality was also requested to provide other premises, in seized properties, which can be used for storage, study and restoration purposes, as a means of improving the general working well-being of shift workers.

Using the Museum premises as venues for events is one of the major innovations intro-

organizzata, che il Museo utilizzerà per alleggerire i depositi interni e creare nuovi spazi vitali per studio, restauro e migliore vivibilità per i dipendenti turnisti.

Gli eventi sono stati una delle grandi novità di questo ultimo biennio, caratterizzato da un vero e proprio calendario strutturato di manifestazioni, iniziato per le festività natalizie del 2024 e concluso con le serate estive in terrazza nel 2025. Tutto ciò dovuto a una chiara e consapevole scelta di diversificare le occasioni per il pubblico e di sfruttare la possibilità, mai tentata prima, di utilizzo dei fondi per aperture straordinarie previsti dal D.L. 104/2019.

Anche le mostre temporanee realizzate in questi ultimi due anni sono frutto di scelte consapevoli: tra agosto 2024 e inizio marzo 2025 "Gli dei ritornano. I bronzi di San Casciano" e, da fine 2025, "Gianni Versace. Terra Mater. Magna Graecia Roots Tribute", entrambe alla ricerca di un dialogo e di un modo diverso di valorizzare le collezioni del MArRC. Da una parte uno scavo e dei reperti che tanto avevano fatto parlare proprio in parallelo ai Bronzi di Riace, dall'altra un omaggio a uno dei figli della città di Reggio, forse il più conosciuto al mondo e alla sua arte, al suo genio, fortemente ispirati alla Magna Grecia, alla Calabria romana, bizantina e medievale.

Due temi apparentemente divergenti ma col comune denominatore di voler raccontare in un modo diverso l'archeologia: con contesti archeologici "altri", per certi versi lontani e quasi alieni da quelli esposti al MArRC e con il rimando all'arte contemporanea, nella piena convinzione che le mostre prettamente archeologiche sono utili solo se raccontano storie diverse da quelle ampiamente sviscerate nei quattro piani del Museo.

duced over the past two years, resulting in a structured programme of events from Christmas 2024 to the summer of 2025, to attract more visitors and finally use, for the first time, the funds set aside for special opening days (Decree Law 104/2019).

The temporary exhibitions organised over the last two years, between August 2024 and early March 2025, are also the result of planned decisions, such as "The Gods Return: The Bronzes of San Casciano", followed, in late 2025, by "Gianni Versace: Terra Mater. Magna Graecia Roots Tribute", both seeking to establish a dialogue with and offer a fresh perspective on the MArRC collections. The former showcasing the widely reported finds recovered from recent excavations, and displayed in parallel with the bronzes in the Museum collections, and the latter as a tribute to one of Reggio Calabria's most famous sons, whose art and genius were strongly inspired by Magna Graecia, as well as Roman, Byzantine and medieval Calabria.

Two seemingly divergent themes that have one thing in common, the desire to find new ways of showcasing archaeological artefacts. This involves exploring "diverse" archaeological contexts, distant and even alien, to some extent, compared to those exhibited at the MArRC, with references to contemporary art. This is based on the belief that predominantly archaeological exhibitions are only useful if they can tell different stories from those explored in depth on the four floors of the Museum.

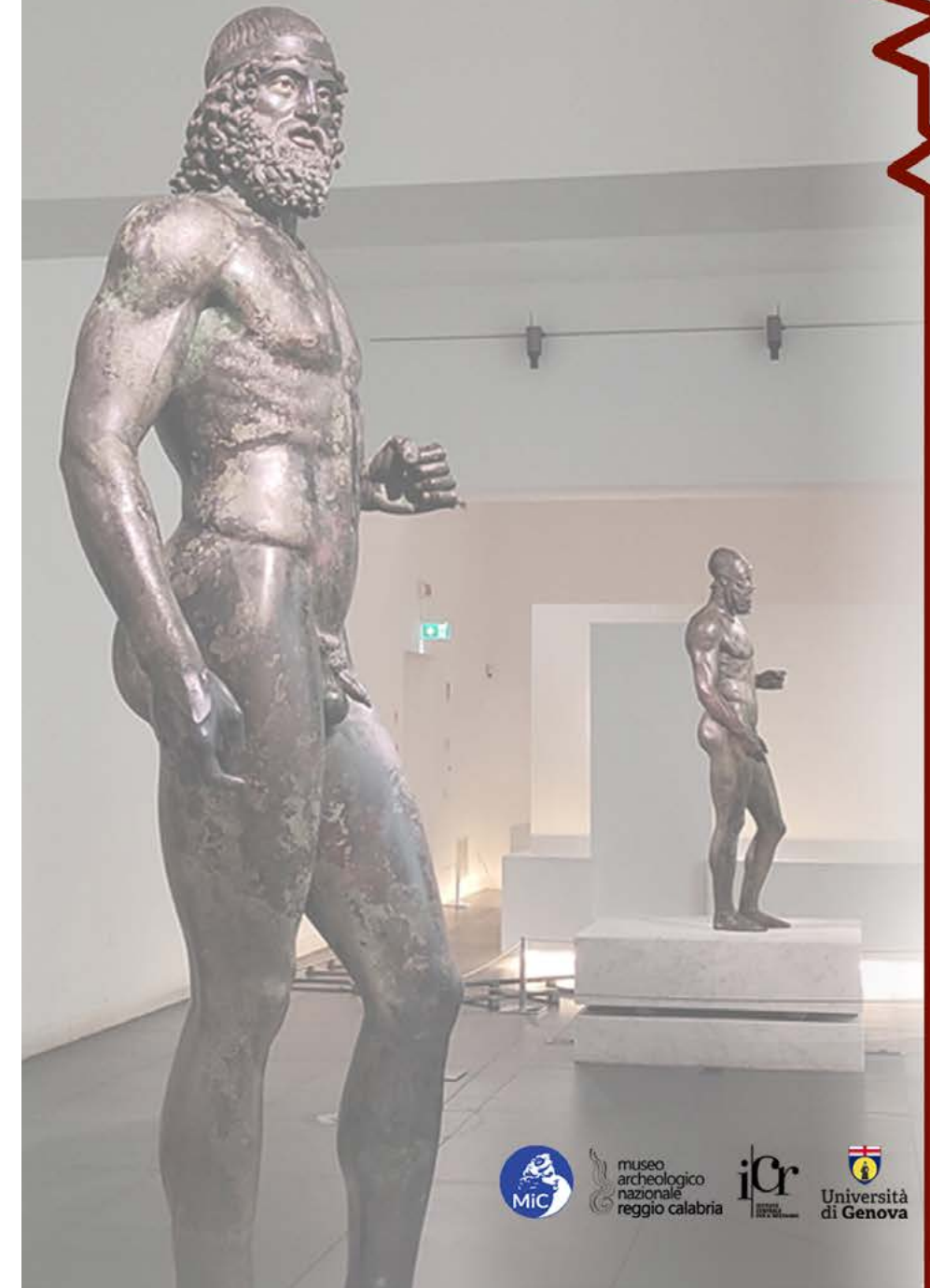
In the past two years, experimenting with contemporary art began long before the Gianni Versace exhibition. To mention, the partnership with the Academy of Fine Arts of Reggio Calabria, resulting in an exhibition of jewellery and works inspired by archaeology; and the exhibition in Piazza Orsi titled "Cyprea. La Rete di

# CHECK-UP

campagna di verifica  
e monitoraggio  
dei **Bronzi di Riace**

# 2024

15 aprile-18 settembre



Infatti, nell'ultimo biennio, la sperimentazione con le arti contemporanee è iniziata ben presto e molto tempo prima della mostra su Gianni Versace. Si ricorda la collaborazione con l'Accademia Belle Arti di Reggio Calabria con l'esposizione di gioielli e di opere ispirate all'archeologia in sala conferenze e, in Piazza Orsi, la mostra "Cyprea. La Rete di Afrodite" in collaborazione con il Parco Archeologico del Colosseo. E poi l'installazione dell'opera "Blooming Skin of Brain Paradise" nel corpo della Scala Piacentini e l'organizzazione della prima edizione del RIFF (Rhegion International Film Festival), una rassegna di cinema archeologico organizzata in Piazza Orsi. Su questa scia positiva, nel 2025 il MArRC ha partecipato a due bandi della Direzione Generale Creatività Contemporanea del MiC, vincendoli entrambi e proponendo l'installazione di due opere d'arte uguali nelle due sponde dello Stretto. La prima, come embrione del futuro MAXXI Med nell'area di Torre Faro a Messina, grazie al bando per le periferie "Museo Rigenera"; la seconda, prevista per il Museo, all'esito del PAC 2025 (Piano per l'Arte Contemporanea), per la realizzazione di un ponte culturale tra Reggio Calabria e Messina.

Da segnalare, inoltre, i progetti finanziati da fondi PNRR del Ministero della Cultura, gestiti orgogliosamente con risorse interne, per la parte progettuale e quella amministrativa.

Il primo, già portato a termine a fine 2025, sull'efficientamento energetico che ha dotato il Museo di un sistema di illuminazione all'avanguardia, fortemente innovativo, che combina efficienza energetica, valorizzazione dei reperti e comfort per i visitatori e il personale interno, contribuendo a rendere ancora più affascinante l'esperienza di visita; tutto ciò è reso possibile grazie alla gestione intelligen-

Afrodite" and realized in collaboration with the Archaeological Park of the Colosseum, the installation called "Blooming Skin of Brain Paradise" in the Scala Piacentini, and the first edition of the Rhegion International Film Festival (RIFF), an archaeological film festival held in Piazza Orsi. Building on this success, in 2025, the MArRC responded to two calls for proposals for Contemporary Creativity launched by the MiC, winning both with two identical art installations on either side of the Strait of Messina. The first was the embryo of the future MAXXI Med in the Torre Faro area of Messina, thanks to the "Museo Rigenera" call for proposals for the suburbs. The second was planned for the Museum, following the outcome of the PAC 2025 Plan for Contemporary Art, aimed to creating a cultural bridge between Reggio Calabria and Messina.

Also worth mentioning are the projects financed, with NRRP funds, by the Ministry of Culture, which were proudly designed and managed by the Museum.

The first project, completed at the end of 2025, focused on energy efficiency and consisted of a state-of-the-art lighting system for enhancing the Museum exhibits, improving visitor and staff comfort, and helping to create a more fascinating visitor experience, thanks to smart lighting management with sensors, controllers, and advanced software that automatically adjusts light intensity and colour according to the environment and exhibition requirements, providing dynamic and programmable light control. The project will also allow energy savings in the short term and a significant reduction in maintenance costs, thanks to long-life LEDs and remote monitoring. The environmental impact too will be significantly reduced, in line with sustainability and energy transition strategies, and display quality will also improve,

te dell'illuminazione con sensori, controller e software avanzati in grado di modulare automaticamente l'intensità luminosa e il colore in base agli ambienti e alle esigenze espositive, con controllo dinamico e programmabile della luce. Un progetto che permetterà di ottenere non solo un risparmio energetico immediato, ma anche una significativa riduzione dei costi di manutenzione, grazie alla lunga durata dei Led e alla possibilità di monitoraggio del sistema da remoto. Non solo si ridurrà sensibilmente l'impatto ambientale, in linea con le strategie di sostenibilità e transizione energetica, ma migliorerà anche la qualità dell'esposizione perché verrà valorizzato ogni singolo reperto in maniera rispettosa, calibrando l'illuminazione in base alle esigenze di tutela.

Il secondo intervento PNRR, legato alla rimozione delle barriere fisiche e cognitive nel Museo, sarà invece completato a metà 2026 e si basa, tra l'altro, sulle indicazioni fornite dal Piano di Eliminazione delle Barriere Architettoniche (PEBA), strumento essenziale di cui il Museo si è dotato nel corso del 2024.

Sempre relativamente a fondi PNRR, nel 2025 il MArRC ha partecipato e vinto un bando ministeriale gestito dall'Istituto Centrale per la Digitalizzazione del Patrimonio Culturale Digital Library sulla Fruizione Avanzata con il progetto "MasterpieceBox: I Bronzi di Riace a 360°", che consentirà l'utilizzo dell'Intelligenza Artificiale applicata a tutta la documentazione scientifica esistente sulle due statue.

L'ultimo progetto PNRR vede protagonista la digitalizzazione delle collezioni, già in gran parte realizzata con l'acquisizione di più di 200mila risorse digitali.

Tra le recenti attività promosse dal MArRC si ricorda infine il progetto di didattica per pubblici speciali – direttamente finanziato dal Museo per il biennio 2024-2025 in parallelo con i laboratori didattici organizzati dal concessionario

since each exhibit will be illuminated with just the right light needed for conservation requirements.

The second NRRP-funded project, for removing physical and cognitive barriers in the Museum, is based on the guidelines of the Plan for the Removal of Architectural Barriers (PEBA), an essential tool adopted by the Museum in 2024, and is timed for completion in mid-2026.

Also regarding NRRP funding, in 2025, the MArRC won a ministry tender managed by the Central Institute for the Digitisation of Cultural Heritage Digital Library, in 2025, with its "MasterpieceBox: a 360 Experience of the Riace Bronzes", which applies AI to all existing scientific documentation on the two statues.

The latest NRRP project, largely complete, focuses on digitising the collections, with the acquisition of more than 200,000 digital resources.

Among the recent activities carried out by the MArRC is the educational project for special audiences, funded directly by the Museum in 2024–25, implemented alongside educational workshops organised by the additional services contractor, and the combination ticket established with the Regional Directorate of the National Museums of Calabria.

Regarding the latter, an initial experimental phase was launched on 1 August 2025 and is ongoing, offering visitors the opportunity to visit the MArRC and the other museums and archaeological sites run by the Regional Directorate with just one ticket. The combo ticket – called the #CalabriaCulturaPass – offers special advantages, such as six-month validity and dedicated discounts. It is the first example of its kind developed for itineraries within the National Museum System and has already produced some encouraging results.



dei servizi aggiuntivi – e il biglietto cumulativo istituito con la Direzione regionale Musei nazionali Calabria. Dal 1° agosto 2025 è partita una prima fase sperimentale, ancora in corso, che ha previsto la possibilità, attraverso itinerari tematici diversificati, di visitare il MArRC e gli altri musei e parchi archeologici afferenti alla Direzione regionale con un solo tagliando, approfittando di condizioni particolari (biglietto nominale con durata semestrale) e di una scontistica dedicata. Si tratta del #CalabriaCulturaPass, primo esempio sviluppato per itinerari nell'ambito del Sistema Museale Nazionale che ha iniziato a dare i primi confortanti risultati.

E, se si parla di risultati, pur non volendo essere schiavi dei numeri, per chiudere questa sorta di bilancio del biennio appena passato, sembra corretto fare riferimento, in ultima analisi, agli ingressi e agli introiti.

#### **Chi visita il MArRC: affluenza, ricavi e profilazione del pubblico**

L'andamento delle presenze e degli introiti del Museo Archeologico Nazionale di Reggio Calabria dal 2016 al 2025 mostra un percorso articolato, segnato da fasi di crescita, contrazioni improvvise e successivi recuperi, legato inevitabilmente alle circostanze di contesto nazionale, delle politiche culturali e delle scelte interne alla direzione del Museo.

Dal 2016 al 2019 si osserva un trend di crescita moderato ma costante del numero di visitatori del MArRC (tab. 1), dai circa 210 mila visitatori del 2016 ai 227 mila del 2019.

Nel 2020 si registra invece un forte calo: le presenze scendono a meno di 60 mila visitatori, con una variazione di circa -74% rispetto al 2019. Tale riduzione riflette l'impatto delle chiusure e delle limitazioni ai luoghi della cultura durante l'emergenza sanitaria da COVID-19.

Dal 2021 si registra una prima ripresa, che si trasforma in recupero strutturale nel 2023,

In conclusion, we don't want to be just number driven, but the admissions and revenues figures are nevertheless a good measure of the Management's success over the past two years.

#### **MArRC visitorship: attendance, revenue and audience profiling**

Attendance and revenue trends of the National Archaeological Museum of Reggio Calabria, between 2016 and 2025, show a complex picture, with alternating phases of growth and contraction, sudden downswings followed by rebounds, inevitably linked to the broader national context, cultural policies and internal decisions made by the Museum's Management.

Between 2016 and 2019, there was a moderate but steady growth in MArRC visitor numbers (Table 1), from 210,000 to 227,000 in 2019. In 2020, there was a downswing and attendance numbers fell to less than 60,000, down by approximately 74% compared to 2019, reflecting the impact of the COVID-19 health emergency on all cultural sites and events.

Then, from 2021, there was an initial upswing, which turned into a structural recovery in 2023, when attendance rose to above pre-pandemic levels (+7%).

In July 2023, ticketing and additional services were outsourced to a contractor, Coopculture, heralding significant organisational changes in the following years.

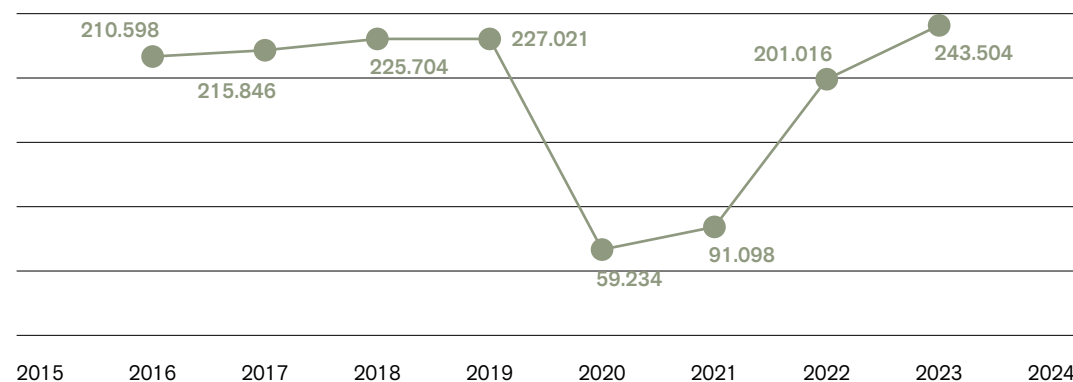
In 2024, in fact, a new Management came in and a new ticket pricing structure was introduced. There was a recalibration of attendance numbers and marked growth in revenue, signalling a different strategic approach aimed at maximising the economic potential of the Museum and its collections.

In 2024-2025, the MArRC underwent a period of consolidation and growth, due to both

anno di piena restaurazione dei livelli pre-pandemici, superati in termini di presenze del 7%.

Nel mese di luglio del 2023, inoltre, la gestione della biglietteria e dei servizi aggiuntivi passa ad un concessionario, la società Coopculture, segnando il preludio per una rilevante modifica organizzativa negli anni successivi.

Visitatori 2016–2023



A partire dal 2024 si assiste a una trasformazione significativa, legata a un cambio di direzione e di un nuovo quadro tariffario dei biglietti del Museo. L'anno segna infatti una fase di ricalibrazione degli ingressi e una più marcata crescita degli introiti, segnale di un diverso approccio strategico volto anche alla valorizzazione economica delle collezioni e della struttura.

Nel biennio 2024-2025 il MArRC ha attraversato una fase di consolidamento e crescita, caratterizzata tanto da elementi strutturali quanto da variazioni stagionali e comportamentali che testimoniano il ruolo del Museo nel panorama culturale regionale e nazionale.

structural reasons and seasonal and behavioural changes, pointing to the Museum's role in the regional and broader national cultural landscape.

Analysis of 2024-2025 data provides a clear understanding of how visitor numbers and re-

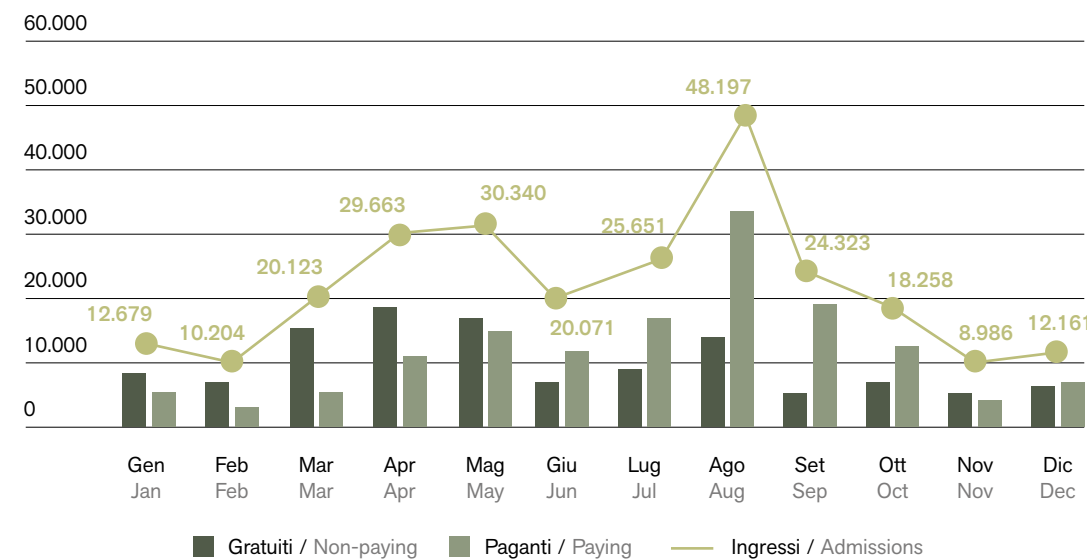
Visitors 2016–2023

venues have changed at the MArRC over the last two years, highlighting a return to the Museum's full potential in 2025, after a period of adjustment. Visitorship and revenues are not only increasing, they also show a more mature organisation and a stabilised management structure.

The most immediately striking figure concerns overall attendance. In 2025, the Museum welcomed over 260,584 visitors, showing a decisive and convincing return of attendance, with approximately 55% paying and 45% non-paying visitors. Although the proportion of non-paying visitors remains high, there was a slight increase in the proportion of paying visi-

Ingressi 2025

2025 admissions



L'analisi dei dati del 2024-2025 permette di comprendere con chiarezza l'evoluzione delle presenze e dei ricavi del MArRC nell'ultimo biennio, restituendo l'immagine di un'istituzione che, dopo un periodo di assestamento, torna nel 2025 a esprimere pienamente il proprio potenziale. I flussi di visitatori e le entrate economiche non solo crescono, ma mostrano un'organizzazione più matura e una struttura gestionale stabilizzata.

Il dato più immediato riguarda l'affluenza complessiva: nel 2025 il Museo accoglie più di 260 mila visitatori, un numero che testimonia un ritorno deciso e convinto del pubblico, articolato in circa 55% di visitatori paganti e 45% di visitatori gratuiti. Sebbene il peso dei visitatori non paganti rimanga significativo, si registra un leggero incremento della quota dei paganti rispetto all'anno precedente, segnale di una rinnovata capacità attrattiva delle proposte museali e di un'offerta culturale percepita come meritevole dell'investimento economico.

tors, compared to the previous year, a sign of the renewed appeal of the Museum's offering and a cultural outreach perceived as deserving of financial investment.

The growth in visitor numbers is reflected in increased revenues, totalling €1,487,186 in 2025. As expected, the dominant component is ticket sales, amounting to more than €1,200,000, followed by bookshop sales, which contributed approximately €275,000, while educational activities continue to make only a minimal contribution. Overall, the financial figures show an increase of approximately 10%.

Zooming in, we notice a strong correlation between visitor numbers and revenue. Clearly, if a museum can attract more visitors it will also be able to improve its financial sustainability, confirmed by the breakdown of the types of tickets sold in 2025, with standard full price tickets at the top, followed by 101,000 non-paying admissions, which represent an im-



Parallelamente alla crescita delle presenze, il Museo vede salire anche i propri ricavi, raggiungendo nel 2025 la cifra complessiva di 1.487.186 euro. La componente dominante è rappresentata, come prevedibile, dalla biglietteria, con più di 1.200.000 euro, seguita dal bookshop, che contribuisce con 275.000 euro circa, mentre la didattica, pur presente, supporta ancora in minima parte. Nel complesso, il dato economico evidenzia un incremento circa del 10%.

Ciò che emerge, osservando con attenzione l'articolazione interna dei dati, è la forte coerenza tra l'andamento delle presenze e il comportamento delle entrate: un museo capace di attrarre più visitatori riesce contemporaneamente a migliorare la propria sostenibilità economica. Lo conferma anche la struttura dei biglietti venduti nel 2025: il titolo di accesso più utilizzato è l'"Intero", mentre le varie categorie di ingresso gratuito, che complessivamente superano le 101.000 presenze, continuano a rappresentare un pilastro importante, coerente con la missione di accessibilità sociale del museo. A questi si affiancano i titoli ridotti e le formule speciali che, pur costituendo una quota minore, arricchiscono il panorama tariffario e testimoniano un'offerta più articolata rispetto agli anni precedenti.

L'estate 2025 rappresenta il culmine dell'anno: i mesi di luglio e agosto mostrano un incremento netto sia negli ingressi sia nei ricavi, con agosto che registra 48.197 visitatori, e l'incasso più alto dell'intero periodo. Questa concentrazione stagionale non sorprende, ma assume un valore particolarmente significativo perché conferma il ruolo del MArRC come attrattore turistico fortemente integrato nei flussi turistici.

portant pillar, in keeping with the museum's social education mission. In third place, we find special offers and concessions which, although accounting for a smaller share, nevertheless contribute to the diversity of the pricing landscape and point to a more varied offering than in previous years.

The peak of admissions and revenues was recorded in the summer of 2025, with 48,197 visitors in August alone and the highest revenue for the entire period. Unsurprisingly, this seasonal peak confirms the MArRC's role as a key tourist attraction strongly integrated in the tourism flows.

Besides this increase in attendance, in 2025, visitor profiling too provided a better understanding of the Museum's audience, with a clear prevalence of adults (25-60 years old), accounting for 63.39%, followed by the elderly (26.98%) and a minority of young people (9.62%). Gender distribution also appears stable, with a slight but constant prevalence of females (53.19%). These figures point to a mature, culturally motivated audience probably more related to cultural and family tourism.

In 2025, the MArRC also recorded a significant rise in the number of foreign visitors, from approximately 27,867 in 2024 to 34,502 in 2025 (up by about +23.8%, based on a sample of approximately 75%). Observing the breakdown by country of origin, the chart-toppers are France (5,043; 2.7%), the United States (4,877; 2.6%) and Germany (4,366; 2.3%), followed by Poland, Greece, Spain and the UK.

Unsurprisingly, there was a marked increase of visitors from France (+54% on 2024) and Spain (+30%), as a result of the new flight routes to the city's airport.

**Introiti biglietteria 2016–2025**

**Revenues from ticketing in 2016–2025**



Accanto alla crescita numerica, il 2025 consente anche di comprendere meglio chi frequenta il Museo. La profilazione dei visitatori mostra una netta prevalenza della fascia adulta (25–60 anni), pari al 63,39%, seguita dalla componente anziana (26,98%) e da una quota minoritaria di giovani (9,62%). Anche la distribuzione di genere appare stabile, con una lieve ma costante prevalenza femminile (53,19%). Si tratta di segnali che indicano un pubblico maturo, culturalmente motivato e probabilmente maggiormente connesso al turismo culturale e familiare.

Nel 2025 il MArRC registra un deciso aumento dei flussi internazionali. Considerando i totali per nazionalità, i visitatori esteri passano da circa 27.867 nel 2024 a 34.502 nel 2025, con un incremento stimabile attorno al +23,8%, su un campione di circa il 75%. Le nazionalità più presenti sono Francia (5.043; 2,7%), Stati Uniti (4.877; 2,6%), Germania (4.366; 2,3%), seguiti da Polonia, Grecia, Spagna e Inghilterra.

While foreign visitor numbers generally peak during the summer months, particularly between June and September, when the Museum records the highest number of visitors (over 90% of the sample is concentrated in the central months of the year), Italian visitors continue to make up the biggest group by nationality.

The most represented regions are Lombardy (16,594), Sicily (16,412), Lazio (11,038), Piedmont (7,810), Veneto (6,955) and Puglia (4,321).

Summer is the peak season for domestic visitors too, with the highest concentration between July and September.

Visitors from Calabria also account for a very high percentage of attendance, representing the core of local audience and pointing to how rooted the Museum is in the region, with 36,488 visitors in 2025, equal to 19.2% of the national total and approximately 19.3% of the

Considerate le nuove rotte d'approdo all'aeroporto cittadino, non sorprende l'incremento di visitatori provenienti dalla Francia (+54% sul 2024) o dalla Spagna (+ 30%).

Se il flusso internazionale mostra picchi nei mesi estivi, in particolare tra giugno e settembre, quando il Museo raggiunge le massime incidenze sul totale visitatori (oltre il 90% della copertura del campione nei mesi centrali), la presenza dei visitatori italiani continua a costituire la parte prevalente del pubblico.

Le regioni più rappresentate risultano Lombardia (16.594), Sicilia (16.412), Lazio (11.038 presenze), Piemonte (7.810), Veneto (6.955) e Puglia (4.321).

Anche per il flusso nazionale l'estate rappresenta la fase di massima intensità, con una forte concentrazione fra luglio e settembre.

entire sample. The provinces with the highest attendance are Reggio Calabria (20,955 visitors), followed by Cosenza (7,047) and Catanzaro (4,684). Again, the summer months are the most dynamic period for the local public, although local attendance remains more balanced throughout the year, highlighting a stable relationship between the Museum and residents of Calabria.

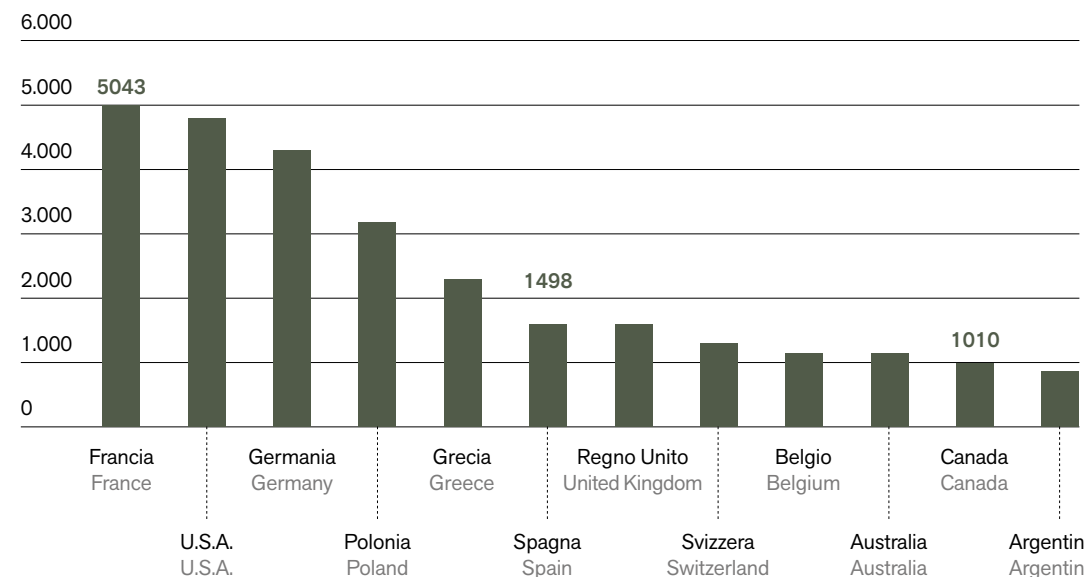
**Growth dynamics, between continuity and innovation**

Overall, the 2024–2025 period marks an expansion phase for the MArRC, highlighting its ability to consolidate its role as a cultural and tourist attraction, at regional and national level, and, importantly, internationally as well.

In particular, 2025 is set to be remembered as a year of strong recovery and consolidation, with important results in terms of both quantity and

**Provenienze estero visitatori 2025**

**Foreign visitors in 2025**



Ancora più rilevante è il contributo dei visitatori calabresi, che rappresentano il cuore del pubblico locale e un fondamentale indicatore di radicamento territoriale: la Calabria registra 36.488 visitatori nel 2025, pari al 19,2% del totale nazionale e al circa 19,3% dell'intero campione. Le province con maggior affluenza sono Reggio Calabria (20.955 visite), seguita da Cosenza (7.047) e Catanzaro (4.684). Anche in questo caso, i mesi estivi costituiscono la fascia più dinamica del pubblico residente, sebbene la fruizione locale rimanga più equilibrata nel corso dell'anno, evidenziando una consuetudine stabile tra i cittadini calabresi e il Museo.

#### **Dinamiche di crescita tra continuità e innovazione**

Nel suo complesso, il biennio 2024–2025 segna una fase di espansione del MArRC, evidenziando la capacità dell'istituzione di consolidare il proprio ruolo culturale e turistico, sicuramente in ambito regionale e nazionale, affacciandosi con convinzione anche oltre i confini italiani.

In particolare, il 2025 si presenta come un anno di forte ripresa e consolidamento, registrando risultati significativi sul piano quantitativo e qualitativo. L'aumento delle presenze si accompagna a un incremento dei ricavi, segno che il Museo non solo attrae più visitatori, ma riesce anche a strutturare in modo più efficiente la propria offerta e la propria capacità di valorizzazione. È un anno che, per molti aspetti, rappresenta l'avvio concreto di una nuova fase, quella di un museo più organizzato, più riconosciuto, più innovativo e più sostenibile.

Il 2025 si caratterizza così come l'anno della ripartenza strutturata del MArRC: una nuova organizzazione interna, un nuovo brand da co-

quality. The increase in visitor numbers was accompanied by increased revenues, a sign that the Museum is not only attracting more visitors but is also improving its capacity to shape and promote its offering more efficiently. In many ways, the year heralded the start of a new phase, featuring a more organised, more recognised, more innovative and more sustainable museum.

We can safely say, therefore, that 2025 was the year of the structured relaunch of the MArRC, with a new management, its rebranding as a more self-consciously modern and recognisable institution, the forging of new and consolidated relationships with local stakeholders, the opening and enhancement of new premises/spaces, a renewed approach to contemporary arts and live entertainment, a new role as a supra-regional tourist attraction committed to rebuilding its image as a solid Museum, capable of expanding its audience and increasing visitor numbers and revenues, in spite of the challenging economic and social context.

The rise in the number of paying visitors, combined with the stability of non-paying admissions, indicates an increase in overall attractiveness, while the monthly breakdown suggests an ever-greater foothold in summer tourism dynamics and cultural practices in the area.

Furthermore, this combination of reorganisation, renewed appeal, growth in visitor numbers, increased revenues and evolving audience engagement trends is undoubtedly conducive to the introduction of strategies for further improvement and development, making it incumbent on the management to continue strengthening the Museum's physical and digital infrastructure and expanding its cultural offering.



municare all'esterno per essere più moderno e riconoscibile, nuovi e consolidati rapporti con gli attori del territorio, nuovi spazi da utilizzare e valorizzare, un rinnovato approccio alle arti contemporanee e allo spettacolo dal vivo, un nuovo ruolo di attrattore turistico sovraregionale con un trend che restituisce l'immagine di un Museo solido, capace di ampliare il proprio pubblico e di aumentare i visitatori e ricavi anche in un contesto segnato da variabili economiche e sociali non sempre favorevoli.

La crescita nel numero dei paganti, combinata alla stabilità dei gratuiti, indica un ampliamento della capacità attrattiva complessiva, mentre la distribuzione mensile suggerisce un radicamento sempre maggiore nelle dinamiche turistiche estive e nelle pratiche culturali del territorio.

Inoltre, la combinazione tra nuova organizzazione interna e rinnovato appeal, la crescita dei flussi, l'incremento dei ricavi, il mutamento dei modelli di fruizione del pubblico, pone le basi per ulteriori strategie di valorizzazione e sviluppo, chiamando il Museo a proseguire nel rafforzamento delle sue infrastrutture materiali e digitali e nell'ampliamento della propria offerta culturale.

In questa prospettiva e all'interno dell'attuale settore museale italiano, che ha registrato una profonda evoluzione, accelerata dalla crisi pandemica e dall'avanzamento tecnologico, la crescente domanda di esperienze culturali autentiche, accessibili, inclusive e digitalmente mediate ha spinto i musei a ripensare la propria offerta, i modelli di governance e le modalità di relazione con i propri pubblici.

Nel panorama nazionale, i grandi musei archeologici del Sud – oltre a Reggio Calabria, si pensi a Napoli e Taranto – hanno saputo con-

In this perspective, and considering that the entire museum sector in Italy is undergoing a profound evolution, boosted by the Covid pandemic and technological advancement, the growing demand for authentic, accessible, inclusive and digitally mediated cultural experiences has prompted museums to rethink their offerings, governance models and ways of relating to their audiences.

In a national perspective, the major archaeological museums in southern Italy – such as Naples and Taranto, besides Reggio Calabria – have consolidated a distinctive image and attract substantial tourist flows, thanks, in part, to aggressive digital and communication policies.

Against this backdrop, we have previously seen how the MArRC stands out for its world-class collections, its good reputation among the public, confirmed by high user satisfaction rates, and its growing media visibility, boosted by attractive temporary exhibitions, nationwide campaigns and important promotional projects.

However, the Museum is not yet perceived as a specific cultural brand and struggles to emerge among the major players in Southern Italy, partly due to a consistently weak and insufficient digital identity and underdeveloped international promotion and communication.

Likewise, the city and metropolitan area of Reggio Calabria are rich in potential but poor in execution and performance. However, the growing tourist numbers, with record arrivals in 2024-2025, driven by the reactivation of the local airport, does not translate into longer stays. The average length of stay in the city remains short and the share of cultural tourism in Calabria is well below the national average,



solidare un'immagine distintiva e attrarre flussi turistici consistenti, anche grazie a politiche digitali e comunicative aggressive.

In questo scenario, come visto, il MARRC si distingue per un patrimonio identitario di assoluto rilievo internazionale; una buona reputazione presso il pubblico, confermata da un'alta soddisfazione degli utenti; una crescente visibilità mediatica, favorita da mostre temporanee di richiamo, campagne nazionali e importanti progetti di valorizzazione.

Tuttavia, il Museo non è ancora percepito come brand culturale autonomo e fatica a emergere tra i grandi player del Mezzogiorno, anche per via di un'identità digitale ancora debole, di un'insufficiente promozione internazionale e di una comunicazione museale non ancora pienamente sviluppata.

Allo stesso modo, la città di Reggio Calabria e la sua area metropolitana rappresentano un territorio ricco di potenzialità ma ancora solo parzialmente espresse. La crescita dei flussi turistici, trainata da un aeroporto riattivato e con numeri da record nell'ultimo biennio 2024-2025, non ha però ancora trovato piena corrispondenza in un soggiorno prolungato da parte dei turisti. La permanenza media in città permane, infatti, ancora bassa e la quota di turismo culturale in Calabria resta molto al di sotto della media nazionale, anche a causa della fragilità dell'offerta locale ancora non completamente integrata (trasporti, accoglienza, narrazione territoriale).

In tale scenario, il MARRC, seppure incluso in alcune proposte turistiche (es. *Reggio Calabria Welcome*), non riveste ancora un ruolo proattivo nella costruzione di itinerari culturali e tematici, né contribuisce sistematicamente all'orientamento strategico delle scelte di marketing territoriale da parte degli enti di governo del territorio.

partly due to the inadequacy of the local infrastructure, such as transport and accommodation, and of promotional activities.

The MARRC, although included in some tourism marketing campaigns (e.g. Reggio Calabria Welcome), has still not yet been able to play a more systematic and proactive role in shaping and building more effective cultural and tourism-oriented marketing strategies by the regional and local governments.



## Il contesto di riferimento

### 2.2

#### I principali stakeholder

I principali stakeholder del MArRC possono essere suddivisi tra primari (coinvolti direttamente nelle proprie attività istituzionali e decisionali) e secondari (attori esterni che interagiscono con il Museo a vario titolo).

Nel primo gruppo, rientrano gli organi apicali del Museo (Direttore e Direzione) e quelli di indirizzo (Consiglio di Amministrazione, Comitato Scientifico e Collegio Sindacale dei Revisori contabili), ai quali si aggiungono le risorse umane, nelle diverse articolazioni organizzative. In questo gruppo rientra anche il Concessionario, che cura la biglietteria e i vari servizi aggiuntivi, tra i quali il bookshop e i laboratori didattici. Infine, va considerata la proprietà del Museo e dunque il Ministero della Cultura.

Il secondo gruppo di stakeholder è maggiormente articolato e risulta composto da numerose categorie di soggetti:

- i pubblici del MArRC (residenti, scolaresche, famiglie, turisti, categorie fragili e utenti digitali), che esprimono un ridotto livello di influenza sulle decisioni strategiche, ma un significativo impatto sul suo successo operativo (attraverso, ad esempio, il passaparola e il sistema delle recensioni in ambito digitale);
- la comunità locale, con le associazioni cittadine e i comitati culturali;
- le istituzioni territoriali, quali il Comune e la Città Metropolitana di Reggio Calabria, la Regione Calabria e le Province limitrofe. Questi soggetti possono svolgere un ruolo rilevante nella promozione turistica e culturale del territorio e nei processi di sviluppo economico locale, anche attraverso finanziamenti, autorizzazioni o patrocini;
- partner accademici e di ricerca come Università, Scuola nazionale del patrimonio e delle attività culturali, CNR, Istituti di conservazione e

## Background context

#### Key stakeholders

The principal stakeholders of the MArRC can be defined as either primary (directly involved in its institutional and decision-making activities) or secondary (external players who interact with the Museum in various capacities).

The first subset consists of the Director and top management of the Museum, its governance bodies (Board of Directors, Scientific Board, and Auditors), and the human resources working in its various departments, and also includes the outsourced services providers (ticketing and additional services), including the bookshop and educational workshops. Last but not least, it includes the ownership of the Museum, i.e. the Ministry of Culture.

The second subset of stakeholders is more varied and consists of:

- The MArRC audiences (residents, school groups, families, tourists, vulnerable groups and digital users), who have a limited influence on strategic decision-making but a significant impact on its operational success (for example, through word of mouth and digital reviews).
- The local community, with city associations and cultural committees.
- Local governments, such as the Municipality and Metropolitan City of Reggio Calabria, the Regional Government of Calabria, and the neighbouring provincial governments. These institutions can play an important role in promoting tourism and culture in the area and in local economic development, including through funding, authorisations or sponsorships.
- Academic and research partners, such as universities, the National School of Heritage and Cultural Activities, the National Research Council (CNR), heritage conservation and diagnostics institutes, in various shapes and forms, such as research and internship agree-

diagnostica, con i quali è possibile immaginare forme di collaborazione diverse, come convenzioni di ricerca e tirocinio per studenti nonché progetti congiunti (laboratori di diagnostica, mostre tematiche con pubblicazioni accademiche) e seminari aperti al pubblico;

- sponsor e finanziatori esterni, cioè donatori privati e imprese (Art Bonus, crowdfunding, sponsorizzazioni), Fondazioni culturali e sociali, mecenati locali e corporate partner;
- il sistema dei media e le agenzie di comunicazione, che comprendono le testate locali e nazionali, le agenzie PR, i blogger, gli influencer, che possono contribuire ad amplificare (o ridurre) la visibilità del MArRC;
- gli operatori turistici, quali Tour Operator, guide abilitate, agenzie viaggi, B&B/Hotel, armatori del sistema delle crociere, che possono aumentare e diversificare flussi turistici nonché concorrere alla creazione di offerte "full experience" nel territorio;
- i volontari e le associazioni del terzo settore, quali associazioni di promozione culturale, ONG, gruppi di amici del museo, pro loco, che da un lato possono rinforzare la community attorno al Museo e dall'altro possono determinare un ampliamento delle capacità operative a basso costo;
- altri fornitori, oltre il Concessionario, coinvolti nella realizzazione di beni e servizi, quali editori di cataloghi, service audio-video, allestitori, merchandising partner, bar/ristorazione interna.

#### I principali concorrenti

La descrizione del contesto deve necessariamente tenere conto delle dinamiche competitive che riguardano il Museo.

In effetti, va preliminarmente osservato che ciascuno dei potenziali competitor di seguito identificati può prospetticamente essere considerato come un potenziale partner del Museo, in ragione della possibilità di trasformare una logica competitiva in una cooperativa. In tale prospettiva vanno pertanto inquadrare le partnership strategiche e operative che il Mu-

ments for students, joint projects (diagnostic laboratories, thematic exhibitions with academic publications) and seminars open to the public.

- External sponsors and funders, i.e. private donors and companies (Art Bonus scheme, crowdfunding, sponsorships), cultural and social foundations, local patrons and corporate partners.
- The media and communication system, which includes local and national newspapers, PR agencies, bloggers and influencers, who can help to amplify (or scale down) the visibility of the MArRC.
- The tourism sector, such as tour operators, licensed guides, travel agencies, accommodation facilities, cruise ship owners, who can increase and diversify tourist flows and contribute to creating "full experience" offerings in the area.
- Volunteers and third sector associations, such as cultural promotion organisations, NGOs, museum friends groups, and local tourist boards, which can strengthen the community around the Museum and increase operational capacity at low cost.
- Other providers, in addition to the Museum contractors, involved in producing goods and services, such as catalogue publishers, audio-video service providers, exhibition designers, merchandising partners, and internal catering services.

#### Main competitors

When looking at the background context we must also consider the competitive dynamics in which the Museum operates.

Each of the potential competitors identified below can be considered a potential partner of the Museum, because competitive relationships can easily transform into collaborations. Thus, this is how we should view the strategic and operational partnerships that the Museum could develop, including them among the strategic objectives to be pursued over the three-year term of the Strategic Plan.



seo potrebbe attivare, considerate pertanto tra gli obiettivi strategici da perseguire nel triennio preso in considerazione dal Piano Strategico.

Nello sviluppo dell'analisi competitiva, occorre distinguere i principali concorrenti diretti da quelli indiretti.

In merito al primo caso, occorre guardare ad altri musei archeologici presenti in Italia, con particolare riferimento a quelli localizzati nelle aree del Sud. Tra essi, è in primo luogo possibile ricordare gli attrattori presenti a livello locale, nonché i musei archeologici nazionali con collezioni magnogreche o classiche, localizzati in Calabria.

Per la città di Reggio Calabria, si citano innanzitutto le realtà comunali – come la Pinacoteca civica, il Castello aragonese, le aree archeologiche urbane (mura greche del Lungomare, del Trabocchetto e di Collina degli Angeli; le terme romane del Lungomare; il sito ipogeo di Piazza Italia; l'odéon di Via XXIV maggio e, recentemente, il sito di Piazza Garibaldi) – e quelle metropolitane (Palazzo della cultura "Pasquino Crupi" e l'area sacra di Griso-Labocchetta).

Poi devono essere segnalati il Museo Diocesano "Mons. Aurelio Sorrentino", il Museo d'Arte Alfonso Frangipane (MAAF) all'interno del Liceo artistico Preti-Frangipane, il Museo del Bergamotto e il Museo San Paolo.

Oltre a questi, su scala regionale, si ricordano:

- i Parchi Archeologici di Crotona e Sibari, l'altro istituto autonomo in Calabria del Ministero della Cultura, di recente rafforzato, proprio con l'annessione delle strutture culturali crotonesi (Museo Archeologico Nazionale di Crotona, Museo Archeologico Nazionale di Capo Colonna e il sito di Le Castella) a quelle di Sibari (Museo e Parco Nazionale della Sibaritide, Museo Archeologico di Amendolara);
- la Direzione regionale Musei nazionali della Calabria, anch'essa da poco diventato Istituto

Nevertheless, a distinction should be made between direct and indirect competitors.

The former consist of other Italian archaeological museums, especially those located in the southern regions. First and foremost among these are other local cultural magnets, as well as the national archaeological museums with a focus on Magna Graecia, or the classical world in general, located in Calabria.

In Reggio Calabria, the list of these local magnets includes the Civic Art Gallery, the Aragonese Castle, the urban archaeological areas (Greek walls of the Lungomare, Trabocchetto and Collina degli Angeli; the Roman baths of the Lungomare; the underground site of Piazza Italia; the Odeon in Via XXIV Maggio and, recently, the site in Piazza Garibaldi), and sites in the metropolitan area ("Pasquino Crupi" Palace of Culture and the sacred area of Griso-Labocchetta).

Also worth mentioning are the "Mons. Aurelio Sorrentino" Diocesan Museum, the Alfonso Frangipane Art Museum (MAAF), in the Preti-Frangipane Art School, the Bergamotto Museum and the San Paolo Museum.

Besides these, we should also mention:

- The Archaeological Parks of Crotona and Sibari, the other entity in Calabria owned by the Ministry of Culture that has been granted special autonomous status and recently extended as a result of the merging of the cultural heritage sites of Crotona (National Archaeological Museum of Crotona, National Archaeological Museum of Capo Colonna and the Le Castella site) and Sibari (Museum and National Park of Sibaritide, Archaeological Museum of Amendolara).
- The Regional Directorate of the National Museums of Calabria, which has also recently been granted autonomous status, and which includes all state-owned museums in Calabria, such as:

autonomo e che comprende tutte le realtà museali calabresi di proprietà statale quali:

- il Museo e Parco Archeologico Nazionale di Locri Epizefiri, importante per la Magna Grecia, offre un'esperienza integrata tra museo e sito archeologico;
- il Museo e Parco Archeologico dell'Antica Kaulon (Monasterace Marina), che offre la possibilità di visitare un sito archeologico con importanti testimonianze;
- il Museo e Parco Archeologico Nazionale di Scolacium (Borgia, CZ), che permette di esplorare un'antica città romana e bizantina, con un museo annesso;
- il Museo Archeologico Lametino, di Lamezia Terme, che conserva testimonianze della presenza preistorica e greca nella piana lametina;
- il Museo Archeologico Metauros di Gioia Tauro;
- il Museo Archeologico Nazionale "Vito Capialbi" di Vibo Valentia, focalizzato sui ritrovamenti del territorio vibonese;
- il Museo e Parco Archeologico Nazionale Archeoderi di Bova Marina;
- il Museo e Parco Archeologico di Medma-Rosarno;
- il Museo Statale di Mileto;
- i siti della Cattolica di Stilo e della Chiesa di San Francesco a Gerace;
- la Galleria Nazionale di Cosenza;
- i musei archeologici civici calabresi, tra i quali il Museo dei Brettii e degli Enotri (Cosenza), che presenta reperti legati alle popolazioni indigene della Calabria.

A questi si aggiungono i grandi musei archeologici presenti nelle regioni meridionali, quali il Museo Archeologico Nazionale di Napoli (MANN), il Parco archeologico di Pompei e quello di Ercolano, grandi attrattori di pubblico internazionale; il Parco Archeologico di Paestum e Velia, che unisce il vasto sito archeologico all'aperto (i templi dorici di Paestum, il

- the National Archaeological Museum and Park of Locri Epizefiri, important for showcasing Magna Graecia culture, offering the combined experience of museum and archaeological site;
- the Museum and Archaeological Park of Ancient Kaulon (Monasterace Marina), an archaeological site featuring important remains;
- the National Archaeological Museum and Park of Scolacium (Borgia, CZ), where visitors can explore an ancient Roman and Byzantine city, with an adjoining museum;
- the Lametino Archaeological Museum at Lamezia Terme, which preserves the traces of prehistoric and Greek civilisations in the Lametina plain;
- the Metauros Archaeological Museum in Gioia Tauro;
- the Vito Capialbi National Archaeological Museum at Vibo Valentia, showcasing finds from the Vibo Valentia area;
- the Archeoderi National Archaeological Museum and Park at Bova Marina;
- the Medma-Rosarno Archaeological Museum and Park;
- the State Museum of Mileto;
- the churches of Cattolica di Stilo and San Francesco di Gerace;
- the National Gallery of Cosenza;
- The civic archaeological museums of Calabria, including the Museum of the Brettii and Enotri (Cosenza), which displays artefacts of the indigenous populations of Calabria.

Alongside these are the major archaeological museums in the south of Italy, such as the National Archaeological Museum of Naples (MANN), the Archaeological Parks of Pompeii and Herculaneum, which attract large numbers of international visitors; the Archaeological Park of Paestum and Velia, which combines a vast open-air archaeological site (the Doric temples of Paestum, the forum, the amphithe-

foro, l'anfiteatro, le mura e – a Velia – l'acropoli con la Porta Rosa, ecc.) con un rinnovato museo archeologico; il Museo Archeologico Nazionale di Taranto (MArTA), anch'esso specializzato sulla Magna Grecia, che risulta il più simile al MArRC per mission e contenuti.

Pur non afferendo al Ministero della Cultura ma all'Assessorato Regionale dei beni culturali e dell'identità siciliana, non è possibile non citare le strutture culturali della Sicilia. Tra le altre, vanno ricordati il Museo interdisciplinare di Messina, il Parco archeologico delle isole Eolie con l'annesso Museo archeologico Eoliano "Luigi Bernabò Brea" di Lipari, il Parco archeologico di Naxos e Taormina, il Parco archeologico di Siracusa, Eloro, Villa del Tellaro e Akrai con l'annesso Museo archeologico "Paolo Orsi" di Siracusa, il Parco archeologico di Leontini che annovera anche l'area archeologica di Megara Iblea, il Parco archeologico di Morgantina e della Villa Romana del casale di Piazza Armerina, il Parco archeologico di Gela a cui afferiscono i musei di Caltanissetta e Gela, il Parco archeologico e paesaggistico della Valle dei Templi, il Museo archeologico "Antonino Salinas" di Palermo e il Parco archeologico di Selinunte, Cave di Cusa e Pantelleria.

Guardando a settentrione, va poi segnalato il Museo Archeologico Nazionale di Matera (Ridola), il più antico museo della Basilicata, fondato nel 1911, che raccoglie le testimonianze archeologiche del territorio materano e lucano e che è confluito nei "Musei Nazionali di Matera" ai quali, recentemente, è stata associata anche la Direzione regionale Musei nazionali Basilicata che comprende istituzioni museali importanti come quelle di Metaponto e Policoro.

Ritornando in Calabria, di non minore importanza sono i musei d'arte e cultura che rappresentano attrattori per specifici pubblici. Oltre alla già citata Galleria Nazionale di Cosenza (Palazzo Arnone), con dipinti dal '500 al '900

atre, the walls and, in Velia, the acropolis with the Porta Rosa, etc.), with a renovated archaeological museum; the National Archaeological Museum of Taranto (MArTA), also specialising in the civilisation of Magna Graecia, which is the most similar to the MArRC in terms of its mission and content.

Although not depending directly from the Ministry of Culture but from the Regional Department of Cultural Heritage and Identity of Sicily, we cannot fail to mention the cultural attractions and sites of Sicily, such as the Interdisciplinary Museum of Messina, the Archaeological Park of the Aeolian Islands, with the "Luigi Bernabò Brea" Aeolian Archaeological Museum in Lipari, the Archaeological Park of Naxos and Taormina, the Archaeological Park of Syracuse, Eloro, Villa del Tellaro and Akrai, with the "Paolo Orsi" Archaeological Museum of Syracuse, the Archaeological Park of Leontini, which also includes the archaeological area of Megara Iblea, the Archaeological Park of Morgantina and the Roman Villa del Casale in Piazza Armerina, the Archaeological Park of Gela, which includes the museums of Caltanissetta and Gela, the Archaeological and Landscape Park of the Valley of the Temples, the "Antonino Salinas" Archaeological Museum of Palermo and the Archaeological Park of Selinunte, Cave di Cusa and Pantelleria.

Further north is the National Archaeological Museum of Matera (Ridola), the oldest museum in Basilicata, founded in 1911, which showcases the archaeological artefacts found at Matera and across the region, which is now part of the "National Museums of Matera", recently included within the scope of the Regional Directorate of the National Museums of Basilicata, of which the important museums of Metaponto and Policoro are also a part.

Back in Calabria, there are many important art and culture museums that attract specific audiences. Besides the already mentioned Natio-

(tra cui alcuni di Mattia Preti), si ricorda il Museo Civico e Diocesano di Tropea, la Pinacoteca Civica di Reggio Calabria (dove sono esposte opere di Antonello da Messina e Mattia Preti), il MAON (Museo d'Arte dell'Otto e Novecento) e il Museo del Presente a Rende, il MARCA (Museo delle Arti di Catanzaro), il Museo civico di Taverna (CZ), oltre al MuSaBa di Mammola, un parco-museo d'arte contemporanea a cielo aperto.

Per quanto attiene invece ai competitor indiretti, occorre considerare tutte quelle attrazioni, attività o destinazioni, locali e/o regionali, che competono per il tempo libero e il budget dei potenziali visitatori, pur non essendo musei archeologici.

La prima categoria da considerare è quella delle attrazioni turistiche e naturalistiche: borghi pittoreschi e luoghi storico-artistici all'aperto che offrono esperienze culturali, enogastronomiche e di svago, quali ad esempio Tropea, eletta Borgo dei Borghi 2021, famosa per il centro storico affacciato sul mare; Scilla, col Castello Ruffo sullo Stretto; Gerace, borgo medievale con la cattedrale normanna; Santa Severina, con il castello medioevale ben conservato. Va inoltre considerato il sistema dei Parchi Nazionali (Sila, Aspromonte, Pollino), che offrono esperienze legate alla natura, all'escursionismo e alle attività all'aperto.

Infine, non vanno dimenticati i santuari e i percorsi religiosi, con il Santuario di San Francesco di Paola e quello di Polsi, insieme alle chiese bizantine e normanne diffuse nei borghi storici.

È poi necessario tenere in conto gli eventi culturali e i festival (manifestazioni locali, sagre, concerti e mostre temporanee) che possono

nal Gallery of Cosenza (Palazzo Arnone), with paintings from the 16th to the 20th centuries (including some by Mattia Preti), we should mention the Civic and Diocesan Museum of Tropea, the Civic Art Gallery of Reggio Calabria (with works by Antonello da Messina and Mattia Preti), the MAON (Museum of 19th and 20th Century Art) and the Museum of the Present in Rende, the MARCA (Museum of the Arts of Catanzaro), the Civic Museum of Taverna (Catanzaro), as well as the MuSaBa at Mammola, an open-air contemporary art museum park.

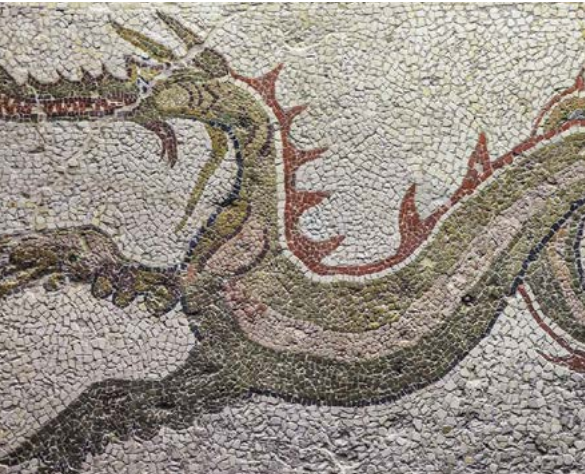
The Museum's indirect competitors include all those local and/or regional attractions, activities or destinations that also compete for the leisure time and disposable income of potential visitors, even if they are not archaeological museums.

The first group consists of tourist and natural attractions, such as scenic villages and outdoor historical and artistic sites offering cultural, food and wine, and leisure experiences, such as Tropea, voted most beautiful village (Borgo dei Borghi) in 2021, which is renowned for its historic centre overlooking the sea; Scilla, with the Ruffo Castle on the Strait of Messina; Gerace, a medieval village with a Norman cathedral; Santa Severina, with its well-preserved medieval castle. The National Park system (Sila, Aspromonte, Pollino) should also be considered, offering natural attractions, hiking routes and other outdoor activities.

Finally, we must not forget religious sites and itineraries, with the Sanctuary of San Francesco di Paola and the Sanctuary of Polsi, as well as the regional network of Byzantine and Norman churches in historic villages.



egualmente intercettare l'interesse dei turisti. A questi si aggiungono i protagonisti del turismo enogastronomico, per il quale la straordinaria offerta culinaria e i prodotti tipici della Calabria rappresentano gli architravi di un insieme di esperienze in grado di catalizzare l'interesse dei flussi turistici.



Also to be considered are the many cultural events and festivals (local events, fairs, concerts and temporary exhibitions) that also attract tourists, including food and wine tourism, with large amounts of tourists drawn by the exquisite regional cuisine and specialty products of Calabria.



## Edificio, collezioni, spazi

### 2.3

#### Cenni storici

Il Museo Archeologico Nazionale di Reggio Calabria è forse il museo archeologico più rappresentativo al mondo della Magna Grecia e sicuramente il più importante della Calabria. La sua storia è fortemente legata a quella del Museo Civico della città dello Stretto, voluto fortemente da un gruppo di artisti e studiosi reggini, costituitosi nel 1882 e all'epoca collocato nei locali della Biblioteca Comunale adiacente al Palazzo Arcivescovile di Reggio Calabria.

Tra il 1887 e il 1889, con l'aumentare delle collezioni, il Museo Civico si trasferisce in un edificio posto accanto alle terme romane che, purtroppo, rimane gravemente danneggiato dal terremoto del 1908. Tra gli amministratori comunali e la comunità scientifica dell'epoca si apre, pertanto, un animato dibattito sulla opportunità di una costruzione di un nuovo museo in città. Mentre i reggini vogliono la ricostruzione di un Museo Civico, l'archeologo Paolo Orsi, nominato nel 1907 primo Soprintendente agli scavi della Calabria, pensa alla realizzazione di un grande Museo Nazionale della Magna Grecia che, oltre a conservare le collezioni archeologiche provenienti dalla Calabria, ospitasse anche gli uffici della Soprintendenza. Alla fine si sposa l'idea di Orsi e, nel 1931, il Podestà di Reggio Calabria incarica l'architetto Marcello Piacentini della redazione del progetto e della realizzazione di un nuovo edificio dall'allestimento innovativo e funzionale alle esigenze museali. Dopo anni di lavori e interruzioni a causa della seconda guerra mondiale, il Museo apre dapprima parzialmente al pubblico nel 1954 sotto la direzione dell'allora Soprintendente Alfonso De Franciscis e poi definitivamente nel 1959. Negli anni ospita temporaneamente anche il Liceo Artistico.

## Building, collections, premises

#### Historical overview

The National Archaeological Museum of Reggio Calabria is perhaps the most representative archaeological museum in the world of *Magna Graecia* and certainly the most important in Calabria. Its history is closely tied to that of the city's Civic Museum, established in 1882 by a group of local artists and scholars, and initially housed in the Municipal Library, located next to the Archbishop's Palace of Reggio Calabria.

Between 1887 and 1889, as its collections grew, the Civic Museum moved to a building next door to the ancient Roman baths, which, unfortunately, was severely damaged by the earthquake of 1908. A lively debate ensued between the municipal authorities and the scientific community of the time about the advisability of building a new museum in the city. While the people of Reggio wanted to rebuild the Civic Museum, the archaeologist Paolo Orsi, appointed in 1907 as the first Superintendent of Archaeological Excavations in Calabria, harboured the idea of creating a large purpose-built National Museum of *Magna Graecia*, which, in addition to preserving and displaying the archaeological collections from Calabria, could also house the Superintendency offices. Eventually, Orsi's idea was accepted and, in 1931, the Mayor of Reggio Calabria commissioned architect Marcello Piacentini to design and build a new building with an innovative layout, capable of meeting the needs of a modern museum. After years of construction, and protracted suspension due to World War Two, the Museum finally opened, albeit partially, in 1954, under the direction of the then Superintendent Alfonso De Franciscis, before its full opening in 1959. It also housed an Art School for many years.



Il cambiamento epocale arriva dopo la scoperta dei Bronzi di Riace nel 1972 poiché, dopo il loro restauro durato quasi un decennio, il Museo accoglie, nel 1982, le due statue all'interno di una sezione di archeologia subacquea al piano seminterrato, inaugurata dal Soprintendente Giuseppe Foti alla presenza del Presidente della Repubblica Sandro Pertini.

Infine, l'ultima modifica radicale intervenuta in ordine di tempo per Palazzo Piacentini è la ristrutturazione degli anni 2008-2011, finanziata nell'ambito delle celebrazioni per il 150° anniversario dell'Unità d'Italia. Durante la realizzazione del progetto, ideato dallo studio ABDR di Roma, sotto la guida del Soprintendente Simonetta Bonomi, i Bronzi di Riace sono oggetto di un nuovo intervento di restauro presso Palazzo Campanella, sede del Consiglio Regionale a Reggio Calabria e rientrano in Museo a fine 2013.

Dal 2015, grazie alla riforma ministeriale targata Franceschini, il MArRC diventa istituto autonomo e riapre definitivamente, inaugurando tutti i suoi spazi e il suo nuovo allestimento, nell'aprile del 2016 con la direzione di Carmelo Malacrino.

### Palazzo Piacentini

L'edificio in cui ha sede il MArRC è ubicato nel pieno centro storico di Reggio Calabria, alla fine di Corso Garibaldi e nelle strette vicinanze della Stazione Ferroviaria Lido. Si affaccia, da un lato, sulla centrale Piazza De Nava; dall'altro, sul Lungomare "I. Falcomatà", con la splendida vista sullo Stretto. L'area, dunque, gode di un'ottima posizione e risulta facilmente raggiungibile tramite mezzo pubblico o privato, sia per chi si muove all'interno del centro cittadino sia per chi arriva dall'esterno, per esempio dalla Stazione ferroviaria Centrale o dal porto.

A watershed moment in its history came after the discovery of the Riace Bronzes, in 1972. Following an almost decade-long restoration process, the Museum finally displayed the two statues as part of its permanent collection, in 1982, in a special section on underwater archaeology housed in the basement, inaugurated by the Superintendent Giuseppe Foti, in the presence of the then President of the Republic, Sandro Pertini.

The latest radical changes to Palazzo Piacentini occurred as part of the renovation project carried out between 2009 and 2011, in connection with the celebrations for the 150th anniversary of the Unification of Italy. During the implementation of the project, designed by the Rome-based ABDR architecture firm, under the supervision of the Superintendent Simonetta Bonomi, the Riace Bronzes were once again restored at Palazzo Campanella, the seat of the Regional Council in Reggio Calabria, and eventually returned to the Museum at the end of 2013.

In 2015, as a result of the reform process for overhauling the national museum system, launched by the then Minister Dario Franceschini, the MArRC was granted special autonomous status. It permanently reopened in April 2016, with renovated premises and a new layout, under the direction of Carmelo Malacrino.

### Palazzo Piacentini

The building housing the MArRC is located in the historic centre of Reggio Calabria, at the end of Corso Garibaldi and close by the Lido railway station. On one side, it overlooks the central Piazza De Nava, on the other, the "I. Falcomatà" waterfront, with a splendid view of the Strait of Messina. The Museum is therefore situated in an excellent location and is easily accessible by public or private transport, whether



Come accennato, dopo il terremoto del 1908 e il danneggiamento dello stabile che ospitava il Museo Civico, si decise per la costruzione di un nuovo edificio che conservasse ed esponesse i reperti archeologici provenienti da Reggio Calabria e dagli scavi effettuati tra fine Ottocento e i primi del Novecento in tutta la Calabria, in modo da costituire, come voleva Orsi, un Museo Archeologico Nazionale della Magna Grecia. Del progetto, come noto, fu incaricato l'architetto Marcello Piacentini il quale, per quanto riguarda la localizzazione, si orientò verso un lotto in forte pendenza posto di fronte al mare.

Denominato anche Palazzo Piacentini, l'edificio fu realizzato tra il 1932 e il 1941 e concepito in chiave moderna, sull'esempio dei principali musei d'Europa e con una particolare attenzione alle fondazioni e al rispetto delle normative antisismiche.

Riconosciuto tra i più illustri esempi di architettura razionalista al mondo, esso è caratterizzato da un volume massiccio che ne accentua la monumentalità e si eleva su un basamento bugnato in granito grigio scuro di Palmi che ha lo scopo di raccordare il dislivello esistente tra le due strade che delimitano l'isolato. I prospetti, rivestiti in travertino, presentano tra loro differenze notevoli: quello verso il mare è caratterizzato da un ordine gigante, realizzato con pilastri in aggetto e grandi superfici vetrate, quello che si affaccia su piazza De Nava è completamente liscio e scandito dalla sola successione delle finestre e dall'arretramento del corpo di ingresso che si eleva fino al terzo piano. Nel dopoguerra venne realizzata una sopraelevazione, arretrata rispetto alla volumetria sottostante, che doveva ospitare gli uffici tecnici e amministrativi.

L'ampiezza e la differente altezza delle sale, lo studio della distribuzione e della sistemazione dei materiali, la circolazione a senso unico e lo

coming from the city centre or the surrounding neighbourhoods, for example from the Central Railway Station or the port.

As mentioned previously, after the earthquake of 1908 and the damage to the building that housed the Civic Museum, it was decided to erect a new building for preserving and displaying the archaeological finds from Reggio Calabria and from excavations carried out between the late 19th and early 20th centuries across Calabria, establishing a purpose-built National Archaeological Museum of *Magna Graecia*, thus realising the dream of Paolo Orsi. The renowned architect Marcello Piacentini was commissioned to design the project. As for the location, he opted for a steeply sloping plot facing the sea.

Construction work on the building, which came to be known as the Palazzo Piacentini, was carried out between 1932 and 1941, in the modern style of the period, along the lines of other major purpose-built museums in Europe, with a focus on the foundations and according to state-of-the-art earthquake engineering and regulations.

Recognised as one of the most significant examples of rationalist architecture in the world, it is a massive, monumental building with a rusticated masonry base built of dark-grey Palmi granite, designed to provide visual uniformity, due to the difference in height between the front and the rear of the building. The travertine-clad façades differ considerably, with the one facing the sea featuring a giant order, with projecting pillars and large glazed areas, while the one facing Piazza De Nava is completely smooth and marked only by a succession of windows and the recessed entrance, which rises up to the third floor. After the war, a rooftop extension was added to building, set back from the main façade, to house the plant room and offices.

studio dell'illuminazione lo hanno reso una delle opere più moderne nell'ambito degli edifici museali. L'allestimento interno delle collezioni fu caratterizzato soprattutto dalle famose pareti-vetrina ideate proprio da Piacentini, adottate poi in altri musei italiani ed europei, che intendevano esporre in modo razionale e moderno i reperti archeologici e che consentivano di osservare gli oggetti da entrambi i lati senza l'uso di specchi.

L'edificio non ha subito modifiche sostanziali per circa mezzo secolo, fino a quando, come già anticipato, un nuovo progetto di ristrutturazione e adeguamento funzionale è stato inserito tra gli interventi finanziati per i 150 anni dell'Unità d'Italia. I lavori di recupero, condotti tra il 2008 e il 2011 e progettati dallo studio di architetti romani ABDR, hanno interessato una superficie di circa 11.000 mq. L'intervento è consistito nella riqualificazione architettonica dell'edificio attraverso cui l'uso del linguaggio espressivo dell'architettura contemporanea e il livello qualitativo e prestazionale dei lavori di consolidamento strutturale e di adeguamento impiantistico e tecnologico hanno dialogato, hanno interagito e si sono integrati con l'involucro edilizio originario, esaltandone la qualità architettonica e mantenendo inalterata la connotazione stilistica di compostezza, solidità e imponenza che ne caratterizzano il tratto originario.

L'aspetto che rispecchia maggiormente il nuovo Museo è dato tuttavia dai nuovi spazi che sono stati ricavati o realizzati ex novo. A partire dalla meravigliosa terrazza panoramica con vista sullo Stretto di Messina, per continuare con il nuovo piano per le mostre temporanee, per finire con la Sala Conferenze e, soprattutto, con l'atrio a tripla altezza di ingresso al Museo, intitolato a Paolo Orsi, che vede affacciarsi la nuova Sala Bronzi, con le statue di Riace e Porticello visibili nelle occasioni importanti attraverso grandi vetrate.

The building's modern design as a purpose-built museum is reflected in the size and different heights of the rooms, the distribution and arrangement of the exhibits, the one-way exhibition route and the lighting. The main feature of the exhibition layout are the distinctive "showcase walls" designed by Piacentini himself, to display the archaeological finds in a rational and modern way offering a 360-degree viewing experience without the use of mirrors. The solution was to be subsequently adopted in other Italian and European museums.

The building underwent no substantial changes for about half a century, until, as previously mentioned, a new renovation and adaptation project was approved and financed, in connection with the celebrations for the 150th anniversary of the Unification of Italy in 2011. The renovation project, designed by the Rome-based architecture firm ABDR, was carried out between 2009 and 2011 and concerned an area of approximately 11,000 square metres. It consisted in the redevelopment of the building according to a contemporary design language. The structural improvement and plant and technological upgrading works, designed to enhance the quality and performance of the building, are integrated and interact with the architecture of the building, preserving the monumental style and grandeur of its original features.

The elements that best exemplify the renovation project, however, are the brand new spaces like the wonderful panoramic terrace overlooking the Strait of Messina, the new floor for temporary exhibitions, the Conference Room and, above all, the triple-height entrance hall named after Paolo Orsi, which overlooks the new Room of the Bronzes, where the Riace and Porticello statues are displayed, which, on important occasions, can be viewed through large glazed panels.



### Allestimento e percorso museale

L'intervento dello studio ABDR ha contemplato anche il ripensamento totale dell'allestimento, sia dal punto di vista delle strutture espositive che dei reperti archeologici scelti. Per quanto riguarda gli espositori, si contano ben 220 vetrine/isole di dimensioni variabili, in metallo, con un rivestimento in *solid surface*, incollato su pannelli di supporto. La maggior parte di queste sono sormontate da teche vetrate, altre sono state pensate per ospitare reperti fuori vetrina.

Rispetto al precedente allestimento, il nuovo progetto delinea un percorso museale secondo un criterio cronologico/tematico articolato sui quattro livelli dell'edificio. La visita inizia dal livello A, corrispondente al secondo piano, dove sono esposti oggetti e contesti della preistoria e protostoria calabrese e prosegue in discesa, nei livelli B (mezzanino) e C (primo piano), dove la Magna Grecia viene raccontata attraverso la statuaria, la bronzistica, le terrecotte architettoniche, la coroplastica e il vasellame provenienti da contesti santuariari, funerari e domestici delle principali *poleis* calabresi, da Locri Epizefiri e Kaulonia, da Hipponion a Medma, da Metauros a Sibari e Crotona. Si arriva infine al livello D, ovvero il piano terra, dove si traccia la storia di Rhegion, dalla sua fondazione fino alla tarda età imperiale. Il livello E, sottostante e seminterrato, è riservato alle esposizioni temporanee: vi si trovano anche il lapidario e una piccola area archeologica che ospita alcune tombe della necropoli rinvenuta nel 1932, durante lo scavo per le fondazioni dell'edificio.

Se si volessero approfondire i contenuti ed evidenziare i reperti e i contesti più importanti di ogni livello, si dovrebbe iniziare dal giacimento preistorico della Grotta del Romito di Papasidero (CS) caratterizzata dall'incisione su roccia del *Bos taurus primigenius* (datata 12.000 anni fa) – che rappresenta uno dei più antichi esempi di arte rupestre in Italia e la prima forma d'arte in Calabria – il cui calco è esposto al

### Layout and exhibition route

The ABDR architecture firm also redesigned the exhibition layout, both in terms of the display structures and the selected exhibits. The former consist of 220 freestanding and wall-mounted metal display cases, of varying sizes, with solid-surface cladding glued onto support panels. Most of these feature a base topped with a glass display case, while others are designed to display exhibits without the glass case.

The new layout is based on an arrangement of the exhibits in chronological/thematic order, on all four floors of the building. The visitor path begins on level A, corresponding to the second floor, where artefacts and descriptive texts from prehistory and protohistory in Calabria are displayed. It continues down to levels B (mezzanine) and C (first floor), where the history of *Magna Graecia* unfolds and takes the shape statues, sculptures, bronzes, pottery and architectural elements and figurines made of terracotta, found in temples, tombs and homes in the major Greek cities of Calabria, from Locri Epizefiri, Kaulonia and Hipponion to Medma, from Metauros to Sibari and Crotona. The exhibition route ends at level D, on the ground floor, dedicated to the history of the Greek city Rhegion, from its foundation to the late imperial age. Level E, in the basement, is used for housing temporary exhibitions. There is also a lapidarium and a small archaeological area housing several tombs from the necropolis discovered in 1932, during the excavation for the building's foundations.

If we wish to explore the exhibits in more detail, and highlight the most important finds displayed on each level, we should begin on level A, at the beginning of the exhibition path, with the prehistoric site of the Romito di Papasidero Cave (Cosenza) and the plaster cast of the rock carving of an aurochs (*Bos taurus primigenius*) (dated 12,000 years ago), one of the oldest examples of rock carving in Italy and the first form of art discovered in Calabria, next to whi-



livello A, proprio all'inizio del percorso, in corrispondenza della sepoltura bisoma con un individuo affetto da nanismo, scavata all'interno dello stesso riparo.

Dal neolitico sono giunti fino a noi meravigliosi oggetti di vita quotidiana, dalle asce alle lame in selce e ossidiana usate durante le attività domestiche e agricole, fino alle prime ceramiche a decorazione impressa e dipinta. Armi in bronzo e ferro dai ricchi corredi maschili delle necropoli indigene calabresi, preziosi gioielli femminili in metallo ambra e pasta vitrea, ceramiche decorate e oggetti unici come il prezioso idoletto in avorio rinvenuto a Punta di Zambrone (VV) e proveniente da Creta, arricchiscono il percorso espositivo del livello A, documentando la ricchezza raggiunta dalle popolazioni della Calabria durante l'età dei metalli, fino all'alba della colonizzazione greca.

Al livello B l'esposizione continua con reperti provenienti dai santuari delle città della Magna Grecia, dai preziosi ex voto rinvenuti nel santuario di Timpone della Motta di Francavilla Marittima (CS), dedicato alla dea Atena, alle migliaia di offerte rinvenute nei depositi votivi di Locri Epizefiri, Hipponion e Medma. Spiccano inoltre i famosi *pinakes*, piccoli quadretti votivi in terracotta, realizzati in serie per mezzo di matrici e dipinti con colori vivaci (a volte ancora visibili), animati da scene a rilievo connesse al mito di Persefone e scoperti da Orsi nel santuario della Mannella a Locri Epizefiri e la magnifica scultura realizzata in marmo pario, proveniente dal santuario di Apollo Aleo a Punta Alice di Cirò Marina (KR): un acrolito, cioè una statua costituita da un'impalcatura lignea, riccamente abbigliata con stoffe e gioielli, su cui erano inserite le parti in marmo. Dello stesso materiale è il gruppo scultoreo dei Dioscuri proveniente dall'area sacra di Marasà a Locri Epizefiri, mentre sono in terracotta riccamente figurate e dipinte le coperture dei templi di Casa Marafioti di Locri Epizefiri e di contrada Passoliera dell'antica Kaulonia, oggi Monasterace Marina (RC).

ch is the double burial of an individual affected by dwarfism, found and excavated inside the same cave.

Wonderful objects from everyday life have come down to us from the Neolithic period, from flint and obsidian axe heads and blades, used in domestic and agricultural activities, to the first ceramics with impressed and painted decorations. Bronze and iron weapons from the rich grave goods found in male burials in indigenous Calabrian necropolises, precious female jewellery in metal, amber and glass paste, and decorated ceramics and unique objects such as the precious ivory idol found in Punta di Zambrone (Vibo Valentia), imported from Crete. The exhibits on level A provide a picture of how the indigenous populations of Calabria flourished during the Metal Age, until the dawn of Greek colonisation.

On level B, the exhibition route continues with finds from the temples of the cities of *Magna Graecia*, consisting of precious votive offerings found at the sanctuary of Athena at Timpone della Motta, in the area of Francavilla Marittima (Cosenza), and the thousands of offerings unearthed in the votive deposits of Locri Epizefiri, Hipponion and Medma. Also noteworthy are the famous *pinakes*, small votive terracotta panels, produced in series using moulds and painted in bright colours (traces of which are sometimes still visible), with relief scenes depicting the myth of Persephone, and discovered by Orsi in the sanctuary of Mannella at Locri Epizefiri; the Parian marble acrolith from the sanctuary of Apollo Aleo at Punta Alice di Cirò Marina (Crotone), a composite sculpture with a wooden body, concealed under fabric and adorned with jewellery, to which the stone head, hands and feet were attached; the sculpture group of the twin gods Castor and Pollux from the sacred area of Marasà, at Locri Epizefiri, while the roof of the temples of Casa Marafioti at Locri and Contrada Passoliera in the ancient Kaulonia - modern-day Monasterace Marina (RC).



Il livello C ospita reperti provenienti da numerosi contesti magno-greci e racconta aspetti di vita quotidiana: dalle rappresentazioni teatrali all'artigianato per concludere con il mondo funerario. Ma segue anche un percorso cronologico, arrivando fino alla conquista delle *poleis* magnogreche da parte dei popoli italici di Lucani e Brettii, periodo simboleggiato dal ricchissimo corredo funerario da contrada Marcellina di S. Maria del Cedro (CS), databile al IV secolo a.C., con i suoi pregiati vasi da simposio e la ricca armatura in bronzo. Questi popoli si insediano anche in nuovi territori, tra cui le terrazze della Piana di Gioia Tauro. Da una tomba scoperta a Varapodio (RC) proviene un magnifico capolavoro di età ellenistica quale è la coppa in vetro con decorazione in lamina d'oro, mentre sul promontorio di Taureana di Palmi (RC) si impianta un insediamento brettio dal quale arriva il bellissimo mosaico con scena di caccia all'orso, realizzato in piccole tessere policrome e posto al centro di una grande sala da banchetto in cui era presente anche un letto in bronzo (*kline*).

Il livello D è interamente dedicato alla città di Reggio, dalle origini fino all'età romana. Si segnalano, dall'area sacra di località Griso Labocchetta (RC), numerose statuette votive, ma soprattutto la grande lastra in terracotta policroma decorata a rilievo con scena di danza. L'esposizione prosegue con i ricchi corredi funerari rinvenuti in diversi settori della necropoli ellenistica, che documentano una città florida tra III e I secolo a.C., alleata di Roma ma rimasta greca per cultura e lingua, come ci ricorda lo storico Strabone e come ci testimoniano le numerose epigrafi esposte.

Lungo il percorso del livello D, è d'obbligo la sosta per ammirare i capolavori del MArRC più conosciuti al mondo. Il *kouros* di Reggio, splendida opera in marmo pario dell'inizio del V secolo a.C., caratterizzata dal colore rossastro della capigliatura e poi i celebri Bronzi di Riace, visibili all'interno della famosa Sala Bronzi

Marina (Reggio Calabria) are made in painted terracotta.

Level C houses finds from numerous locations in *Magna Graecia*, related to various aspects of daily life, from theatrical performances to crafts and burials. Here too the exhibits are arranged in chronological order, leading up to the conquest of the cities of *Magna Graecia* by the indigenous Italic peoples called the Lucani and Brettii, a period symbolised by the rich grave goods from the Marcellina area of S. Maria del Cedro (Cosenza), dating back to the 4th century BCE, featuring precious symposium vases and a bronze suit of armour. These peoples settled in new territories, including the terraced plain of Gioia Tauro. There is a magnificent Hellenistic masterpiece, a glass cup decorated with gold leaf, from a tomb discovered at Varapodio (Reggio Calabria), while the beautiful mosaic depicting a bear hunt, made of small polychrome tiles and placed in the centre of a large banquet hall also containing a bronze dining couch (*kline*), comes from the Brettian settlement on the promontory of Taureana di Palmi (Reggio Calabria).

Level D is entirely dedicated to the city of Reggio, from its origins to the Roman period. Of particular note are the numerous votive statuettes from the sacred area of Griso Labocchetta (Reggio Calabria), but above all the large polychrome terracotta slab decorated in relief with a dance scene. The exhibition continues with the rich grave goods found in various areas of the Hellenistic necropolis, which document a flourishing city between the 3rd and 1st centuries BCE, allied with Rome but retaining its Greek heritage and language, as recorded by the historian Strabo and testified by the many displayed inscriptions.

Level D also displays some of the MArRC's most famous masterpieces, such as the so-called *Kouros* of Reggio, a splendid Parian marble statue from the early 5th century BCE, which

insieme alle cosiddette teste di Basilea e del Filosofo, recuperate invece dal relitto di Porticello (Villa San Giovanni).

I guerrieri di Riace, originali greci della metà del V secolo a.C., furono rinvenuti nell'agosto del 1972 nelle acque dello Jonio Calabrese e sottoposti ad accurati restauri, prima a Reggio Calabria e poi a Firenze, dove furono esposti fino al giugno del 1981. Dopo un breve periodo al Quirinale a Roma, fecero definitivamente ritorno al Museo Archeologico Nazionale di Reggio Calabria.

All'indomani della loro scoperta, le due statue attrassero da subito l'attenzione degli archeologi e degli storici dell'arte antica di tutto il mondo, che formularono su di esse le più svariate ipotesi identificative, con il fine di individuare i soggetti rappresentati e l'artista che li aveva prodotti. In attesa di una teoria che metta d'accordo tutto il mondo scientifico, la denominazione è rimasta quella data al momento della scoperta.

Il Bronzo "A" e il Bronzo "B" sono entrambi in nudità eroica e in posizione di riposo, originariamente dotati di elmo rialzato sulla fronte con il fine di mostrare il volto, con la mano destra dovevano reggere una lancia, mentre sul braccio sinistro era presente un grande scudo di cui si conservano ancora i bracciali di sostegno fissati all'avambraccio. Fin qui le caratteristiche comuni. In realtà le due statue presentano alcuni particolari che le differenziano. Il Bronzo "A" ha una lunga capigliatura a riccioli e fascia sulla fronte ed è raffigurato con le labbra dischiuse che lasciano ben visibili i denti realizzati in argento; il Bronzo "B" indossava sul capo una cuffia di cuoio posta sotto l'elmo, non ha la capigliatura rifinita e ha di sicuro subito dei restauri e delle modifiche in epoca antica (il

stands out because of the reddish colour of its hair, and the famous Riace Bronzes, displayed in the Room of the Bronzes together with the so-called heads of Basel and the Philosopher.

The Riace warriors, Greek originals from the mid-5th century BCE, were found in August 1972, in the waters of the Ionian Sea, off the coast of Calabria, and were carefully restored, first at Reggio Calabria and then in Florence, where they were exhibited until June 1981. After a short period in the Quirinale Palace in Rome, they finally returned to the National Archaeological Museum of Reggio Calabria.

Following their discovery, the two statues immediately attracted the attention of archaeologists and ancient art historians from around the world, who advanced diverse theories about who they represented and who had made them. While a theory that satisfies the entire scientific community has yet to be found, the names given to the statues at the time of their discovery have remained unchanged, simply "Bronze A" and "Bronze B".

Both statues are full-size ideal male nudes in a state of rest, originally wearing a helmet raised on the forehead to show the face, and were thought to hold a spear in their right hands and a large shield on their left arms, with the arm straps still attached to the forearms. These are common features. The two statues, however, also have distinguishing features. Bronze A, for example, has long, curly hair, a headband on his forehead, and parted lips that clearly reveal silver teeth. Bronze B wore a leather cap under his helmet, his hair is unfinished, and he was clearly restored and modified in ancient times (his right arm has been replaced, and lumps of lead in both hands are evidence of subsequent alterations).

braccio destro è stato sostituito e in entrambe le mani sono presenti grumi di piombo che attestano interventi successivi).

Come detto sopra, il nuovo progetto ha modificato anche la configurazione dello spazio che ospita i Bronzi di Riace e di Porticello, prima esposti al piano seminterrato nell'ambito della sezione di archeologia subacquea del Museo. La nuova Sala Bronzi, invece, vede disciplinato per la prima volta l'accesso con un numero massimo di visitatori i quali, a turno, passano attraverso una sala-filtro dotata di un sofisticato sistema di regolamentazione termo-igrometrica che consente una maggior tutela e una consapevole conservazione.

Nella stessa Sala sono presenti anche due reperti provenienti dal relitto di località Porticello di Villa San Giovanni (RC): si tratta di parte del carico di una imbarcazione che è stata individuata nel 1969 e poi scavata con il recupero di tutto il contenuto, tra cui spiccano, appunto, le due teste in bronzo, dette di Basilea e del Filosofo, anch'essi originali di età greca della seconda metà del V secolo a.C.

Nel piano seminterrato dell'edificio (Livello E), dove fino al 2008 era ricavata la sezione di archeologia subacquea con i Bronzi di Riace e Porticello, dal 2011 è invece ora presente uno spazio per le esposizioni temporanee di circa 450 mq, dal 2015 utilizzato stabilmente con una media di una mostra ogni anno.

#### Altri spazi

Seppure invisibili agli occhi dei visitatori, i **Depositi** sono il "cuore" di ogni museo, sia da un punto di vista quantitativo (secondo alcuni studi essi ospitano circa il 95% delle collezioni mondiali), sia qualitativo, poiché svolgono la funzione primaria del museo, vale a dire la conservazione delle opere, condizione necessaria alle conseguenti attività di valorizzazione, fruizione e comunicazione. I depositi del MArRC rappresentano pertanto una componente cruciale

The new layout has also changed the position of the Riace and Porticello Bronzes in the Museum, previously displayed in the basement as part of the Museum's underwater archaeology section. The new Room of the Bronzes has controlled admission, with a maximum number of visitors at any one time, who must pass through a decontamination room fitted with a sophisticated heat and humidity regulation system for enhanced protection and conservation.

The same room also houses two artefacts discovered in 1969 in the wreck of ship at Porticello di Villa San Giovanni (Reggio Calabria), that was carrying a cargo that included these two bronze heads, known as the Basel and Philosopher heads, also Greek originals dated to the second half of the 5th century BCE.

The basement of the building (level E) previously housed the underwater archaeology section, where the Riace and Porticello Bronzes was displayed until 2008. Renovated in 2011, it occupies an area of approximately 450 square metres, and is used since 2015 as a space for holding temporary exhibitions. On average, at least one exhibition a year is held here.

#### Other facilities

Although off limits to visitors, the **Storage Facilities** are the "heart" of every museum. According to some studies, they house around 95% of the world's museum collections and perform the primary function of conservation of the artworks, which is a precondition for subsequent museum activities, such as leveraging cultural heritage, enhancing visitor experience, and communication and promotion functions. The MArRC's storage facilities are therefore a vital part of the Museum, housing an extraordinary heritage, in terms of both quantity and variety, made up of thousands of artefacts from excavations and recoveries throughout Calabria, as well as from donations, seizures and public or private historical collections.

dell'Istituto: essi custodiscono un patrimonio straordinario per quantità e varietà, rappresentato da migliaia di reperti provenienti non solo da scavi e recuperi effettuati in tutto il territorio calabrese, ma anche da donazioni, sequestri e collezioni storiche pubbliche e private.

Il **Laboratorio di Restauro** è un ampio spazio opportunamente attrezzato per l'intervento sui reperti, indispensabile per la conservazione delle collezioni. Ubicato nel piano seminterrato del Museo, allo stesso livello del piano D delle esposizioni temporanee, la sua collocazione è funzionale alla vicinanza con i depositi e con l'ingresso alla struttura per permettere un facile carico/scarico dei materiali archeologici, anche quelli più voluminosi, ingombranti e delicati.

Le azioni di restauro, legate alla salvaguardia, alla tutela e alla conservazione degli oggetti che formano le collezioni, esposte e non, sono propedeutiche a qualsiasi forma di valorizzazione. Le attrezzature e la perizia dell'équipe specializzata consentono di realizzare diverse attività di pronto intervento, consolidamento, pulitura, ricostruzione e integrazione su tutte le tipologie di materiali, siano essi metallici, ceramici, lapidei, vitrei e organici, per riportare i reperti alle migliori condizioni conservative.

Sono disponibili altri due locali adiacenti al laboratorio di restauro che vengono adibiti l'uno a deposito temporaneo di attrezzature e beni e l'altro a cantieri di restauro condotti da ditte esterne che collaborano con il Museo al fine di garantire la corretta tutela dei beni.

Come ogni struttura ministeriale che ha una lunga tradizione, anche il MArRC possiede un ampio **Archivio Storico**, costituito da una parte cartacea (documentale e catalografica) e da una parte grafica e fotografica. Allo stato attuale, la gestione degli archivi è condivisa con la

The **Restoration Lab** is a large space suitably equipped for working on artefacts, which is essential for their proper conservation and preservation. Located in the basement of the Museum, on the same level as the temporary exhibition floor, the Lab is conveniently adjacent to the Storage Facilities and the entrance to the building, to facilitate loading/unloading operations, including large, bulky and delicate artefacts.

Restoration work is closely associated with the protection, preservation and conservation of the collection objects, regardless of whether or not they are on display, and is preliminary to any form of enhancement and promotion. The well-equipped laboratory and specialised staff provide emergency response, consolidation, cleaning, reconstruction and integration activities, in relation to all types of materials, metal, ceramic, stone, glass, or even organic substances, restoring the finds to the best possible condition.

Next to the restoration lab there are two rooms used one as a temporary storage facility for equipment and items, and the other as a restoration workshop, where outsourced firms collaborate with the Museum in the restoration work, to ensure the proper protection of the cultural assets.

Like any other longstanding institution, the MArRC too has an extensive **Historical Archive**, consisting of two sections, one preserving standard paper records and catalogues, and the other graphic and photographic materials. Currently, the archives are managed jointly with the Superintendency of Archaeology, Fine Arts and Landscape for the Metropolitan City of Reggio Calabria and the Province of Vibo Valentia (SABAP RC-VV), an institution that inherited the functions of the former Superin-



Soprintendenza Archeologia Belle Arti e Paesaggio per la Città metropolitana di Reggio Calabria e la provincia di Vibo Valentia, istituto che ha ereditato le funzioni dell'ex Soprintendenza per i beni archeologici della Calabria la quale, a sua volta, ante riforma ministeriale del 2014, comprendeva anche lo stesso Museo. La competenza dei materiali d'archivio varia a seconda del soggetto dei documenti: scavi, restauri e tutela rientrano in quella della SABAP RC-VV, al Museo spetta tutto quanto riguarda le sue collezioni, i Bronzi di Riace e Palazzo Piacentini (costruzione, allestimenti, ecc.).

Nato nel 2024 nell'ambito della riorganizzazione dell'ufficio, il **TIPALL** (Laboratorio tecnologie innovative per la progettazione e gli allestimenti) è dotato di apparecchiature all'avanguardia per la documentazione e la riproduzione fotografica dei reperti, per la loro scannerizzazione e riproduzione 3D; operazioni fondamentali e necessarie, oltre che alla inventariazione, alla documentazione e monitoraggio dello stato di conservazione.

La **Biblioteca** di Palazzo Piacentini è collocata al Livello D dell'edificio, subito a fianco dell'ingresso principale di Piazza De Nava. Così come per l'Archivio storico, anche la biblioteca è a gestione condivisa con la Soprintendenza Archeologia Belle Arti e Paesaggio per la Città metropolitana di Reggio Calabria e la Provincia di Vibo Valentia ed è regolamentata da un apposito accordo ai sensi del quale coesistono due differenti registri di inventario in base alla proprietà dei singoli volumi.

Nota per la sua vasta collezione di oltre 20.000 volumi dedicati all'archeologia e alla storia artistica, raccolti sin dall'epoca del Museo Civico di fine Ottocento, la Biblioteca è stata riaperta dopo anni di chiusura ed è tuttora un punto di riferimento essenziale per ricercatori, studenti e appassionati del settore. Le sue scaffalature

tendency for Archaeological Assets of Calabria, which, prior to the 2014 reform, was also responsible for the Museum. Responsibility for the archive materials depends on the nature of the documents, with excavations, restoration and preservation activities being the competence of the SABAP RC-VV, while the Museum is responsible for all matters relating to its collections, the Riace Bronzes and the Palazzo Piacentini building (construction work, exhibit arrangements and displays, etc.).

Established in 2024, as part of the Museum overhaul project, the **TIPALL Lab** (Laboratory of Innovative Technologies for Design and Exhibitions) is equipped with state-of-the-art equipment for the documentation and photographic reproduction of artefacts, and their scanning and 3D reproduction. These are fundamental operations for protection and preservation purposes, alongside cataloguing, documenting and monitoring the state of conservation.

The **Museum Library** is located on Level D of the building, right next to the main entrance on Piazza De Nava. Like the Historical Archive, the library too is jointly managed with the SABAP RC-VV and is regulated by a specific agreement, which provides for two separate accession registers, based on the ownership of the individual books.

Renowned for its vast collection of over 20,000 volumes dedicated to archaeology and art history, collected since the days of the Civic Museum in the late 19th century, the Library has reopened after years of being closed and is still a go-to place for researchers, students and enthusiasts. Its shelves hold many priceless volumes, on subjects ranging from local antiquities to the art and civilisation of various epochs and regions.

ospitano una serie di opere di inestimabile valore che spaziano dalle antichità locali a studi su arte e civiltà di varie epoche e regioni.

Gli ambienti della sala lettura vengono spesso utilizzati anche per incontri che prevedono un limitato numero di partecipanti, per riunioni dei direttivi di associazioni che collaborano con il MArRC (ad esempio Amici del Museo, Deputazione di Storia Patria) e per attività legate alla didattica.

Sempre a piano terra, dal lato opposto della Biblioteca è la **Sala conferenze** utilizzata per svariate occasioni ed eventi ma anche per laboratori, per attività didattiche e formative, oltre che per piccole esposizioni temporanee. Tra gli spazi disponibili per accogliere il pubblico è quello con la capienza minore, di circa 50 posti.

Elemento di grande interesse del nuovo edificio ristrutturato è sicuramente il **Roof Garden** ricavato dal precedente lastrico solare originario del progetto piacentiniano. Si tratta di uno spazio pensato per i servizi di caffè/ristoro ma, in attesa del bando per la concessione del servizio a privati, è ora utilizzato per spettacoli e concerti soprattutto nella parte esterna e nel periodo estivo; per conferenze, convegni, seminari e per attività didattiche, all'interno. Oltre allo splendido panorama sullo Stretto, la sala interna offre una configurazione perfetta per eventi formativi e culturali fino a 90 partecipanti.

Si conclude con la descrizione di due piazze.

**Piazza Paolo Orsi** è l'atrio di ingresso al Museo, precedentemente occupato da una sorta di chiostro utilizzato come deposito all'aperto, ora totalmente ripensato e dal 2011 noto comunemente come "Piazza" anche grazie all'omonima opera contemporanea di Alfredo Pirri che ha voluto realizzare uno spazio che connettesse il Museo alla città, frequentato dalla comunità, quotidianamente e gratuitamente, come una sorta di appendice urbana. Lo spazio, caratterizzato da un soffitto di vetro

The reading room is often used for meetings with a limited number of participants, for meetings of the boards of partner organisations of the MArRC (such as the Friends of the Museum, Deputazione di Storia Patria) and for educational activities.

Also on the ground floor, on the opposite side of the Library, is the **Conference Room**, which is used on special occasions and for holding events, as well as workshops, educational and training activities, and small temporary exhibitions. It is the smallest of the Museum spaces open to the public, with a capacity of around 50 seats.

A particularly interesting feature of the newly renovated building is undoubtedly the **Roof Garden**, on the roof terrace of the original building designed by Piacentini. These premises were redesigned to be used as a café/refreshment area but, pending the tender for outsourcing the Museum's catering services, the spaces are temporarily used for shows and concerts, mainly in the summer, outdoors, while the indoors is used for conferences, seminars and educational activities. Besides the splendid view of the Strait of Messina, the indoor area is a perfect venue for hosting educational and cultural events with up to 90 participants.

Finally, a description of the two squares.

**Piazza Paolo Orsi** is actually the new atrium of the Museum, where the entrance and ticket office located. Previously, it was simply the internal courtyard of the building and was used as a sort of outdoor storage facility. In 2011, it was completely redesigned and is now called the "Piazza", which is also the name of the contemporary site-specific artwork installed there, by Alfredo Pirri, who designed it as an urban space connecting the Museum to the city and also open to the general public. The space is covered by a transparent glass ceiling, supported by the Tensegrity system, which floods



trasparente calpestabile sostenuto dal sistema Tensegrity, che inonda di luce tutto l'atrio, è stato intitolato poi a Paolo Orsi e anch'esso è utilizzato per mostre temporanee, convegni ed eventi di portata maggiore, visto che, a parte la biglietteria del Museo, può contenere fino a 150 persone.

Nonostante si trovi all'esterno del Museo, dinanzi alla facciata principale di Palazzo Piacentini, Piazza De Nava può ormai considerarsi parte della struttura museale e, analogamente a Piazza Paolo Orsi, è una sorta di appendice esterna del MArRC, soprattutto grazie al progetto realizzato e inaugurato a fine 2024 dopo più di un anno di lavori.

Lo stesso Piacentini, nei primi schizzi realizzati per il progetto del Museo, sentiva di dover garantire una grande profondità prospettica all'edificio e di instaurare un dialogo tra lo stesso e la piazza antistante e aveva quindi previsto uno spazio profondo ben due isolati. L'idea purtroppo non ebbe un seguito e venne realizzata una piazza che occupa un solo isolato, intitolata al politico G. De Nava, peraltro caratterizzata dall'attraversamento carrabile del Corso Garibaldi.

Con la nuova **Piazza De Nava** viene parzialmente ripreso quanto già intuito da Piacentini e si crea una forte sinergia con il Museo e la sua corte interna, Piazza Paolo Orsi, un lungo corridoio senza soluzione di continuità che collega interno ed esterno, eliminando pure il passaggio carrabile sul relativo tratto del Corso. L'interno del Museo non è dunque più visto solo come la corte del palazzo, al servizio delle attività legate ad esso, ma piuttosto come un luogo aperto alla città, uno spazio restituito alla collettività. Il museo e la città si configurano così come un unico palinsesto urbano: uno spazio aperto allo svago e all'incontro, ma anche un luogo capace di accogliere e generare mostre ed eventi che valorizzano tanto il piano inclinato della piazza esterna quanto la "piazza" interna del Museo.

it with light. It was named after the renowned archaeologist Paolo Orsi and is also used for temporary exhibitions, conferences and larger events, since it can accommodate up to 150 people.

**Piazza De Nava**, instead, is the public square in front of the Museum. Inaugurated at the end of 2024, after more than a year of renovation work, it too, like Piazza Paolo Orsi, has become a part of the Museum complex, as a sort of external extension.

Piacentini himself, in his early design sketches of the Museum, had imagined a large open space in front of the building, at least two blocks deep, to create a visual perspective, so as to better appreciate the building and its place in the urban setting. Unfortunately, the idea was not followed through and the size of the square was reduced to only one block deep. It is named for a politician, G. De Nava, and, at the bottom end, in front of the Museum, is crossed by Corso Garibaldi.

The renovated Piazza De Nava partially echoes Piacentini's original vision for the square and creates a strong connection with the Museum and its internal courtyard, now called Piazza Paolo Orsi, forming a long, seamless walkway connecting the exterior and interior of the building. The courtyard therefore no longer serves just Museum-related functions, but has become part of the neighbourhood. The Museum and the city form a comprehensive urban structure, an open space where people can meet and engage in leisure activities, as well as a venue for holding exhibitions and events capable of enhancing both the inclined plane of the square outside and the "piazza" created inside the Museum.



## Attività

### 2.4

In supporto alla Direzione, per assicurare l'operatività generale e il coordinamento gestionale di tutti i settori dell'Istituto, sono presenti il Segretario Amministrativo, la Segreteria di Direzione e lo Staff di Direzione.

Le funzioni amministrative costituiscono la spina dorsale di ogni istituto museale, garantendo il rispetto delle normative e la trasparenza operativa. Queste comprendono la gestione del personale e delle risorse, la contabilità e la pianificazione finanziaria. Gli uffici amministrativi si occupano anche della formazione del personale, della stipula dei contratti e degli acquisti. Le principali attività che concorrono ad una gestione efficace ed efficiente dell'amministrazione sono:

- gestione del personale: assunzioni, collaborazioni, formazione obbligatoria e pratiche di infortunio;
- contabilità e finanze: bilanci preventivi/consuntivi, tesoreria, note spese e missioni di servizio;
- appalti e acquisti: gare, fornitura di beni e servizi, capitolati e contratti pubblici;
- protocollo e trasparenza: registrazione documenti, accesso agli atti e prevenzione della corruzione;
- gestione e istruttoria dei tirocini;
- istruttoria per la Messa alla Prova di personale esterno ai sensi della Convenzione con il Tribunale di Reggio Calabria;
- istruttoria di procedure previdenziali, competenze accessorie;
- concessioni (di spazi, di immagini, per riprese) e Conto Terzi;
- contenzioso e accesso agli atti;
- relazioni sindacali;
- ufficio del Consegnatario dei beni.

L'Ufficio Collezioni è il fulcro della gestione e cura del patrimonio del Museo. Si occupa della selezione, conservazione, gestione e docu-

## Activities

The top Management (*Direzione*) of the Museum is assisted, in its general and coordination functions, by an Administrative Office (*Segretario Amministrativo*), an Executive Office (*Segreteria di Direzione*), and the Executive Staff members (*Staff di Direzione*).

Administrative functions are the backbone of any museum, to ensure compliance with regulations and operational transparency. They include handling personnel and resources accounting, and financial planning. The administrative offices are also responsible for staff training, entering into contracts and procurement activities. The following bullet points present an overview of the key functions required for effective and efficient management:

- HR management: employee recruitment, freelancer onboarding and contract management, compulsory training and handling workplace accidents;
- finance & accounting: budgeting and preparing annual reports, treasury, expense reports and temporary assignments or postings;
- procurement: tendering, sourcing goods and services, preparing specifications and public contracts;
- document management and transparency: registering, filing and managing official and other documents, and dealing with corruption prevention and whistleblowing;
- internship applications and management;
- applications relative to work release and community service programmes for inmates (*Messa alla Prova di personale esterno*), under the arrangements with the Court of Reggio Calabria;
- social security and related ancillary procedures;
- authorisations (for use of Museum premises, photographic reproductions, filming) and outsourced activities;

mentazione delle opere appartenenti alle collezioni permanenti. Ha il compito di garantire che ogni reperto venga mantenuto in buone condizioni e venga trattato con le adeguate precauzioni scientifiche. Inoltre, si occupa anche della ricerca e della valorizzazione delle collezioni, permettendo di organizzare mostre, pubblicazioni e attività educative.

Le principali attività comprendono:

- cura, gestione, conservazione e valorizzazione delle collezioni esposte comprese le ispezioni periodiche per la valutazione dello stato conservativo, in collaborazione con l'Ufficio Restauro;
- redazione, in collaborazione con l'Ufficio Restauro, di progetti di restauro e valutazione dei progetti di manutenzione e restauro presentati da terzi;
- cura, gestione, conservazione e valorizzazione delle collezioni in deposito, comprese le ispezioni periodiche per la valutazione dello stato conservativo, in collaborazione con l'Ufficio Restauro.

Il catalogo digitale e cartaceo documenta in modo dettagliato ogni reperto della collezione permanente. Il lavoro svolto dal personale dell'Ufficio Catalogo prevede:

- redazione di schede tecniche con descrizione, cronologia e stato di conservazione;
- documentazione fotografica digitale ad alta risoluzione e archiviazione multimediale;
- aggiornamenti periodici e controlli inventariali;
- interfacce di ricerca per personale interno e pubblico specialistico.

Lo spostamento e la custodia temporanea delle opere sono assicurati da un apposito Ufficio Prestiti che cura i relativi accordi formali e le adeguate condizioni di conservazione attraverso:

- istruttoria per le richieste di prestito e di scambio di opere in entrata e in uscita;
- convenzioni, assicurazioni e trasporti delle opere;

- litigation and access to official records;
- trade union relations;
- office of the Custodian of Assets.

The Collections Department is the main office for the care and management of the Museum's heritage assets and is responsible for selecting, keeping/storing, managing and documenting/recording the items belonging to the Museum's permanent collections. Its task is to ensure that each artefact is kept and stored in good condition and handled with the appropriate scientific precautions. It is also responsible for researching and enhancing/promoting the collections, in connection with the organisation of exhibitions, publications and educational activities.

Its key activities are:

- to care for, manage, keep/preserve and enhance/promote collection items on display, also by conducting periodical inspections to assess their state of preservation, in collaboration with the Restoration Department;
- to develop restoration projects, with the Restoration Department, and to assess any maintenance and restoration projects submitted by third parties;
- to care for, manage, keep/preserve and enhance/promote collection items in storage, also by conducting periodical inspections to assess their state of preservation, in collaboration with the Restoration Department.

The digital/paper catalogue provides a detailed record of every item in the permanent collection. The staff are responsible for:

- preparing data sheets containing a description, chronology and state of conservation of each item;
- taking high-resolution digital photographs of the collection items and multimedia filing;
- performing periodical updates and inventory checks;
- developing search interfaces for in-house staff and specialist audience.



- rapporti con il Nucleo Tutela Patrimonio Culturale dei Carabinieri.
- depositi esterni e interni: gestione di depositi temporanei e scambio con altre istituzioni.

Il Museo promuove attività scientifiche e umanistiche per approfondire il significato storico, artistico e culturale delle proprie collezioni. Le attività di studi e ricerche rappresentano l'anima scientifica del MArRC. Questo servizio include anche la pubblicazione di articoli e ricerche, la collaborazione con Università e istituti di ricerca e la realizzazione di progetti scientifici. Le principali attività dell'Ufficio Studi e Ricerche sono:

- progetti di ricerca interdisciplinare con Università e centri specializzati;
- pubblicazioni di studi, cataloghi critici e monografie;
- convegni, seminari e workshop dedicati a conservazione e storia dell'arte;
- collaborazioni internazionali per scambi di know-how e risultati.

L'Ufficio Didattica rende il museo un luogo di scoperta per scuole, famiglie e adulti, stimolando l'interazione e la creatività. Nello specifico, esso progetta e organizza:

- laboratori tematici, percorsi hands-on e kit educativi;
- visite guidate personalizzate per diverse fasce di età;
- corsi di formazione per insegnanti e visite per studenti;
- progetti accessibili per pubblici con esigenze speciali.

Il Laboratorio di Restauro e diagnostica cura lo stato di conservazione delle opere attraverso interventi mirati e analisi scientifiche, svolgendo i seguenti compiti:

- conservazione programmata;
- diagnosi non invasiva;
- trattamenti di consolidamento, pulitura e reintegrazione materica;
- monitoraggio climatico e definizione di proto-

The removal and temporary storage of the works are the responsibility a special department that handles the relevant formal agreements and appropriate storage conservation conditions by:

- processing requests for loans and exchanges of incoming and outgoing works;
- dealing with agreements, insurance and transportation matters;
- liaising with the Special Cultural Heritage Protection Unit of the Carabinieri;
- handling external/internal storage matters: managing temporary storage and exchanges with other museums.

The Museum is actively committed to promoting research activities in the sciences and humanities, as one of its core missions, for knowledge transfer and enhancing the historical, artistic and cultural value of its collections. This aspect includes supporting the publication of academic papers and journal articles, partnering with universities and research institutes, and fostering scientific projects. The main activities in this field are:

- interdisciplinary research projects, with universities and specialist institutions;
- publication of studies, critical catalogues and monographs;
- conferences, seminars and workshops dedicated to conservation and art history;
- international partnerships for exchanging know-how and results.

The educational department is a useful tool for helping schools, families and adults discover art and history, encouraging engagement and creativity. Specifically, it designs and organises:

- thematic workshops, hands-on courses and educational kits;
- guided tours tailored to different age groups;
- training courses for teachers and visits for students;
- accessible projects for audiences with special needs.

colli per la conservazione preventiva;

- collaborazione con restauratori esterni e centri di eccellenza.

La Biblioteca specialistica sostiene lo svolgimento di attività di ricerca e approfondimento con il patrimonio librario e documentale a disposizione, occupandosi di rendere accoglienti gli spazi di lettura e le sale studio anche tramite:

- catalogazione e indicizzazione di volumi, riviste e manoscritti;
- servizi di prestito interno e consultazione in sede;
- digitalizzazione di testi per accesso remoto;
- promozione di nuove acquisizioni e cura dello scambio con altre biblioteche.

L'Archivio storico (documentale, catalografico, fotografico e disegni) custodisce la memoria documentaria dell'istituzione, fondamentale per ricostruire le tappe del Museo e delle sue collezioni. Le principali attività sono:

- ordinamento e inventariazione di carte, epistolari e atti amministrativi;
- conservazione con condizioni climatiche controllate;
- servizi di accesso e riproduzione per studi storici;
- progetti di digitalizzazione e valorizzazione online.

L'Ufficio Valorizzazione, mostre ed eventi, di recente costituzione, coordina l'allestimento di esposizioni temporanee e iniziative culturali per ampliare il pubblico e il dialogo con la comunità. In particolare si occupa di:

- ideazione e progettazione di mostre tematiche;
- coordinamento logistico e allestimenti tecnici;
- eventi collaterali: conferenze, concerti e performance;
- monitoraggio del pubblico e valutazione dell'impatto culturale.

The restoration and diagnostics lab is responsible for the conservation of the Museum artefacts, by means of targeted actions and scientific analyses, and performs the following tasks:

- scheduled conservation;
- non-invasive diagnosis;
- consolidation, cleaning and material reintegration treatments;
- climate monitoring and definition of protocols for preventive conservation;
- collaboration with external restorers and centres of excellence.

The specialist library, with its books and records, supports research and in-depth study activities, ensuring a welcoming environment, also by:

- cataloguing and indexing volumes, journals and manuscripts;
- internal loan and on-site consultation services;
- digitisation of texts for remote access;
- promoting new acquisitions and fostering exchanges with other libraries.

The Historical Archive (documents, catalogues, photographs and drawings) preserves the documentary heritage of the Museum, which is essential for reconstructing its history and that of collections. Its main activities are to:

- sort and catalogue records, correspondence and administrative documents;
- preserve the documents in controlled climate conditions;
- provide consultation and reproduction services for historical researchers;
- engage in digitisation and online promotion projects.

The recently established enhancement & promotion, exhibitions and events department coordinates the organisation and curation of temporary exhibitions and cultural initiatives, to broaden the Museum's audience and reach out



L'Ufficio Accordi e Fundraising coordina sia i rapporti con associazioni e istituzioni sia le attività di raccolta fondi (Fundraising, sponsorizzazioni e Art Bonus).

Un Museo che vuole incidere nel proprio territorio ed essere amplificatore di iniziative meritorie e co-organizzatore di eventi culturali, si impegna e si attiva attraverso la stipula di accordi e partenariati con:

- individuazione stakeholders;
- definizione di specifici accordi di collaborazione per attività di valorizzazione.

Il sostegno economico a progetti di ricerca, mostre e iniziative didattiche e si sostanziano tramite:

- campagne di sponsorizzazione corporate e individuale;
- promozione di Art Bonus e agevolazioni fiscali per i mecenati;
- organizzazione di eventi dedicati a donatori e partner;
- gestione del rapporto continuativo con enti finanziatori e sponsor.

La promozione e la comunicazione sono settori strategici fortemente rafforzati di recente, nella consapevolezza che la comunicazione valorizza l'immagine del Museo e diffonde le sue iniziative su canali tradizionali e digitali. Le principali attività del relativo Ufficio Promozione e Comunicazione sono:

- gestione social media, sito web e newsletter;
- ufficio stampa e rapporti con media locali, nazionali e internazionali;
- ideazione materiali promozionali: brochure, manifesti e video istituzionali;
- analisi metriche di engagement e definizione di piani editoriali.

L'Ufficio Progettazione traduce concept curatoriali in soluzioni espositive funzionali ed esteticamente coerenti, attraverso:

to the community. In particular, it deals with:

- developing the concept and designing thematic exhibitions;
- providing logistical coordination and technical installations;
- side events: conferences, concerts and performances;
- audience monitoring and cultural impact assessment.

Fundraising activities (including sponsorships and the Art Bonus scheme) provide financial support for research projects, exhibitions and educational projects and take the form of:

- corporate/individual sponsorship campaigns;
- promoting the Art Bonus scheme and tax breaks for patrons;
- events dedicated to donors and partners;
- ongoing relationships with funding bodies and sponsors.

Museums looking to meaningfully impact the local communities, acting as catalysts for worthwhile events and co-organising cultural initiatives, are committed to entering into agreements and partnerships with:

- stakeholders;
- defining specific partnership agreements for enhancement/promotional activities.

Promotion and communication are strategic areas that have recently been boosted, due to the awareness that communication enhances the Museum's image and disseminates its initiatives through traditional and digital channels. The main activities of this department focus on:

- social media, website and newsletter management;
- press office and relations with local, national and international media;
- designing promotional materials: brochures, posters and institutional videos;
- analysing engagement metrics and defining editorial plans.

- realizzazione di schizzi, planimetrie e render 3D;
- allestimenti, supporti espositivi e illuminotecnica;
- coordinamento con restauratori, tecnici e designer;
- personalizzazione di spazi per itinerari tematici.

Una manutenzione programmata e consapevole garantisce l'integrità dell'edificio museale e delle sue installazioni, consentendo di raggiungere alti livelli di vivibilità per dipendenti e fruitori. Tra le numerose attività dell'Ufficio Manutenzione e Sicurezza, spiccano:

- interventi ordinari: pulizia, piccoli aggiustamenti impiantistici e controllo clima/umidità;
- progetti straordinari: ristrutturazioni, adeguamenti normativi e consolidamento strutturale;
- manutenzione programmata di impianti elettrici, antincendio e condizionamento;
- coordinamento con ditte specializzate e controllo qualità.

Un elevato grado di sicurezza permette di proteggere opere, visitatori e personale attraverso sistemi e procedure rigorose quali:

- sistemi antintrusione, antifurto e videosorveglianza;
- piani di emergenza, evacuazione e antincendio;
- esercitazioni periodiche e formazione del personale;
- collaborazione con forze dell'ordine e prevenzione del rischio.

L'uso di tecnologie innovative è sempre più presente nelle attività museali, come nella creazione di esperienze interattive, Realtà Aumentata, video installazioni o nella digitalizzazione delle collezioni. Le nuove tecnologie migliorano l'accessibilità e la fruizione del patrimonio culturale. L'innovazione digitale arricchisce l'esperienza museale e il TIPALL (Laboratorio tecnologie innovative per la progettazione e gli allestimenti) supporta la gestione interna con:

- sviluppo di nuove e migliori soluzioni per l'allestimento museale attraverso l'utilizzo integrato di vari sistemi (CAD, BIM, stampa 3D, rilievo digitale, ecc.);

The design department translates curatorial concepts into functional and aesthetically coherent exhibition solutions by:

- creating sketches, floor plans and 3D renderings;
- displays and installations, exhibition supports and lighting technology;
- coordinating with restorers, technicians and designers;
- customising the premises for thematic itineraries.

Scheduled and informed maintenance activities are necessary to ensure the structural integrity of the museum building and its systems, enabling high levels of habitability for employees and visitors. The key activities include:

- routine maintenance: cleaning, minor adjustments to systems and climate/humidity control;
- extraordinary projects: renovations, regulatory compliance and structural consolidation work;
- scheduled maintenance of electrical, fire-fighting and HVAC systems;
- coordination with specialised companies and quality control.

A high level of security is required to protect the exhibits, visitors and staff, by means of systems and procedures such as:

- security alarms and CCTV systems;
- fire prevention, emergency and evacuation plans;
- staff training and periodical drills;
- collaboration with law enforcement and risk prevention authorities.

Innovative technology is becoming more and more an important part of the museum experience, with interactive displays, augmented reality, video installations and the digitisation of collections. New technologies can improve the overall experience and enjoyment of cultural heritage. Digital innovation enhances the museum experience and supports in-house management by means of:

- the development of new and improved solu-



- collaborazione con altre professionalità per il rilievo, la restituzione, l'elaborazione e la realizzazione di sistemi, elementi e componenti ad alto contenuto innovativo, coerenti con le strategie e la realtà museale, anche con il supporto di Università, professionisti esterni e studenti.

Infine, ma non certo per importanza, il personale dell'Area Accoglienza e Vigilanza garantisce un'esperienza di visita sicura, fluida e coinvolgente, la gestione degli ingressi, l'assistenza durante la visita e il controllo delle sale espositive, tramite:

- accoglienza dei visitatori;
- assistenza, orientamento e informazioni al pubblico sui percorsi di visita, le opere, i servizi e le attività del Museo per garantire la migliore fruizione del patrimonio museale;
- attività di vigilanza e custodia dei beni, delle strutture e degli impianti nonché attività di sorveglianza e di regolazione dell'accesso alle sale e ai servizi comunicando eventuali situazioni non ordinarie o di pericolo ai responsabili degli Uffici competenti;
- collaborazione alle attività di natura didattica e divulgativa e di educazione al patrimonio,
- collaborazione alla rilevazione statistica, l'accertamento del gradimento, la verifica e la valutazione dei servizi offerti, a supporto della definizione delle strategie di valorizzazione e ampliamento dell'offerta museale.

tions for museum displays, with the integrated use of various systems (CAD, BIM, 3D printing digital surveying, etc.);

- collaborating with other professionals for surveying, rendering, processing and implementing innovative hi-tech systems, elements and components, consistently with the Museum strategies and structure, also with the support of universities, external professionals and students.

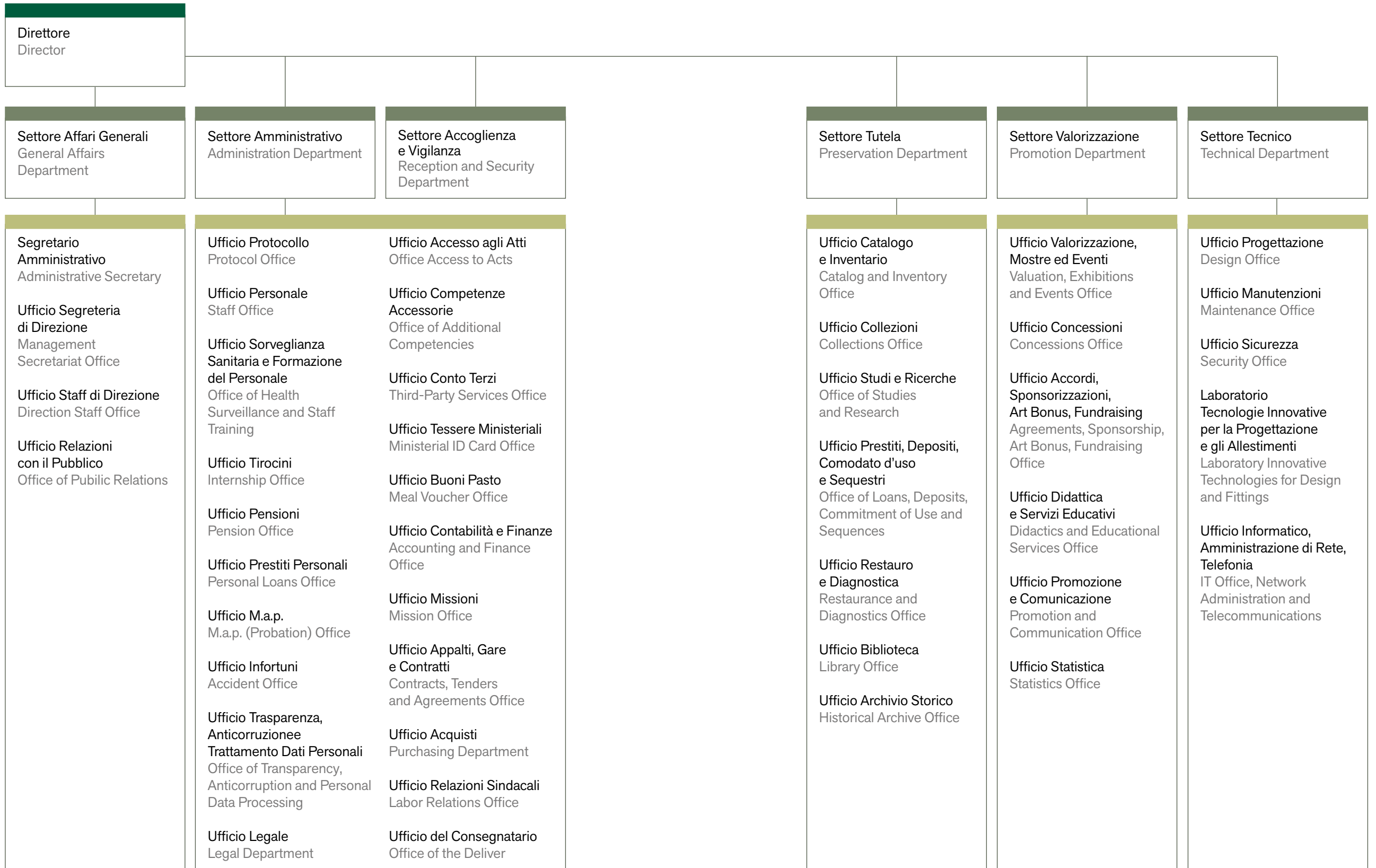
Last but not least, the reception and security staff ensure a safe, smooth and engaging visitor experience, managing admissions, assisting visitors and controlling the exhibition rooms. They:

- welcome visitors;
- assist, guide and provide information to the public on visitor routes, displays, services and activities of the Museum, to ensure the best possible visitor experience;
- actively monitor, patrol and guard the Museum's displays, structures and facilities, as well as control and monitor access to rooms and services, report any unusual or dangerous situations to the relevant department managers and respond to emergencies;
- collaborate in educational/information and heritage education activities;
- collaborate in statistical/satisfaction surveys, verify and assess the services provided, to define Museum offering enhancement and expansion strategies.

# Organigramma

# Organization Chart

■ Direzione Direction  
 ■ Settori Departments  
 ■ Uffici Offices



## Capitale umano

### 2.5

La dotazione organica, da Decreto Ministeriale n. 401 del 14/11/2022, ammonta a 91 unità, mentre la dotazione attuale raggiunge le 67 unità, come riportato nella tabella sottostante:

Dotazione	Organica	Attuale	Differenza
<i>Area Assistenti</i>			
Assistente Amministrativo-gestionale	7	7*	0
Assistente Informatico	1	1	0
Assistente Tecnico	4	1	-3
Assistente ATAV	60	41	-19
<b>Totale</b>	<b>72</b>	<b>50</b>	<b>-22</b>
<i>Area Funzionari</i>			
Funzionario Amministrativo	3	7	+4*
Funzionario Archeologo	4	4	0
Funzionario Architetto	3	3	0
Funzionario Archivist	1	0	-1
Funzionario Bibliotecario	1	0	-1
Funzionario Informatico	1	0	-1
Funzionario Ingegnere	1	0	-1
Funzionario per la Promozione e Comunicazione	1	1	0
Funzionario Restauratore	3	2	-1
Funzionario per le Tecnologie	1	0	-1
<b>Totale</b>	<b>19</b>	<b>17</b>	<b>-2</b>
<b>Totale</b>	<b>91</b>	<b>67</b>	<b>-24</b>

\* In Distacco/Comando

## Human capital

According to the Ministerial decree n.401 of 14 November 2022, the workforce amounts to 91 positions, while the actual workforce counts 67 positions, as listed in the chart below:

Staffing Level	Target	Current	Difference
<i>Assistants</i>			
Administrative-Management Assistant	7	7*	0
IT Assistant	1	1	0
Technical Assistant	4	1	-3
ATAV Assistant	60	41	-19
<b>Total</b>	<b>72</b>	<b>50</b>	<b>-22</b>
<i>Officers</i>			
Administrative Officer	3	7	+4*
Archaeological Officer	4	4	0
Architecture Officer	3	3	0
Archive Officer	1	0	-1
Library Officer	1	0	-1
IT Officer	1	0	-1
Engineering Officer	1	0	-1
Promotion and Communications Officer	1	1	0
Restoration Department	3	2	-1
Technology Officer	1	0	-1
<b>Total</b>	<b>19</b>	<b>17</b>	<b>-2</b>
<b>Total</b>	<b>91</b>	<b>67</b>	<b>-24</b>

\* Seconded/Assigned

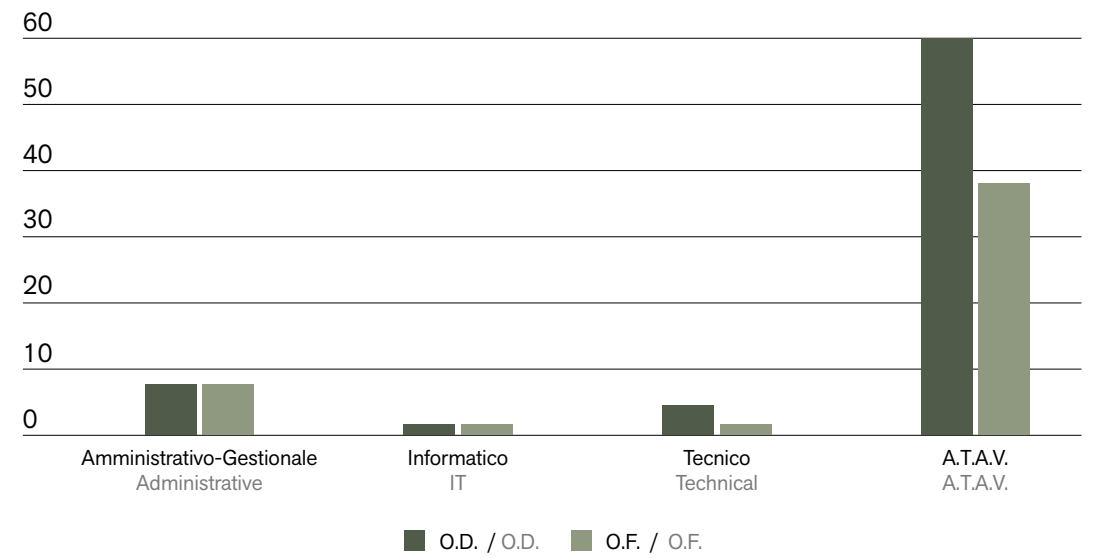


I grafici sottostanti evidenziano lo scostamento tra organico di fatto (O.F.) e organico di diritto (O.D.), sia dell'Area Assistenti che dell'Area Funzionari:

The graphs below highlight the staffing shortfall between current staff numbers (O.F.) and required (target) staff numbers (O.D.), with regard to both Assistants and Officers:

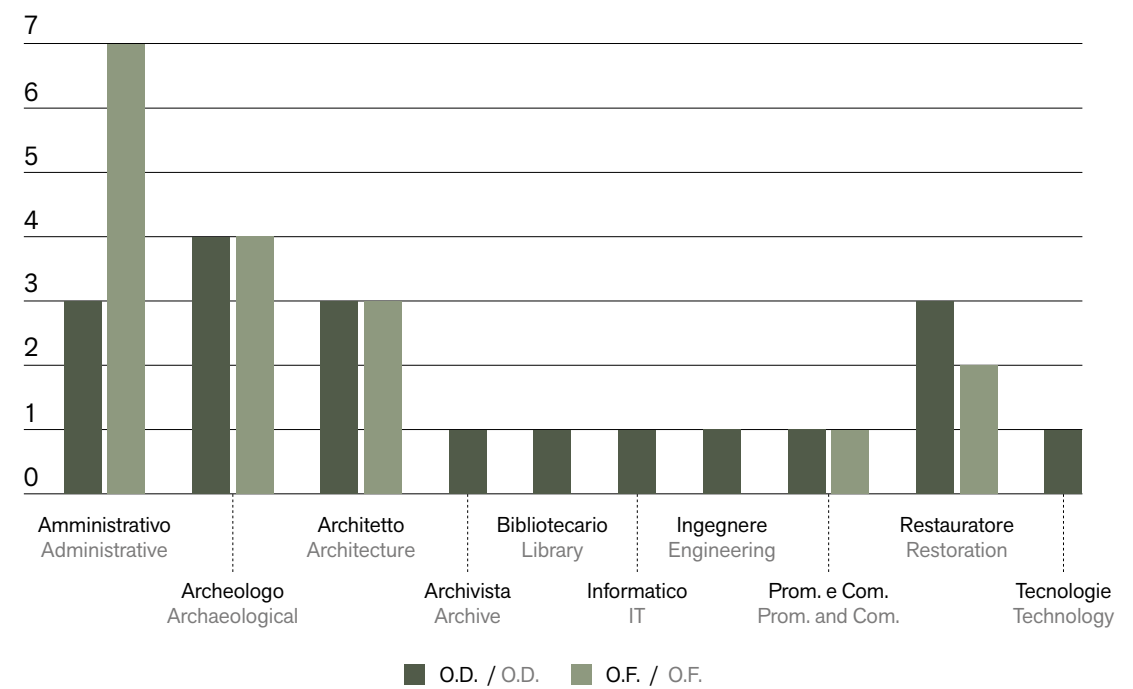
**Assistenti**

**Assistants**



**Funzionari**

**Officers**



Tra le unità di personale di ruolo, sopra enumerate, spicca l'alto numero di neoassunti, in particolare a decorrere dal 2022: 2 funzionari amministrativi sono entrati in servizio nel 2022, altri 2 nel 2023, 1 funzionario archeologo e 1 funzionario restauratore nel corso del 2024, mentre tra gli assistenti circa la metà (26 unità) fa parte di contingenti assunti a più riprese nel periodo 2022-2024; questi nuovi ingressi di dipendenti, assunti in forza di varie procedure concorsuali, hanno parzialmente bilanciato la copiosa emorragia di personale posto in quiescenza per raggiunti limiti di età o per adesione volontaria a forme di uscita anticipata dal lavoro (i.e. adesione a "quota 100", APE donna, ecc.).

Al personale di ruolo sopra dettagliato si aggiunge un contingente di personale a tempo determinato e parziale, con impegno settimanale di 18 ore. Si tratta, nello specifico, di 31 Operatori Assistenza e Vigilanza (Ex Area II), 4 Funzionari Archeologi e 8 Funzionari Architetti (Ex Area III): un complesso di 43 unità a tempo parziale il cui contratto cesserà in data 1° marzo 2026.

A queste unità di personale dipendente del Ministero della Cultura, si aggiungono 2 unità della società in house del MiC (Ales s.p.a.) a supporto delle attività amministrativo-contabili degli uffici.

Se si osserva la composizione del personale a tempo indeterminato suddiviso in fasce di età, emerge che 12 unità, tutte con profilo di Assistente per la tutela, accoglienza e vigilanza per il patrimonio e i servizi culturali, hanno un'età superiore ai 60 anni; 13 unità di personale hanno un'età compresa tra 59 e 50 anni; 26 unità hanno un'età compresa tra i 49 e i 40 anni; 11 unità di personale hanno un'età compresa tra 39 e 30 anni, mentre la fascia d'età meno rap-

A high proportion of the permanent staff listed above are new hires, particularly from 2022 onwards. Two administrative officers joined the Museum in 2022, followed by another two in 2023, then an archaeologist and a restorer in 2024. Among the assistants, around half (26) joined as part of various recruitment programmes in 2022–2024. These new employees, re-cruited through various competitive procedures, have offset the significant number of retirements for reaching the age limit or voluntarily taking early retirement (e.g. "Quota 100", APE Donna, etc.).

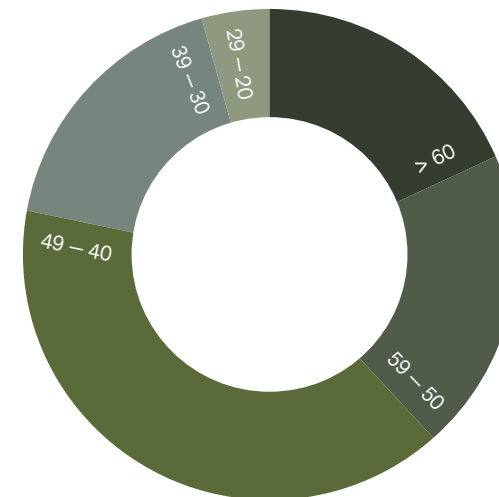
In addition to the permanent staff detailed above, there is a contingent of fixed-term and part-time staff working 18 hours per week. Specifically, there are 31 Assistance and Security staff members (formerly, Area II), four archaeologists and eight architects (formerly, Area III): a total of 43 part-time staff members whose contracts will expire on 1 March 2026.

In addition to the above staff members, who are employees of the Ministry of Culture, there are also two employees of the in-house company MiC (Ales S.p.A.), who support the administrative and accounting activities of the offices.

Examining the age distribution of the permanent staff, it emerges that 12 employees, all with the job title Assistant for the protection, reception and security monitoring of the cultural heritage and services, are over 60 years of age; 13 are aged between 59 and 50; 26 are aged between 49 and 40; and 11 are aged between 39 and 30. The least represented age group is 29–20, with only three employees.

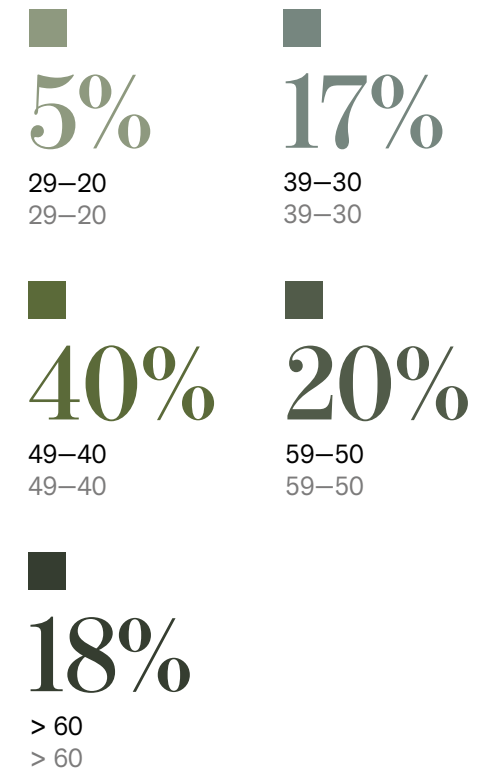
presentata è quella tra i 29 e i 20 anni, con solo 3 unità di personale. Il grafico sotto indicato permette di cogliere la distribuzione del personale per fasce di età:

Personale distinto per fasce di età



The pie chart below shows the distribution of staff by age group:

Staff broken down by age group



## Governance

### 2.6

#### Consiglio di Amministrazione

Il Consiglio di Amministrazione del MArRC svolge un ruolo fondamentale nella definizione delle strategie di ricerca e degli indirizzi tecnici del Museo, garantendo la coerenza con le direttive ministeriali. Le sue principali funzioni includono:

- adozione dello Statuto del MArRC e delle eventuali modifiche, previo assenso del Comitato scientifico e del Collegio dei Revisori dei Conti;
- approvazione della carta dei servizi e dei programmi di attività, sia annuali che pluriennali, verificandone la sostenibilità finanziaria e l'attuazione;
- gestione economica, mediante l'approvazione del bilancio di previsione, delle sue variazioni e del conto consuntivo;
- supervisione dei servizi in concessione, con verifica della coerenza rispetto ai progetti di valorizzazione proposti dal Direttore del Museo e controllo della loro applicazione;
- valutazione di ulteriori questioni, su richiesta del Direttore del MArRC.

Il Consiglio di Amministrazione è composto dal Direttore del Museo, che lo presiede, dal Direttore regionale Musei nazionali Calabria in carica, come membro di diritto, e comprende altri tre membri nominati dal Ministro della Cultura (uno è designato in accordo con il Ministero dell'Università e della Ricerca e un altro in intesa con il Ministero dell'Economia e delle Finanze). Tutti i membri sono esperti di chiara fama nel campo del patrimonio culturale, garantendo una direzione altamente qualificata.

Attualmente, il Consiglio di Amministrazione del MArRC, presieduto come detto dal Direttore del Museo, che al momento assume anche la carica di Dirigente Delegato della Direzione

## Governance

#### Board of Directors

The Board of Directors of the MArRC plays a fundamental role in defining the Museum's research strategies and technical guidelines, ensuring consistency with ministerial directives. Its main functions include:

- Adopting the MArRC Bylaws (as amended), subject to the approval of the Scientific Committee and the Board of Auditors.
- Approving the service charter and annual and multi-year activity programmes, and verifying their financial sustainability and implementation.
- Financial management, by approving the budget, any variations and the final accounts.
- Supervision of outsourced services, verifying consistency with the enhancement projects proposed by the Museum Director, and monitoring their implementation.
- Evaluation of any additional issues, at the request of the Director of the MArRC.

The membership of the Board of Directors consists of the Director of the Museum (Direttore), who also serves as its chair, the incumbent Regional Director of the National Museums of Calabria, as an ex officio member, and three other members designated by the Minister of Culture (one in agreement with the Ministry of Universities and Research and another in agreement with the Ministry of Economy and Finance). All members must be renowned cultural heritage experts to ensure a highly qualified Management.

The incumbent Board of Directors of the Museum, chaired, as previously mentioned, by the Director of the MArRC, who also currently holds the position of Managing Director of the Regional Directorate of the National Museums of Calabria, is composed of:





regionale Musei Nazionali Calabria, è composto da:

- Prof.ssa Mirella Barracco;
- Prof.ssa Giuliana Calcani;
- Prof.ssa Francesca Martorano.

Ai sensi dell'art. 11, comma 3, del D.M. del 23 dicembre 2014, i componenti del Consiglio di Amministrazione restano in carica cinque anni a decorrere dalla data del relativo decreto di nomina e possono essere successivamente confermati per una sola volta.

#### **Comitato Scientifico**

Il Comitato scientifico del MArRC svolge un'importante funzione di consulenza per la Direzione, offrendo supporto su tutte le questioni di carattere scientifico legate alle attività dell'Istituto. Tra i suoi compiti principali rientrano:

- elaborazione di proposte destinate al Direttore e al Consiglio di Amministrazione;
- assistenza scientifica nella definizione dei programmi annuali e pluriennali del Museo;
- supervisione delle politiche di prestito e delle mostre, approvandole in collaborazione con il Consiglio di Amministrazione;
- valutazione e approvazione dei progetti editoriali promossi dal Museo;
- pareri sullo statuto e sulle modifiche statutarie, oltre a ogni altra questione sottoposta dal Direttore.

Il Comitato scientifico è presieduto dal Direttore del MArRC e include quattro membri designati da diverse istituzioni: il Ministro della Cultura, il Consiglio superiore "Beni culturali e paesaggistici", la Regione Calabria e il Comune di Reggio Calabria. I componenti sono scelti tra docenti universitari esperti nelle discipline attinenti alle attività del Museo o tra professionisti di comprovata competenza nel settore della tutela e valorizzazione del patrimonio culturale.

Oltre al Direttore, l'attuale Comitato Scientifico del Museo Archeologico Nazionale di Reggio Calabria è composto dai seguenti membri:

- Prof. Mirella Barracco
- Prof. Giuliana Calcani
- Prof. Francesca Martorano

Pursuant to Article 11, paragraph 3, of the Ministerial Decree of 23 December 2014, the term of the Board members is five years, from the date of the decree of appointment, and they may be reappointed only once.

#### **Scientific Committee**

The Scientific Committee of the MArRC plays a key advisory role in supporting the Management with all scientific matters relating to the Museum's activities. Its main tasks include:

- developing proposals for the Director and the Board of Directors.
- Providing scientific assistance in defining the Museum's annual and multi-year programmes.
- Supervising loan and exhibition policies, approving them in collaboration with the Board of Directors.
- Evaluating and approving publishing projects sponsored by the Museum.
- Providing opinions on the Museum bylaws (and amendments), as well as any other matters submitted to it by the Director.

The Scientific Committee is chaired by the Director of the MArRC and includes four members appointed by various institutions: the Minister of Culture, the Higher Council for Cultural and Landscape Heritage, the Region of Calabria and the Municipality of Reggio Calabria. Members are chosen from among university professors who are experts in subject areas related to the Museum activities, or from among professionals with proven expertise in the field of cultural heritage protection and enhancement/promotion.

Besides the Director, the current membership of the Scientific Committee of the National Archaeological Museum of Reggio Calabria consists of the following members:

- Appointed by Ministerial Decree 16 of 19 January 2022, Prof. Eligio Daniele Castrizio, Prof.

- Nominati con D.M. 16 del 19 gennaio 2022, Prof. Eligio Daniele Castrizio, Prof. Maurizio Paoletti, Prof.ssa Valeria Parisi.
- Nominato con D.M. 243 del 14 giugno 2022, su designazione della Regione Calabria, Prof. Tommaso Manfredi.

In conformità con l'art. 12, comma 3, del D.M. del 23 dicembre 2014, i componenti del Comitato Scientifico mantengono l'incarico per cinque anni a partire dalla data del decreto di nomina, con possibilità di una sola conferma.

#### Collegio dei Revisori

Il Collegio dei Revisori dei Conti del MArRC è responsabile del controllo di regolarità amministrativo-contabile, in conformità con l'art. 13 del D.M. 23 dicembre 2014. Le sue attività comprendono:

- verifica della tenuta delle scritture contabili, assicurando la corretta gestione economica, finanziaria e patrimoniale del Museo;
- vigilanza sull'osservanza delle disposizioni di legge, regolamentari e statutarie;
- rilascio pareri in ordine all'approvazione del bilancio preventivo e del conto consuntivo da parte degli organi a ciò deputati;
- controlli e riscontri trimestrali sulla consistenza della cassa e sulla esistenza dei valori, dei titoli di proprietà e sui depositi a i titoli di custodia;
- esame dello statuto e delle relative modifiche, esprimendo un parere sulla loro conformità e adeguatezza.

Il Collegio è composto da tre membri effettivi, tra cui un funzionario del Ministero dell'Economia e delle Finanze con ruolo di Presidente, e da due membri supplenti. I componenti, scelti tra gli iscritti al Registro Revisori Contabili e nominati con decreto del Ministro della Cultura e, ai sensi dell'art. 13 comma 2 del D.M. 23 dicembre 2014, restano in carica per un

Maurizio Paoletti and Prof. Valeria Parisi.

- Appointed by Ministerial Decree 243 of 14 June 2022, upon nomination by the Region of Calabria, Prof. Tommaso Manfredi.

In accordance with Article 12, paragraph 3, of the Ministerial Decree of 23 December 2014, the term of office of the members of the Scientific Committee is five years from the date of the decree of appointment, and they may be reappointed only once.

#### Board of Auditors

In accordance with Article 13 of the Ministerial Decree of 23 December 2014, the Board of Auditors of the MArRC is responsible for conducting administrative and accounting audits. Its activities include:

- verifying that the accounting records are kept in accordance with the law, ensuring the proper economic, financial and asset management of the Museum.
- Monitoring compliance with legal, regulatory and statutory provisions.
- Issuing opinions on the approval of the budget and annual accounts by the competent bodies.
- Carrying out quarterly monitoring and audits of cash balances and securities, property titles and deposits held in custody.
- Examining the bylaws of the Museum (as amended), expressing an opinion on their compliance and adequacy.

The membership of the Board consists of three permanent members, including an official from the Ministry of Economy and Finance acting as chair, and two alternate members. The members, chosen from among professionals registered in the Register of Auditors and appointed by Decree of the Minister of Culture and, pursuant to Article 13, paragraph 2, of the Ministerial Decree of 23 December 2014, for a term of three years, and may be reappointed only once. After performing its role admirably,

mandato di tre anni, con possibilità di una sola conferma. Dopo aver svolto egregiamente il proprio ruolo, il Collegio dei Revisori nominato nel 2022, formato da Simone Foti (Presidente) e dai componenti Pietro Dattilo e Innocenzio Macheda, è stato sostituito da una nuova formazione, nominata con D.M. 367 del 15 ottobre 2025, composta da:

- **Presidente** Dott.ssa Linda Rossetti, designata dal Ministero dell'Economia e delle Finanze (MEF);
- **Componenti effettivi**
  - Dott. Marco Correggia;
  - Dott. Domenico Priolo;
- **Membri supplenti**
  - Dott. Alessandro Loddo;
  - Dott. Antonio Pagano.

the Board of Auditors appointed in 2022, consisting of Simone Foti (Chair) and members Pietro Dattilo and Innocenzio Macheda, was replaced by a new board, appointed by Ministerial Decree 367 of 15 October 2025, consisting of:

- **Chair** Linda Rossetti, appointed by the Ministry of Economy and Finance (MEF);
- **Permanent members**
  - Marco Correggia;
  - Domenico Priolo;
- **Alternate members**
  - Alessandro Loddo;
  - Antonio Pagano.



## Regolamentazione Interna

### 2.7

#### Statuto

Lo Statuto è il punto di riferimento per l'organizzazione e il funzionamento del Museo e ha l'obiettivo di:

- esplicitare funzioni e compiti dell'istituto;
- definire l'ordinamento, l'assetto finanziario, l'organizzazione interna e le risorse umane;
- stabilire i principi e le norme di gestione amministrativa e patrimoniale, di cura delle collezioni e di erogazione dei servizi al pubblico.

Lo Statuto è adottato dal Consiglio di Amministrazione, acquisito l'assenso del Comitato Scientifico e del Collegio dei Revisori dei Conti. Attualmente è in corso di perfezionamento l'iter di approvazione del nuovo Statuto del Museo, a seguito di delibera di approvazione da parte del Consiglio di Amministrazione.

#### Carta dei Servizi

La Carta dei Servizi risponde ad una duplice esigenza: a) fissare principi e regole nel rapporto tra le amministrazioni che erogano servizi e i cittadini che ne fruiscono, in ossequio al principio di trasparenza enunciato in numerose previsioni legislative; b) supportare i direttori degli istituti a definire il proprio progetto culturale e a identificare le tappe del processo di miglioramento.

La Carta dei servizi è approvata dal Consiglio di Amministrazione ed è aggiornata periodicamente per consolidare i livelli di qualità raggiunti e registrare i cambiamenti positivi intervenuti attraverso la realizzazione di progetti di miglioramento, che possono scaturire anche dal monitoraggio periodico dell'opinione degli utenti.

#### Regolamento di accesso e visita al Museo

Il regolamento di accesso e visita al Museo, adottato con decreto dirigenziale n. 13 del 24 marzo 2025, disciplina le regole e le norme da

## Internal Regulations

#### Bylaws

The Bylaws define the organisation and operation of the Museum and aim to:

- explain its functions and tasks;
- define the structure, financial framework, in-house organisation and human resources;
- establish the principles and rules for its administrative and financial management, caring for the collections and providing its services to the public.

The Bylaws are adopted by the Board of Directors, with the approval of the Scientific Committee and the Board of Auditors. The approval process for the Museum's new Bylaws is currently being finalised, following their approval by the Board of Directors.

#### Service Charter

A Service Charter serves a twofold purpose: a) to establish principles and rules governing the relationship between the Museum as a service provider and visitors to the Museum, in accordance with the principle of transparency set out in numerous regulations; b) to support the management of the Museum in defining their cultural project and making improvements.

The Service Charter of the Museum is approved by the Board of Directors and updated periodically, to implement and achieve the required quality levels, and to record the positive changes resulting from the implementation of improvement projects, also based on the periodical monitoring of visitor feedback.

#### Museum visitor regulation

The rules for visiting the Museum (adopted under Executive Decree no. 13 of 24 March 2025) lay down the guidelines visitors must follow to ensure the safety and protection of the exhibits and how to behave inside the Museum.





seguire al fine di garantire la sicurezza e il rispetto delle opere e degli ambienti e una fruizione corretta da parte del pubblico.

Esso si integra con il "Regolamento sui controlli per l'accesso al Museo", che disciplina le attività di controllo preliminari per l'accesso dei visitatori, al fine di incrementare i livelli di sicurezza contro possibili atti vandalici e terroristici.

#### **Regolamento per l'adozione dei Criteri Ambientali Minimi (CAM)**

È in fase di valutazione la proposta di adozione di un Regolamento che disciplina l'applicazione dei Criteri Ambientali Minimi (CAM) per l'organizzazione e la realizzazione di eventi culturali e servizi di catering presso il Museo, al fine di ridurre l'impatto ambientale attraverso la gestione sostenibile delle risorse e la promozione di pratiche ecocompatibili. Tale regolamento dovrà costituire parte integrante delle Concessioni spazi per manifestazioni, eventi in conto terzi, affidamenti per servizi o catering da effettuarsi all'interno del Museo.

#### **Regolamento per il prestito di beni culturali per mostre ed esposizioni**

Il MARC è dotato di un regolamento che disciplina il prestito dei beni culturali afferenti alle proprie collezioni, volto a normare la procedura relativa alle richieste di prestito finalizzate all'organizzazione di mostre ed esposizioni. Adottato con decreto del Direttore, esso stabilisce i principi alla base della valutazione delle istanze ricevute, fornendo inoltre le indicazioni che Musei e altri luoghi della Cultura sono tenuti a rispettare per formalizzare le loro richieste. Parte integrante del regolamento è poi costituita dall'elenco dei beni inamovibili, esclusi dal prestito per ragioni conservative e/o per il loro valore fortemente identitario, e dall'elenco riportante le opere generalmente escluse dal prestito per le medesime ragioni, la cui eventuale concessione è subordinata all'elevato

The rules are enforced together with the "Museum access & monitoring rules", which regulate the security measures put into place at the entrance to the Museum, against possible acts of vandalism and terrorism.

#### **Regulation for the adoption of Minimum Environmental Criteria (CAM)**

A proposal is currently being considered for the adoption of a regulation for applying the so-called Minimum Environmental Criteria (CAM), in relation to the organisation and implementation of cultural events and catering services at the Museum, to minimise its environmental footprint by means of sustainable resource management and encouraging environmentally friendly practices. The regulation will form an integral part of the rental agreements for the organisation of events and for outsourcing catering and other services within the Museum.

#### **Regulation for exhibition loans**

The MARC has adopted rules governing the loan of items from its collections, aimed at standardising the procedure for loan requests for exhibitions and displays. A decree issued by the Director lays down the guidelines for evaluating incoming loan requests, as well as the principles and requirements that the requesting museums, or other cultural venues must meet to be considered eligible for a loan. The regulation also contains a list of non-lendable items for conservation reasons and/or because they have a strong identity value, as well as a list of items that can only be loaned for high-profile events/exhibitions, subject to specific requirements.

This regulation aims to foster fruitful partnerships between museums, by promoting awareness and appreciation of the cultural heritage, while ensuring its protection and preservation.

prestigio della manifestazione per cui sono richieste e al rispetto di specifiche prescrizioni.

Tale regolamento ha l'obiettivo di favorire una proficua collaborazione tra Istituti, promuovendo la conoscenza e la valorizzazione del patrimonio culturale, garantendone contestualmente la costante tutela.

#### **Regolamento per la concessione in uso temporaneo di spazi del Museo e uso delle riproduzioni di beni culturali**

La regolamentazione adottata al MArRC per la concessione in uso temporaneo degli spazi e delle riproduzioni di beni culturali si conforma alle prescrizioni del D.M. 161 dell'11 aprile 2023 del Ministero della Cultura e ss.mm.ii., in applicazione di quanto disposto dal D.Lgs. 22 gennaio 2004 n. 42.

Il regolamento interno disciplina la concessione in uso temporaneo degli spazi afferenti al Museo, stabilendo procedure, obblighi, divieti, tariffe e condizioni di utilizzo per i concessionari/richiedenti. Attraverso dei sopralluoghi in sede, con l'ausilio dell'Ufficio Tecnico e dell'Ufficio Valorizzazione, vengono fornite specifiche *Schede Informative*, in cui si dettagliano planimetrie, capienza e dotazioni convegnistiche caratterizzanti ciascuna sala disposta alla concessione.

#### **Regolamento per l'esercizio di prestazioni professionali del personale dipendente del Museo in conto terzi**

Il Regolamento disciplina le modalità di svolgimento delle attività di tutela del patrimonio culturale e sicurezza dei luoghi e degli utenti che l'amministrazione deve necessariamente espletare in occasione di manifestazioni culturali o di altri eventi autorizzati, attuati da terzi concessionari, all'interno del MArRC. La sua applicazione viene garantita al fine di rendere

#### **Regulation for the temporary use of Museum premises and reproductions of cultural assets**

The guidelines adopted by the MArRC, for the temporary use of its premises and for making reproductions of its cultural assets, comply with Ministerial Decree 161 of 11 April 2023 of the Ministry of Culture, as amended, implementing Legislative Decree No. 42 of 22 January 2004.

The regulation sets out the procedures, obligations, prohibitions, fees and conditions of use for contractors/applicants. Specific *information sheets* are provided, detailing the floor plans, capacity and available conference equipment relative to each room, on the basis of on-site inspections carried out with the assistance of the Technical Department (*Ufficio Tecnico*) and the Enhancement & Promotion Department (*Ufficio Valorizzazione*).

#### **Regulation for the provision of services by Museum staff to contractors**

These guidelines set out the procedures for providing heritage protection and safety and security services, by the Museum, on its premises, to contractors, in relation to cultural events or other authorised events held at the MArRC. This is necessary to ensure transparency with regard to the work performed by Museum employees, specifying the relevant rates and remuneration, participation conditions and team recruitment.

#### **Library regulation**

The Museum Library too has adopted specific rules governing user access, consultation procedures and reproduction of content, in accordance with the current regulations and to ensure protection of the library collections. The loan service is currently only available to Museum staff and does not include books defined as valuable (i.e. those kept in the "Rare" and "Not for Loan" sections).

trasparenti i criteri di gestione dell'attività lavorativa che il personale può svolgere, esplicitando compensi e tariffe, criteri di partecipazione e di reclutamento delle squadre.

#### **Regolamento della Biblioteca**

Anche la Biblioteca di Palazzo Piacentini ha un regolamento interno che disciplina l'accesso degli utenti, le modalità di consultazione e la riproduzione del materiale bibliografico nel rispetto delle vigenti disposizioni normative e dell'integrità delle opere. Il servizio di prestito è a oggi consentito soltanto al personale interno, a esclusione dei volumi di pregio (sezione "Rara", sezione "Esclusi").

#### **Piano di Sicurezza**

Dal 2020 il Museo si è dotato di un Piano della Sicurezza, in conformità a quanto previsto dal D.M. 330 del 30 giugno 2016, quale strumento organico a supporto della tutela delle persone, dei beni e delle strutture, nonché della qualità complessiva dei servizi al pubblico.

Il Piano si articola in tre componenti tra loro integrate:

- il Piano della Sicurezza e dell'Emergenza (PSE), fondato su una specifica analisi dei rischi, che definisce le misure di prevenzione e protezione e le procedure da attivare in caso di emergenza;
- il Piano della Vigilanza (PDV), che individua responsabilità e compiti del personale addetto alla custodia, alla sorveglianza, al controllo e all'intervento a tutela delle strutture, dei beni e delle persone;
- il Piano dell'Accoglienza (PDA), che disciplina le modalità di ricevimento e assistenza del pubblico, assicurando condizioni di visita sicure, ordinate e coerenti con la missione del Museo.

#### **Security Plan**

Since 2020, the Museum maintains a comprehensive Safety & Security Plan (in accordance with Ministerial Decree 330 of 30 June 2016), for the protection of visitors, staff and collections, as well as ensuring the overall quality of services to the public.

The Plan consists of three integrated components:

- the Safety & Emergency Plan (PPE), based on a specific risk analysis, defining the prevention and protection measures and procedures that must be put into place in the event of an emergency;
- the Security Plan (PDV), which identifies the responsibilities and tasks of the security and monitoring personnel to ensure the security and protection of the building, the collections and persons;
- the Reception Plan (PDA), which provides guidelines for all front-of-house operations, greeting and assisting visitors and ensuring their safety while on the Museum premises, and an orderly visitor experience, consistently with the mission of the Museum.

The Plan is a dynamic and constantly evolving tool, periodically updated and adapted in relation to any changes in the Museum organisation or to the visitor rules, as well as developments in the relevant regulations, and based on the operational management experience accrued. Its ongoing development is a key element of the museum's strategy for the protection, accessibility and sustainability of its services.

Work is currently under way in relation to the first comprehensive update of the Safety & Security Plan, scheduled for completion by the end of 2026, aimed at strengthening the Plan's overall effectiveness.

Il Piano della Sicurezza è uno strumento dinamico e in costante evoluzione, destinato a essere periodicamente aggiornato e adeguato in relazione ai cambiamenti organizzativi, alle trasformazioni delle modalità di fruizione, all'evoluzione del contesto normativo e all'esperienza maturata nella gestione operativa. Il suo sviluppo continuo rappresenta un elemento qualificante della strategia degli istituti museali in materia di tutela, accessibilità e sostenibilità dei servizi.

In tale prospettiva, è attualmente in corso di redazione un Piano di Security, la cui conclusione è prevista entro la fine del 2026 e che comporterà un primo aggiornamento complessivo del Piano della Sicurezza, rafforzandone l'efficacia operativa.





Il Museo è  
*The Museum is*

# eco sistema cultur ale

*a cultural  
ecosystem*

2  
3  
4



## Valori

- 3.1 Accessibilità
- 3.2 Qualità
- 3.3 Vitalità
- 3.4 Ricerca
- 3.5 Sostenibilità
- 3.6 Trasparenza



## Our values

- 3.1 Accessibility
- 3.2 Quality
- 3.3 Vibrancy
- 3.4 Research
- 3.5 Sustainability
- 3.6 Transparency

## Valori

Nel Piano Strategico del MArRC, i valori rappresentano il nucleo identitario e culturale del Museo: sono, in altri termini, i principi e le convinzioni fondamentali che ne guidano comportamenti, scelte e relazioni.

Essi rappresentano, quindi, una promessa di valore verso i suoi stakeholder: enunciano impegni chiari che il Museo si obbliga a tradurre in azioni osservabili e servizi verificabili, che verranno comunicati periodicamente per costruire fiducia, responsabilità e partecipazione attiva della comunità.

Più in dettaglio, i valori in un Piano Strategico:

- definiscono il quadro etico e culturale; non sono obiettivi numerici, ma "stili" e modalità con cui l'istituzione vuole porsi: ad esempio "accessibilità" (garantire che ogni visitatore, indipendentemente da età o abilità, si senta accolto), "innovazione" (sperimentare nuovi linguaggi espositivi e digitali), "sostenibilità" (uso responsabile di risorse e strutture);
- orientano le scelte e le priorità; quando risorse, tempi e bisogni superano le possibilità del museo, come spesso accade, i valori aiutano a stabilire quali progetti realizzare subito e quali rimandare, mantenendo coerenza con la missione complessiva;
- fungono da collante interno: rendendo espliciti i principi condivisi, favoriscono l'allineamento tra i diversi uffici interni (tecnico, collezioni, valorizzazione, comunicazione, ecc.) e tra i vari livelli dell'organizzazione (direzione, coordinatori, personale di vigilanza), contribuendo al benessere organizzativo e all'efficacia del processo decisionale;
- costituiscono il biglietto da visita esterno; raccontare in modo trasparente e coerente i propri valori rafforza l'identità istituzionale nei confronti di partner, sponsor, scuole e pubblici e diventa leva di comunicazione e fundraising, ad esempio attraverso Art Bonus o campagne di sponsorizzazione;

## Our values

The Museum's values represent its core identity and culture, as the fundamental principles and beliefs that inform and guide its conduct, decisions and partnerships, within the framework of the MArRC Strategic Plan.

They are a promise of value to the Museum's stakeholders, embodying the undertakings that the Museum is committed to translating into observable actions and verifiable services, and which are communicated periodically to build trust, responsibility and active community engagement.

More specifically, the values in a Strategic Plan:

- define the ethical and cultural framework: they are not numerical objectives, but reflect the "style" and way in which the Museum wishes to present itself, such as "accessibility" (ensuring that every visitor, regardless of age or ability, feels welcome), "innovation" (experimenting with new exhibition and digital languages), "sustainability" (the responsible use of resources and facilities);
- inform decisions and priorities: when resources, time and needs exceed the museum's capabilities, as is often the case, values help determine which projects must be implemented immediately and which can be deferred, while maintaining consistency with the overall mission;
- foster cohesiveness: explicitly defining shared and common principles promotes cross-functional alignment between the internal departments (technical, collections, enhancement & promotion, communication, etc.), and between the various levels of the organisation (management, coordinators, security staff), contributing to organisational well-being and effective decision-making;
- serve as a calling card towards the outside world: communicating values transparently and consistently strengthens the Museum's image and identity with its partners, sponsors, schools and the general public, becoming a

- supportano il percorso di valutazione e miglioramento continuo; misurare non solo "quanto" (i numeri di ingressi, protocolli, adesioni) ma "come" ci si comporta rispetto ai valori (ad es. grado di accessibilità effettiva, livello di partecipazione delle comunità, qualità delle relazioni con le scuole), permette di calibrare strategie e obiettivi nei successivi cicli di pianificazione.

In sintesi, i valori non sono meri slogan, ma veri e propri criteri decisionali che permeano tutto l'"ecosistema" del Piano Strategico: definiscono l'identità dell'istituzione, orientano le scelte nei vincoli di risorse, favoriscono coesione interna e riconoscibilità esterna e infine guidano il miglioramento continuo.

Sulla base di queste prospettive, il MArRC ha individuato i seguenti valori, oggetto di approfondimento nelle pagine che seguono:

- accessibilità;
- qualità;
- vitalità;
- ricerca;
- sostenibilità;
- trasparenza.

lever for communication and fundraising, for example through Art Bonus scheme or sponsorship campaigns;

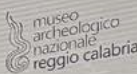


- support the process of continuous evaluation and improvement; measuring not only "how much" (in terms of admissions, protocols, memberships) but also "how" we conduct ourselves, in relation to our values (e.g. degree of effective accessibility, level of community-oriented engagement, quality of relations with schools), for adjusting the Museum's strategies and objectives in subsequent planning cycles.

In short, values are not mere slogans, but real decision-making criteria running through the entire "ecosystem" of the Strategic Plan. They define the Museum's identity, guide and inform its decisions, compatibly with its resources, promote in-house cohesion and external recognition, and ultimately drive continuous improvement.

Based on these perspectives, the MArRC has identified the following values, which are explored in more detail in the following pages:

- accessibility;
- quality;
- vibrancy;
- research;
- sustainability;
- transparency.



## Laboratorio Tattile

### Vietato **NON** toccare

Corso sezione Carceraria  
 Liceo Artistico "M. Preti - A. Frangipane"  
 Reggio Calabria

Riproduzioni realizzate dagli studenti detenuti  
 del Corso sezione Carceraria del Liceo Artistico  
 "M. Preti - A. Frangipane" attivo presso  
 Istituto Penitenziario "G. Panzera"  
 Arghillà - Reggio Calabria

Dott. Fabrizio Sudano  
 Direttore MarRC

Avv. Lucia Zavettieri  
 Dirigente Scolastico Liceo Artistico "M.Preti-A. Frangipane"

Dott. Rosario Tortorella  
 Direttore Istituto Penitenziario "G. Panzera" di Reggio Calabria

Dott. Claudio Panella  
 Presidente Associazione "Ashiafatima"

Arch. Claudia Ventura  
 Responsabile Ufficio Valorizzazione,  
 mostre ed eventi e Ufficio Didattica e Servizi educativi

Prof. ssa Tiziana Gemi  
 Responsabile Corso Sezione Carceraria  
 del Liceo Artistico "M.Preti-A. Frangipane"  
 docente di Storia dell'arte

Prof.ssa Marzia Misitano  
 Docente di Discipline plastiche

Dott.ssa Maria Cantone  
 Operatrice museale

Progetto grafico  
 Sofia Greco - classe V A  
 Indirizzo di Grafica  
 Liceo Artistico "M.Preti - A. Frangipane"

Testi a cura di  
 Arch. Claudia Ventura  
 Prof.ssa Tiziana Gemi  
 Dott.ssa Sonia Scappatura

## Accessibilità

### 3.1

L'accessibilità è per il MARRC un principio progettuale e una promessa verso tutti i pubblici: il Museo si impegna a rendere fruibile la visita in termini fisici, economici, sensoriali, cognitivi e culturali. Sul piano infrastrutturale, questo deve tradursi in percorsi privi di barriere, ma dotati di spazi attrezzati e postazioni dedicate. Sul versante dei contenuti, significa proporre materiali di facile lettura, didascalie multilingue, schede tattili e audioguide accessibili. Anche l'esperienza digitale che il MARRC propone deve essere parte integrante di questo impegno.

L'accessibilità viene monitorata con indicatori misurabili e aggiornata attraverso un'attività di ascolto con utenti e associazioni di settore, per garantire che la promessa si traduca in risultati concreti e verificabili.

## Accessibility

For the MARRC, accessibility is a key design principle highlighting the Museum's commitment to welcoming all visitors and involving the removal of physical, financial, sensory, cognitive and cultural barriers. In terms of infrastructure, this translates into barrier-free routes, equipped spaces and dedicated stations. In terms of content, it means offering easy-to-read materials, multilingual captions, tactile information sheets and accessible audio guides. The digital experience offered by the MARRC is also an integral part of this commitment.

Accessibility is monitored using measurable indicators and updated through consultation with visitors and industry organisations, to ensure that the Museum translates this commitment into concrete and verifiable results.



## Qualità

### 3.2

L'impegno del MArRC verso la qualità si traduce in standard elevati lungo tutta la catena del valore culturale.

Il Laboratorio di Restauro interno applica metodologie all'avanguardia (tecniche di microclima controllato, analisi diagnostiche non invasive) per garantire la conservazione ottimale dei reperti.

Gli allestimenti del Museo, frutto di un lavoro sinergico tra curatori e designer, combinano rigore storico-scientifico e innovazione espositiva: l'uso di display interattivi e installazioni immersive rafforza la fruizione critica.

I servizi al pubblico (biglietteria, accoglienza, bookshop, caffetteria) sono gestiti secondo procedure certificate ISO e il personale segue costantemente corsi di aggiornamento per offrire un'esperienza efficiente e di alto livello.

I riflessi dell'impegno verso la qualità si manifestano anche nelle attività culturali realizzate dal Museo: la curatela delle esposizioni permanenti e delle mostre temporanee segue protocolli metodologici che favoriscono l'approfondimento scientifico e la chiarezza comunicativa; i programmi educativi adottano standard pedagogici che aumentano l'efficacia didattica e la partecipazione; gli eventi e le rassegne culturali sono progettati per coniugare rigore contenutistico e accessibilità.

La qualità, infine, è monitorata e verificata con indicatori specifici per assicurare continuità e miglioramento nel tempo.

## Quality

The MArRC's commitment to quality translates into high standards throughout the cultural value chain.

The in-house Restoration Lab applies cutting-edge techniques (controlled microclimate, non-invasive diagnostic tests) to ensure the best possible conservation of artefacts.

The Museum's displays, the result of a collaborative effort between curators and designers, combine historical and scientific expertise with innovative exhibition techniques. The use of interactive displays and immersive installations enhances the critical experience.

Visitor services (ticket office, reception, bookshop, cafe) are managed according to ISO-certified procedures, and staff undergo continuous training to offer an efficient, high-quality experience.

The Museum's commitment to quality is also reflected in its cultural activities. The curation of permanent and temporary exhibitions follows methodological protocols for promoting scientific insight and clear communication; educational programmes adopt pedagogical standards for enhancing teaching effectiveness and participation; while cultural events and exhibitions are designed to combine rigorous content with accessibility.

Finally, quality is monitored and verified using specific indicators to ensure continuity and improvement over time.





## Vitalità

### 3.3

Il MArRC si propone come spazio vivo e dinamico, centro di incontri e sperimentazioni culturali. Oltre all'esposizione permanente, il Museo organizza un calendario annuale di mostre temporanee tematizzate (ad esempio, rassegne dedicate all'arte contemporanea o all'archeologia sperimentale) e festival culturali che coinvolgono artisti locali e internazionali.

Laboratori didattici per scuole e famiglie, serate di musica e performance site-specific rigenerano gli spazi espositivi tradizionali, trasformandoli in luoghi di partecipazione attiva.

Le collaborazioni con associazioni culturali favoriscono progetti di co-creation, in cui il pubblico contribuisce direttamente al racconto e alla reinterpretazione delle collezioni.

## Vibrancy

The MArRC aims to be a vibrant and dynamic cultural venue, a centre for cultural experience and experimentation. Alongside the permanent collection, the Museum organises an annual calendar of temporary exhibitions (e.g. contemporary art or experimental archaeology exhibitions) and cultural festivals involving local and international artists.

Educational workshops for schools and families, concerts and site-specific performances regenerate traditional exhibition spaces, transforming them into spaces for active engagement.

Collaboration with cultural associations encourage joint creation projects, in which the public can contribute directly to the story-telling and reinterpretation of the collections.

## Ricerca

### 3.4

La ricerca è il cuore pulsante del MARRC: la sezione scientifica del Museo collabora con università, istituti di ricerca e centri internazionali per approfondire la conoscenza delle collezioni attraverso studi multidisciplinari (archeometria, bioarcheologia, storia dell'arte). Linee di ricerca diagnostica (microscopia elettronica, spettrometria) supportano inoltre il restauro e la datazione dei reperti.

Il Museo promuove anche pubblicazioni scientifiche e convegni tematici, favorendo la diffusione dei risultati e l'inclusione degli studenti in percorsi di tirocinio e dottorato.

## Research

Research is at the heart of the MARRC. The Museum's scientific division collaborates with universities, research institutes and international centres to further knowledge about the collections, through multidisciplinary studies (archaeometry, bioarchaeology, art history). Diagnostic research (electron microscopy, spectrometry) also supports the restoration and dating of artefacts.

The Museum also promotes scientific publications and thematic conferences, encouraging knowledge transfer and the inclusion of students in internships and doctoral programmes.



## Sostenibilità

### 3.5

Per garantire la permanenza delle attività, il Museo adotta un approccio sostenibile in tutte le sue dimensioni.

Sul piano ambientale, gli impianti sono dotati di sistemi di climatizzazione a basso consumo e viene attivamente promossa la gestione intelligente dei rifiuti (raccolta differenziata).

Sul fronte economico, la strategia di fundraising include campagne di crowdfunding e il potenziamento dei progetti sostenuti dall'Art Bonus, che coinvolgono privati e imprese in attività di valorizzazione.

Sul piano sociale, il MArRC promuove una cultura del lavoro equo attraverso iniziative quali: contratti part-time e flessibili per giovani professionisti, programmi di mentoring interno e iniziative di welfare aziendale per il benessere del personale.

## Sustainability

The Museum adopts a sustainable approach in all its activities. Environmentally, the facilities are equipped with low-consumption air conditioning systems and the Museum actively fosters smart waste management (separate collection).

Financially, the fundraising strategy includes crowdfunding campaigns and the enhancement of projects supported by the Art Bonus scheme, which involve individuals and businesses in promotional activities.

Socially speaking, the MArRC promotes a culture of fair work through initiatives such as part-time and flexible contracts for young professionals, in-house mentoring programmes and corporate welfare initiatives for the well-being of staff.





## Trasparenza

### 3.6

La governance del MARC si fonda su criteri di massima apertura. I bilanci, i Report Annuali di attività e le linee guida dei principali processi gestionali (acquisizioni, prestiti, restauri) saranno realizzati con continuità e saranno pubblicati sul sito istituzionale del Museo, con aggiornamenti periodici.

Internamente, verranno adottati strumenti di project management condiviso e dashboard operative (accessibili a tutti i team di lavoro interni) per monitorare l'avanzamento dei compiti, il budget e i risultati, promuovendo responsabilità collettiva e fiducia reciproca.

Attraverso una piattaforma di dialogo online, cittadini e stakeholder potranno proporre suggerimenti, segnalare criticità o partecipare a consultazioni pubbliche su nuovi progetti espositivi.

## Transparency

The governance of the MARC is based on full disclosure criteria. The financial statements, annual reports and guidelines for the key management processes (acquisitions, loans, restoration projects) will be prepared on a continuous basis and published on the Museum's institutional website, with periodical updates.

Internally, shared project management tools and operational dashboards (accessible to all in-house work teams) will be adopted to monitor task progress, budgets and results, promoting collective responsibility and mutual trust.

Members of the public and stakeholders will have the possibility to make suggestions, report critical issues or engage in public consultations on new exhibition projects via an online dialogue platform.



Il Museo è  
*The Museum is*

piattaforma  
di dialogo

*a platform  
for dialogue*

3  
4  
5



## Premesse strategiche

- 4.1 Identità
- 4.2 Mission
- 4.3 Vision



## Strategic pillars

- 4.1 Identity
- 4.2 Mission
- 4.3 Vision

## Identità

### 4.1

Il Museo Archeologico Nazionale di Reggio Calabria custodisce e valorizza il patrimonio archeologico della Magna Grecia, promuovendo la conoscenza della storia antica e dell'identità culturale mediterranea. Ma è molto più di un luogo di esposizione: è un presidio vivo di memoria, un laboratorio di conoscenza e un punto di riferimento per l'identità collettiva della Calabria e dell'intero Mezzogiorno. La sua vocazione primaria è custodire, studiare e valorizzare il proprio ricchissimo patrimonio, ma la sua missione si estende ben oltre la dimensione archeologica, abbracciando il ruolo di promotore di coesione sociale, dialogo interculturale e sviluppo sostenibile.

L'identità del MARC si fonda su un profondo legame con il territorio dello Stretto, un'area storicamente ponte tra mondi e civiltà. In questo contesto, il Museo si configura come un attore chiave nella riscoperta e nella valorizzazione delle radici storiche e culturali locali, stimolando un senso di appartenenza e cittadinanza attiva. Allo stesso tempo, si proietta con crescente consapevolezza verso una dimensione nazionale e internazionale, nel solco delle più avanzate pratiche museologiche contemporanee.

Dal 2016, anno della sua riapertura nella nuova veste espositiva e architettonica, il MARC ha intrapreso un percorso di ridefinizione della propria identità, rendendola più aperta, partecipata e orientata al futuro. Le sue collezioni, che culminano nell'eccezionale presenza dei Bronzi di Riace, non sono soltanto testimonianze del passato, ma strumenti di dialogo con le comunità, il mondo della scuola e della ricerca, i visitatori e i turisti.

Nel biennio 2024-2025, come illustrato precedentemente, l'identità del MARC è stata fortemente rafforzata, sia internamente che, soprattutto, verso l'esterno.

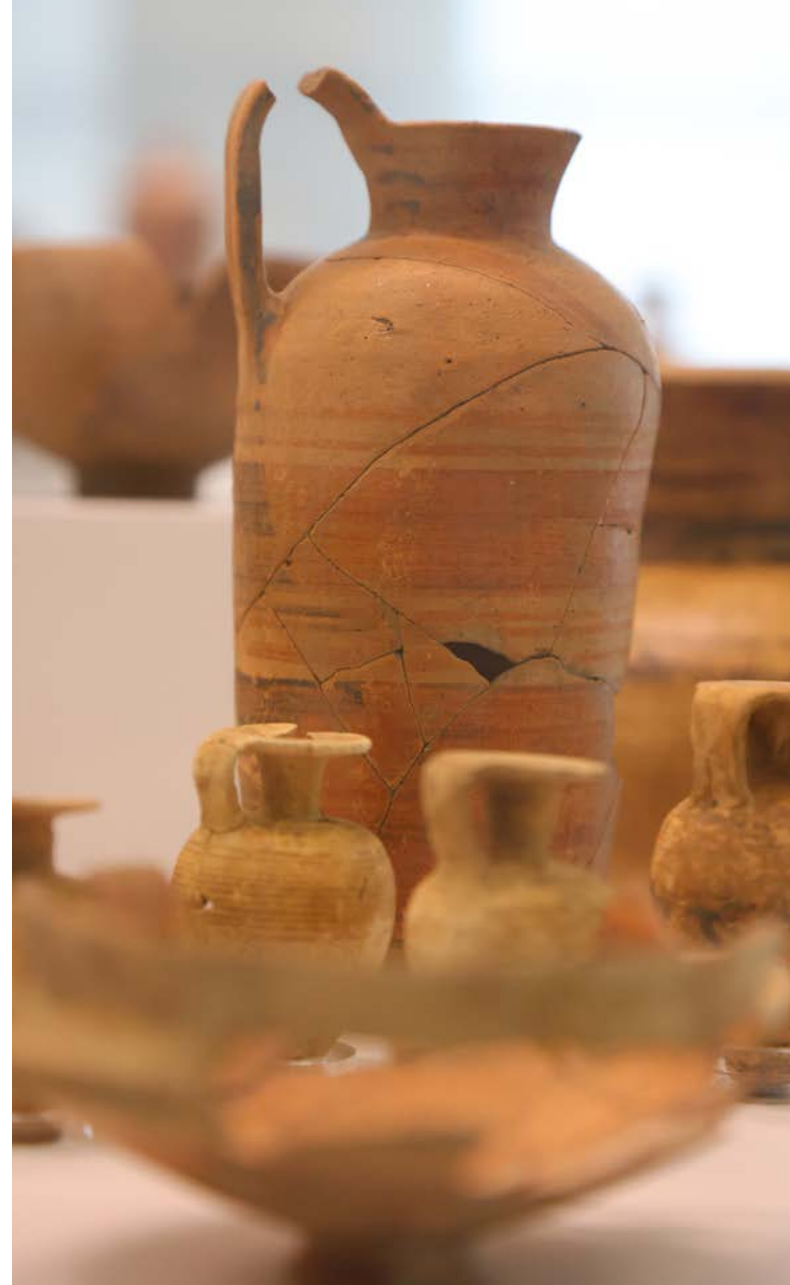
## Identity

The National Archaeological Museum of Reggio Calabria preserves and promotes the archaeological heritage of *Magna Graecia* in order to advance knowledge of ancient history and the cultural identity of the Mediterranean region. However, the Museum is not just an exhibition venue, it is also a vibrant site of memory, a workshop of knowledge and a point of reference for the collective identity of Calabria and the entire South of Italy. Its primary vocation is to preserve, research and promote its rich heritage, although its mission extends far beyond the archaeological dimension, embracing the role of promoter of social cohesion, intercultural dialogue and sustainable development.

The identity of the MARC is based on its deep ties with the Strait of Messina area, which historically acts as a bridge between different worlds and civilisations. In this context, the Museum plays a key role in the rediscovery and promotion of the local historical and cultural roots, encouraging a sense of belonging and active citizenship. At the same time, it is increasingly seeking a greater role on the national and international stage, in line with the most advanced contemporary museological practices.

Since 2016, when it reopened with a new exhibition design and layout, the MARC has embarked on a journey to redefine its identity, to reach out, according to an engagement-driven and future-oriented approach. Its collections, culminating in the extraordinary Riace Bronzes, are not only witnesses of the past but also tools for opening channels of communication with communities, the world of education and research, visitors and tourists.

As previously mentioned, the identity of the MARC has been greatly strengthened in the 2024-2025 time frame, within and, above all, externally.





## Mission

### 4.2

In un tempo attraversato da profonde trasformazioni sociali, ambientali, culturali e tecnologiche, i musei sono chiamati a ridefinire e riaffermare il proprio ruolo pubblico, consolidandosi come spazi di conoscenza, di inclusione, di partecipazione e di innovazione.

Le considerazioni sviluppate nelle pagine precedenti del Piano Strategico hanno evidenziato con chiarezza come il museo contemporaneo non possa più essere inteso esclusivamente come sede della conservazione e della tutela, ma debba essere riconosciuto come attore culturale capace di interpretare i cambiamenti del proprio tempo, di generare relazioni con i pubblici, di contribuire alla crescita civile delle comunità e di concorrere allo sviluppo del territorio.

In tale quadro, la mission non costituisce soltanto una dichiarazione identitaria, ma rappresenta il principio ordinatore dell'azione del museo: essa ne definisce la ragion d'essere, ne orienta le priorità strategiche e ne esplicita l'impegno verso il patrimonio, i cittadini e il contesto di riferimento.

Di seguito, la definizione della mission del Museo:

**Il MArRC opera come museo della contemporaneità, impegnato a conservare, studiare e valorizzare il patrimonio della Magna Grecia attraverso linguaggi accessibili e innovativi. Il Museo si configura come spazio pubblico aperto e plurale, orientato alla qualità dell'esperienza culturale, al dialogo con i pubblici e alla costruzione di un'identità condivisa con la comunità e il territorio.**

## Mission

In an era marked by profound social, environmental, cultural, and technological transformations, museums are called upon to redefine and reaffirm their public role, establishing themselves as spaces for knowledge, inclusion, participation, and innovation.

The considerations developed in this Strategic Plan have clearly highlighted that the museums of today can no longer be understood exclusively as venues for the conservation and preservation, but must be recognized as cultural players capable of interpreting the changes taking place in our times, of building relationships with the public, of contributing to the civic growth of their communities and of contributing to the development of the broader regions.

In this context, the mission of a museum is not merely a statement of identity, but rather represents the guiding principle of the museum's actions: it defines its *raison d'être*, guides its strategic priorities, and confirms its commitment to the heritage, the general public, and the context in which it operates.

Below is the definition of the Museum's mission:

**The MArRC operates as a museum of our time, committed to preserving, researching and promoting the heritage of Magna Grecia, through the medium of accessible and innovative languages. The Museum is an open and inclusive public space, committed to enhancing the quality of the cultural experience, reaching out to the public and building a shared identity with the local community and broader region.**

## Vision

### 4.3

Attraverso una programmazione culturale multidisciplinare, attività educative inclusive, mostre di respiro internazionale, strategie di accessibilità fisica, cognitiva, culturale e digitale, il MARRC si propone di superare il concetto di museo come contenitore statico, per diventare un ecosistema culturale capace di generare valore sociale, identità condivisa e sviluppo sostenibile per il proprio territorio.

La visione del Museo include anche il rafforzamento del proprio posizionamento nazionale e internazionale, grazie a una rete crescente di collaborazioni con istituzioni culturali, scientifiche e museali, alla sperimentazione di nuovi linguaggi e soluzioni tecnologiche e all'attivazione di strumenti di fundraising e partecipazione civica.

In questo modo, il MARRC intende contribuire alla costruzione di un Mediterraneo della cultura, della cooperazione e della pace, dove la memoria dell'antico diventa leva per comprendere il presente e progettare il futuro.

Sulla base di queste considerazioni, il Piano Strategico del Museo accoglie per il triennio 2026-2028 la seguente formulazione della vision:

**Il Museo Archeologico Nazionale di Reggio Calabria ambisce a diventare un polo culturale di riferimento per il Mediterraneo, in grado di reinterpretare e valorizzare il patrimonio della Magna Grecia in chiave contemporanea, innovativa e partecipativa. La sua visione si fonda sull'idea di un museo dinamico, aperto al dialogo con le comunità locali, gli attori del territorio e i visitatori provenienti da tutto il mondo.**

## Vision

The MARRC aims to move beyond the concept of museums as static containers and become cultural ecosystems instead, capable of generating social value, a shared identity, and sustainable development for its local community. This can be achieved by developing multidisciplinary cultural programmes and implementing inclusive educational activities, exhibitions with an international scope, and strategies for physical, cognitive, cultural, and digital accessibility.

The Museum's vision also includes strengthening its national and international standing through a growing network of partnerships with cultural, scientific, and museum institutions, experimentation with new languages and technological solutions, and by activating fundraising and civic engagement tools.

Therefore, the aim of the MARRC is to help build a Mediterranean context, where culture, cooperation and peace can prevail and where the memory of an ancient past can become a lever for understanding today and shaping the future.

Based on these considerations, the Museum's Strategic Plan adopts the following vision statement for the 2026–2028 three-year period:

**The National Archaeological Museum of Reggio Calabria aims to become a cultural hub for the Mediterranean region, capable of reinterpreting and promoting the heritage of Magna Graecia in a contemporary, innovative and collaborative setting. Its vision is based on a dynamic idea of museum, as an institution open to communication and dialogue with the local communities and stakeholders, and with visitors from around the world.**





Il Museo è  
*The Museum is*

# di sviluppo motore

*a development  
engine*

4

5

6

---

## Principali ambiti di intervento

- 5.1 **Esiti delle analisi  
e fabbisogni strategici**
- 5.2 **Ambiti d'intervento**
  - Organizzazione, Governance  
e Competenze
  - Infrastrutture e Digitale
  - Conservazione e Ricerca
  - Valorizzazione e Fruizione
  - Comunicazione, Audience  
Development e Territorio
  - Partnership e Internazionalizzazione

---

## Key areas of intervention

- 5.1 **Analysis results and strategic  
requirements**
- 5.2 **Areas of intervention**
  - Organisation, Governance and Skills
  - Infrastructure and Digital
  - Conservation and Research
  - Promotion and Visitor Experience
  - Communication, Audience  
Development and Local activities
  - Partnerships and Internationalisation

## Esiti delle analisi e fabbisogni strategici

### 5.1

Una buona programmazione pluriennale passa sempre attraverso un'attenta analisi della situazione di partenza, ampiamente trattata nelle sezioni precedenti, e da una sintesi quanto più completa possibile delle esigenze e delle necessità che emergono dall'incrocio tra i dati e le informazioni acquisite in fase analitica e quanto declinato in termini di Identità, Mission e Vision, fermo restando il sistema di valori sopra descritto.

Ne scaturisce un quadro esigenziale tanto articolato quanto complesse e variegato sono state le attività realizzate nel biennio 2024-2025 che, come obiettivo minimo generale, visto il consenso riscosso all'esterno e l'utilità accertata all'interno del Museo della maggior parte di esse, andrebbero consolidate e integrate.

I fabbisogni strategici sono distinti in base al loro raggio d'azione e sviluppati secondo una scala di priorità.

Con riferimento alla dimensione interna e considerando un ordine di priorità, ma soprattutto di scadenza, vanno individuati i **lavori con fondi PNRR** del Ministero della Cultura, che devono essere conclusi entro il mese di giugno 2026. Dopo l'ultimazione di quelli relativi alla misura dell'efficientamento energetico (Investimento 1.3), sono in fase di avvio le attività per la rimozione delle barriere fisiche e cognitive (Investimento 1.2). Obiettivo prioritario e inderogabile è quello di un Museo accessibile a 360°, dal punto di vista fisico, cognitivo e culturale, con percorsi tattilo-plantari, nuovi supporti multimediali, aree di sosta, stanze immersive e di decompressione, nuovi pannelli informativi e nuove didascalie oltre a un rinnovato wayfinding.

Una visione a 360° che coinvolgerà nel 2026 anche i Bronzi di Riace, grazie a un altro progetto PNRR sulla Fruizione Avanzata, attivato

## Analysis results and strategic requirements

Effective multi-year planning always involves a detailed analysis of the initial situation, which has been thoroughly examined in the previous sections, and a complete overview, as far as possible, of the needs and requirements that emerge from cross-referencing the data and information collected during the analytical phase with the Identity, Mission and Vision of the Museum, obviously without prejudice to the values illustrated previously.

The outcome is a framework of requirements as complex and varied as the activities carried out in the 2024-2025 period, which, given the general appreciation received from outside and the proven usefulness of most of the activities undertaken within the Museum, should be replicated and, possibly, improved, as a minimum general objective.

Strategic needs are distinguished according to scope and developed according to a scale of priorities.

Internally, the key aspect is to identify the **projects financed under the NRRP plan**, with the funds allocated by the Ministry of Culture, which must be completed by June 2026, based on the relevant priorities and, above all, the deadlines. Following the implementation of the energy efficiency measures (Investment 1.3), works are now underway to remove the physical and cognitive barriers (Investment 1.2). The primary and non-negotiable objective is to create a fully accessible Museum by removing all physical, cognitive and cultural barriers, with tactile pathways, new multimedia presentation facilities, rest areas, immersive and decompression rooms, new information panels and captions, as well as a revamped wayfinding system.



grazie a un bando ministeriale gestito dall'Istituto Centrale per la Digitalizzazione del Patrimonio Culturale Digital Library e vinto nel 2025 dal MArRC con il progetto "Masterpiece-Box: I Bronzi di Riace a 360°", che consentirà l'utilizzo dell'Intelligenza Artificiale applicata a tutta la documentazione scientifica esistente sulle due statue.

Ma la digitalizzazione è protagonista di un ultimo progetto PNRR sulle collezioni, già completato con l'acquisizione di più di 200mila risorse digitali, comprese importanti scansioni sui nostri reperti più importanti.

Nonostante, come si è visto, con i fondi PNRR si effettueranno diversi importanti interventi, una riflessione generale, che è già in corso a livello centrale, riguarda proprio il **post-PNRR**, ovvero tutto quanto sarà necessario prevedere, dopo il 2026, in termini di manutenzione e completamento delle infrastrutture realizzate con il suddetto Piano.

Per il MArRC, si pensa soprattutto ai due progetti su efficientamento e accessibilità: con i fondi a disposizione, non è stato possibile adeguare, dal punto di vista illuminotecnico, la Sala Bronzi; per il secondo, la progettazione è stata focalizzata soprattutto per garantire l'accessibilità totale ma non è riuscita a comprendere diverse esigenze di modifica dell'allestimento che erano state già da tempo individuate. Sarà quindi necessario trovare spazio, tempo e risorse per intervenire dal punto di vista scientifico e logistico su alcuni settori dell'attuale allestimento museale, con diverse modifiche, integrazioni e sottrazioni previste in tutti i livelli che dovranno migliorare il percorso.

In quest'ottica bisogna far rientrare anche una nuova configurazione della **Sala Bronzi**, a cui è necessario apportare modifiche anche strut-

This is an all-round approach, which, in 2026, will also involve the Riace Bronzes, thanks to another NRRP-funded Advanced Visitor Experience project, under a call for tenders launched by the Ministry of Culture and managed by the Central Institute for the Digitisation of Cultural Heritage Digital Library, which the MArRC won in 2025 with its project "MasterpieceBox: a 360 Experience of the Riace Bronzes", based on the application of AI to all the scientific documentation on the two statues.

Digitisation is also the focus of a last NRRP project regarding the Museum collections, already completed with the acquisition of more than 200,000 digital resources, including important scans of our most important artefacts.

As previously seen, several important projects will be financed out of the NRRP, although a general reflection is required, already underway at the central level, about how to move forward **once the NRRP is no more**, in terms of the maintenance and completion of the infrastructure built under the Plan after 2026.

At the MArRC, this will concern, first and foremost, the two efficiency and accessibility projects. The funds made available, in fact, have proved insufficient to upgrade the lighting in the Room of the Bronzes, while the second project focused primarily on ensuring total accessibility but failed to take into account various changes to the layout identified some time ago. It will therefore be necessary to find the space, time and resources to scientifically and logistically adapt several areas of the current Museum layout, by means of alterations, additions and removals, on all the levels, to improve the visitor path.

This also includes a new layout for the **Room of the Bronzes**, which will require structural alte-

turali. Se il 2026 potrebbe essere l'anno dedicato alla progettazione complessiva che miri al miglioramento dell'esperienza della visita dei Bronzi, il 2027 potrebbe bastare per portare a compimento: a) ripensamento dello spazio antistante di attesa e passaggio alla zona filtro, attualmente occupato dal kouros di Reggio; b) sala filtro, compreso un nuovo accesso alla Sala Bronzi; c) adeguamento delle basi antisismiche delle statue; d) nuovo sistema di illuminazione dell'intera sala; e) sistemazione del settore dei Bronzi di Porticello; e) sistemazione impianti di regolamento termo-igrometrico; f) nuovo sistema di monitoraggio e sensoristica; g) definizione di un modello dei flussi dei visitatori.

In parallelo, nei prossimi due anni dovranno essere completati i lavori previsti per l'adeguamento funzionale del **Roof Garden** in modo da poter affidare esternamente la gestione del servizio di ristoro del Museo. Anche in questo caso, sarà necessario il biennio 2026-2027 per procedere alla progettazione complessiva (entro il 2026) e alla realizzazione di quanto previsto.

Tra le priorità non è possibile non contemplare la valorizzazione dei **depositi**, che costituiscono un enorme potenziale solo parzialmente conosciuto e studiato, a causa di diverse criticità, tra le quali, innanzitutto, la drastica riduzione degli spazi a seguito degli interventi strutturali sull'edificio (2008-2011) e la carenza di ambienti adeguatamente attrezzati per la conservazione dei reperti e per le attività di riordino, studio e documentazione. Prima di parlare di depositi aperti e fruibili dal pubblico, c'è bisogno di una razionalizzazione utile a un migliore stoccaggio dei reperti, più aderente agli standard nazionali e internazionali in termini di condizioni microclimatiche, sicurezza e accessibilità.

The necessary works for improving the visitor experience of the Bronzes could possibly be completed in 2026, while, in 2027, we could see the completion of the projects for a) redesigning the waiting area and passageway to the filter zone, currently occupied by the kouros of Reggio; b) the filter room, including a new entrance to the Room of the Bronzes; c) adapting the anti-seismic bases of the statues; d) the new lighting systems for the entire room; e) renovating the Porticello Bronzes section; e) upgrading the heat and humidity regulation systems; f) installing a new monitoring and sensor system; g) defining a visitor flow model.

Over the next two years, the works for the functional renovation of the **Roof Garden** will also be completed, at which point it will finally be possible to outsource the catering services. In this case too, the overall design will be completed in 2026, and the relevant works by 2027.

Priorities also include the promotion of the **Storage Facility**, which has an enormous potential, only partially investigated and understood due to a series of critical issues, including, first and foremost, the drastic reduction of space as a result of the structural work on the building (2008-2011), and the shortage of rooms suited to storing the artefacts and for reorganisation, research and documentation activities. Before the Storage Facility can be made accessible to the public, it will be necessary to rationalise and improve the storage methods, in order to adapt them to national and international standards in terms of microclimate conditions, security and accessibility.

Furthermore, most of the stored items have not yet been inventoried or need to be adapted to the government cataloguing standards. At present, therefore, the potential for using the



Inoltre, una parte significativa del materiale conservato nei depositi non è ancora inventariata o necessita di un adeguamento agli standard catalografici ministeriali. Allo stato attuale la piena fruizione scientifica e la possibilità di attivare processi sistematici di valorizzazione, prestito o rotazione espositiva risultano pertanto limitate.

Lo stato attuale evidenzia l'urgenza di un intervento strutturale e programmato su scala pluriennale, che preveda l'adeguamento o la realizzazione di nuovi depositi, l'attivazione di massicce campagne di inventariazione e processi di digitalizzazione conformi alla visione strategica del PND.

Un'altra necessità impellente per il Museo, legata parzialmente anche al problema dei depositi, è il **recupero di spazi interni** da dedicare a una serie di attività da ampliare, migliorare e ottimizzare. Per questo motivo si dovrà prevedere, nell'immediato, alla sistemazione e all'utilizzo dei locali comunali provenienti dai beni confiscati. L'istruttoria è in fase avanzata: si deve procedere alla consegna e alla progettazione dei lavori necessari di adeguamento, al trasferimento dei beni dal Museo e alla ri-progettazione degli spazi interni per vari scopi (studio di personale esterno, restauro, refettorio).

In ultimo, ma non per minore importanza, il **settore delle mostre e degli eventi**. È stato evidente come il MArRC, nell'ultimo biennio, abbia saputo bilanciare l'organizzazione di eventi concentrando gli sforzi per offrire al pubblico almeno una mostra temporanea all'anno nel livello E (Bronzi di San Casciano e Gianni Versace) e dedicare molto spazio durante tutto il restante periodo, ma anche in contemporanea, a eventi artistici che hanno creato vere e proprie rassegne (Museo in Fest-Festival delle arti, sia in versione natalizia che estiva; RIFF-Rhegion International Film Festival Cinema e Archeologia al MArRC, ecc.), oltre a esposizioni temporanee "minori" in Piazza Paolo Orsi.

Storage Facilities for scientific purposes, and the systematic enhancement, loan or display of the stored artefacts, is rather limited.

The current situation highlights the urgent need for structural and planned intervention on the basis of a multi-year schedule, involving the adaptation or construction of new storage facilities and the launching of massive inventory campaigns and digitisation processes in line with the strategic vision of the PND.

Another pressing need for the Museum, partly linked to the storage problem, is the **repurposing of internal areas** for expanded, improved and optimised activities. To achieve this, the immediate plan is to refurbish and repurpose seized properties managed by the municipal authorities. The preliminary investigation phase is at an advanced stage and, if the properties are granted, it will be necessary to design and complete the relevant works on them, transfer the items from the Museum, and repurpose the emptied Museum premises (for external researchers, restoration activities, canteen).

Last but not least is the **exhibitions and events sector**. Over the last two years, the MArRC has been able to organise at least one temporary exhibition per year, on level E (Bronzes of San Casciano and Gianni Versace) and dedicate a lot of space in the rest of the year, but at the same time as well, to specific art events and series (Museo in Fest-Festival delle Arti, both Christmas and Summer editions; RIFF-Rhegion International Film Festival Cinema and Archaeology at the MArRC, etc.), as well as to "minor" temporary exhibitions in Piazza Paolo Orsi.

The idea is to build on this momentum and confirm the Museum's role as a multifaceted cultural driver locally and, above all, nationally and internationally, by organising challenging and highly attractive temporary exhibitions (scientific or otherwise and on an annual ba-

L'idea è di proseguire su questa scia, confermando il ruolo di propulsore culturale multiforme a livello locale ma soprattutto nazionale e internazionale, attraverso l'organizzazione di mostre temporanee impegnative e di grande richiamo (scientifico e non) con frequenza annuale a cui associare un ricco palinsesto di eventi che strizzano l'occhio al contemporaneo e alle altre manifestazioni artistiche (cinema, teatro, musica, moda, ecc.).

Occorre inoltre allargare ulteriormente il raggio d'azione verso l'esterno in una prospettiva finalizzata ad una maggiore **visibilità nazionale e internazionale**. Guardando ai numeri e alle provenienze degli ultimi due anni sembra scontato puntare più in alto e più al di fuori del contesto prettamente locale e regionale. Per una crescita dei pubblici, graduale e non necessariamente esponenziale, bisogna saper promuovere e comunicare bene tanto le collezioni esposte quanto le attività realizzate e da realizzare.

Occorre quindi una **presenza forte in luoghi strategici**. Il costruendo nuovo aeroporto reggino (ma anche gli altri scali regionali), il porto e le stazioni di Reggio Calabria (Centrale e Lido) sono sicuramente spazi da "colonizzare" in senso assolutamente positivo, per cercare di attrarre, tra gli altri, turisti che frequentano la Calabria solo per il mare o per i paesaggi. Si cerca di marcare la presenza anche negli infopoint comunali e metropolitani.

Il consolidamento dei numerosi **accordi di collaborazione** e di valorizzazione stipulati dal Museo con le associazioni culturali, gli ordini professionali, i club service e le istituzioni, devono invece servire per fidelizzare sempre di più pubblici locali, associati, appassionati.

sis), accompanied by a packed programme of events focusing on contemporary art and on cinema, theatre, music, fashion, etc..

Another focus point is to further expand the Museum's outreach, with a view to achieving greater **national and international visibility**. Looking at the visitor numbers and origin over the last two years, the Museum should aim to attract more visitors from beyond the local and regional areas. Promotional and communication skills of the Museum's collections and activities are therefore in order, to gradually – and not necessarily exponentially – attract a larger audience.

This requires **improved marketing in strategic locations**, such as the new airport of Reggio (as well as other regional airports), the port, and the Centrale and Lido railway stations, which can be "colonised", so to speak, with campaigns designed to attract, among others, those tourists who visit Calabria only for the sea or the landscape. The Museum should also better advertise itself at the municipal and metropolitan tourist information points.

Consolidating the numerous **collaboration and promotion agreements** entered into by the Museum, with cultural/professional organisations, service clubs and institutions, can also prove conducive to increasing the loyalty of local audiences, members and enthusiasts.

We should believe in the role of the MARRC as the eldest of many siblings who need to be better known and appreciated, in the firm belief that unity makes for strength. The hard work required to complete the trial phase of the **#CalabriaCulturaPass**, the combination ticket for museums and archaeological parks operated by the Regional Directorate of Natio-

Bisogna credere nel ruolo del MARRC quale maggiore di una serie di fratelli minori che necessitano di essere meglio conosciuti e valorizzati, nella piena convinzione che l'unione fa la forza. Il duro lavoro per portare a termine la fase di sperimentazione del **#CalabriaCulturaPass**, il biglietto cumulativo con i musei e i parchi archeologici afferenti alla Direzione regionale Musei nazionali della Calabria, non deve esaurirsi e anzi va corroborato con una serie di migliorie. Tra queste, l'allargamento ai Parchi archeologici di Crotona e Sibari e il coinvolgimento di altri partner pubblici e privati per l'integrazione con i trasporti per allinearsi ad altre regioni dove lo strumento del biglietto integrato concorre alla crescita del turismo culturale.

In parallelo, ma storicamente e paradossalmente più complicato, il processo di collaborazione che va realizzato con realtà museali locali, comunali e metropolitane, per la creazione di una **rete museale locale**. Il dialogo e il confronto sono terminati con un accordo istituzionale; manca l'operatività di un sistema tanto complesso quante sono le realtà diverse coinvolte (musei comunali, diocesani, scolastici, privati, ecc.).

Inoltre, se un buon biglietto da visita di ogni struttura è l'ingresso, l'accoglienza e l'ordine, per i prossimi anni occorrerà occuparsi della **manutenzione di Piazza De Nava**, così come fatto nel 2025, magari con la speranza di essere più protagonisti nell'organizzazione di eventi all'aperto.

Anche solo per progettare quanto esposto necessitano, infine, adeguate risorse finanziarie.

Al fine di migliorare il grado di autonomia finanziaria, gli istituti MiC dotati di autonomia speciale puntano sull'incremento delle entrate proprie (introiti da biglietteria, Royalties per

nal Museums of Calabria, must not stop but be boosted, through a set of improvements, such as extending the pass to the archaeological parks of Crotona and Sibari, and bringing in other public and private partners to integrate transport services, like in other regions where such integrated tickets are contributing to the growth of cultural tourism.

Another important step is partnering with other local, municipal and metropolitan museums to create a **local museum network**, which, paradoxically, has been and continues to be a rather more complicated issue. Dialogue and discussion have led to the conclusion of an institutional agreement, but setting the project on its feet and moving forward is an entirely different matter, given the complications arising out of the diverse nature of the entities involved (municipal, diocesan, school and private museums, etc.).

Furthermore, there should also be a greater focus on transforming the area in front of the Museum, into a more vibrant, welcoming space, which in the coming years will require the **maintenance of Piazza De Nava**, like the renovation project completed in 2025, possibly with a view to boosting the Museum's image by playing a more prominent role in the organisation of outdoor events.

The planning alone of the above-mentioned projects requires adequate financial resources. To boost their financial independence, MiC-owned museums with special autonomous status are striving to increase their own revenue flows (through ticket sales, royalties for additional services, concession fees, image reproduction rights, etc.).

In the specific case of the MARRC, the own revenue flows cover 40% of its expenditure, on average.

servizi aggiuntivi, canoni concessori, diritti di riproduzione immagini, ecc).

Nel caso specifico del MArRC, i proventi propri finanziano, mediamente, il 40% del totale delle uscite.

Seppure in diminuzione rispetto ai primi esercizi, il grado di dipendenza finanziaria dai trasferimenti esterni, in primis da quelli ministeriali, risulta ancora considerevole e, pertanto, la realizzazione degli interventi progettati nel presente piano risulta subordinata al reperimento della necessaria copertura finanziaria.

Therefore, reliance on outside funding, primarily from the Ministry, is still enormous, although on a downward trend compared to the initial years, which means that the capacity to implement the projects and measures set out in this Plan is subject to uncertainty in obtaining the necessary financial resources.





## Ambiti d'intervento

### 5.2

Di seguito vengono identificati i principali ambiti d'intervento sui quali il MArRC intende agire nel prossimo periodo di programmazione.

Per ciascuno di essi vengono evidenziati i corrispondenti obiettivi, presentati nella successiva sezione del documento.

#### **Organizzazione, Governance e Competenze**

Questo ambito riguarda la struttura interna del Museo con riferimento a processi decisionali, ruoli e responsabilità, strumenti di coordinamento e piani di formazione del personale.

Rafforzare ulteriormente la governance e le competenze interne significa garantire chiarezza nei flussi di lavoro, rapidità nelle decisioni e motivazione continua del personale, elementi fondamentali per tradurre la strategia in risultati concreti.

*Obiettivi coinvolti:* "Migliorare la comunicazione interna"; "Valorizzare le competenze interne".

#### **Infrastrutture e Digitale**

In questo caso, l'azione del MArRC si concentra sull'adeguamento e la manutenzione dell'edificio (antisismica, climatizzazione, accessibilità), nonché sull'implementazione delle tecnologie digitali per la catalogazione informatica dei beni, la biglietteria online e le piattaforme di fruizione a distanza (PNRR per oggetti e archivi fotografici).

Questo ambito è cruciale per rendere il Museo sicuro, efficiente e in linea con le aspettative di un pubblico sempre più digitale.

*Obiettivi coinvolti:* "Ottimizzare la dotazione strutturale e infrastrutturale"; "Progredire nel restauro, catalogazione e digitalizzazione delle collezioni".

## Areas of intervention

The following paragraphs contain an overview of the main areas of intervention for the MArRC, in the next planning period, and relevant goals.

#### **Organisation, Governance and Skills**

This area concerns the internal structure of the Museum, with regard to decision-making processes, roles and responsibilities, coordination tools and staff training plans.

Further strengthening governance and in-house skills means ensuring clarity in workflows, speed in decision-making and continuous staff motivation, all of which are fundamental elements for translating strategy into concrete results.

*Goals:* "Improving in-house communication"; "Leveraging in-house skills".

#### **Infrastructure and Digital**

In this case, the focus is on the adaptation and maintenance of the building (earthquake resistance, HVAC, accessibility), as well as the implementation of digital technologies for digital asset cataloguing, online ticketing and remote access platforms (PNRR for objects and photographic archives).

This area is crucial to transforming the Museum into a safe, secure and efficient venue, capable of consistently meeting the expectations of an increasingly digital audience.

*Goals:* "Optimising structural and infrastructural resources"; "Advancing the restoration, cataloguing and digitisation of the collections".

#### **Conservation and Research**

This area includes both the restoration and maintenance of the collections on display and in storage (from the Room of the Bronzes to

### Conservazione e Ricerca

Questo ambito comprende sia gli interventi di restauro e manutenzione delle collezioni esposte e di quelle conservate (dalla Sala Bronzi ai depositi), sia lo sviluppo di progetti scientifici in collaborazione con università ed enti di ricerca (studi diagnostici, tipologici, scavi, pubblicazioni, ecc.)

Investire in conservazione e ricerca assicura la conoscenza e la tutela a lungo termine delle collezioni e accresce il valore culturale del MArRC, facendone un polo di eccellenza scientifica.

*Obiettivi coinvolti:* "Ampliare attività di ricerca"; parte di "Progredire nel restauro, catalogazione e digitalizzazione delle collezioni"

### Valorizzazione e Fruizione

Si è voluto inserire in questo ambito l'allestimento di percorsi espositivi (permanenti e temporanei), nonché i servizi di accoglienza, didattica e accessibilità (piani tattile-visivi, spazi di decompressione, laboratori).

Migliorare la qualità dell'offerta e l'esperienza del visitatore è fondamentale per aumentare la soddisfazione del pubblico, favorire l'inclusione e alimentare il passaparola positivo.

*Obiettivi coinvolti:* "Incrementare qualità dell'offerta e accessibilità"; "Produrre mostre temporanee ed eventi culturali".

### Comunicazione, Audience Development e Territorio

Tale ambito comprende la definizione di una strategia di branding e promozione (ufficio stampa, social media, campagne mirate), l'analisi del pubblico e la collaborazione con scuole, associazioni e realtà locali.

the storage facilities), as well as developing scientific projects in partnership with universities and research institutions (diagnostic and typological studies, excavations, publications, etc.).

Investing in conservation and research ensures the long-term knowledge and protection of the collections and enhances the cultural value of the MArRC, making it a hub of scientific excellence.

*Goals:* "Expanding research and training activities"; part of "Advancing the restoration, cataloguing and digitisation of the collections".

### Promotion and Visitor Experience

This area includes the creation of (permanent and temporary) exhibition paths, as well as reception, educational and accessibility services (tactile/visual plans, decompression areas, workshops).

Improving the quality of the Museum's offering and the visitor experience is essential to increase visitor satisfaction, promote inclusion and encourage positive word of mouth.

*Goals:* "Improving the quality of the Museum offering and accessibility"; "Producing temporary exhibitions and cultural events".

### Communication, Audience Development and Local activities

This area includes defining a branding and promotion strategy (press office, social media, targeted campaigns), audience analysis and collaborating with local schools, associations and organisations.

Effective communication and establishing solid community-oriented partnerships can enhance the Museum's identity, broaden its audience and root the Museum in the social fabric.

Un'efficace comunicazione esterna e un solido rapporto con il territorio valorizzano l'identità del Museo, ampliano la platea dei visitatori e radicano l'Istituzione nel tessuto sociale.

*Obiettivi coinvolti:* "Migliorare comunicazione esterna"; "Incrementare qualità dell'offerta e accessibilità"; "Potenziare l'attrattività e la dimensione internazionale".

### Partnership e Internazionalizzazione

Questo ambito abbraccia l'attivazione di sponsorizzazioni, la ricerca di nuove fonti di entrata (Art Bonus, crowdfunding, mecenatismo), le collaborazioni nazionali e internazionali, comprese le partecipazioni a fiere e network del settore culturale e turistico di livello mondiale.

Stringere relazioni strategiche e aprirsi a mercati esteri è decisivo per diversificare le risorse, potenziare l'autofinanziamento e accrescere la visibilità globale del MArRC.

*Obiettivi coinvolti:* "Attivare nuove partnership, strategiche e operative"; "Sviluppare una proiezione internazionale"; "Accrescere la capacità di autofinanziamento e la sostenibilità".


*Goals:* "Improving external communication"; "Improving the quality of the Museum offering and accessibility"; "Enhancing attractiveness and the international dimension".

### Partnerships and Internationalisation

This area encompasses sponsorships (Art Bonus scheme, crowdfunding, patronage), national and international partnerships, including participation in world-class cultural and tourism fairs and networks.

Forging strategic relationships and opening up to foreign markets is crucial for diversifying resources, boosting self-financing and increasing the global visibility of the MArRC.

*Goals:* "Activating new strategic and operational partnerships"; "Developing an international public"; "Increasing self-financing capacity and sustainability".

A classical marble sculpture depicting a man standing next to a horse. The man is on the left, shown from the waist up, with a muscular physique and curly hair. The horse is on the right, shown from the chest up, with its head turned towards the right. At the bottom of the horse's body, a woman's head is visible, looking upwards. The entire sculpture is set against a dark, solid background.

Il Museo è  
*The Museum is*

spazio pubblico  
plurale

*a pluralistic  
public space*



---

## Obiettivi strategici e operativi

- 6.1 Migliorare la comunicazione, interna ed esterna
- 6.2 Valorizzare le competenze interne
- 6.3 Ottimizzare la dotazione strutturale e infrastrutturale
- 6.4 Progredire nel restauro, catalogazione e digitalizzazione delle collezioni
- 6.5 Ampliare le attività di ricerca e formazione
- 6.6 Incrementare la qualità dell'offerta e il livello di accessibilità
- 6.7 Potenziare l'attrattività e la dimensione internazionale
- 6.8 Produrre mostre temporanee ed eventi culturali
- 6.9 Attivare nuove partnership, strategiche e operative
- 6.10 Accrescere la capacità di autofinanziamento e la sostenibilità

---

## Strategic objectives and operational goals

- 6.1 Improving in-house and external communication
- 6.2 Enhancing in-house skills
- 6.3 Optimising structural and infrastructural resources
- 6.4 Advancing the restoration, cataloguing and digitisation of the collections
- 6.5 Expanding research and training activities
- 6.6 Improving the quality of the Museum offering and accessibility
- 6.7 Enhancing attractiveness and the international dimension
- 6.8 Producing temporary exhibitions and cultural events
- 6.9 Activating new strategic and operational partnerships
- 6.10 Increase self-financing and sustainability

## Obiettivi strategici e operativi

Alla luce dei fabbisogni strategici e considerati i differenti Ambiti di Intervento identificati e descritti nella sezione precedente, si è proceduto a individuare i corrispondenti obiettivi strategici di tipo qualitativo.

Per ciascuno di essi sarà indicata la rilevanza, saranno declinati i relativi obiettivi operativi, specificandone i termini quantitativi in relazione alla collocazione temporale di realizzazione e, infine, le linee di azione da intraprendere per portarli a compimento.

## Strategic and operational goals

In light of the Museum's strategic needs, and considering the different areas of intervention, as identified and described in the previous section, this part of the Plan identifies the corresponding qualitative strategic goals.

For each of these, the following paragraphs highlight their relevance and related operational objectives, outlining the implementation timeframe, and, finally, the lines of action for achieving the goals.



## Migliorare la comunicazione, interna ed esterna

### 6.1

#### *Descrizione e rilevanza*

All'interno, assicurare flussi informativi rapidi e trasparenti tra tutti gli uffici; verso l'esterno, una diffusione coerente e sistematica delle attività del Museo; entrambe le attività sono fondamentali per evitare disallineamenti, massimizzare la partecipazione del personale e potenziare la notorietà del MArRC sul territorio e online.

#### *Obiettivi operativi*

2026: Ridurre il tempo medio di risposta alle comunicazioni e-mail interne.

2027: Pubblicare una newsletter bimestrale e produrre un calendario editoriale trimestrale per social e media.

2028: Aumentare l'engagement sui canali social (like, condivisioni, commenti)

#### *Linee di azione*

Condivisione di un calendario per le comunicazioni interne e meeting di staff.

Costruzione di uno storytelling per rendere visibili anche le attività ordinarie e gli aspetti "nascosti" del Museo, realizzate nei laboratori e nei depositi.

Costituzione di un team interno dedicato alla gestione dei social media e un calendario editoriale trimestrale per newsletter e canali social.

Sviluppo di un piano di comunicazione articolato, che preveda il ricorso a media cartacei e digitali, nonché l'utilizzo della facciata del Museo per installazioni artistiche, realizzate con la tecnica del videomapping da artisti italiani e stranieri.

## Improving in-house and external communication

#### *Description and relevance*

Internally, to ensure fast and transparent information flows between all offices. Externally, to consistently and systematically disseminate information about the Museum's activities. Both activities are essential to avoid essential to avoid misalignments, maximise staff engagement and enhance the MArRC's visibility locally and online.

#### *Operational goals*

2026: To reduce the average response time to internal emails.

2027: To publish a bimonthly newsletter and produce a quarterly editorial calendar for social media.

2028: To increase engagement on social media channels (likes, shares, comments).

#### *Actions*

Sharing a calendar for internal communications and staff meetings.

Developing storytelling skills to highlight the Museum's ordinary and "hidden" activities, in the latter case, those carried out in the laboratories and Storage Facilities.

Setting up an in-house social media team and developing a quarterly editorial calendar for newsletters and social media channels.

Developing a comprehensive communication plan that includes the use of print and digital media, and the use of the Museum's façade for art installations by Italian and foreign artists, created with video mapping techniques.

## Valorizzare le competenze interne

### 6.2

#### *Descrizione e rilevanza*

La valorizzazione delle competenze interne costituisce una leva strategica essenziale per la qualità dell'azione museale e per la sostenibilità del Piano Strategico. Essa non può prescindere dal benessere organizzativo, presupposto per affrontare il cambiamento, innovare i processi e garantire qualità alle attività del Museo.

#### *Obiettivi operativi*

2026: Preparare il cambiamento: Mappatura dei processi e delle attività degli Uffici e dei Settori.

2026: Predisporre e accrescere il benessere organizzativo: Aumentare il coinvolgimento dei singoli nei processi decisionali.

2027: Guidare il cambiamento: Progettare e avviare percorsi di job rotation per il 10% del personale.

2027: Accrescere e monitorare il benessere organizzativo: Aumentare il coinvolgimento dei singoli nei processi decisionali.

2028: Rafforzare il cambiamento: Certificare internamente il 20% del personale su competenze digitali e di project management.

2028: Sostenere il benessere organizzativo: Aumentare il coinvolgimento dei singoli nei processi decisionali.

2026-2028: Sostenere attivamente il cambiamento: Erogare una formazione su tematiche gestionali e tecniche.

2026-2028: Istituzionalizzare riunioni mensili per condividere le attività di ciascun settore o ufficio.

#### *Linee di azione*

Attivazione di affiancamenti e job rotation fra uffici per diffusione delle best practices.

Censimento delle competenze, anche in rapporto alla costruzione del piano triennale di aggiornamento e dei piani formativi individuali.

Promozione di un ambiente di lavoro che sostenga la produttività individuale e l'efficienza organizzativa, rispettando le specificità e le esigenze personali.

## Leveraging in-house skills

#### *Description and relevance*

The enhancement of in-house skills is an essential strategic lever for enhancing the quality of the Museum's activities and the sustainability of the Strategic Plan. It cannot be separated from organisational well-being, which is a prerequisite for addressing change, innovating processes and ensuring the quality of the Museum's activities.

#### *Operational goals*

2026: To prepare the ground for change by mapping the processes and activities of the Departments and Sections.

2026: To prepare and enhance organisational well-being by increasing individual involvement in decision-making processes.

2027: To spearhead change by designing and launching job rotation programmes for 10% of staff.

2027: To enhance and monitor organisational well-being by increasing individual involvement in decision-making processes.

2028: to reinforce change by certifying 20% of staff in digital and project management skills.

2028: To support organisational well-being by increasing individual involvement in decision-making processes.

2026-2028: To actively support change by means of training programmes on management and technical issues.

2026-2028: To formalize monthly meetings to share the activities of each section or department.

#### *Actions*

Activating mentoring and job rotation between departments, to disseminate best practices.

Carrying out skills surveys, also in relation to the development of the three-year update plan and individual training plans.

Promoting a work environment that supports individual productivity and organisational efficiency, while respecting individual characteristics and personal needs.

Attivazione strumenti di age management.  
 Realizzazione di attività di team building, per rafforzare la coesione del personale, favorire la flessibilità dei ruoli e la condivisione degli obiettivi.  
 Realizzazione di momenti strutturati di confronto interno annuali.  
 Valorizzazione della persona lungo l'intero percorso professionale, garantendo opportunità adeguate per esprimere la professionalità acquisita e favorire lo sviluppo continuo delle competenze.  
 Mappatura dei fabbisogni formativi.  
 Verifica punti di forza e debolezza - ridefinizione del piano triennale.  
 Consuntivazione delle attività realizzate.  
 Definizione di un piano triennale di aggiornamento (skill mapping, corsi interni ed esterni).

Implementing age management tools.  
 Implementing team-building activities to strengthen staff cohesion, promote role flexibility and sharing objectives.  
 Formalising fortnightly meetings to share the activities of each section or department.  
 Implementing structured annual internal review sessions.  
 Enhancing the value of individuals throughout their entire career, ensuring adequate opportunities to express their acquired professional skills and promoting continuous development.  
 Mapping training needs.  
 Verifying strengths and weaknesses – redefining the three-year plan.  
 Reporting on the activities carried out.  
 Defining a three-year training plan (skill mapping, internal and external courses).



## Ottimizzare la dotazione strutturale e infrastrutturale

### 6.3

#### *Descrizione e rilevanza*

Creare le condizioni ottimali affinché il MArRC possa assolvere pienamente alla propria funzione culturale e sociale. Gli interventi programmati, nel loro insieme, consentono al Museo non solo di preservare e valorizzare le proprie collezioni, ma anche di ampliare e diversificare l'offerta culturale.

Investire nella conservazione e nell'ammodernamento del Museo migliorando le prestazioni dell'edificio (strutturali e infrastrutturali) significa porre le basi per una gestione lungimirante, in grado di coniugare tutela del patrimonio e innovazione, tradizione e apertura al futuro.

Implementare e razionalizzare gli spazi destinati all'esposizione e al deposito di beni per consentire una migliore tutela, accessibilità e valutazione dello stato conservativo e della conoscenza.

#### *Obiettivi operativi*

2026: Potenziare l'accessibilità degli ambienti.

2027: Migliorare l'efficienza energetica dell'edificio.

2028: Riallestire la Sala dei Bronzi di Riace e di Porticello, migliorandone le condizioni di controllo ambientale, accessibilità e fruizione e arricchendo il percorso di nuovi contenuti.

2028: Migliorare le condizioni di sicurezza e di conservazione dei beni esposti.

2028: Valorizzare il piano Roof Garden facendo coesistere la funzione di spazio per eventi e iniziative culturali con la realizzazione di un Lounge bar.

2028: Razionalizzare e riorganizzare gli spazi di servizio, i laboratori, le sale studio, ricerca e uffici.

2028: Riallestire gli ambienti di deposito migliorandone le condizioni di sicurezza e fruibilità.

## Optimising structural and infrastructural resources

#### *Description and relevance*

This involves creating the best possible conditions for the MArRC to fully fulfil its cultural and social functions. The planned interventions, as a whole, will enable the Museum to preserve and enhance its collections, while also to expanding and diversifying its cultural offering. Investing in the conservation and modernisation of the Museum by improving the performance of the building (structural and infrastructural) means laying the foundations for forward-looking management that combines heritage protection and innovation, tradition and forward-looking approach.

Implementing and rationalising the exhibition spaces and storage facilities, for better protection, accessibility and assessment of their state of conservation and knowledge.

#### *Operational goals*

2026: To enhance accessibility to the Museum premises.

2027: To improve the energy efficiency of the building.

2028: To redesign the Room of the Riace and Porticello Bronzes, by improving environmental control, accessibility and visitor experience, and enriching the exhibition path with new content.

2028: To improve the security and conservation conditions of the exhibits.

2028: To enhance the Roof Garden, by combining its function as a space for events and cultural initiatives with the addition of a Lounge bar.

2028: To rationalise and reorganise service areas, laboratories, study rooms, research rooms and offices.

2028: To refurbish the Storage Facilities, improving their safety, with a view to enhancing the visitor experience.

#### *Linee di azione*

Realizzazione di un percorso tattilo-plantare.

Revisione dei pannelli didattici adeguandoli ai criteri e linee guida per l'accessibilità.

Creazione di spazi multimediali, di sosta e apprendimento dedicati ai più piccoli.

Realizzazione di una sala di decompressione (Progetto PNRR).

Progettazione di nuovi ambienti filtro per l'accesso e l'uscita dalla Sala Bronzi, revisione dell'allestimento e progettazione di un nuovo impianto illuminotecnico dedicato.

Realizzazione della nuova Sala Bronzi.

Redazione del Piano di Security.

Realizzazione nuovo impianto di monitoraggio interno e ambientale per i Bronzi di Riace e di Porticello (con Area Tutela).

Definizione di un nuovo protocollo di accesso alla Sala Bronzi comprensivo di prenotazione oraria.

Realizzazione di un nuovo impianto fotovoltaico a servizio dell'edificio.

Revisione e adeguamento degli impianti di climatizzazione e di regolazione a servizio della Sala Bronzi.

Risanamento conservativo e manutenzione straordinaria del Roof Garden.

Verifica della Tensegrity.

Riorganizzazione distributivo funzionale e adeguamento impiantistico del Roof Garden.

Realizzazione del Lounge bar.

Acquisizione e adeguamento dei locali esterni per il deposito di materiali di allestimento.

Razionalizzazione degli spazi adibiti ad archivi e spazi di servizio.

Riorganizzazione, adeguamento e allestimento degli ambienti destinati a studio, ricerca e restauro dei beni.

Sviluppo di un progetto pilota sul deposito di Locri Epizefiri mediante il riallestimento dello spazio e il miglioramento della protezione dal fuoco e della conservazione microclimatica dei beni.

#### *Actions*

Installing tactile pathways.

Overhauling the educational panels, adapting them to accessibility criteria and guidelines.

Creating multimedia, rest and learning spaces dedicated to children.

Creating a decompression room (NRRP Project).

Designing new filter areas before entering and after exiting the Room of the Bronzes, redesigning the layout and designing of a new dedicated lighting system.

Creating the new Room of the Bronzes.

Drafting the Security Plan.

Creating a new internal and environmental monitoring system for the Riace and Porticello Bronzes (with the PROTECTION AREA).

Defining a new access system for the Room of the Bronzes, including hourly reservations.

Installing a new photovoltaic system for supplying energy to the building.

Overhauling and adapting the HVAC and control systems for the Room of the Bronzes

Conservative restoration and extraordinary maintenance of the roof garden.

Checking the tensegrity.

Functional reorganisation and system upgrade of the roof garden.

Construction of the lounge bar.

Acquiring and adapting external premises as storage facilities for the Museum collection.

Rationalising the archive and services areas.

Reorganising, adapting and fitting out rooms to be used for the study, research and restoration of cultural heritage.

Developing a pilot project for the Locri Epizefiri storage facility, by refurbishing the space, improving the fire protection system and the microclimate control system for asset conservation.

## Progredire nel restauro, catalogazione e digitalizzazione delle collezioni

### 6.4

#### *Descrizione e rilevanza*

Interventi conservativi, schede catalografiche e digitalizzazione progressiva garantiscono tutela, accesso remoto e valorizzazione delle collezioni, creando anche opportunità di ricerca e fruizione digitale.

#### *Obiettivi operativi*

2026: Mettere in esercizio un sistema gestionale per la catalogazione e la gestione dei reperti.  
 2026: Pubblicare una piattaforma digitale sui Bronzi di Riace.  
 2026: Implementare lo studio, progettare la manutenzione ed eventuali attività diagnostiche e interventi conservativi sui Bronzi di Riace.  
 2027: Inventariare e catalogare i beni acquisiti nell'ultimo triennio derivanti da scavi, confisci, donazioni e acquisti.  
 2027: Realizzare gli interventi conservativi sulla necropoli ellenistica conservata al Livello E del Museo e sui reperti rinvenuti durante le campagne di scavo.  
 2027: Implementare lo studio, avviare la manutenzione ed eventuali attività diagnostiche e interventi conservativi sui Bronzi di Riace.  
 2028: Riordinare, inventariare, catalogare cassette conservate in deposito.  
 2028: Completare il restauro dei reperti architettonici di Terreti finalizzato alla valorizzazione.  
 2028: Implementare lo studio, concludere la manutenzione ed eventuali attività diagnostiche e interventi conservativi sui Bronzi di Riace.

#### *Linee di azione*

Manutenzione ordinaria e straordinaria e interventi di restauro dei beni esposti e in deposito. Conclusione e sviluppo delle potenzialità degli interventi PNRR di digitalizzazione del patrimonio culturale. Realizzazione di un progetto pilota di riordino dei depositi (collezioni locresi). Interventi di conservazione preventiva, manu-

## Advancing the restoration, cataloguing and digitisation of the collections

#### *Description and relevance*

Conservation work, cataloguing and progressive digitisation ensure the protection, remote access and enhancement of the collections, also creating opportunities for research and digital use.

#### *Operational goals*

2026: To implement an IT management system for cataloguing and managing artefacts with a related front office.  
 2026: To publish a digital platform on the Riace Bronzes.  
 2026: To implement the study, plan maintenance and any diagnostic activities and conservation work on the Riace Bronzes.  
 2027: To inventrise and catalogue the assets acquired over the last three years, from excavations, confiscations, donations and purchases.  
 2027: To carry out conservation work on the Hellenistic necropolis at Level E of the Museum and on the artefacts found during the excavation campaigns.  
 2027: To implement the study of and begin maintenance and diagnostic activities and conservation work on the Riace Bronzes.  
 2028: To reorganise, inventrise and catalogue approximately 800 boxes in the Storage Facilities.  
 2028: To complete the restoration of the architectural finds from Terreti, with a view to their further enhancement.  
 2028: To implement the study, overall maintenance and any diagnostic activities and conservation work on the Riace Bronzes.

#### *Actions*

Carrying out routine and extraordinary maintenance and restoration work on exhibits and items in storage. Completing and developing the NRRP-funded cultural heritage digitisation projects.

tenzione e restauro all'interno della Sala Bronzi. Sviluppo di una piattaforma per la fruizione online di tutte le risorse digitali disponibili sui Bronzi di Riace. Inventariazione e catalogazione dei beni di nuova acquisizione. Attività di restauro conservativo sui reperti di Terreti, della necropoli ellenistica e dei reperti rinvenuti durante le campagne di scavo.

Implementing a pilot project for reorganising the storage facilities (Locri Epizefiri collections). Preventive conservation, maintenance and restoration interventions regarding the Room of the Bronzes. Developing a platform for online access to all the digital resources available on the Riace Bronzes. Inventorying and cataloguing newly acquired assets. Conservative restoration work on the finds from Terreti, the Hellenistic necropolis and the finds unearthed during the excavation campaigns.



## Ampliare le attività di ricerca e formazione

### 6.5

#### *Descrizione e rilevanza*

Progetti di indagine archeologica, studi sui materiali e pubblicazioni elevano il livello scientifico del MArRC, rafforzano i legami con università ed enti di ricerca e arricchiscono la conoscenza delle collezioni. Ricerca e formazione rappresentano assi fondamentali nelle attività di un Museo e ne costituiscono uno degli obiettivi primari.

#### *Obiettivi operativi*

2026: Completare lo scavo della necropoli ellenistica conservata presso il Livello E del Museo.  
2027: Avviare progetti di ricerca in collaborazione con atenei ed enti di ricerca nazionali e internazionali (diagnostica dei beni culturali, studio di materiali archeologici, ecc.).  
2028: Avviare attività formative in collaborazione con atenei ed enti di ricerca nazionali e internazionali.  
2028: Pubblicare contributi scientifici aventi ad oggetto le collezioni museali.  
2028: Partecipare a convegni scientifici con interventi aventi ad oggetto le collezioni museali.

#### *Linee di azione*

Incremento e sostegno dei progetti di studio e ricerca e delle attività formative (corsi, workshop, tirocini, laboratori, ecc.).  
Stipula convenzioni con dipartimenti universitari ed enti di ricerca specializzati nel settore.

## Expanding research and training activities

#### *Description and relevance*

Archaeological investigation projects, material studies and publications enhance the scientific standing of the MArRC, strengthen links with universities and research institutions and improve knowledge of the collections. Research and training are fundamental aspects of a Museum's activities and constitute one of its primary objectives.

#### *Operational goals*

2026: To complete the excavation of the Hellenistic necropolis preserved at Level E of the Museum.  
2027: To launch research projects in partnership with national and international universities and research institutions (cultural heritage diagnostics, study of archaeological materials, etc.).  
2028: To launch training activities, in partnership with national and international universities and research institutions.  
2028: To publish scientific papers on the museum collections and to participate in at least two scientific conferences with presentations on the Museum collections.  
2028: To participate in conferences with papers on the Museum collections.

#### *Actions*

Increasing and supporting study and research projects and training activities (courses, workshops, internships, laboratories, etc.).  
Concluding agreements with university departments and research institutions specialising in the sector.  
Participating in conferences.

## Incrementare la qualità dell'offerta e il livello di accessibilità

### 6.6

#### *Descrizione e rilevanza*

Incrementare la qualità dell'offerta culturale del MArRC e renderlo pienamente accessibile è una leva strategica che tocca la missione del Museo, il suo impatto sociale e la sua reputazione istituzionale.

Bisogna pertanto accrescere la conoscenza, la quantità e la visibilità degli oggetti esposti, anche in spazi esterni al MarRC e in occasione di esposizioni temporanee, garantire la fruizione di alcuni depositi attraverso visite guidate, offrire percorsi espositivi ben allestiti e servizi inclusivi (tattile-visivi, audio, audiovisivi, LIS, spazi di decompressione), comunicare le attività di studio, ricerca e conservazione svolte all'interno della struttura per coinvolgere e aumentare la soddisfazione dei visitatori e rendere il Museo fruibile da tutti i pubblici.

#### *Obiettivi operativi*

2026: Allestire uno spazio espositivo con reperti del Museo nello scalo aeroportuale di Reggio Calabria, al fine di valorizzare le collezioni anche in contesti esterni e aumentare l'attrattività del MArRC.  
2026: Realizzare podcast del Museo.  
2026: Aggiornare l'allestimento della Sala Bronzi (riallestimento delle Teste di Porticello e degli altri reperti del relitto, allestimento dei beni funzionali alla narrazione dei Bronzi di Riace, implementazione degli apparati didattici della Sala Bronzi).  
2027: Creare un sistema di prenotazione per l'ingresso alla Sala Bronzi e incrementare le prenotazioni online e il sistema "salta la coda" per l'accesso al Museo.  
2027: Realizzare nuovi percorsi tematici multisensoriali.  
2027: Presentare la guida cartacea e digitale del Museo.  
2027: Implementare i servizi educativi del Museo e rafforzare il monitoraggio e la valutazione dell'impatto educativo.  
2027: Proseguire l'allestimento della Sala Bronzi (riallestimento delle Teste di Porticello

## Improving the quality of the Museum offering and accessibility

#### *Description and relevance*

Increasing the quality of the MArRC's cultural offering and making it fully accessible is a strategic lever that affects the Museum's mission, its social impact and its institutional reputation.

It is therefore necessary to increase the knowledge, quantity and visibility of the artefacts on display, including in spaces outside the MarRC and during temporary exhibitions, to ensure that some of the items in storage can be enjoyed by visitors during guided tours, to offer well-designed exhibition itineraries and inclusive services (tactile-visual, audio, audiovisual, LIS, decompression areas), communicating the research and conservation activities carried out in the Museum, to engage visitors and enhance the visitor experience, making the Museum accessible to all audiences.

#### *Operational goals*

2026: To set up an exhibition space with Museum artefacts at Reggio Calabria airport, to promote the collections outside the Museum premises and increase the attractiveness of the MArRC.  
2026: To produce podcasts about the Museum.  
2026: To update the layout of the Room of the Bronzes (rearrangement of the Porticello Heads and other artefacts from the wreck, display of items relevant to the story of the Riace Bronzes, implementation of educational equipment in the Room of the Bronzes).  
2027: To create a booking system for admission to the Room of the Bronzes and increase online bookings and the "skip the queue" system for buying Museum tickets.  
2027: To create new multisensory thematic itineraries.  
2027: To present the Museum's printed and digital guide.  
2027: To implement the Museum's educational services and strengthen the monitoring and evaluation of their educational impact.  
2027: To continue setting up the Room of the Bronzes (rearrangement of the Porticello He-



e degli altri reperti del relitto, allestimento dei beni funzionali alla narrazione dei Bronzi di Riace, implementazione degli apparati didattici della Sala Bronzi).

2028: Realizzare indagini sul campo al fine di valutare il livello di gradimento dell'esperienza di visita da parte dei pubblici.

2028: Aprire al pubblico il deposito di Locri Epizefiri attraverso visite guidate, per comunicare le attività di riordino e conservazione delle collezioni.

2028: Esporre gli stucchi di Terreti.

2026-2028: Organizzare presentazioni sulle attività di studio, ricerca e conservazione del Museo.

2026-2028: Organizzare visite guidate e percorsi tematici a cura del personale tecnico-scientifico del Museo.

2026-2028: Esporre a rotazione, in uno spazio selezionato del Museo, reperti significativi conservati in deposito, sviluppando una narrazione approfondita e coinvolgente.

#### *Linee di azione*

Ottimizzazione della gestione dei flussi di ingresso al fine di migliorare l'esperienza museale, attraverso l'incremento della bigliettazione online e la realizzazione di un sistema di "salta la coda".

Realizzazione di un sistema di prenotazione online di accesso alla Sala Bronzi per garantire una migliore esperienza di visita e il mantenimento delle condizioni ambientali ottimali ai fini della conservazione dei beni.

Realizzazione di visite guidate, percorsi tematici e presentazioni aperte al pubblico per comunicare le collezioni e le attività di studio, ricerca e conservazione del Museo.

Allestimento di piccole esposizioni temporanee dei beni conservati in deposito.

Adeguamento dello spazio di ingresso, biglietteria e del desk informazioni ai criteri di accessibilità e inclusività per tutti i pubblici.

Aggiornamento del sistema di wayfinding.

Adeguamento del percorso espositivo ai requisiti di accessibilità e creazione di aree multime-

di e degli altri reperti del relitto, display di items relevant to the story of the Riace Bronzes, implementation of educational equipment in the Room of the Bronzes).

2028: To conduct field surveys to assess the level of satisfaction with the visitor experience.

2028: To open the Locri Epizefiri storage facility to the public, with guided tours to communicate the reorganisation and conservation of the collections.

2028: To exhibit the Terreti stuccoes.

2026-2028: To organise presentations on the Museum's research and conservation activities.

2026-2028: To organise guided tours and thematic itineraries curated by the Museum's technical and scientific staff.

2026-2028: To exhibit significant artefacts in storage on a rotating basis, in a dedicated area of the Museum, developing an in-depth and engaging narrative.

#### *Actions*

Optimising visitor flow management to improve the museum experience by increasing online ticket sales and implementing a "skip the queue" system.

Developing an online booking system for access to the Room of the Bronzes, to improve the visitor experience and maintain optimal environmental conditions for the conservation of the artefacts.

Organising guided tours, thematic itineraries and public presentations to communicate the Museum's collections and its research and conservation activities.

Setting up small temporary exhibitions of items in storage.

Adapting the entrance area, ticket office and information desk to meet accessibility and inclusivity criteria for all visitors.

Updating the wayfinding system.

Adapting the exhibition path to accessibility requirements and creating multimedia areas, rest areas and decompression areas, creating tactile pathways, maps and plaques.

Creating the MARRC podcast about specific ar-

diali e aree di sosta e spazio di decompressione, realizzazione di un percorso tattilo-plantare, mappe e targhe tattili.  
 Progettazione e realizzazione del podcast del MArRC, per raccontare la storia di specifici reperti presenti nelle collezioni permanenti.  
 Realizzazione di tavoli tattili per bambini e utenti con deficit cognitivi.  
 Realizzazione di audioguide multilingue e moduli tattilo-didattici per le scolaresche.  
 Realizzazione di una guida delle collezioni museali esposte.  
 Co-progettazione della logistica del parcheggio dei bus turistici (attualmente sito in Piazza Indipendenza) per favorire un percorso più ampio e l'immersione dei visitatori nella città prima di arrivare al Museo.  
 Progettazione di programmi annuali didattici per famiglie, adulti, scuole, educatori e studenti universitari.  
 Creazione di esperienze tattili attraverso riproduzioni di reperti archeologici.  
 Raccolta sistematica dei dati attraverso questionari, osservazioni, interviste.

tefacts in the permanent collections.  
 Creating tactile panels for children and visitors with cognitive impairments.  
 Creating multilingual audio guides and tactile educational modules for school groups.  
 Creating a guide to the Museum's collections on display.  
 Co-designing tourist bus parking logistics (currently located in Piazza Indipendenza), to encourage a wider route passing through the city, so that visitors can see other attractions before arriving at the Museum.  
 Designing annual educational programmes for families, adults, schools, teachers and university students.  
 Creating tactile experiences through reproductions of archaeological finds.  
 Systematically collecting data through questionnaires, observations and interviews.

## Potenziare l'attrattività e la dimensione internazionale

### 6.7

#### *Descrizione e rilevanza*

La partecipazione a reti di musei globali, la co-organizzazione di mostre all'estero o con istituzioni straniere e la presenza in fiere internazionali ampliano il prestigio del MArRC, incrementano gli scambi scientifici, attraggono flussi turistici specializzati e le opportunità di co-produzione espositiva.  
 Ampliare la platea dei visitatori – sia turisti che pubblico locale – passa attraverso offerte espositive sempre più coinvolgenti e promozioni mirate, al fine di aumentare i flussi di visitatori, le entrate da biglietteria e servizi e, più in generale, la visibilità del Museo.

Puntare soprattutto sul turismo culturale in forte crescita, indagando la composizione del pubblico per costruire attività di comunicazione più performanti.

#### *Obiettivi operativi*

2026: Incrementare il numero di visitatori annuali.  
 2026: Implementare un sistema integrato di raccolta dati sui visitatori.  
 2027: Realizzare all'estero mostre di settore in co-produzione.  
 2027: Incrementare il numero di visitatori stranieri.  
 2027: Stringere accordi con Tour Operator nazionali e internazionali.  
 2027: Partecipare a fiere di settore internazionali.  
 2028: Stipulare accordi di co-curatela o partenariato internazionale.

#### *Linee di azione*

Creazione di eventi non strettamente legati all'arte e all'archeologia per attrarre un pubblico più ampio, soprattutto i giovani.  
 Promozione di rassegne cinematografiche, eventi legati al mondo del fumetto e del fashion, manifestazioni teatrali; eventi legati alla gastronomia locale e/o internazionale.  
 Organizzazione di percorsi e visite guidate per operatori commerciali, accompagnati anche dal Direttore o dagli archeologi del Museo, per far conoscere il patrimonio e renderli veicoli di promozione turistica.

## Enhancing attractiveness and the international dimension

#### *Description and relevance*

Participation in global museum networks, joint organisation of exhibitions abroad or with foreign museums, and presence at international fairs would enhance the prestige of the MArRC, increase scientific exchanges, attract specialised tourist flows, creating opportunities for the joint organisation of exhibitions.  
 Expanding the Museum audience – both tourists and the local public – requires increasingly engaging exhibitions and targeted promotions in order to increase visitor flows, ticket and service revenues and, more generally, the Museum's visibility.

Focusing above all on the rapidly growing cultural tourism sector, investigating the composition of the audience in order to develop more effective communication activities.

#### *Operational goals*

2026: To increase the number of annual visitors.  
 2026: To implement an integrated visitor data collection system.  
 2027: To organise co-produced exhibitions abroad in the sector.  
 2027: To increase the number of foreign visitors.  
 2027: To enter into agreements with national and international tour operators.  
 2027: To participate in international trade fairs.  
 2028: To enter into co-curatorship or international partnership agreements.

#### *Actions*

Creating events not strictly related to art and archaeology to attract a wider audience, especially among young people. Promoting film festivals, events related to the world of comics and fashion, theatrical events, and events related to local and/or international food and wine.  
 Organising tours for commercial operators, accompanied by the Museum Director or archaeologists, to raise awareness of the heritage and make them vehicles for promoting tourism.  
 Organising an annual photography competition for local secondary school pupils, as a way

Realizzazione di un contest fotografico annuale, dedicato agli alunni delle scuole superiori del territorio, che abbia come oggetto la valorizzazione delle collezioni permanenti del Museo e istituzione di un Premio da attribuire alle migliori 5 opere, selezionate da una giuria di esperti e personalità italiane e straniere, che resteranno in mostra negli ambienti del Museo sino alla successiva edizione.

Diffusione dell'immagine del Museo, anche attraverso la partecipazione del Direttore e del personale, in eventi e manifestazioni realizzate sul territorio dai principali stakeholder.

Promozione di un progetto di biglietto cumulativo e integrato e di itinerari locali (ad esempio, Pinacoteca, Museo San Paolo, Palazzo della Cultura, Castello Aragonese) e regionali (migliorando il #CalabriaCulturaPass) includendo potenzialmente anche i trasporti.

Lancio e promozione di pacchetti tematici "open week", con biglietto ridotto in stagioni di minore afflusso.

Sviluppo di una partnership con la SACAL S.p.A, per aumentare la visibilità dell'offerta culturale del Museo, anche con spazi espositivi all'interno dell'aeroporto di Reggio Calabria, nonché degli altri terminal di Lamezia Terme e Crotona gestiti dalla medesima società.

Dialogo con vettori aerei, ferroviari e navali per la promozione di tour, offerte speciali, sconti o pacchetti che combinino il viaggio aereo con la visita al museo e alle altre attrazioni culturali territorio.

Riattivazione contatti con Google Arts & Culture. Creazione di offerte B2B per tour operator e scuole, con convenzioni e pacchetti didattici.

Stipula accordi di co-curatela con istituzioni museali europee/USA per la realizzazione di mostre internazionali.

of promoting the Museum's permanent collections; establishing an award for the five best photographs, selected by a jury of Italian and foreign experts and celebrities, which will be displayed in the Museum until the next edition. Promoting the Museum's image, including through the participation of the Director and staff in events and exhibitions organised in the area by key stakeholders.

Promoting a combined and integrated ticket project and local itineraries (e.g. Pinacoteca, Museo San Paolo, Palazzo della Cultura, Aragonese Castle) and regional itineraries (improving the #CalabriaCulturaPass), potentially including transport.

Launching and promoting "Open Week" themed packages, with reduced tickets during off-peak seasons.

Developing a partnership with SACAL S.p.A. to increase the visibility of the Museum's cultural offering, including exhibition spaces at Reggio Calabria airport, as well as the airports of Lamezia Terme and Crotona, which are operated by the same company.

Engaging with air, rail and sea carriers to promote tours, special offers, discounts or packages that combine air travel with visits to the museum and other cultural attractions in the area. Reactivating contacts with Google Arts & Culture. Creating B2B offers for tour operators and schools, with agreements and educational packages.

Signing co-curatorial agreements with two European/US museum institutions for the creation of international exhibitions.

Developing project proposals for two international exhibitions, to be submitted to the MAECI, in order to verify the possible involvement of Italian diplomatic representatives abroad.

Sviluppo di ipotesi progettuali per mostre internazionali, da sottoporre al MAECI, al fine di verificare il possibile coinvolgimento delle rappresentanze diplomatiche italiane all'estero. Organizzazione di un road-show di presentazione delle collezioni nelle capitali europee.

Launching a roadshow in four European capitals to present the Museum collections.



## Produrre mostre temporanee ed eventi culturali

### 6.8

#### Descrizione e rilevanza

Le mostre temporanee e gli eventi culturali rappresentano strumenti chiave per la valorizzazione delle collezioni, l'innovazione dei linguaggi espositivi e l'ampliamento del pubblico del Museo. Queste attività non solo rafforzano la visibilità del MArRC, ma ne diversificano l'offerta e contribuiscono alla missione educativa e sociale dell'Istituzione.

#### Obiettivi operativi

2026: Sviluppare e applicare un sistema di monitoraggio del gradimento e dell'impatto delle mostre e degli eventi.

2027: Aumentare il numero di visitatori per evento espositivo.

2028: Programmare e realizzare eventi annuali (concerti, conferenze, performance)

2026-2028: Realizzare mostre temporanee tematiche (storico-archeologiche o interdisciplinari) di carattere internazionale, nazionale e diffuse.

#### Linee di azione

Elaborazione di un piano triennale di mostre temporanee, con un focus tematico su Magna Grecia, arte contemporanea, moda, design e dialoghi interdisciplinari.

Attivazione di format espositivi ed eventi legati a ricorrenze identitarie locali, come l'anniversario del ritrovamento dei Bronzi di Riace o le Giornate Europee del Patrimonio.

Pianificazione di cicli di eventi stagionali, tra cui la rassegna estiva e il programma invernale di incontri tematici e spettacoli.

Attivazione di collaborazioni con artisti, curatori esterni e istituzioni italiane e internazionali, anche per mostre itineranti o scambi espositivi.

Promozione della partecipazione attiva del pubblico, tramite masterclass per giovani creativi, contest fotografici e installazioni partecipative.

Integrazione nella progettazione delle mostre,

## Producing temporary exhibitions and cultural events

#### Description and relevance

Temporary exhibitions and cultural events are key tools for promoting the collections, innovating exhibition formats and expanding the Museum's audience. These activities not only strengthen the visibility of the MArRC, but also diversify its offering and contribute to the Museum's educational and social mission.

#### Operational goals

2026: To develop and implement a system for monitoring the popularity and impact of exhibitions and events.

2027: To increase the number of visitors at each exhibition event.

2028: To plan and implement annual events (concerts, conferences, performances).

2026 - 2028: To organise temporary thematic exhibitions (historical-archaeological or interdisciplinary) of an international, national and widespread nature.

#### Actions

Developing a three-year plan for temporary exhibitions, with a thematic focus on Magna Graecia, contemporary art, fashion, design and interdisciplinary dialogues.

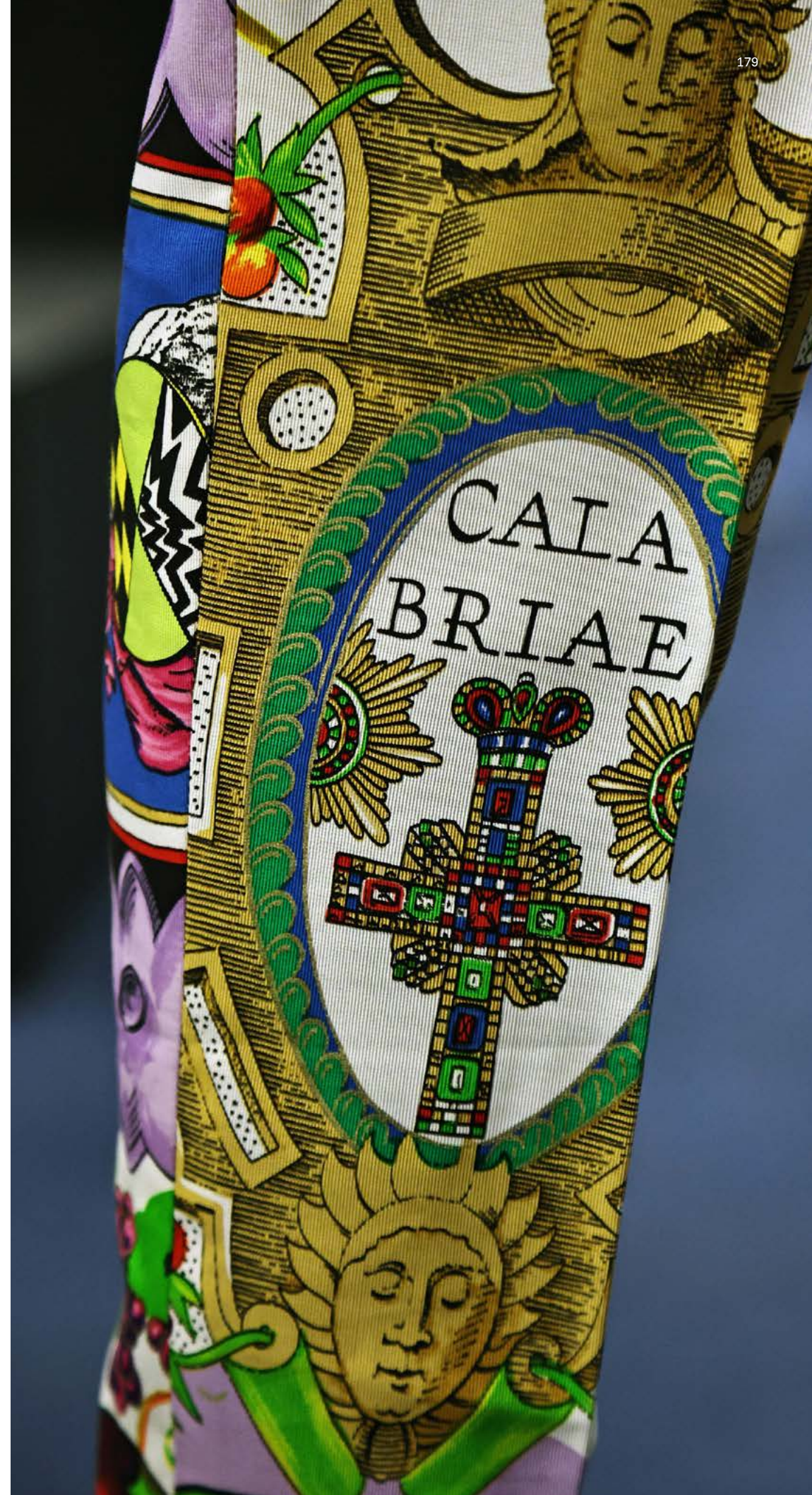
Launching exhibition formats and events linked to local events, such as the anniversary of the discovery of the Riace Bronzes or the European Heritage Days.

Planning seasonal event cycles, including the summer festival and the winter programme of thematic meetings and shows.

Collaborating with artists, external curators and Italian and international institutions, including for travelling exhibitions or exhibition exchanges.

Promoting active public engagement through masterclasses for young creatives, photography contests and collaborative installations.

Integrating accessible mediation tools (AAC, LIS, audio, multilingual QR codes) into exhibi-



di strumenti di mediazione accessibile (CAA, LIS, audio, QR-code multilingua), garantendo una fruizione inclusiva.

Monitoraggio periodico dell'impatto degli eventi attraverso questionari, reportistica e indicatori digitali (engagement, ticketing, copertura media).

tion design, ensuring inclusive enjoyment. Periodically monitoring the impact of Museum events, through questionnaires, reports and digital indicators (engagement, ticketing, media coverage).



## Attivare nuove partnership, strategiche e operative

### 6.9

#### *Descrizione e rilevanza*

Il radicamento nel contesto socio-culturale locale va ulteriormente rafforzato attraverso partnership con scuole, associazioni e realtà produttive, al fine di trasformare il Museo in un hub partecipato, con sempre maggiori ritorni in termini di pubblico e di legittimazione sociale. Collaborazioni con aziende, fondazioni e istituzioni culturali creano sinergie di risorse, know-how e visibilità, determinanti per progetti innovativi e per finanziare attività ordinarie e straordinarie.

#### *Obiettivi operativi*

2026: Avviare accordi di cooperazione con scuole e associazioni, per la realizzazione di attività didattiche ed eventi.

2027: Aumentare il numero di tirocinanti/anno.  
2027: Stipulare accordi di sponsorizzazione e ricerca di nuove entrate (Art Bonus, crowdfunding, mecenatismo).

2028: Realizzare eventi in sinergia con partner locali.

2028: Attivare partnership operative con imprese locali e nazionali di eccellenza, per co-branding di eventi.

#### *Linee di azione*

Programmazione di tirocini e percorsi di Formazione scuola-lavoro e laboratori tematici gratuiti per studenti.

Implementazione del "Calendario della comunità" per mettere in rete gli eventi degli enti del territorio.

Potenziamento dell'ufficio fundraising con campagne di raccolta fondi focalizzate su progetti di valorizzazione e restauro.

Costruzione di pacchetti di sponsorizzazione "chiavi in mano" per aziende legate alla valorizzazione culturale.

Realizzazione eventi e campagne specifiche per progetti di restauro o digitalizzazione.

## Activating new strategic and operational partnerships

#### *Description and relevance*

The Museum's roots in the local social and cultural context must be further strengthened through partnerships with schools, organisations and businesses, in order to transform the museum into an engagement-driven hub, with ever-increasing returns in terms of audience and social legitimacy.

Partnering with companies, foundations and cultural institutions can create synergies of resources, know-how and visibility, which are crucial for innovative projects and for financing ordinary and extraordinary activities.

#### *Operational goals*

2026: To initiate cooperation agreements with schools and organisations for the implementation of educational activities and events.

2027: To increase the number of interns per year.  
2027: To enter into sponsorship agreements and seek new revenue streams (Art Bonus scheme, crowdfunding, patronage).

2028: To organise events in synergy with local partners.

2028: To establish operational partnerships with prime local and national companies for co-branding events.

#### *Actions*

Planning internships and work-study training programmes and free thematic workshops for students.

Implementing the "Community Calendar" to network events organised by local organisations.

Strengthening the fundraising department, with fundraising campaigns focused on enhancement and restoration projects.

Creating "turnkey" sponsorship packages for companies involved in cultural enhancement.

Organising specific events and campaigns for restoration or digitisation projects.



## Accrescere la capacità di autofinanziamento e la sostenibilità

### 6.10

#### *Descrizione e rilevanza*

Diversificare le fonti di entrata oltre la biglietteria – merchandising, concessioni spazi, sponsorizzazioni – è imprescindibile per sostenere progetti di crescita e ridurre la dipendenza dagli stanziamenti ordinari.

A questo obiettivo si affianca l'impegno alla sostenibilità: pratiche ambientali e sociali responsabili contribuiscono non solo a ridurre i costi operativi nel medio termine ma anche attrarre sponsorizzazioni "responsabili" e partnership con imprese sensibili a problematiche ESG, ampliando così le opportunità di autofinanziamento e rafforzando la reputazione del MArRC.

#### *Obiettivi operativi*

2026-2028: Attivare progetti di "MArRC Solidale" in collaborazione con associazioni del territorio, finalizzati a promuovere l'accessibilità universale e sostegno alle comunità fragili.  
2027: Finanziare progetti di ricerca e/o valorizzazione attraverso la piattaforma dell'Art Bonus.  
2027: Aumentare le entrate auto-generate diverse da quelle riconducibili alla biglietteria.

#### *Linee di azione*

Elaborazione periodica di un Rapporto Annuale di Attività, che illustri in modo analitico quanto svolto e gli obiettivi raggiunti dal Museo nel corso di ciascun anno solare.  
Pianificazione di spazi di comunicazione (fisici e digitali) dedicati alle attività del territorio per le imprese, incoraggiando il loro sostegno economico alle iniziative del Museo.  
Sviluppo di una linea di gadget e souvenir legati alle collezioni con e-commerce.  
Affidamento della gestione della caffetteria a operatori privati tramite concessione.  
Definizione e adozione di una Green Procurement Policy per forniture, allestimenti e materiali di merchandising.  
Avvio di un progetto di economia circolare per gli allestimenti temporanei delle scenografie e delle attrezzature.

## Increasing self-financing and sustainability

#### *Description and relevance*

Diversifying sources of income beyond ticket sales – merchandising, venue rentals, sponsorships – is essential to support growth projects and reduce dependence on ordinary allocations.

The achievement of this objective goes hand in hand with the commitment to sustainability, by engaging in responsible environmental and social practices to help reduce operating costs in the medium term, but also to attract "responsible" sponsorships and partnerships with companies sensitive to ESG issues, ultimately to expand self-financing opportunities and strengthen the MArRC's reputation.

#### *Operational goals*

2026-2028: To launch "MArRC Solidale" projects in partnership with local organisations, aimed at promoting universal accessibility and support for vulnerable communities.  
2027: To fund research and/or enhancement projects through the Art Bonus scheme.  
2027: To increase self-generated revenue other than ticket sales.

#### *Actions*

Periodically reporting, by means of an Annual Report, to analytically illustrate the work carried out and the objectives achieved by the Museum in each calendar year.  
Planning communication spaces (physical and digital) dedicated to local activities for businesses, encouraging their financial support for the Museum's initiatives.  
Developing a line of gadgets and souvenirs related to the collections with e-commerce activities.  
Outsourcing the catering activities to a private company on the basis of an agreement.  
Defining and adopting a Green Procurement Policy for supplies, fittings and merchandising materials.  
Launching a circular economy project for temporary installations of at least 30% of the sets and equipment.



Il Museo è  
*The Museum is*

officina  
di futuro

*a workshop  
of the future*

6  
7  
8

---

## Risorse

- 7.1 Trasferimenti ordinari e straordinari
- 7.2 Altre fonti di finanziamento

---

## Financial resources

- 7.1 Ordinary and extraordinary grant funds
- 7.2 Other sources of funding

## Trasferimenti ordinari e straordinari

### 7.1

In virtù dell'autonomia speciale riconosciuta con D.M. 23 Dicembre 2014, il Museo è dotato di un proprio bilancio redatto secondo le regole prescritte dal D.P.R. 29 maggio 2003, n. 240 "Regolamento concernente il funzionamento amministrativo contabile e la disciplina del servizio di cassa delle soprintendenze dotate di autonomia gestionale" e dal D.P.R. 27 febbraio 2003 n. 97 "Regolamento concernente l'amministrazione e la contabilità degli enti pubblici".

Dal lato delle uscite, le spese sono raggruppate nelle seguenti tre "macro-categorie":

- Uscite correnti (Titolo I);
- Uscite in conto capitale (Titolo II);
- Partite di giro (Titolo IV).

Rientrano tra le uscite correnti tutte le spese destinate al "funzionamento" dell'Istituto (spese per consumi energetici, acquisto di beni e servizi, manutenzione e pulizia, organizzazione eventi ed attività culturali, pubblicità, promozione ecc.).

Sono invece classificate nell'ambito delle spese di investimento tutte le uscite volte all'incremento dello stock di capitale affidato in gestione all'Istituto, quali ad esempio manutenzioni straordinarie, restauri, allestimenti museali, impianti e attrezzature, interventi finanziati con fondi del Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza.

Le partite di giro, in uscita ed in entrata, sono invece transazioni che non influenzano il risultato economico, ma rappresentano un flusso di denaro che viene utilizzato per conto di terzi e poi rimborsato.

## Ordinary and extraordinary grant funds

By virtue of the special autonomy status granted to the Museum under Ministerial Decree of 23 December 2014, it prepares its own annual reports and accounts in accordance with the rules laid down by Presidential Decree No. 240 of 29 May 2003 "Regulations concerning administrative and accounting functions and treasury operations of superintendencies having autonomous management status" and Presidential Decree No. 97 of 27 February 2003 "Regulations concerning the administration and accounting of public entities".

Museum expenditure is grouped into the following three macro-categories:

- Operational expenditures (OpEx) (Title I)
- Capital expenditures (CapEx) (Title II)
- Internal transfers (Title IV)

Operational expenditures include the expenses associated with the Museum's normal operations (energy bills, purchase of goods and services, maintenance and cleaning, organisation of events and cultural activities, advertising, promotional activities, etc.).

Instead, spending aimed at increasing the Museum's capital stock, such as extraordinary maintenance, restoration work, exhibition layouts, plant and equipment, and projects financed under the National Recovery and Resilience Plan (NRRP) is classified as capital (or investment) expenditures.

Internal transfers, with regard to both inflows and outflows, are transactions that do not alter the overall financial position of the Museum, but represent flows of money used on behalf of third parties and then reimbursed.

Anche dal lato delle entrate, si distinguono tre macro-categorie:

- Entrate correnti;
- Entrate in conto capitale;
- Partite di giro.

Le entrate correnti rappresentano la parte prevalente delle fonti finanziarie dell'Istituto. In tale ambito confluiscono le "entrate da trasferimenti correnti da parte dello Stato", nello specifico da parte del Ministero della Cultura, e le "entrate proprie", derivanti dallo svolgimento dell'attività istituzionale del Museo (entrate da bigliettazione, entrate da concessione degli spazi, royalties, diritti di riproduzione, ecc.).

Nell'ambito delle "entrate in conto capitale" vengono invece accertati eventuali trasferimenti, perlopiù statali, destinati al finanziamento degli investimenti.

L'analisi statistica dei dati riferiti alle entrate dell'ultimo triennio (2022-2024) mostrano, da un lato, la riduzione dei trasferimenti ministeriali che passano da € 1.000.000 stanziati per gli esercizi 2022 e 2023, a zero per l'esercizio 2024 e, dall'altro, un incremento delle fonti di finanziamento interne che passano da € 797.072 dell'anno 2022 ad € 1.142.798 dell'anno 2024 con un incremento pari a circa il 43%.

Con riferimento all'anno 2025, pur ancora in assenza del rendiconto, si evidenziano stanziamenti ministeriali per € 400.000 ed entrate proprie tendenzialmente in linea con quelle dell'esercizio precedente, con segni di leggera crescita imputabili alle entrate da bigliettazione.

Tra le entrate proprie, gli importi più consistenti sono senz'altro riferibili ai proventi derivanti dalla vendita dei biglietti di ingresso al Museo, con un totale accertato che è passato da € 747.123 dell'anno 2022 a € 1.254.177 dell'anno 2025.

Revenue is also grouped into three macro-categories:

- Operating income
- Capital income
- Internal transfers

Operating income accounts for the most of the Museum's financial resources. This includes "revenue from current grants from the State", specifically from the Ministry of Culture, and "own revenues" from the Museum's operational activities (ticket sales, venue rentals, royalties, reproduction fees, etc.).

The "capital income" section includes to grants, received mostly from the State, to fund investments.

Statistical analysis of the Museum revenue figures for the last three years (2022-2024) shows, on the one hand, a drop in State funds from €1,000,000 allocated in the financial years 2022 and 2023 to zero in 2024, and, conversely, a rise in internal sources of funding from €797,072 in 2022 to €1,142,798 in 2024, up by approximately 43%.

With regard to 2025, although the relevant annual reports are not yet available, State funds amount to €400,000, while own revenues are broadly in line with the previous financial period, with a slight growth due to increased ticket sales.

The Museum's main source of own revenues are undoubtedly ticket sales, rising from €747,123 in 2022 to €1,254,177 in 2025.

Regarding capital income, it is important to note that, in 2023, the Museum was allocated financial resources under the National Recovery and Resilience Plan (NRRP) totalling approximately €1,700,000, for implementing energy efficiency and sensory accessibility improvement projects, which are still in progress. Net of capital investments relating to

Riguardo invece alle entrate in conto capitale si evidenzia che l'Istituto è risultato assegnatario, nel corso dell'anno 2023, di risorse finanziarie erogate nell'ambito del PNRR per un ammontare complessivamente pari a circa € 1.700.000 destinati alla realizzazione dei progetti di efficientamento energetico e di miglioramento dell'accessibilità senso-percettiva del Museo. Tali interventi sono tuttora in fase di realizzazione. Al netto degli investimenti in conto capitale afferenti i progetti PNRR, la parte preponderante delle uscite dell'istituto sono ascrivibili alle "Spese di funzionamento" che, per l'anno 2024, si assestano in € 1.598.816, con un incremento di circa il 52% rispetto all'anno 2022 (€ 1.052.148) e di circa il 18% rispetto al dato 2023 (€ 1.356.469).

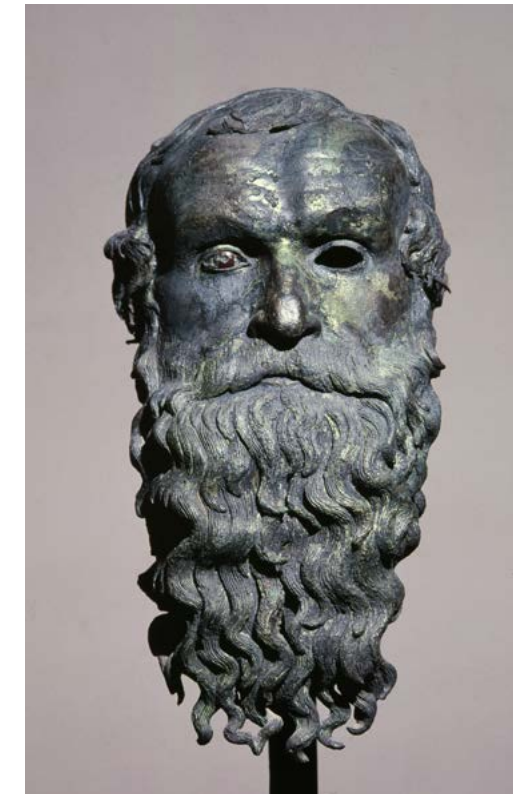
In linea con quanto previsto dal Decreto Ministeriale n. 113 del 21 febbraio 2018 recante "Adozione dei livelli uniformi di qualità per i musei e i luoghi della cultura di appartenenza pubblica e attivazione del Sistema museale nazionale", la gestione contabile e finanziaria dell'Istituto risulta orientata verso l'incremento della capacità di autofinanziamento dell'Istituto.

Gli obiettivi di miglioramento che si stanno perseguendo puntano sull'attivazione di strategie di finanziamento per la gestione e la valorizzazione del museo e delle collezioni (accordi con finanziatori, crowdfunding, ecc.), sulla promozione del mecenatismo culturale, anche attraverso lo strumento dell'Art Bonus, e sulla ricerca di sinergie con Enti ed Istituzioni pubbliche e private operanti sul territorio.

NRRP projects, the majority of the Museum's spending is due to "operational expenditures", amounting to €1,598,816 in 2024, up by approximately 52% compared to 2022 (€1,052,148) and approximately 18% period-over-period (2023) (€1,356,469).

In accordance with Ministerial Decree No. 113 of 21 February 2018 on the "Adoption of uniform quality standards for museums and cultural sites owned by the public sector and implementation of the National Museum System", the Museum's accounting and financial management is aimed at increasing its self-financing capacity.

The improvement objectives being pursued focus on implementing financing strategies for managing and enhancing the museum and its collections (agreements with funders, crowdfunding, etc.), on promoting cultural patronage, including through the Art Bonus scheme, and on establishing partnerships with public and private entities and institutions operating in the area.



## Altre fonti di finanziamento

### 7.2

Sposando una visione di cultura non solo come arte in senso stretto ma come opportunità economica funzionale a generare turismo, mobilità e consumi, la definizione degli obiettivi e la scelta degli strumenti di fundraising che rientrano nella mission del MArRC declinano le radici culturali del territorio quale espressione storicamente e socialmente irrinunciabile dell'identità individuale e collettiva dello stesso.

La necessità di garantire un sistema di sostenibilità economica del MArRC che non si basi solo sul finanziamento pubblico (da trasferimenti), sul c.d. "sbigliettamento" come scelta politica o sulle opportunità di sviluppare progetti sostenuti da finanziamenti UE, mette in evidenza il ruolo strategico del fundraising nel garantire tutto il "sistema culturale" che ruota attorno al Museo, quale organismo vivo, per rispondere alle sfide e svolgere pienamente il ruolo di asset di uno sviluppo, ancor prima che economico, socio-culturale del territorio dell'area metropolitana dello Stretto.

Il Museo deve essere una risorsa di tutta la comunità, che abbia ricadute positive per il settore privato, per il mondo del lavoro, per gli enti locali, per la società civile e per la comunità nel suo complesso. Una risorsa, quella del patrimonio culturale materiale e immateriale del MArRC, la cui governance focalizza il fundraising quale strumento di una strategia comune slegata dalla sua dimensione meramente finanziaria e tecnica.

L'apporto economico del fundraising, infatti, ha una caratteristica speciale che è quella di consentire al Museo di orientarsi più facilmente su progetti e attività che producano valore aggiunto e impatti sociali innovativi, non solo raccogliere fondi ma creare dimensioni partecipative responsabili nella gestione del bene comune.

## Other sources of funding

The MArRC has embraced a vision of culture that is broader than just being about art, but is also an economic opportunity to generate tourism, mobility and consumption. This mission statement informs the Museum's fundraising objectives and tools and is reflected in the historical and social importance of its local cultural roots, as an expression of its individual and collective identity.

The MArRC's need to implement a system of financial sustainability that cannot be based solely on public funds (grants), ticket sales as a policy decision, or the expediency of developing projects funded by the EU, highlights the strategic role of fundraising as a means of securing the entire "cultural system" that revolves around the Museum, as a living organism, in order to respond to the challenges and fully perform its role as a driver of the socio-cultural flourishing, first and foremost, of the Strait of Messina metropolitan area, as well as its economic development.

The Museum must become a useful resource for the entire community. This will have a positive effect on the private sector, the world of work, the local government, civil society and the community as a whole. The governance of the MArRC is therefore engaged in focusing on fundraising as a common strategy based on its tangible and intangible cultural heritage, not dependent on its purely financial and technical dimension.

The specific financial importance of fundraising, in fact, resides in the fact that it can help the Museum focus on projects and activities that can produce added value and have a positive social impact. It's not just about collecting funds but creating a responsible engagement-driven approach to managing the common good.

Il fundraising, nella visione del Museo, non è una semplice raccolta di fondi. Il ruolo del soggetto privato e la logica alla base dell'investimento richiedono che vi sia un reale volontà alla base dell'azione dei soggetti: un soggetto diventa partner finanziariamente di un progetto del Museo, quando tale progetto e gli impatti che esso genera sono desiderabili.

Donare volontariamente, investire consapevolmente, vuol dire esprimere un consenso molto concreto attorno a progetti valutati importanti, attivandosi per la loro realizzazione. L'obiettivo che il MArRC persegue è quello di un fundraising come strumento della cittadinanza attiva, della politica del bene comune, espressione del principio di sussidiarietà costituzionalmente garantito che consenta la realizzazione di progettualità tese alla fruizione e valorizzazione pubblica.

All'interno di una progettazione strategica e ampia soprattutto in termini di finalità condivise, il Museo si pone come portatore di interessi condivisi, sviluppando un processo di coinvolgimento di diversi soggetti, a supporto della definizione di obiettivi e missioni comuni.

Proprio come nelle logiche di investimento, i progetti di Fundraising che il Museo intende attivare dovranno saper convincere della bontà di un'idea ed evidenziare come quell'idea possa produrre impatti positivi e desiderabili per gli investitori: rigenerare un bene culturale, educare le nuove generazioni, essere d'esempio.

La strategia intrapresa è quella di adottare un approccio imprenditoriale al fundraising: i soggetti privati sono potenzialmente più disponibili ad investire su progetti che producono valore. È con questa consapevolezza che si intende superare definitivamente il vecchio paradigma del mecenatismo, costruendo processi volti alla creazione di partnership, arricchendo le

The Museum believes that fundraising is about more than just collecting money. The role of private actors and the rationale of the investments require a genuine desire underlying the actors' actions. An actor becomes a financial partner in a Museum project if they believe in the project and its impact.

Making voluntary donations and awareness-based investments means expressing concrete support for projects that the stakeholders believe in and are prepared to actively participate in their implementation. The goal pursued by the MArRC's is to use fundraising as a tool for civic engagement, for the common good, as an expression of the constitutionally guaranteed principle of subsidiarity, enabling the implementation of projects aimed at achieving public engagement and enhancement.

Acting within the framework of a strategic and far-reaching design, especially in terms of a common purpose, the Museum's objective is to uphold common interests, bringing together different actors to support common goals and missions. Like in investment proposals, the Museum's fundraising projects must be capable of convincing people about the soundness of the idea, emphasising how it can produce a positive and desirable impact for investors, by regenerating cultural assets, educating the younger generations, serving as an example.

The underlying strategy is to adopt an entrepreneurial approach to fundraising. Private actors are more likely to invest in projects that produce value. With this in mind, a new strategy is being attempted that differs from the old system of patronage and looks, instead, to build processes that can lead to forging partnerships, by directly engaging in cultural planning, relationship building, and defining objectives and expected impacts, which activities are generally associated with "doing business".



attività di raccolta fondi con azioni di partecipazione alla progettazione culturale, alla creazione di relazioni, alla definizione degli obiettivi e degli impatti attesi, tutte attività solitamente associate al “fare impresa”.

La difficoltà di comunicazione tra il mondo della Cultura e il mondo dell’Impresa è, anche per il MArRC, una delle sfide da affrontare. Nonostante l’esistenza di strumenti normativi che hanno teso sempre più a semplificare la disciplina delle sponsorizzazioni culturali e ad incentivare il mecenatismo diffuso, una efficace comunicazione delle iniziative agli stakeholder è il presupposto per creare relazioni di interesse orientate e sostenibili da parte di aziende e imprese.

La realtà in cui opera oggi il Museo non presenta aziende che investono sostenendo mostre ed eventi attraverso le sponsorizzazioni, con l’obiettivo primario di ottenere un miglioramento dell’immagine dell’azienda e nella visibilità del marchio. In quest’ottica, si rende opportuno ripensare il proprio modello di sostenibilità, guardando alle imprese non solo come soggetti a cui chiedere finanziamenti, ma sempre più come realtà con cui co-progettare iniziative d’impatto culturale e sociale.

In questo senso, un modello operativo rilevante per strutturare e rendere funzionali le attività di fundraising (sponsorizzazioni, partnership, filantropia, ecc.) è rappresentato dal crowdfunding civico.

Il progetto “MArRC SolidaLe” si configura come un’iniziativa che consolida il ruolo del Museo quale mediatore tra comunità locali, Terzo Settore e istituzioni pubbliche, favorendo la diffusione di buone pratiche di valorizzazione culturale promosse “dal basso”.

In questo costante dialogo tra istituzioni e privati si realizza un obiettivo fondamentale: recuperare la missione educativa e di ricerca

The MArRC also sees the communication barriers between the world of culture and the world of business as one of the challenges it needs to tackle. Although regulatory frameworks have increasingly sought to simplify the rules governing cultural sponsorship and encourage widespread patronage effective communication of such initiatives to stakeholders is a precondition for create targeted and sustainable partnership with companies and businesses.

The way the Museum works today does not feature businesses investing in exhibitions and events through sponsorships, with the primary aim of improving their brand image and visibility. Therefore, it is time for the Museum to rethink its sustainability model and to look at businesses not just as sources of funding, but more and more as partners with which to jointly create projects that have a cultural and social impact.

In this sense, civic crowdfunding is a useful and important model for planning and carrying out fundraising activities (sponsorships, partnerships, philanthropy, etc.).

The “MArRC SolidaLe” project aims to strengthen the Museum’s role as the go-between for local communities, the third sector and public institutions, by spearheading the spread of good practices for a bottom-up approach to cultural promotion and knowledge transfer.

This ongoing conversation between public institutions and the private sector is very important, because it can helps us to recoup the specific broader mission of education and research, restoring an active role to the general public not just in the field of culture, but also in creating a “culture of solidarity”. This, in fact, is the highest expression of civil society, where people can directly take part in governance.

Another strategic tool is the Art Bonus scheme, which streamlines the different stages of

diffusa, restituendo ai cittadini un ruolo da protagonisti attivi non solo nella cultura, ma anche nella costruzione di una vera “cultura della solidarietà”. È questa, infatti, la più alta espressione della società civile, capace di concorrere in prima persona alla cura e alla gestione della cosa pubblica.

Un altro strumento strategico in tale direzione è rappresentato dall'Art Bonus, che consente di attivare una “filiera ragionevolmente corta” tra le diverse fasi del processo: dall'azione di fundraising alla donazione, dalla relazione con il donatore alla concreta realizzazione dei progetti sostenuti.

L'Art Bonus si è ormai affermato come uno strumento determinante per il fundraising culturale. Introdotto con il D.L. 31 maggio 2014, n. 83, “Disposizioni urgenti per la tutela del patrimonio culturale, lo sviluppo della cultura e il rilancio del turismo”, questa agevolazione fiscale consente un credito di imposta pari al 65% per le erogazioni liberali destinate al patrimonio storico-artistico. Si è rivelato, fin da subito, un incentivo significativo soprattutto per i cosiddetti soggetti erogatori “per eccellenza” – come le Fondazioni di origine bancaria o i privati cittadini mossi da puro spirito di liberalità – a favore di istituti che hanno potuto finanziare la loro attività istituzionale e statutaria.

Diverso è l'approccio delle aziende e dei soggetti imprenditoriali, che, a differenza dei donatori privati, hanno mostrato interesse non solo per il beneficio fiscale, ma anche per il ritorno reputazionale e di posizionamento.

Il MArRC si è avvicinato con cautela a questa opportunità, conseguendo comunque buoni risultati grazie a interventi di restauro sostenuti da donazioni tramite Art Bonus. Resta tuttavia evidente la difficoltà di generare un reale radi-

the process, from fundraising to donation, from the relationship with the donor to the effective implementation of projects.

The Art Bonus scheme, in fact, has established itself as a very important way of raising money for culture. Introduced by Decree Law No. 83 of 31 May 2014 on “Urgent provisions for the protection of the cultural heritage, the development of culture and the revival of tourism”, this tax relief scheme allows a 65% tax credit for donations to historical and artistic heritage. From the beginning, it became an important incentive, especially for key donors – such as bank foundations or private citizens motivated by pure generosity – to institutions capable of financing their mission and their institutional activities.

Businesses tend to have a different approach. Unlike private donors, they are interested not just in the tax breaks, but also in the positive impact on their reputation and how this affects their standing.

The MArRC has behaved rather cautiously in this respect, nevertheless achieving good results thanks to the restoration projects supported by donations through the Art Bonus scheme, although difficulties remain due to the lack of a donation culture at the local level, in line with the national trend.

A further development could concern the acceptance of non-monetary donations, i.e. donations in the form of goods, merchandise or services, valued at their “normal value” (the average price charged for similar goods or services in free competition conditions). In areas where businesses do not constitute a mainstay of the local economy, such as the area in which the Museum operates, this method could become a useful tool for encouraging support by not requesting companies to make financial outlays.

camento sul territorio, dove persiste una scarsa cultura dell'erogazione liberale, in linea con un trend nazionale.

Un ulteriore sviluppo potrebbe riguardare l'ammissibilità delle donazioni in-kind, ossia liberalità non monetarie ma sotto forma di beni, merci o servizi, valutabili secondo il “valore normale” (il prezzo mediamente praticato per beni o servizi analoghi in condizioni di libera concorrenza). In contesti territoriali non fortemente imprenditoriali, come quello in cui opera il Museo, questa modalità rappresenterebbe uno strumento utile a incentivare la partecipazione delle aziende, senza un esborso necessariamente contabile.

In conclusione, la sfida rimane aperta. Nonostante le difficoltà, il MArRC tenta con tenacia di trasformare utenti culturali in sostenitori fidelizzati, tramite un processo irreversibile, capace di generare coinvolgimento, impatto e trasparenza: elementi fondamentali per rafforzare il ruolo del Museo come attore centrale della vita culturale e sociale.

In conclusion, the challenge is still open. Even though it is difficult, the MArRC is working hard to change the way people think about culture. It wants to enhance the loyalty of people who engage with and enjoy culture and to transform this into an irreversible process capable of involving people, creating a positive effect and enhancing transparency, as a way of ensuring that the Museum becomes a key community-oriented cultural and social player.



Il Museo è  
*The Museum is*

energia del  
mediterraneo

*Mediterranean  
energy*

# 8

## Monitoraggio e valutazione

- 8.1 Osservare per governare
- 8.2 Comitato di pilotaggio e responsabilità
- 8.3 KPI per gli obiettivi strategici
- 8.4 Cronoprogramma

## Monitoring and evaluation

- 8.1 Evidence-based governance
- 8.2 Steering Committee and accountability
- 8.3 Strategic KPIs
- 8.4 Timetable

## Osservare per governare

### 8.1

Un Piano Strategico correttamente strutturato non si completa con l'enunciazione di obiettivi, linee di azione e indicatori; al contrario, esso si sostanzia pienamente solo quando viene accompagnato da un insieme coerente di strumenti che ne sostengano l'attuazione, ne rendano trasparente l'avanzamento e consentano di apprendere in modo sistematico dall'esperienza.

La sezione conclusiva di questo Piano è quindi un "dispositivo" cognitivo e manageriale: uno spazio di riflessione nel quale si esplicitano le regole dell'osservazione, della misurazione e dell'adattamento. In questa prospettiva, come si avrà seppur brevemente modo di spiegare, il monitoraggio e la valutazione non rappresentano un mero adempimento amministrativo ma costituiscono il terreno solido, che permette al MArRC di presidiare la propria strategia nel tempo.

È ben chiaro infatti che nel contesto museale attuale, anche per un Museo caratterizzato da rapide trasformazioni – evoluzione dei pubblici, ridefinizione delle politiche culturali, pressioni competitive, nuovi standard di accountability, cambiamenti tecnologici e climatici – l'attività di programmazione è inevitabilmente esposta a incertezze e adeguamenti.

È dunque necessario comprendere che il Piano Strategico non è un documento "sacro e immutabile", che non può essere oggetto di un'attività di revisione prima della sua scadenza, ma è piuttosto uno strumento che consente al Museo di dotarsi di meccanismi che gli permettano di *gestire il cambiamento senza perdere la rotta tracciata*.

Il monitoraggio non serve quindi a verificare se si è stati "fedeli" a un percorso di crescita e sviluppo, ma piuttosto a mantenere la strategia vitale, aggiornata e soprattutto governabile. Il

## Evidence-based governance

No properly structured Strategic Plan is complete with just a description of its objectives, lines of action and indicators. To succeed, it also requires a coherent set of tools to support its implementation, transparently report on its progress and enable learning from experience.

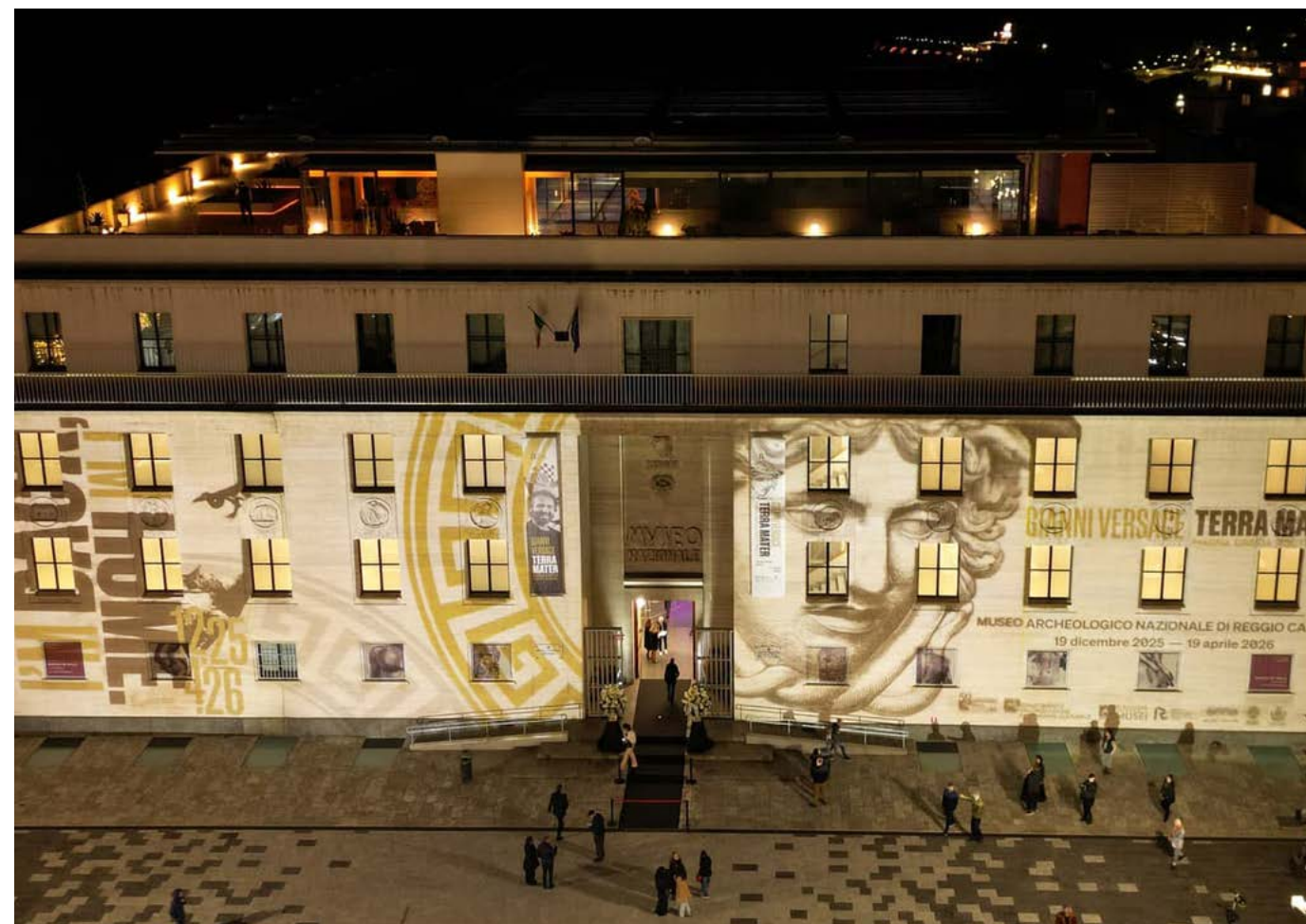
The last section of this Plan focuses on the fact-finding and management-related tools for evidence-based observation, measurement and adaptation purposes. In this perspective, monitoring and evaluation are not merely administrative requirements but the way in which the MArRC can effectively keep an eye on its strategy over time.

Clearly, in the current context, even for a Museum that is changing rapidly – with evolving audiences, the redefinition of its cultural policies, competitive pressure, new standards of accountability, technological and climate changes – planning is inevitably uncertain and subject to adjustments.

It is therefore important to understand that the Strategic Plan should not be viewed as set in stone and therefore unchangeable, but rather as a tool for allowing the Museum to put into place suitable mechanisms for *managing change without losing sight of its goals*.

Monitoring is not about verifying "loyalty" to a path of growth and development, but rather a way of making sure that the strategy is still relevant, up to date and, above all, manageable. Otherwise, the Strategic Plan will remain a mere declaration of intent and not a continuous evolutionary process capable of creating real value.

In purely management terms, "monitoring" means regularly observing the results of the



rischio, altrimenti, è che il Piano Strategico rimanga una mera dichiarazione di intenti e non un processo evolutivo continuo, capace di generare valore.

Ciò premesso, va precisato che, nella prospettiva manageriale, "monitorare" significa osservare in modo sistematico l'andamento delle attività e la produzione degli output rispetto a una pianificazione definita. Nei musei italiani, tuttavia, la pratica del monitoraggio tende spesso non solo a concentrarsi su pochi indicatori tradizionali e poco significativi (in primis, il numero di visitatori e gli incassi) ma anche ad attivarsi in modo discontinuo, talvolta solo in corrispondenza di scadenze di rendicontazione di un progetto ovvero per occasionali richieste esterne.

Un Piano Strategico orientato alla qualità richiede invece che il monitoraggio diventi una pratica ordinaria, integrata nei processi interni di gestione del museo e distribuita durante tutto il corso dell'intero anno. Solo in questo caso è possibile raggiungere un risultato di fondamentale importanza: avere la possibilità di *trasformare le informazioni in scelte*. Ciò deve accadere senza però costruire sistemi di monitoraggio eccessivamente complessi, che richiedono al museo tempo e competenze non disponibili e finiscono di conseguenza per non essere applicati ovvero applicati in modo incompleto o episodico. Occorre pertanto selezionare con grande attenzione cosa debba essere oggetto di osservazione e misurare solo ciò che serve davvero a governare e migliorare.

Il monitoraggio in itinere riguarda alcune dimensioni tra loro complementari: in primo luogo, la verifica dello stato di avanzamento delle attività, cioè dello stato di attuazione delle azioni previste (avvio, in corso, completamento), del rispetto dei tempi e dell'uso delle risorse. In

activities outlined in a plan. In Italian museums, instead, monitoring often tends to focus on a few conventional and scarcely significant indicators (primarily visitor numbers and cash receipts) and to be carried out discontinuously, sometimes only at project reporting deadlines or in response to occasional external requests.

Instead, a quality-oriented Strategic Plan requires monitoring to become a routine practice, fully integrated into the museum's internal management processes and carried out throughout the year. This is the only way to achieve the important step of *transforming information into decisions*. This goal should be pursued, however, without introducing overly complex monitoring systems that require time and skills that the museum simply does not have, and which, therefore, would result in their failed or incomplete or sporadic application. We must very carefully select what to observe and measure only what is really useful for management and improvement purposes.

Ongoing monitoring looks at several complementary aspects. Firstly, the development stage of a project or activity (started, in progress, completed), compliance with timelines and efficient use of resources. Secondly, output production, i.e. the tangible and immediate results of the implemented projects/activities, such as, for example, the number of educational activities or events carried out, the partnerships entered into, or the maintenance work completed.

Another important aspect of observation is the dimension of time. Monitoring can be strategically effective only if the museum can operate according to an *adaptive management approach*, with the ability to promptly change its course or introduce corrective measures, making evidence-based decisions, without waiting for

secondo luogo, la produzione di output, cioè di risultati tangibili e immediati dell'azione quali, ad esempio, il numero di attività educative o di eventi realizzati, di partnership attivate piuttosto che di interventi di manutenzione portati a compimento.

La dimensione temporale dell'osservazione è un altro aspetto importante; infatti, il monitoraggio assume una connotazione strategica solo quando il museo risulta in grado di alimentare una logica di *gestione adattiva*: cioè, la capacità di cambiare tempestivamente rotta o di effettuare delle correzioni operative, calibrando differenzialmente le decisioni adottate sulla base di evidenze, senza attendere dunque la fine del ciclo triennale di programmazione. Quindi, il monitoraggio ha realmente un senso se esso viene svolto con continuità e in modo sistematico.

Perché questo accada, è peraltro fondamentale che i momenti di analisi dei dati siano collegati agli organi di governance del Museo; la sezione conclusiva del Piano Strategico ha infatti la funzione di definire non solo che cosa misurare, ma dove e come discutere i risultati: in incontri periodici con il personale direttivo del Museo, in un Comitato di Pilotaggio, attraverso la redazione di report annuali.

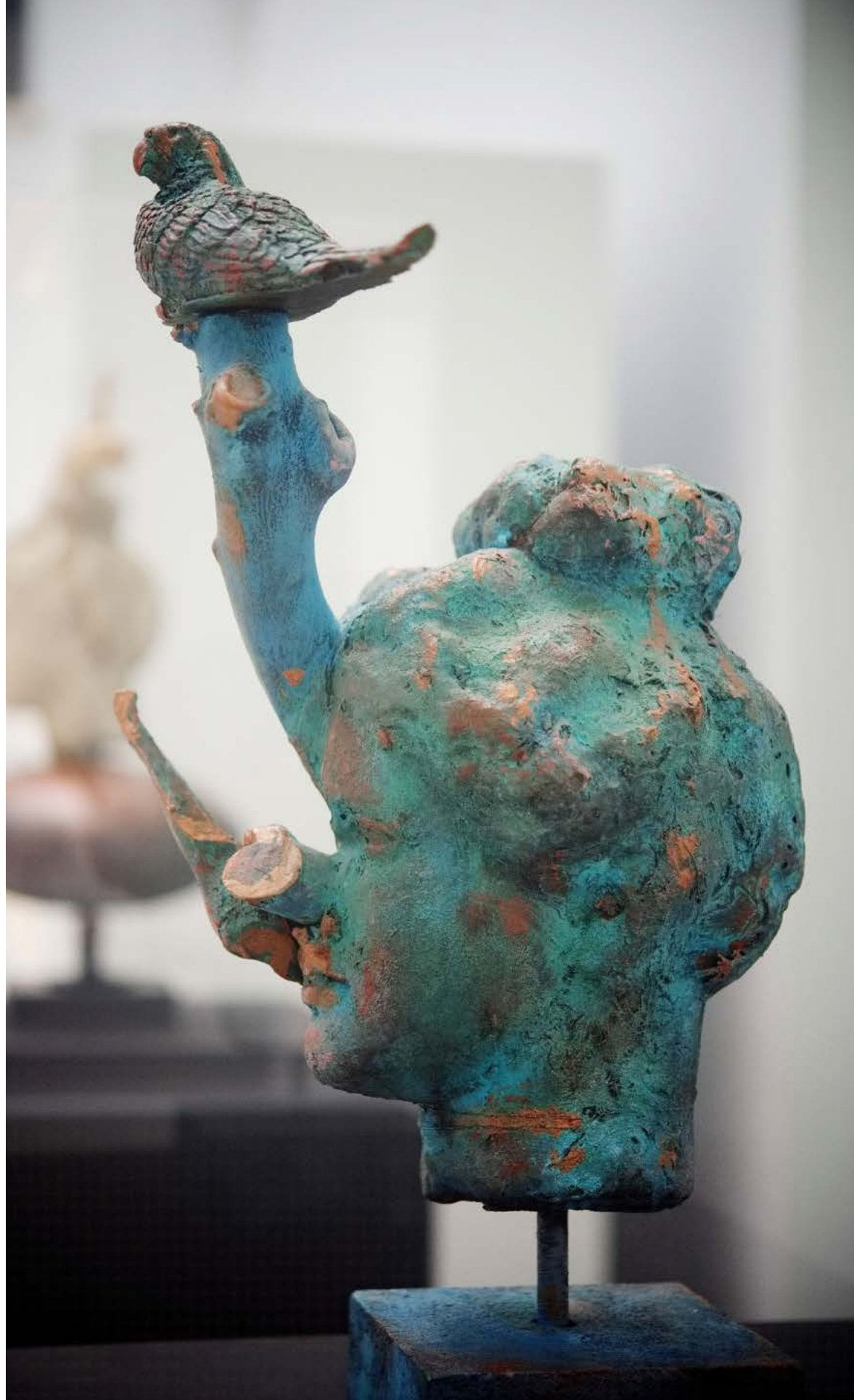
Occorre poi precisare la differenza tra monitoraggio e valutazione: se il monitoraggio in itinere assicura la governabilità del museo e la sua capacità di adattamento all'evoluzione del contesto esterno, la valutazione ex post serve a comprendere cosa il museo abbia effettivamente prodotto sul proprio territorio in termini di cambiamento. La valutazione consente dunque al museo di passare dalla *logica del fare* (output) alla *logica degli effetti* (outcome) e, qualora sia possibile, alla rilevazione e all'analisi dell'impatto.

the end of the three-year planning cycle. Monitoring only really makes sense if it is carried out continuously and systematically.

For this to happen, the relevant data must be analysed by the Museum's governing bodies. The last section of the Strategic Plan, in fact, defines what to measure, as well as where and how to discuss the results. This can be done in regular meetings with the Museum's management staff, in a Steering Committee, and on the basis of annual reports.

It is also important to understand the difference between monitoring and evaluation. On the one hand, ongoing monitoring (during implementation) is necessary to ensure the museum's effective governance and ability to adapt to changes in the external context, while ex-post evaluation (after completion) is necessary to understand what the museum has actually achieved, in terms of effective change within the local environment. Evaluation is a means for enabling the museum to move from an action-based/output-oriented approach to an outcome-oriented/effects-based approach and, where possible, to measuring and analysing its impact.

Evaluation is crucial in the museum sector, for several reasons. Firstly, because museums have a responsibility towards the community in which they operate. A public institution such as the MARC must be accountable for how it uses its resources and the value it brings to the communities it serves. Secondly, from a perspective of continuous improvement, aimed at understanding its achievements and failures and improving planning quality moving forward. Finally, this reflection can positively affect the museum's reputation with its stakeholders and the broader community. By demonstrating that it can deliver and make an impact, it will strengthen its role in cultural and local or regional policy-making.



In ambito museale, l'attività di valutazione è cruciale per diverse ragioni. In primo luogo, considerando la responsabilità del museo nei confronti della collettività: un istituto pubblico come il MARC deve infatti rendere conto di come utilizza le risorse e di quale valore genera per le comunità a cui si riferisce, secondo una logica di accountability. In secondo luogo, in una prospettiva di miglioramento continuo, finalizzata a capire cosa ha funzionato e cosa no e dunque migliorare la qualità della progettazione futura. Infine, considerando quanto questa riflessione possa generare effetti positivi per il museo in termini di legittimazione esterna, nei confronti degli stakeholder e dei residenti: dimostrare risultati e impatti rafforza infatti il ruolo del museo nelle politiche culturali e territoriali.

La valutazione non riguarda solo attività e risultati interni, ma anche gli effetti che il museo genera sul territorio; il valore prodotto si esprime infatti anche nella capacità di contribuire allo sviluppo del contesto in cui il museo opera e di dialogare con le istituzioni, le proprie comunità e con gli attori dello sviluppo locale. Perché ciò avvenga, vanno considerate quattro prospettive tra loro interconnesse – culturale, sociale, economica e ambientale – che consentono di leggere in modo integrato i diversi esiti dell'azione museale.

In chiave culturale, il museo è chiamato a verificare se e quanto riesce ad ampliare l'accesso al patrimonio e a migliorare la qualità dell'esperienza di visita. Sul piano sociale, la valutazione riguarda la capacità del museo di essere uno spazio pubblico accogliente e inclusivo, di attivare partecipazione (anche tramite co-progettazione) e di produrre benefici educativi e di benessere per le proprie comunità. La dimensione economica considera, oltre alle entrate dirette, l'apporto del museo all'attività complessiva della destinazione, le ricadute sulla spesa indotta e sulle filiere locali nonché gli effetti sui sistemi locali del lavoro. Infine, la

Besides internal activities and results, evaluation also looks at how the museum affects the local environment. Its value is also an expression of its ability to help develop the area in which it operates and to talk to the local authorities, its communities and other local development players. To achieve this, we need to understand how the museum's activities feed into four different – albeit connected – sectors, namely, culture, society, the economy and the environment.

From a purely cultural perspective, museums need to think about if and to what extent they can broaden access to the cultural heritage and improve the quality of the visitor experience. From a social perspective, evaluation looks at how well the museum can become a welcoming and inclusive public venue, encouraging people to get involved (also by working together) and produce educational and welfare benefits for its communities. The economic dimension looks at how much money the museum can make for itself, but also at how it can help enhance the destination's attractiveness to visitors, how it can convince people to spend more money in the area, and how all this can affect the local job market. Finally, the environmental perspective looks at the museum's footprint, in terms of energy and materials consumption and waste production, and its contribution to raising awareness about and promoting sustainable practices.

Last but not least, it is important to remember that monitoring and evaluation produce value not only when they support in-house decision-making, but also when they can be communicated, to the outside world, in a clear and comprehensible manner. To this end, the MARC plans to prepare an Annual Report for each year of the planning period. This report will show what happened during each year, in relation to what the Museum had planned to achieve in the same period. The purpose is not to express self-complacency, but to en-

prospettiva ambientale misura sia l'impronta operativa (in termini di energia consumata, materiali utilizzati e rifiuti prodotti) sia il contributo del museo alla sensibilizzazione e alla promozione di pratiche sostenibili.

Infine, va osservato che il monitoraggio e la valutazione producono valore non solo quando supportano il processo decisionale interno, ma anche quando vengono comunicati all'esterno in modo chiaro e comprensibile. In questa prospettiva, il MArRC intende produrre, per ciascun anno di programmazione, un Rapporto Annuale di Attività, che renda possibile leggere quanto accaduto nel corso di ciascun anno anche in rapporto a quanto il Museo aveva previsto di realizzare nel medesimo arco di tempo. Il tutto chiaramente non in una logica autocelebrativa, ma in una prospettiva di riflessione e di consapevolezza, che porti ad includere e segnalare anche i limiti intrinseci dell'attività di programmazione, le difficoltà intervenute e le conseguenti scelte di correzione di traiettoria, valorizzando quindi la dimensione dell'apprendimento del museo.

Va quindi ribadito che un Piano Strategico non è un documento statico, ma una promessa di azione e di responsabilità. Monitorare in itinere significa garantire la qualità dell'attuazione e la capacità di adattamento; valutare ex post significa comprendere i risultati, identificare ciò che ha funzionato e ciò che va migliorato, al fine di strutturare un nuovo ciclo strategico in modo più adeguato e consapevole. In questa visione, la misurazione non è burocrazia, ma cura; la valutazione non è controllo, ma capacità di dare forma al valore.

courage reflection and awareness, also with a view to turning the spotlight onto the fact that planning too has its limitations, as well as onto the problems faced and the decisions taken to put things straight and enhance the museum's educational importance.

It is important to remember that a Strategic Plan is not set in stone. It's a promise to take action and be responsible. Monitoring a process means making sure that things are being done well and can be adapted, if necessary. Ex-post evaluation means looking at the results to see what has worked out and what needs to be improved, so that a new strategic cycle can be set up, in a better and more informed way. According to this vision, measurement is about care, not bureaucracy, and evaluation is about creating value, not control.



## Comitato di pilotaggio e responsabilità

### 8.2

Per garantire l'efficacia del Piano Strategico e trasformarlo in uno strumento realmente operativo, è necessario dotarsi di un sistema di governance del monitoraggio chiaro e strutturato.

A questo scopo viene istituito il Comitato di Pilotaggio (CP), organismo collegiale incaricato di sovrintendere all'attuazione del Piano, di verificarne periodicamente lo stato di avanzamento e di orientarne eventuali azioni correttive.

Il Comitato è presieduto dal Direttore del Museo, che ne assume il ruolo di Coordinatore, da un componente della Direzione, che assume il ruolo di Segretario Operativo, ed è composto da:

- i responsabili di servizio, a capo dei principali uffici del MArRC (Tutela e Collezioni, Restauro, Tecnico, Valorizzazione, Comunicazione, Amministrazione e Risorse Umane);
- un rappresentante del Concessionario dei servizi aggiuntivi, con funzioni di raccordo operativo sulle attività di bigliettazione, accoglienza e servizi educativi;
- un membro del Consiglio di amministrazione, con compiti di indirizzo e raccordo con l'organo di governo del museo;
- un referente accademico o scientifico esterno, con il compito di fornire supporto metodologico e garantire un approccio comparativo rispetto alle migliori pratiche nazionali e internazionali.

Il CP si riunisce con cadenza trimestrale, ma può essere convocato in via straordinaria in presenza di situazioni particolarmente rilevanti (es. avvio di grandi cantieri di restauro, criticità nella gestione dei flussi di pubblico, emergenze legate alla sicurezza o alla conservazione dei beni).

Le riunioni del CP sono finalizzate a:

- Analizzare i report periodici predisposti dai responsabili di servizio, sotto la supervisione del Segretario Operativo;

## Steering Committee and accountability

A clear and organised monitoring governance system needs to be put into place to make sure the Strategic Plan can become an effectively operational tool.

To this end, a Steering Committee (SC) is required to oversee the implementation of the Plan, periodically checking its progress and adopting corrective measures if needed.

The SC is chaired by the Museum Director, who acts as Coordinator, and a member of the Management, who acts as Operational Secretary, and its membership includes:

- the heads of the main departments of the MArRC (Protection and Collections, Restoration, Technical, Enhancement & Promotion, Communication, Administration and Human Resources);
- a representative of the outsourced services contractor, with liaison functions in respect of the ticketing, reception and educational services;
- a member of the Board of Directors, with policy-making and liaison duties with the museum's governing body;
- a member of the academic or scientific community, tasked with providing methodological support and ensuring a comparative approach with respect to national and international best practices.

The SC meets on a quarterly basis, but may be convened at any time, in relation to particularly significant situations (e.g. the start of major restoration works, critical issues in the management of visitor flows, emergencies related to security or the conservation of artefacts).

The SC meetings are aimed at:

- examining the periodical reports prepared by the department heads, under the supervision of the Operational Secretary.

- Confrontare i risultati con gli obiettivi e i KPI definiti nel Piano;
- Individuare eventuali scostamenti e proporre azioni correttive;
- Condividere buone pratiche e soluzioni organizzative;
- Garantire la massima coerenza tra le attività del museo e le linee strategiche.

Le decisioni assunte dal CP vengono sintetizzate in verbali di riunione e trasmesse a tutti i responsabili di servizio, affinché possano declinarle nelle attività quotidiane.

Il CP assicura anche un livello di accountability esterna, attraverso la predisposizione di un Rapporto Annuale di Attività, coordinato da un referente accademico o scientifico esterno e presentato al Consiglio di amministrazione e al Comitato Scientifico, nonché condiviso con la Direzione Generale Musei del MiC e con gli enti finanziatori.

Il Rapporto Annuale di Attività costituirà il principale strumento di trasparenza verso stakeholder e comunità locale, permettendo di valutare l'efficacia del Piano Strategico e di rafforzare la fiducia nel Museo come istituzione pubblica.

Infine, il Comitato assume un ruolo di garante del metodo partecipativo che ha contraddistinto la redazione del Piano Strategico, attraverso momenti di consultazione periodica con i principali stakeholder del MArRC, in un'ottica di co-progettazione.

In questo modo il monitoraggio non viene inteso come un mero adempimento formale, ma come un processo dinamico e inclusivo, capace di orientare il museo verso obiettivi concreti, misurabili e condivisi.

- Comparing the results with the goals and KPIs set out in the Plan.
- Finding deviations and suggesting corrective actions.
- Sharing best practices and organisational solutions.
- Ensuring maximum consistency between the museum's activities and its strategic guidelines.

The decisions made by the SC are recorded in minutes and forwarded to all the department heads, to be used in their day-to-day work.

The SC also prepares an Annual Report to ensure external accountability, coordinated by the academic/scientific representative and presented to the Board of Directors and the Scientific Committee, and shared with the General Directorate of Museums at the MiC and other funding bodies.

The SC Annual Report is the main transparency tool for stakeholders and the local community, making it possible to assess the impact of the Strategic Plan and strengthening confidence in the Museum as a public institution.

Finally, the SC too operates according to an engagement-driven approach, like in the preparation of the Strategic Plan, by periodically consulting with the key stakeholders of the MArRC, with a view to co-design.

Monitoring therefore is no longer a mere formality, but as a dynamic and inclusive process capable of guiding the museum towards concrete, measurable and shared objectives.

## KPI per gli obiettivi strategici

### 8.3

#### Migliorare la comunicazione, interna ed esterna

Tempo medio di risposta a comunicazioni interne: ≤ 48h dal 2026 → verifica mensile.  
 Numero di comunicati stampa/anno: minimo 30 → verifica annuale.  
 Newsletter bimestrale, a partire da anno 3 → verifica annuale  
 Tasso di engagement medio sui social (like/commenti/condivisioni): +30% su anno 0 → verifica annuale.

#### Valorizzare le competenze interne

Percorsi di Job-rotation: almeno 10% del personale entro il 2027 → verifica annuale.  
 Percentuale personale con certificazioni digitali o project management: 20% entro il 2028 → verifica annuale.  
 Numero ore di formazione annue per dipendente: ≥ 40 → verifica annuale.

#### Ottimizzare la dotazione strutturale e infrastrutturale

Chiusura PNRR 100% entro il 2026  
 Nuovo allestimento della sala bronzi: progetto 100% entro il 2027 - realizzazione 100% entro il 2028  
 Sviluppo Piano di Safety & Security: 100% entro il 2027 → verifica semestrale.  
 Realizzazione del nuovo impianto di monitoraggio Bronzi: 100% entro il 2028  
 Progetti di efficientamento energetico: 100% entro il 2028  
 Manutenzione straordinaria roof garden e verifica tensegrity: 100% entro il 2026 → verifica annuale  
 Rifunionalizzazione del Roof Garden: 100% entro il 2028 → verifica annuale  
 Locali esterni per deposito materiali di allestimento: +1 entro il 2026 → verifica annuale  
 Spazi attrezzati per studio e ricerca: 100% entro il 2028 → verifica annuale

## Strategic KPIs

#### Improving internal/external communication

Average response time to internal communications: ≤ 48 hours from 2026 → monthly review.  
 Number of press releases/year: minimum 30 → annual review.  
 Two-monthly newsletter, starting from year 3 → annual review.  
 Average engagement rate on social media (likes/comments/shares): +30% on year 0 → annual review.

#### Leveraging in-house skills

Job rotation programmes: at least 10% of staff by 2027 → annual review.  
 Percentage of staff with digital or project management certifications: 20% by 2028 → annual review.  
 Number of training hours per employee per year: ≥ 40 → annual review.

#### Optimising structural/infrastructural resources

100% completion of the NRRP by 2026  
 New layout of the Room of the Bronzes: 100% project completion by 2027 - 100% implementation by 2028  
 Development of Safety & Security Plan: 100% by 2027 → six-monthly review.  
 Implementation of the new Bronzes monitoring system: 100% by 2028  
 Energy efficiency projects: 100% by 2028  
 Extraordinary maintenance of the roof garden and verification of the tensegrity: 100% by 2026 → annual review  
 Refurbishment of the Roof Garden: 100% by 2028 → annual review  
 External premises for storage of exhibition materials: +1 by 2026 → annual review  
 Equipped premises for study and research: 100% by 2028 → annual review  
 Pilot project: 1 project by 2027 → six-monthly review

Progetto pilota: 1 progetto entro il 2027 → verifica semestrale  
 Realizzazione progetto: 1 deposito entro il 2028 → verifica semestrale

#### Progredire nel restauro, catalogazione e digitalizzazione delle collezioni

Sistema per catalogazione e gestione reperti: 100% entro il 2026 → verifica semestrale  
 Pubblicazione piattaforma digitale Bronzi: 100% entro il 2026 → verifica semestrale  
 Percentuale inventariazione e catalogazione beni acquisiti: 100% entro il 2027 → verifica semestrale  
 Completamento restauro reperti di Terreti: 100% entro il 2028 → verifica semestrale  
 Riordino cassette in deposito: 100% entro il 2028 → verifica semestrale  
 Restauro necropoli livello E: 100% entro il 2028 → verifica semestrale

#### Ampliare le attività di ricerca e formazione

Completamento scavo livello E: 100% entro il 2027 → verifica semestrale  
 Numero attività formative con soggetti nazionali e internazionali: ≥ 10 entro il 2028 → verifica annuale.  
 Partecipazione a convegni scientifici: 2 entro il 2028 → verifica annuale.  
 Numero di contributi scientifici: 3 entro il 2028 → verifica annuale.  
 Numero di progetti con soggetti nazionali e internazionali: ≥ 2 entro il 2027 → verifica annuale.

#### Incrementare la qualità dell'offerta e il livello di accessibilità

Spazio espositivo in aeroporti calabresi: ≥ 1 entro il 2028 → verifica annuale.  
 Allestimento Sala Bronzi: 100% entro il 2028 → verifica annuale.  
 Campagne di somministrazione questionari di gradimento visitatori: ≥ 2 per anno entro il 2028 → verifica annuale.  
 Esposizione di nuovi 5 reperti prelevati dai depositi entro il 2028 → verifica annuale.

Project implementation: 1 storage facility by 2028 → six-monthly review

#### Advancing the restoration, cataloguing and digitisation of collections

System for cataloguing and managing artefacts: 100% by 2026 → six-monthly review  
 Publication of the Bronzes digital platform: 100% by 2026 → six-monthly review  
 Percentage of acquired assets inventoried and catalogued: 100% by 2027 → six-monthly review  
 Completion of restoration of Terreti artefacts: 100% by 2028 → six-monthly review  
 Reorganisation of storage boxes: 100% by 2028 → six-monthly review  
 Restoration of level E necropolis: 100% by 2028 → six-monthly review

#### Expanding research and training activities

Completion of level E excavation: 100% by 2027 → six-monthly review  
 Number of training activities with national and international participants: ≥ 10 by 2028 → annual review.  
 Participation in scientific conferences: 2 by 2028 → annual review.  
 Number of scientific contributions: 3 by 2028 → annual review.  
 Number of projects with national and international partners: ≥ 2 by 2027 → annual review.

#### Enhancing the quality of the Museum offering and improving accessibility

Exhibition space in Calabrian airports: ≥ 1 by 2028 → annual review.  
 Room of the Bronzes exhibition: 100% by 2028 → annual review.  
 Visitor satisfaction questionnaire campaigns: ≥ 2 per year by 2028 → annual review.  
 Exhibition of 5 new finds taken from the Museum storage by 2028 → annual review.  
 Guided tours and thematic itineraries: ≥ 12 by 2028 → six-monthly review  
 MArRC podcasts: ≥ 4 by 2026 → six-monthly review.



Visite guidate e percorsi tematici:  $\geq 12$  entro il 2028 → verifica semestrale  
 Podcast MArRC:  $\geq 4$  entro il 2026 → verifica semestrale.  
 Sistema di prenotazione sala Bronzi: entro il 2026 → verifica annuale.  
 Percorsi tematici multisensoriali: 2 dal 2027 → verifica annuale.  
 Guida del museo: entro il 2027 → verifica annuale.  
 Esposizione stucchi di Terreti: 100% entro il 2028 → verifica annuale.

#### **Potenziare l'attrattività e la dimensione internazionale**

Incremento visitatori: +5% annuo rispetto al 2025 → verifica annuale.  
 Incidenza turisti stranieri sul totale:  $\geq 15\%$  entro il 2027 → verifica annuale.  
 Numero accordi con TO nazionali e internazionali:  $\geq 5$  entro il 2027 → verifica annuale  
 Ricettività dei gruppi organizzati (TO, scuole): +10% rispetto all'anno precedente, entro il 2026 → verifica semestrale.  
 Numero mostre/progetti con istituzioni straniere:  $\geq 2$  triennio → verifica annuale.  
 Partecipazione a fiere e network internazionali:  $\geq 2$  entro il 2027 → verifica annuale.  
 Numero accordi di co-curatela o partenariato internazionale: 2 entro il 2027 → verifica annuale.

#### **Produrre mostre temporanee ed eventi culturali**

Mostre temporanee tematiche:  $\geq 5$  entro il 2028 (2 di rilevanza internazionale nel triennio) → verifica annuale.  
 Visitatori eventi espositivi: 250mila entro il 2028 → verifica annuale.  
 Eventi culturali realizzati:  $\geq 10$ /anno con almeno 90 partecipanti → verifica semestrale.  
 Sistema di monitoraggio del gradimento: 6 somministrazioni entro il 2028 → verifica annuale.

Booking system Room of the Bronzes: by 2026 → annual review.  
 Multisensory thematic itineraries: 2 from 2027 → annual review.  
 Museum guide: by 2027 → annual review.  
 Terreti stuccowork exhibition: 100% by 2028 → annual review.

#### **Enhancing attractiveness and international dimension**

Increase in annual visitors: +5% yearly compared to 2025 → annual review.  
 Percentage of foreign tourists out of the total:  $\geq 15\%$  by 2027 → annual review.  
 Number of agreements with national and international tour operators:  $\geq 5$  by 2027 → annual review  
 Accommodation capacity for organised groups (TOs, schools): +10% compared to the previous year, by 2026 → six-monthly review.  
 Number of exhibitions/projects with foreign institutions:  $\geq 2$  three-year period → annual review.  
 Participation in international fairs and networks:  $\geq 2$  by 2027 → annual review.  
 Number of co-curatorial agreements or international partnerships: 2 by 2027 → annual review.

#### **Organising temporary exhibitions and cultural events**

Thematic temporary exhibitions:  $\geq 5$  by 2028 (2 of international significance in the three-year period) → annual review.  
 Visitors to exhibitions: 250,000 by 2028 → annual review.  
 Cultural events held:  $\geq 10$ /year with at least 90 participants → six-monthly review.  
 Satisfaction monitoring system: 6 surveys by 2028 → annual review.

#### **Establishing new strategic and operational partnerships**

Number of active interns in museum programmes: +15% per year from 2027 → six-monthly review.

### Attivare nuove partnership, strategiche e operative

Numero di tirocinanti attivi in programmi museali: +15% annuo dal 2027 → verifica semestrale.

Numero di accordi con scuole/associazioni locali: almeno 10 nuovi/anno → verifica annuale. Eventi con partner locali: 12 eventi/anno nel 2027, 20 eventi/anno nel 2028 → verifica trimestrale;

Numero accordi di sponsorizzazione: ≥ 3 entro il 2027 → verifica semestrale.

Numero di partnership operative: ≥ 10 entro il 2028 → verifica annuale.

### Accrescere la capacità di autofinanziamento e la sostenibilità

Percentuale entrate proprie (concessioni, attività conto terzi): incremento del 6% rispetto al 2025 entro il 2028 → verifica trimestrale.

Numero progetti finanziati con Art Bonus: ≥ 2/anno entro il 2028 → verifica semestrale

Percentuale di copertura costi di gestione ordinaria con risorse proprie: almeno il +2% annuo entro il 2028 → verifica trimestrale.

Percentuale di riduzione dei consumi energetici: almeno il 15% entro il 2028 → verifica semestrale.

Numero iniziative finanziate con crowdfunding civico: almeno 3 entro il 2028 → verifica semestrale.

Number of agreements with local schools/organisations: at least 10 new agreements per year → annual review.

Events with local partners: 12 events/year in 2027, 20 events/year in 2028 → quarterly review;

Number of sponsorship agreements: ≥ 3 by 2027 → six-monthly review.

Number of operational partnerships: ≥ 10 by 2028 → annual review.

### Increasing self-financing capacity and sustainability

Percentage of own revenue (from contracts, outsourced activities): 6% increase by 2028 compared to 2025 → quarterly review.

Number of projects financed under the Art Bonus scheme: ≥ 2/year by 2028 → half-yearly review.

Percentage of ordinary operating expenses covered by own resources: at least +2% yearly by 2028 → quarterly review.

Percentage reduction in energy consumption: at least 15% by 2028 → six-monthly review.

Number of initiatives financed through civic crowdfunding: at least 3 by 2028 → six-monthly review.



## Cronoprogramma

### 8.4

Di seguito, viene presentato il cronoprogramma delle attività, riferito al primo e all'ultimo anno del Piano Strategico.

## Timetable

The timetable of activities for the first and last years of the Strategic Plan is presented below.

	2026				2027				2028			
	Trim. 1	Trim. 2	Trim. 3	Trim. 4	Trim. 1	Trim. 2	Trim. 3	Trim. 4	Trim. 1	Trim. 2	Trim. 3	Trim. 4
Completamento interventi PNRR Completion of NRRP projects												
Piattaforma digitale Bronzi Bronzes for digital platform												
Sviluppo Piano di Safety & Security Safety and Security Plan Development												
Realizzazione Rapporto Annuale di Attività Preparation of the Annual Activity Report												
Progettazione nuovo allestimento Sala Bronzi Design of the new installation of the Bronzes Room												
Grande Mostra "I Greci in Occidente" Grand Exhibition "I Greci in Occidente"												
Realizzazione e pubblicazione Guida del Museo Development and publication of the Museum Guide												
Realizzazione nuovo allestimento Sala Bronzi Completion of the Bronzes Room new installation												
Rifunzionalizzazione Roof Garden (Lounge Bar) Re-purposing of the Roof Garden (Lounge Bar)												
Restauro ed esposizione Stucchi di Terreti Restoration and exhibition of the Terreti's Plasters												
Progetto pilota deposito - Locri Epizefiri Pilote Storage project - Locri Epizefiri												
Restauro necropoli livello E Restoration of the level E necropolis												
Piano Strategico 2029-2031 Strategic Plan 2029-2031												



Il Museo è  
*The Museum is*

presidio  
di memoria

*a memorial site*

# Credits

Progettazione e coordinamento scientifico  
Scientific project and coordination  
**Fabrizio Sudano e Ludovico Solima**

Responsabile Unico di Progetto  
Single Project Manager (RUP)  
**Giuseppina Cassalia**

Staff di direzione MArRC  
MArRC Management Staff  
**Daniela Costanzo, Barbara Fazzari  
Maria Domenica Lo Faro, Maria Elena  
Giangrande, Elisabetta Lombardo, Elena  
Nicolò, Caterina Trifilò, Claudia Ventura,  
Maria Grazia Chirico, Concetta Floccari  
Antonino Giordano, Sonia Scappatura  
Valeria Galante**

Realizzazione editoriale  
Editorial production  
**Coopculture**

Vice presidente CoopCulture  
Deputy President of CoopCulture  
**Giuseppe Codispoti**

Direttrice Marketing  
e Comunicazione CoopCulture  
Marketing & Communication  
Director, CoopCulture  
**Laura Aversa**

Direttrice Sviluppo Prodotti CoopCulture  
Product Development Director, CoopCulture  
**Teresa di Bartolomeo**

Progettazione grafica  
Graphic design  
**Sintesi Studio**

Servizio fotografico eventi MArRC  
Photography for MArRC events  
**Giuseppe Ascutto**

Selezione immagini  
Image selection  
**Sonia Cogliandro, Maria Giovanna Drago**

Con il supporto di  
With the support of  
**Davide Previtiera, Claudia Mazzacuva**

Servizio di Traduzione  
Translation service  
**Gentile Paglia**

Stampa  
Printing  
**Grafica Metelliana**

Con la collaborazione di  
With the collaboration of  
**Maria Assunta Ambrogio, Anna Arcudi,  
Sara Arnò, Daria Barbara Bertuccio,  
Palma Buda, Maurizio Cannatà,  
Erika Caponetto, Domenico Caridi,  
Lucia Cartisano, Roberta Citroni, Santo  
Carmelo Cozzucoli, Giulia D'Andrea, Carmen  
De Gaetano, Martina D'Onofrio, Emanuele  
Franciò, Domenico Galimi, Gaetano Galimi,  
Lidia Galimi, Giuseppe Giorgianni, Ilde  
Graziano, Alessia Mancuso, Raffaella  
Marletta, Giuseppe Orazio Marrara, Antonio  
Martino, Domenica Mariagrazia Musolino,  
Marianna Pavone, Maria Raneri, Damiana  
Rinaldi, Anna Romeo, Daniela Domenica  
Sapone, Maria Saraceno, Giorgia Tulumello,  
Ivana Vacirca**

Ufficio Stampa  
Press Office  
**Comin&Partners**

Si ringrazia per uso immagini  
Images courtesy of  
**Direzione Generale Musei  
Istituto Centrale per il Restauro  
Università degli Studi di Genova  
Direzione Regionale  
Musei Nazionali Calabria**

**Direzione regionale Musei Nazionali  
Basilicata – Museo Archeologico  
Nazionale della Siritide  
Archivio fotografico del MArRC  
Fineart produzioni spa  
Living Camera srl  
Luigi Spina  
Associazione E20  
Industria 01  
Alessia Chillemi  
Filippo Toscano  
Stefania Pennacchio e Giorgio Calcara**

Si ringrazia  
Acknowledgements  
**Il Consiglio di Amministrazione  
Il Collegio dei Revisori dei Conti  
Il Comitato Scientifico**

© 2026  
Museo Archeologico  
Nazionale di Reggio Calabria  
Tutti i diritti riservati

© 2026  
Archaeological Museum  
of Reggio Calabria  
All rights reserved

