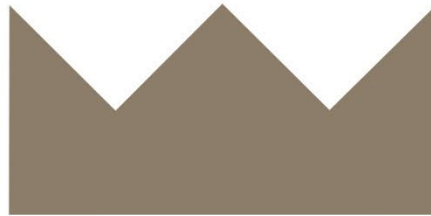


CORSO DI LAUREA MAGISTRALE INTERATENEO IN ECONOMIA
DELL'AMBIENTE, DELLA CULTURA E DEL TERRITORIO

*Passaporto partecipato per scoprire le **Residenze Reali Sabaude***



**ESPOSITO MAURO
ANNO 2025 / 2026**

Sommario

Introduzione	4
1. Inquadramento teorico	5
1.1 L'offerta educativa dei musei italiani e piemontesi per bambini e famiglie	5
1.2 Il museo come spazio di apprendimento e familiarizzazione culturale	6
1.3 Accessibilità, decentramento e riconoscibilità del patrimonio	6
1.4 Mediazione e qualità dell'esperienza museale per bambini e famiglie	7
2. Identificazione del progetto	8
2.1 Descrizione del patrimonio culturale oggetto di analisi	8
2.2 Mappa del luogo	10
2.3 Contesto socioeconomico	12
2.4 Contesto territoriale e turistico	12
2.5 Contesto socioeducativo	14
2.6 Analisi SWOT	18
3. Analisi dei problemi e degli obiettivi	19
3.1 Core Problem	19
3.2 Problem Tree	19
3.3 Core Objective	20
3.4 Objective Tree	20
4. Analisi degli Stakeholder	22
4.1 Analisi dei Destinatari del progetto	22
4.2 Matrice degli Stakeholder	22
5. Analisi di benchmarking	24
5.1 L'oggetto fisico come dispositivo di mediazione	24
5.2 La logica della collezione come motore di fidelizzazione	25
5.3 L'appartenenza a una rete istituzionale come condizione di efficacia	25
5.4 La scuola come partner educativo	25
5.5 Partecipazione attiva e superamento del modello della visita passiva	25
5.6 Premi simbolici e l'efficacia del valore non economico	26
6. Logical Framework	28
7. Descrizione del Progetto	30
7.1 Il Passaporto partecipato delle Residenze Reali Sabaude	30
7.2 Coinvolgimento delle scuole e concorso di illustrazione	30

7.3 Rielaborazione grafica e produzione editoriale	32
7.4 Definizione del sistema di raccolta.....	32
7.5 Preparazione delle Residenze e del personale.....	33
7.6 Distribuzione e comunicazione	33
7.7 Sistema premiale	35
7.8 Durata e sperimentazione	36
7.9 Sviluppi futuri	36
7.10 Stima dei costi e sostenibilità economico-finanziaria	37
7.11 Finanziamenti, sponsor e ricavi.....	39
7.12 Sperimentazione pilota a risorse ridotte.....	41
Bibliografia	42
Sitografia.....	43
Benchmark.....	43

Introduzione

Le Residenze Reali Sabaude costituiscono uno dei sistemi patrimoniali più rilevanti del Piemonte. Il loro valore deriva dalla qualità storica, architettonica e artistica dei singoli complessi e dalla loro natura seriale e territoriale. Nonostante il riconoscimento UNESCO e la presenza di siti di grande attrattività, questo patrimonio non viene sempre percepito dal pubblico come un sistema unitario. Tale frammentazione risulta particolarmente evidente nel rapporto con bambini e ragazzi, la cui partecipazione culturale tende spesso a limitarsi alla visita scolastica occasionale o alla frequentazione dei luoghi più conosciuti.

La scelta di concentrare il progetto sui giovani pubblici nasce dalla consapevolezza che l'incontro con il patrimonio durante l'infanzia possa contribuire alla formazione di abitudini culturali durature, alla costruzione di un senso di appartenenza e allo sviluppo di una maggiore familiarità con i luoghi della cultura. Tuttavia, bambini e ragazzi non accedono autonomamente ai musei, la loro partecipazione dipende dall'azione congiunta delle famiglie, delle scuole, degli educatori e delle istituzioni culturali.

Ne deriva la necessità di superare una concezione della visita come esperienza isolata, progettando strumenti capaci di collegare luoghi differenti, prolungare l'esperienza oltre la permanenza nel museo e stimolare il desiderio di tornare.

L'inquadramento teorico approfondisce il ruolo contemporaneo del museo come spazio di apprendimento, mediazione e partecipazione, mentre l'analisi del contesto mette in evidenza le differenze di accessibilità e attrattività tra il polo torinese e le residenze localizzate nei territori più esterni.

Attraverso la SWOT analysis, il Problem Tree, l'Objective Tree e la matrice degli stakeholder vengono successivamente individuati i principali fattori che ostacolano una fruizione continuativa e integrata del patrimonio da parte dei giovani pubblici.

L'analisi di benchmarking prende inoltre in esame passaporti culturali, programmi educativi e strumenti di fidelizzazione sviluppati da musei e reti culturali nazionali e internazionali.

Il progetto prevede la realizzazione del Passaporto partecipato delle Residenze Reali Sabaude, uno strumento ludico-educativo destinato a bambini e ragazzi, concepito per rendere riconoscibile la rete delle Residenze e incentivare la scoperta progressiva dei suoi luoghi. Il passaporto non rappresenta soltanto un supporto da completare durante le visite, ma un dispositivo di mediazione capace di collegare scuola, museo e famiglia.

La sua progettazione coinvolge direttamente gli studenti attraverso un concorso di illustrazione, trasformandoli da semplici destinatari in partecipanti attivi alla costruzione dell'identità visiva del progetto. La raccolta di timbri, le attività proposte e il sistema di riconoscimenti simbolici intendono favorire una frequentazione libera e non competitiva, valorizzando ogni tappa come parte di un percorso culturale personale.

L'obiettivo complessivo è contribuire alla costruzione di una relazione più stabile tra le nuove generazioni e il patrimonio sabaudo, rafforzando al tempo stesso la collaborazione tra Residenze, scuole, famiglie e territori. Il progetto mira a trasformare un insieme di visite potenzialmente frammentarie in un'esperienza continuativa, partecipata e riconoscibile, facendo delle Residenze Reali Sabaude luoghi da ricordare e sentire come parte del proprio patrimonio culturale.

1. Inquadramento teorico

1.1 L'offerta educativa dei musei italiani e piemontesi per bambini e famiglie

La presenza di bambini e ragazzi nei musei italiani non rappresenta più un fenomeno marginale, ma una componente significativa della fruizione culturale. Tra il 2022 e il 2024, il 40% dei minori italiani ha visitato almeno una volta il museo o una mostra. A questa domanda le istituzioni museali stanno rispondendo attraverso un'offerta educativa sempre più strutturata, nel 2022, il 73,9% dei musei italiani dichiara di aver svolto visite guidate per gruppi scolastici, mentre il 56,4% dispone di laboratori didattici rivolti a bambini e scolaresche (Openpolis, 2024).

Tuttavia, il legame sistemico con il mondo dell'istruzione ha ancora margini di miglioramento, considerando che solo il 30,1% delle strutture ha attivato partnership formali con le scuole e appena un museo su dieci è coinvolto in progetti di inclusione per contrastare la povertà educativa (Openpolis, 2022).

Restringendo il campo al Piemonte, il quadro appare positivo; la regione si colloca leggermente al di sopra della media nazionale per la fruizione museale dei minori, nel 2024, il 44,4% dei bambini e ragazzi piemontesi tra i 6 e i 17 anni ha visitato almeno una volta un museo o una mostra, a fronte di una media italiana pari al 40% (Openpolis, 2024). Il dato conferma una certa vitalità del contesto regionale, ma segnala anche che più della metà dei minori piemontesi non entra, nell'arco dell'anno, in un museo o in una mostra.

Anche sul piano dell'offerta educativa il Piemonte presenta una situazione intermedia, il 51,9% dei musei regionali dispone di laboratori didattici per bambini e scolaresche, coprendo poco più della metà dell'offerta museale piemontese (Openpolis, 2024).

Il bacino potenziale a cui queste attività potrebbero rivolgersi è particolarmente ampio, considerando che le sole scuole statali piemontesi raccolgono oltre 500.000 studenti.

Tuttavia, l'offerta educativa regionale appare fortemente concentrata nell'area torinese e, in particolare, attorno ad alcuni grandi poli museali. Nel 2024, i musei dell'area metropolitana di Torino hanno accolto circa 500.000 visite scolastiche, pari all'8% del totale degli ingressi, con una distribuzione fortemente stagionale, concentrata soprattutto nei mesi di marzo e aprile. Le presenze scolastiche risultano inoltre polarizzate sui principali attrattori: circa metà delle visite si concentra tra Museo Egizio, Museo Nazionale del Cinema, MAUTO e Museo Nazionale del Risorgimento Italiano (OCP, 2025).

Accanto a questi grandi poli, il Piemonte presenta anche istituzioni con una vocazione didattica particolarmente marcata, nelle quali scuole e giovani rappresentano oltre il 40% del pubblico complessivo. È il caso del MAcA, del MUSLI, del Museo della Resistenza e di Infini.to, realtà che mostrano come il museo possa configurarsi non soltanto come luogo di visita, ma come ambiente educativo continuativo (OCP, 2025). A questa direzione contribuiscono anche strumenti orientati alle famiglie, come il Passaporto Culturale, che consente alle neonate e ai neonati, insieme a due accompagnatori, l'ingresso gratuito per il primo anno di vita in una rete di musei accreditati. Nel 2024 il Piemonte contava 48 musei riconosciuti come "Family and Kids Friendly", con circa 18.000 passaporti scaricati e 23.000 ingressi, in crescita del 69% rispetto all'anno precedente (OCP, 2025).

1.2 Il museo come spazio di apprendimento e familiarizzazione culturale

Il bambino non può più essere considerato esclusivamente come un visitatore del futuro da formare, bensì come un pubblico attuale, portatore di specifici bisogni cognitivi, emotivi e relazionali. Negli ultimi decenni, le istituzioni culturali hanno progressivamente abbandonato una vocazione puramente conservativa per abbracciare una missione sociale incentrata sul pubblico e sull'educazione (Munley e Roberts, 2006). In questo scenario, l'esperienza museale infantile deve accogliere e valorizzare le modalità peculiari con cui i più piccoli esplorano il mondo, caratterizzate da movimento, rumore, energia ed espressione emotiva (McRaney e Russick, 2010).

L'apprendimento all'interno del museo non si configura come una semplice trasmissione verticale di contenuti, ma come un processo costruttivista in cui i nuovi significati vengono elaborati attraverso la lente delle esperienze pregresse (Fosnot, 2005). Nel contesto di luoghi fortemente connotati come le Residenze Sabaude, l'esperienza di visita diventa un'opportunità di familiarizzazione culturale profonda solo se vissuta in modo situato, corporeo e relazionale. Il bambino costruisce la propria comprensione dello spazio interagendo attivamente con i materiali, riconoscendo narrazioni e collegando il patrimonio architettonico e storico alla propria sfera personale. La flessibilità pedagogica e l'attenzione alle diverse motivazioni identitarie del visitatore sono essenziali per garantire un apprendimento che metta realmente il giovane visitatore al centro del processo (Falk, 2009).

1.3 Accessibilità, decentramento e riconoscibilità del patrimonio

L'offerta educativa museale piemontese si presenta oggi ricca e vivace, ma appare al contempo polarizzata, la sua concentrazione nell'area torinese e nei grandi poli di attrazione rischia di penalizzare ampie fasce di pubblico. Molti studenti piemontesi, in particolare coloro che risiedono lontani dal capoluogo o nelle aree periferiche, rischiano infatti di entrare in contatto con il patrimonio culturale in modo debole, episodico o frammentario. Affinché il museo operi concretamente come spazio di apprendimento, diventa essenziale rendere il patrimonio territorialmente raggiungibile, simbolicamente comprensibile e narrativamente riconoscibile, portando l'istituzione verso i bambini, le scuole e i loro contesti di vita quotidiana. Per superare i limiti di un modello puramente conservativo o limitato alla fruizione in loco, il museo è chiamato a trasformarsi in un centro culturale attivo, capace di uscire dai propri confini fisici. Come evidenziato da Santagata (2010), la democratizzazione dell'accesso alla cultura è strettamente legata a politiche di decentramento dove l'istituzione museale deve sapersi distribuire e attivare canali che raggiungano il pubblico laddove non è mai stata prima. In questa prospettiva, la scuola assume un ruolo decisivo per l'accesso culturale dei bambini, ma si confronta spesso con difficoltà logistiche, distanze territoriali e risorse limitate, soprattutto nei piccoli centri. Si rende quindi necessario superare una logica educativa centrata in via esclusiva sull'evento della visita. I musei devono agire come catalizzatori capaci di forgiare alleanze strategiche con le istituzioni scolastiche e le comunità locali, allineando le proprie risorse ai bisogni educativi e sociali del territorio (Munley e Roberts, 2006). È opportuno progettare dispositivi che preparino e prolunghino l'esperienza culturale. L'impiego di strumenti tangibili e portatili, che i bambini possono fisicamente portare con sé a casa o in classe, si è dimostrato un metodo prezioso per estendere l'impatto del museo questi

oggetti diventano un'estensione dell'istituzione stessa, fornendo occasioni supplementari di ingaggio e riflessione anche a distanza di tempo (Botts e Palmer, 2019).

1.4 Mediazione e qualità dell'esperienza museale per bambini e famiglie

L'indagine condotta da Borrione, Friel e Segre (2021) durante l'edizione 2018 della Giornata Nazionale delle Famiglie al Museo ha raccolto, attraverso un questionario, le valutazioni di 771 famiglie intervistate in 50 musei italiani.

Alle famiglie è stato chiesto di indicare, su una scala da 0 a 5, l'importanza attribuita a diversi elementi dell'offerta museale nella scelta di visitare un museo con i propri figli. I risultati evidenziano che la qualità dell'esperienza familiare non dipende esclusivamente dal valore del patrimonio esposto o dalla possibilità di accedere alla struttura, ma anche dalle modalità attraverso cui i contenuti vengono resi comprensibili e accessibili ai bambini. L'elemento maggiormente apprezzato è infatti la presenza di personale competente e preparato, con un punteggio medio di 4,77, seguito da percorsi specificamente progettati per bambini e genitori, dalle attività educative e dagli spazi dedicati all'infanzia.

Dalla medesima indagine emerge, parallelamente, come i servizi accessori (quali la caffetteria, la libreria museale o i punti di riposo) pur contribuendo al comfort complessivo, occupino una posizione nettamente secondaria nelle priorità dei visitatori con bambini. Tale dato consente un passaggio interpretativo fondamentale, il nucleo dell'esperienza museale familiare risiede nell'intrattenimento accessorio e, soprattutto, nella mediazione. Per trasformare la visita in un'esperienza davvero significativa, è indispensabile l'intervento di qualcuno o qualcosa che aiuti il bambino a orientarsi, a comprendere ciò che sta osservando e a ricucire la frammentarietà di oggetti e ambienti all'interno di una narrazione coerente. La qualità dell'offerta si misura quindi sulla capacità di attivare processi di significazione, dove la mediazione agisce da ponte vitale tra le collezioni e il vissuto personale del bambino.

Questa necessità di mediazione assume una rilevanza ancora maggiore se applicata al contesto specifico delle Residenze Sabaude. Trattandosi di un patrimonio fortemente articolato, diffuso sul territorio regionale e non sempre di immediata leggibilità per un pubblico non esperto, la qualità dell'esperienza di visita dipende strettamente dalla capacità di costruire una solida continuità narrativa tra luoghi storici diversi e distanti.

2. Identificazione del progetto

2.1 Descrizione del patrimonio culturale oggetto di analisi

Il patrimonio culturale oggetto di analisi è costituito dal sistema seriale delle Residenze Reali Sabaude, iscritto nella Lista del Patrimonio Mondiale UNESCO nel 1997. Si tratta di un complesso monumentale articolato in 22 residenze distribuite tra Torino e il territorio piemontese, nato come espressione materiale del potere dinastico sabaudo e della costruzione dello Stato assoluto tra il XVII e il XVIII secolo.

Il sito è stato ammesso alla Lista sulla base di quattro criteri fondamentali che ne definiscono l'Eccezionale Valore Universale (OUV):

- Criterio (i): testimonianza rilevante dell'esuberante genialità dell'architettura barocca e tardo-barocca.
- Criterio (ii): Direttamente legato al primo in quanto risultato di un immenso sforzo di creazione, omogeneizzazione e perfezionamento artistico condotto nel contesto culturale dell'epoca.
- Criterio (iv): Il sistema illustra in modo eccezionale la dottrina della monarchia assoluta.
- Criterio (v): Le residenze rappresentano un'autentica simbiosi tra cultura e natura.

Il riconoscimento UNESCO richiede inoltre il rispetto dei requisiti di integrità e autenticità. L'integrità è garantita dalla "completezza" degli attributi che esprimono il valore del sito e dall'assenza di minacce esterne, mentre l'autenticità si riflette nella conservazione delle forme, dei materiali e delle funzioni originali, supportata da una rigorosa ricerca stratigrafica e archivistica durante i restauri.

Geograficamente e funzionalmente, il sito UNESCO è suddiviso in tre macro-aree che rispecchiano l'organizzazione del potere sabaudo.

La "*Zona di Comando*": situata nel cuore urbano di Torino, comprende 11 edifici destinati all'esercizio del potere politico, amministrativo e culturale.

La "*Corona di Delizie*": un anello di residenze extraurbane dedicate allo svago, alla caccia e alla celebrazione della magnificenza dinastica.

I "*Luoghi di villeggiatura ottocenteschi*" erano residenze intese come mete di soggiorno estivo e villeggiatura per la corte.

La proprietà delle Residenze Reali Sabaude è frammentata tra diverse istituzioni pubbliche e, in alcuni casi, soggetti privati. La Direzione Regionale Musei nazionali Piemonte (articolazione del Ministero della Cultura) funge da referente unico per il sito UNESCO, quest'ultima ha sotto la propria gestione cinque delle residenze (5) (13) (17) (18) (19).

La Reggia di Venaria Reale appartiene al Demanio Pubblico dello Stato ma è gestita direttamente dal Consorzio delle Residenze Reali Sabaude, un ente che riunisce Ministero della Cultura, Regione Piemonte, Città di Venaria Reale e Fondazione Compagnia di San Paolo e Fondazione 1563.

Anche Parco della Mandria è recentemente passato al Consorzio delle Residenze Reali Sabaude seppur di proprietà della Regione Piemonte.

Il Castello di Rivoli è di proprietà del Comune di Rivoli, che lo detiene in comodato alla Regione Piemonte per le attività del Museo d'Arte Contemporanea.

Il Castello di Moncalieri ha una proprietà suddivisa: gli appartamenti reali appartengono al Ministero della Cultura, mentre il Parco è del Comune di Moncalieri; una porzione importante è in uso all'Arma dei Carabinieri.

Infine, la Palazzina di Caccia di Stupinigi appartiene alla Fondazione Ordine Mauriziano, ente incaricato della sua conservazione e valorizzazione.

Zona di Comando	Corona di Delizie	Luoghi di villeggiatura ottocenteschi
1. Archivi di Corte	12. Castello del Valentino	18. Agliè
2. Armeria Reale e Biblioteca Reale	13. Castello di Moncalieri	19. Racconigi
3. Palazzo Reale	14. Castello di Rivoli	20. Govone
4. Cavallerizza Reale	15. Reggia di Venaria Reale	21. Pollenzo
5. Palazzo Carignano	15a. Parco della Mandria	
6. Palazzo Chiabrese	16. Palazzina di Caccia di Stupinigi	
7. Palazzo Madama	17. Villa della Regina	
8. Palazzo dell'Accademia Militare		
9. Palazzo delle Regie Segreterie di Stato		
10. Facciata del Teatro Regio		
11. Regia Zecca		

Tabella 1 – Articolazione del sistema delle Residenze Reali Sabaude per macro-aree funzionali.

2.2 Mappa del luogo

La rappresentazione cartografica evidenzia la natura diffusa del sistema delle Residenze Reali Sabaude. La figura 1 mostra la distribuzione regionale del patrimonio.



Figura 1 - Distribuzione territoriale delle Residenze Reali Sabaude in Piemonte.

Nella figura 2 mostra nel dettaglio il nodo torinese, dove la maggiore densità di beni rende necessaria una scala di lettura più ravvicinata.



Figura 2 - Dettaglio del nodo torinese delle Residenze Reali Sabaude.

2.3 Contesto socioeconomico

Il sistema UNESCO delle Residenze Reali Sabaude si colloca in un contesto socioeconomico fortemente disomogeneo, segnato dalla centralità storica, funzionale e culturale di Torino e dalla presenza di residenze distribuite in territori con caratteristiche molto diverse. Il capoluogo continua a rappresentare la principale “zona di comando” del sistema, grazie alla concentrazione di servizi, funzioni direzionali, offerta culturale e livelli di reddito mediamente più elevati. Tale centralità, evidenziata nei processi di terziarizzazione del centro urbano, ha rafforzato il ruolo economico e culturale di Torino, contribuendo a una polarizzazione rispetto ai territori esterni (Urban Lab Torino, 2023).

Questa asimmetria incide sulla fruizione e sulla valorizzazione delle residenze. I siti collocati nel nucleo urbano e nella prima cintura metropolitana, come Venaria, Stupinigi, Rivoli e Moncalieri, beneficiano della prossimità a Torino e dell'appartenenza alla storica “Corona di Delizie”, ma si inseriscono comunque in contesti nei quali convivono funzioni culturali, residenziali e produttive. La Reggia di Venaria emerge come uno dei principali attrattori del sistema, mentre altri beni risultano meno integrati nei circuiti culturali e turistici dominanti, mostrando una distribuzione non uniforme dei benefici generati dal patrimonio (Rapporto Giorgio Rota, 2022).

Allontanandosi dal polo torinese, la frammentazione territoriale diventa più evidente. Il Castello di Agliè si inserisce nel Canavese, area caratterizzata da un tessuto produttivo diffuso, composto prevalentemente da microimprese e attività legate a commercio, costruzioni, agricoltura e manifattura locale, tale configurazione rende più complessa l'integrazione del bene nei principali circuiti di valorizzazione culturale (Rapporto Giorgio Rota, 2022). Il Castello di Racconigi appartiene invece alla provincia di Cuneo, territorio economicamente solido e con una forte vocazione agricola, produttiva ed esportatrice, ma in cui la crescita turistica tende a concentrarsi soprattutto nelle aree più riconosciute, come Langhe, Roero e Monferrato (Rapporto Cuneo, 2025).

Un caso specifico è rappresentato da Govone e Pollenzo, inserite nel sistema territoriale delle Langhe, del Roero e del Monferrato. Quest'area ha costruito, a partire dagli anni Settanta, un modello di sviluppo fondato sulla valorizzazione delle risorse locali, in particolare enologia, gastronomia, paesaggio e cultura, passando da una condizione di marginalità a una forte riconoscibilità territoriale (Fondazione CRC, 2014).

2.4 Contesto territoriale e turistico

Le asimmetrie socioeconomiche delineate nel paragrafo precedente si riflettono anche nella distribuzione dei flussi turistici e culturali. Il sistema delle Residenze Reali Sabaude non si colloca infatti in uno spazio turistico omogeneo, ma in un territorio segnato da forti differenze di attrattività, accessibilità e riconoscibilità.

Torino concentra la quota più consistente della domanda culturale regionale, mentre le residenze della cintura e quelle più esterne dipendono in misura maggiore dalla capacità di inserirsi in reti territoriali, itinerari integrati e narrazioni turistiche locali.

Nel 2024 la provincia di Torino ha registrato il 45% delle presenze turistiche regionali e il solo distretto torinese ha assorbito oltre il 65% degli ingressi museali di tutto il Piemonte (Osservatorio Culturale del Piemonte, 2025). Questa forte polarizzazione urbana garantisce

ai beni sabaudi situati nel nucleo centrale una visibilità nettamente superiore rispetto al resto del sistema.

A scala regionale, il Piemonte ha registrato nel 2024 oltre 6,28 milioni di arrivi e 16,89 milioni di presenze, confermando una fase di crescita dopo la crisi pandemica. Tuttavia, tale ripresa non si distribuisce in modo uniforme, i grandi poli urbani e culturali intercettano una quota più ampia della domanda, mentre i beni collocati in aree meno centrali dipendono maggiormente dalla costruzione di circuiti di visita integrati.

Le residenze della prima cintura metropolitana, come Venaria, Stupinigi, Rivoli e Moncalieri, occupano una posizione intermedia. La prossimità a Torino e la riconoscibilità della Corona di Delizie ne rafforzano l'accessibilità, ma i risultati di visita restano differenziati. Nel 2024 la Reggia di Venaria Reale ha registrato 501.787 ingressi, confermandosi tra i principali attrattori museali del Piemonte.

Numeri più contenuti riguardano invece la Palazzina di Caccia di Stupinigi, con 104.812 ingressi, il Castello di Rivoli, con 100.881, e il Castello di Moncalieri, con 15.795 (Osservatorio Culturale del Piemonte, 2025).

La distanza dal polo torinese rende più evidente questa discontinuità. Il Castello Ducale e Parco di Agliè hanno registrato nel 2024 48.101 ingressi, un dato significativo ma distante dai principali attrattori metropolitani (Osservatorio Culturale del Piemonte, 2025). In questo caso, la valorizzazione del bene dipende dalla capacità di costruire relazioni più stabili con il territorio canavesano e con itinerari culturali capaci di intercettare pubblici locali e visitatori di prossimità.

Il Castello e Parco di Racconigi hanno registrato nel 2024 64.209 ingressi, confermando la rilevanza del sito ma anche la sua posizione periferica rispetto ai principali poli di attrazione regionale (Osservatorio Culturale del Piemonte, 2025). Il Cuneese possiede un sistema turistico in crescita, ma i flussi tendono a concentrarsi nelle aree più riconosciute, in particolare Langhe, Roero e Monferrato, lasciando altri contesti in una posizione meno centrale rispetto alle narrazioni turistiche prevalenti (IRES Piemonte, 2025). Anche in questo caso, il problema non riguarda il valore storico-artistico del bene, ma la sua capacità di essere percepito come parte di un sistema territoriale riconoscibile e facilmente accessibile.

Una dinamica diversa riguarda Govone e Pollenzo, inserite nell'area delle Langhe, del Roero e del Monferrato. Questo territorio ha costruito negli ultimi decenni una forte identità turistica legata al paesaggio vitivinicolo, all'enogastronomia, alla qualità ambientale e alla riconoscibilità internazionale del sistema locale. Nel 2024 l'area Langhe Monferrato Roero ha registrato oltre 690.000 arrivi e più di 1,545 milioni di pernottamenti, confermando una significativa capacità attrattiva (Visit Piemonte, 2025). La presenza delle residenze sabaude in un contesto così maturo rappresenta un'opportunità rilevante, perché consente di collegare patrimonio architettonico, paesaggio culturale e turismo esperienziale. Tuttavia, proprio la forza dell'offerta enogastronomica e paesaggistica può produrre un rischio di subalternità. Govone e Pollenzo possono restare marginali rispetto ai circuiti dominanti se non vengono integrate in modo esplicito nei percorsi culturali del territorio.

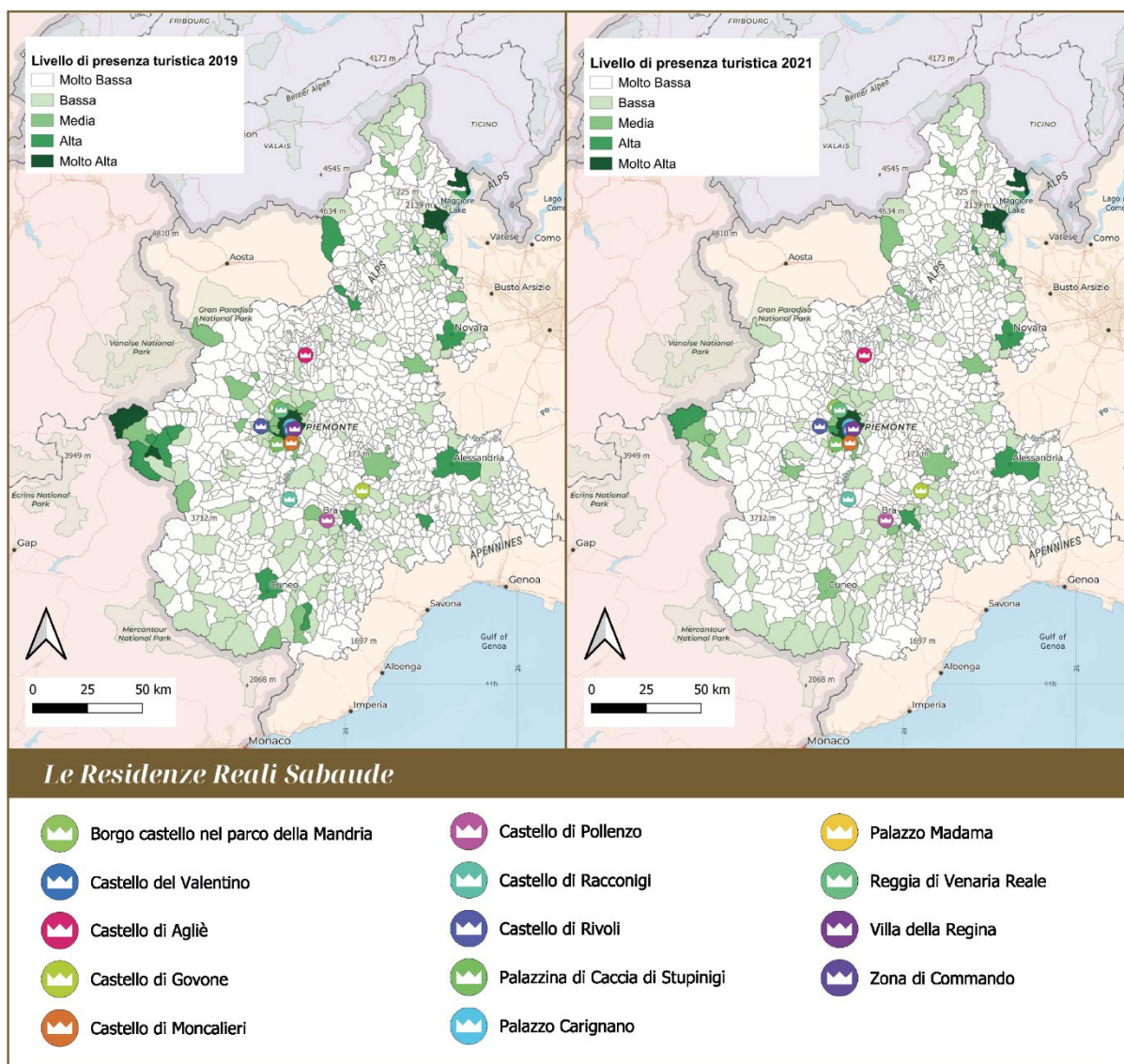


Figura 3. Distribuzione della presenza turistica nei comuni piemontesi e localizzazione delle Residenze Reali Sabaude nel 2019 (a) e nel 2021 (b). Molto bassa (< 15.000 presenze); Bassa (15.000 – 50.000); Media (50.001 – 100.000); Alta (100.001 – 250.000); Molto alta (> 250.000).

2.5 Contesto socioeducativo

Per comprendere appieno le potenzialità di fruizione del patrimonio culturale regionale da parte delle nuove generazioni, è imprescindibile delineare la composizione e le caratteristiche della popolazione in età scolare.

Nell'anno scolastico 2023/2024, la popolazione studentesca piemontese contava 500.322 alunni, distribuiti tra scuole dell'infanzia (57.494), primarie (155.342), secondarie di primo grado (106.560) e secondarie di secondo grado (180.926) (Ministero dell'Istruzione e del Merito, 2023). Un dato che, pur registrando una lieve contrazione demografica scendendo a 493.904 unità nell'anno successivo (Ministero dell'Istruzione e del Merito, 2024), rappresenta un bacino d'utenza vastissimo.

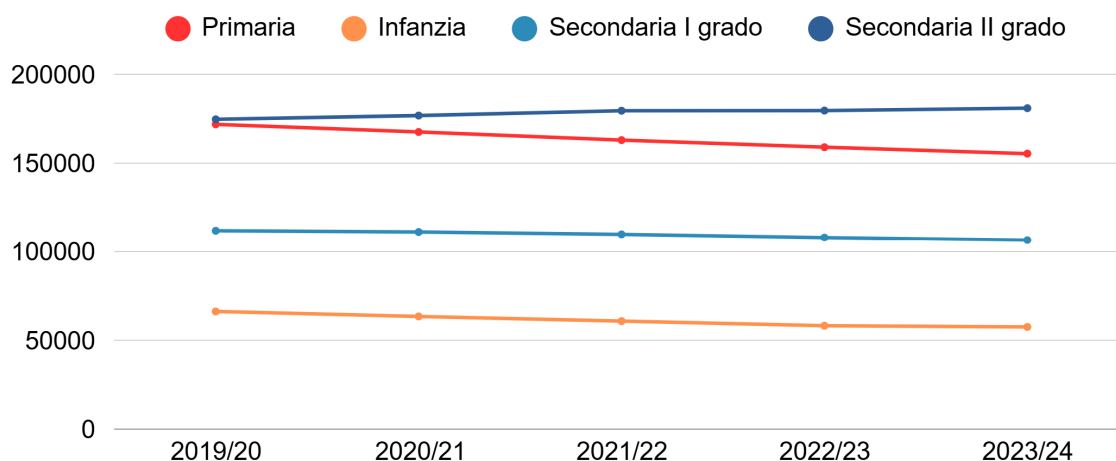


Grafico 1. Ministero dell'Istruzione e del Merito – Ufficio Scolastico Regionale per il Piemonte (2023) La scuola in Piemonte: dati di avvio dell'anno scolastico 2023/2024. Torino, USR Piemonte – Direzione Generale.

L'andamento della popolazione scolastica evidenzia una progressiva contrazione degli iscritti nei cicli dell'infanzia, della primaria e della secondaria di primo grado, coerente con il calo della natalità che interessa il Piemonte e l'Italia nel loro complesso.

Sotto il profilo degli indicatori di benessere socio-educativo, la regione mostra un quadro ambivalente.

Da un lato, il Piemonte registra performance migliori rispetto alla media nazionale, il tasso di giovani che non lavorano e non studiano (NEET) si attesta al 9,8% contro il 15,2% dell'Italia, e la partecipazione al sistema scolastico nella fascia 4-5 anni raggiunge un lodevole 94,8% (ISTAT, 2025).

Dall'altro lato, persistono criticità sul fronte delle competenze di base, circa il 40,4% degli studenti di terza media non raggiunge competenze numeriche adeguate, e il 37,7% mostra lacune nelle competenze alfabetiche (ISTAT, 2025). In questa cornice, il ruolo dell'educazione non formale e dei consumi culturali diventa strategico.

La capacità di spesa delle famiglie piemontesi per "ricreazione, sport e cultura" evidenzia una leggera dinamica di crescita, passando da una media di 104 euro nel 2022 a 106 euro nel 2023, mantenendosi in linea con il Nord-Ovest ma lievemente superiore alla media nazionale (Osservatorio Culturale del Piemonte, 2025).

In questo scenario, i musei si configurano sempre più come agenti centrali per il welfare sociale e l'educazione; l'educazione museale non è più un'attività collaterale, ma il fulcro stesso della missione istituzionale. La sinergia tra scuola e famiglia è il principale fattore predittivo per il consumo culturale giovanile, i bambini esposti ad attività artistiche extrascolastiche hanno una probabilità significativamente maggiore di sviluppare abitudini culturali durature (Váradi and Józsa, 2023).

A livello regionale, la risposta del pubblico a questa evoluzione è tangibile, nel 2024 i musei piemontesi hanno registrato ben 7,76 milioni di visite (+9% sul 2023), con un peso schiacciante del Sistema Museale Metropolitano (SMM) di Torino, che da solo assorbe 6,3 milioni di ingressi (Osservatorio Culturale del Piemonte, 2025).

Focalizzandoci sul target giovanile, nel 2024 il 44,4% dei bambini e ragazzi piemontesi (6-17 anni) ha visitato un museo, un dato superiore alla media nazionale ferma al 40% (Openpolis, 2024). L'infrastruttura regionale appare reattiva, il 51,90% dei musei piemontesi dispone

stabilmente di laboratori didattici per l'infanzia, e nel 2024 le visite scolastiche nel solo polo metropolitano hanno toccato quota 500.000, rappresentando l'8% dei flussi totali (Osservatorio Culturale del Piemonte, 2025).

Nonostante i volumi positivi, un'analisi incrociata delle fonti fa emergere profonde disparità territoriali e sociali, evidenziando una convergenza tra gli studiosi nel denunciare un sistema polarizzato.

Se l'area metropolitana eccelle, le zone rurali e periferiche soffrono. L'Osservatorio Culturale del Piemonte (2025) segnala un preoccupante fenomeno di "*siccità culturale*" dove il 60% dei comuni piemontesi presenta un'offerta gravemente insufficiente o del tutto assente. Tale marginalità geografica si traduce in una barriera concreta. Come evidenziato da Borrione, Friel e Segre (2021), i costi e le rigidità logistiche dei trasporti penalizzano fortemente le scuole delle aree interne. Il risultato è allarmante: a livello nazionale, il 39,3% dei bambini non ha mai partecipato a una gita scolastica in un museo e meno del 10% vi si reca con regolarità. L'assenza di iniziativa scolastica si riflette sulle abitudini familiari, escludendo fasce intere di minori dal patrimonio.

Le politiche di audience development attive in Piemonte mostrano risultati rilevanti, ma devono essere lette distinguendo gli strumenti di fidelizzazione del pubblico generale dalle iniziative specificamente rivolte all'infanzia, alle famiglie e alle scuole.

L'Abbonamento Musei rappresenta certamente un dispositivo efficace di incentivo alla frequentazione culturale, nel 2024 ha generato oltre 1 milione di ingressi, pari al 13% delle visite totali in Piemonte, con una media di 6,1 visite per abbonato (Osservatorio Culturale del Piemonte, 2025). Tuttavia, esso non costituisce una politica educativa specifica per bambini e scuole, ma uno strumento di fidelizzazione rivolto soprattutto al pubblico adulto e alle famiglie già predisposte al consumo culturale.

Più pertinenti rispetto al tema dell'inclusione culturale precoce sono invece iniziative come "Nati con la Cultura" e F@Mu – Famiglie al Museo. Il primo, nato a Torino, si rivolge alla primissima infanzia attraverso il "Passaporto Culturale", che nel 2024 ha favorito oltre 23.000 ingressi in 48 musei accreditati come Family and Kids Friendly (Osservatorio Culturale del Piemonte, 2025).

F@Mu, invece, mostra la capacità degli eventi dedicati alle famiglie di intercettare pubblici nuovi, secondo Borrione et al. (2021), il 20% dei bambini partecipanti non era mai stato prima in un museo e per il 27% delle famiglie l'iniziativa ha rappresentato la prima esperienza in un laboratorio didattico.

Tali iniziative, tuttavia, non eliminano le barriere strutturali che condizionano la partecipazione culturale dei minori. F@Mu intercetta prevalentemente bambini tra i 4 e i 12 anni, mentre raggiunge con maggiore difficoltà adolescenti e famiglie di origine immigrata (Borrione et al., 2021). Inoltre, la partecipazione culturale resta fortemente condizionata dalla dimensione territoriale: il Sistema Museale Metropolitano di Torino concentra la quota maggioritaria degli ingressi regionali, mentre molte aree periferiche e rurali dispongono di un'offerta culturale più debole o meno accessibile (Osservatorio Culturale del Piemonte, 2025). La letteratura evidenzia come, per le scuole situate in contesti non urbani, i costi dei trasporti e le rigidità

organizzative delle uscite didattiche rappresentino ostacoli concreti alla fruizione museale (Borrione et al., 2021).

Il nodo centrale non riguarda quindi soltanto l'esistenza di iniziative dedicate, ma la costruzione di un sistema stabile di collaborazione tra musei, scuole e famiglie. Gli studi mostrano infatti che la frequenza museale dei bambini dipende in larga misura da un "sistema

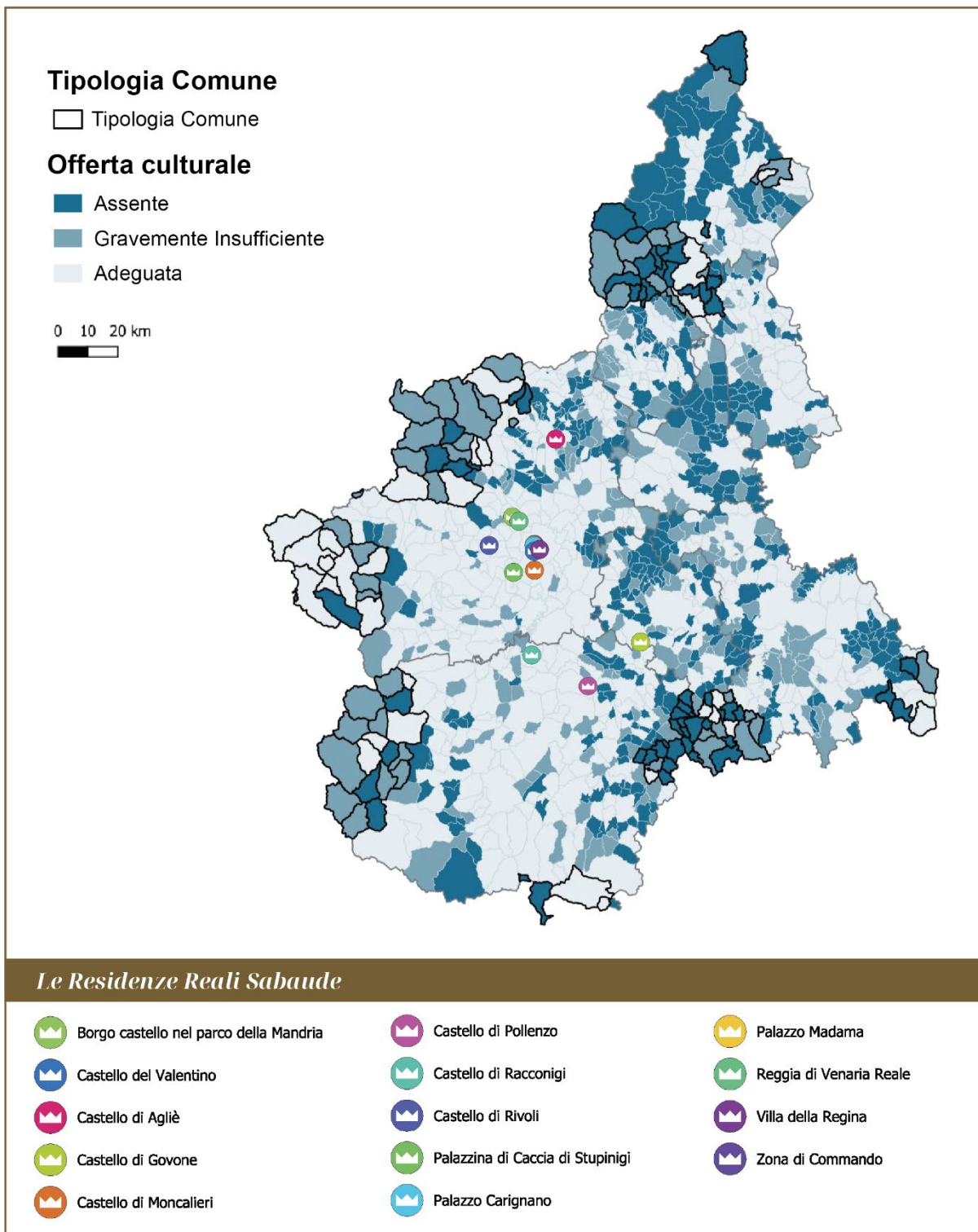


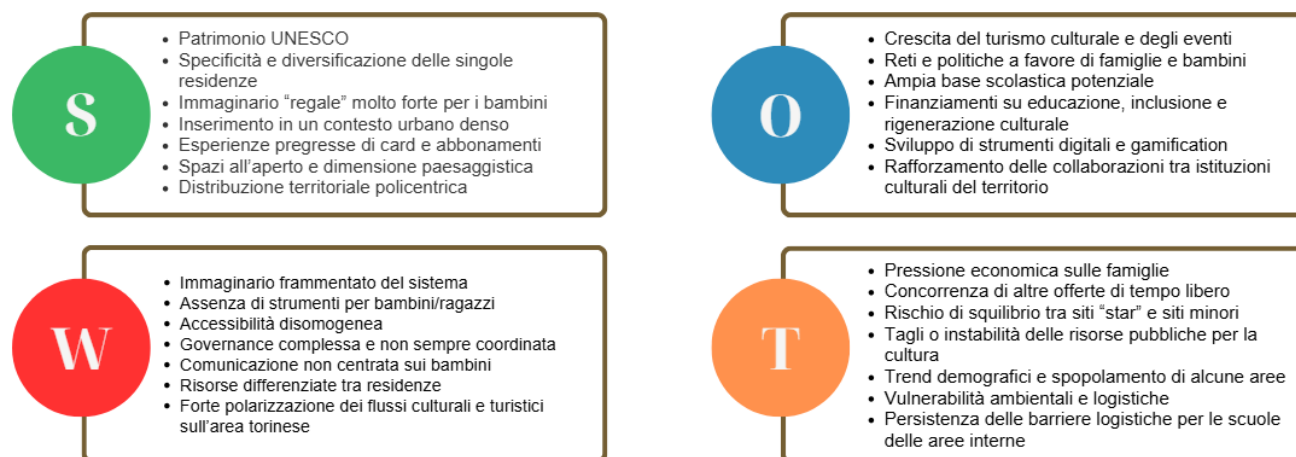
Figura 4 – Localizzazione delle Residenze Reali Sabaude nei territori caratterizzati da differenti livelli di offerta culturale. La cultura in Piemonte. Relazione Annuale 2024/2025, cap. 9 "L'offerta culturale nelle Aree Interne del Piemonte".

abilitante” composto dall’ambiente familiare, dall’azione della scuola e dalla disponibilità di istituzioni culturali accessibili. I bambini che visitano poco i musei con la scuola tendono a frequentarli meno anche con la famiglia, mentre una maggiore esposizione scolastica si associa a una più alta partecipazione familiare (Borrione et al., 2021).

In questa prospettiva, la scuola assume un ruolo fondamentale di mediazione e compensazione, soprattutto per quei minori che non dispongono di un forte capitale culturale familiare.

Alla luce di queste evidenze, il sistema delle Residenze Reali Sabaude può essere letto non solo come patrimonio storico-artistico, ma anche come possibile infrastruttura educativa diffusa. La sua articolazione territoriale, che include siti metropolitani e residenze collocate in aree esterne come Agliè, Racconigi, Govone e Pollenzo, può contribuire a ridurre la distanza tra patrimonio e popolazione scolastica, offrendo presidi culturali più prossimi ai territori non centrali. Perché questa potenzialità si traduca in reale accessibilità, non basta la presenza fisica dei beni, occorrono programmi rivolti alle scuole, strumenti di mediazione per le famiglie e interventi capaci di superare le barriere logistiche che ancora limitano la partecipazione culturale dei minori.

2.6 Analisi SWOT



3. Analisi dei problemi e degli obiettivi

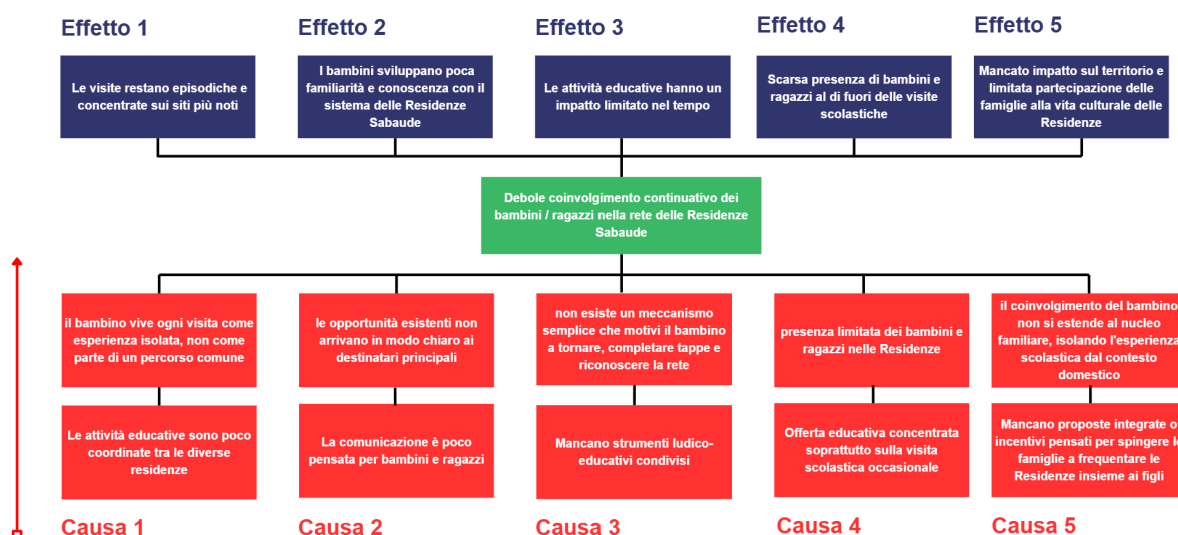
3.1 Core Problem

Il problema centrale individuato è: debole coinvolgimento continuativo dei bambini e ragazzi nella rete delle Residenze Sabaude.

Il rapporto tra giovani pubblici e patrimonio culturale tende spesso a rimanere episodico, legato alla visita scolastica occasionale o all'uscita singola, senza trasformarsi in un'esperienza ripetuta nel tempo.

Questo rappresenta un problema perché le Residenze Sabaude non sono soltanto singoli monumenti da visitare, ma un sistema patrimoniale diffuso sul territorio. Se bambini e ragazzi entrano in contatto con questo patrimonio solo in modo frammentario, difficilmente riescono a comprenderlo come rete unitaria, a costruire familiarità con i luoghi e a sviluppare un senso di appartenenza.

3.2 Problem Tree



Il primo ramo riguarda la debole coordinazione tra le attività educative delle diverse residenze. Quando ogni sito propone iniziative autonome, senza un percorso comune riconoscibile, il bambino tende a vivere la visita come esperienza isolata. Questo produce come effetto visite episodiche e concentrate sui luoghi più noti.

Il secondo ramo riguarda la comunicazione. Se le opportunità educative non sono pensate con linguaggi, canali e formati adatti a bambini e ragazzi, esse rischiano di non raggiungere in modo chiaro i destinatari principali. Questo contribuisce a una bassa familiarità con il sistema delle Residenze Sabaude, i giovani visitatori possono conoscere un singolo luogo visitato, ma non comprendere l'esistenza di una rete patrimoniale più ampia e connessa.

Il terzo ramo riguarda la mancanza di strumenti ludico-educativi condivisi. Senza un meccanismo semplice che renda riconoscibile il percorso, motivi il ritorno e colleghi tra loro le diverse tappe, le attività educative rischiano di avere un impatto limitato nel tempo. Le esperienze museali rivolte ai bambini funzionano meglio quando sono partecipative, progressive e capaci di lasciare una traccia concreta o simbolica dell'esperienza. In questa direzione, Botts e Palmer (2019) analizzano il programma MIMkids del Musical Instrument

Museum di Phoenix, un percorso educativo per bambini basato su attività ricorrenti, laboratori manuali, esplorazioni guidate e piccoli oggetti da portare a casa. Il caso mostra come la continuità dell'esperienza e la presenza di elementi tangibili possano rafforzare il rapporto tra bambino e museo, sostenendo il ritorno e la costruzione di familiarità nel tempo.

Il quarto ramo riguarda la concentrazione dell'offerta educativa sulla visita scolastica occasionale. Se le attività sono prevalentemente legate alla gita o alla visita guidata, mancano occasioni di partecipazione al di fuori del contesto scolastico. Questo produce una scarsa presenza di bambini e ragazzi nelle Residenze oltre le visite organizzate dalla scuola. Il problema è rilevante perché la scuola ha un ruolo decisivo nell'avvicinare i bambini alla cultura, ma da sola non basta a costruire una relazione continuativa con il patrimonio.

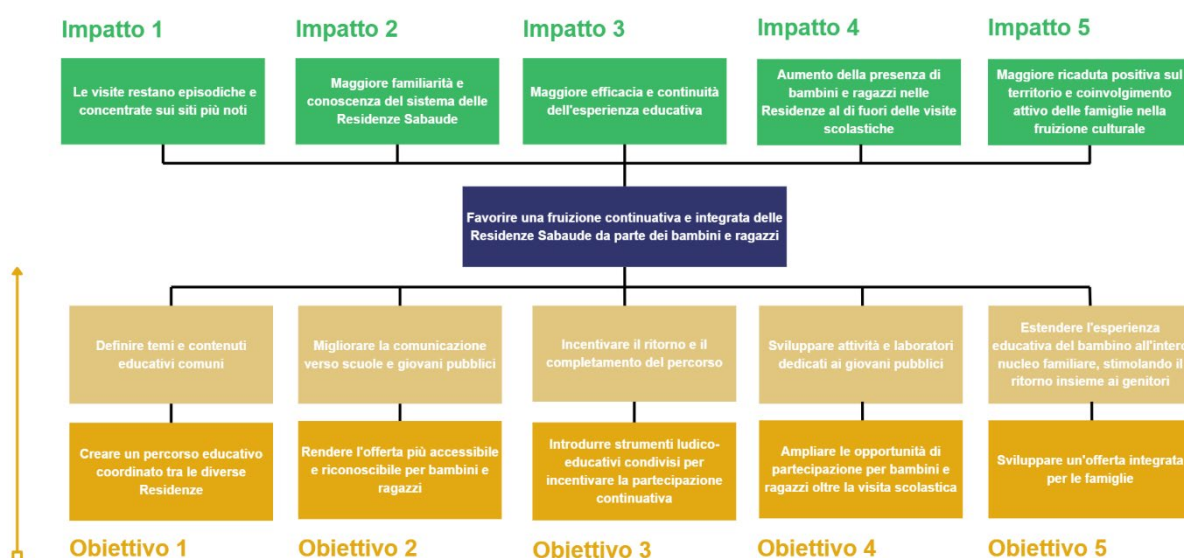
Il quinto ramo riguarda il mancato coinvolgimento del contesto familiare, se l'offerta educativa esaurisce i suoi effetti all'interno della singola esperienza del bambino, manca un meccanismo capace di estendere questo stimolo al nucleo familiare. Questo produce come effetto una limitata partecipazione delle famiglie alla vita culturale delle Residenze e un sottoutilizzo del potenziale del turismo di prossimità per il territorio. Il problema è rilevante perché la fruizione culturale infantile non è un atto isolato, ma risente fortemente del contesto di provenienza. La proposta museale deve creare un ponte tra l'esperienza scolastica e il fine settimana in famiglia, cercando di generare ricadute economiche e sociali per l'indotto locale.

3.3 Core Objective

Il core objective è: favorire una fruizione continuativa e integrata delle Residenze Sabaude da parte dei bambini e ragazzi.

L'intento è promuovere un rapporto più stabile e duraturo tra i giovani pubblici e il patrimonio culturale rappresentato dalle Residenze.

3.4 Objective Tree



Il primo obiettivo consiste nel creare un percorso educativo coordinato tra le diverse Residenze, attraverso la definizione di temi e contenuti comuni. Questo ramo risponde alla necessità di superare una fruizione isolata dei singoli siti, favorendo invece una lettura unitaria

della rete. L'educazione museale sottolinea infatti che l'esperienza culturale dei bambini è più efficace quando viene inserita in un percorso riconoscibile, capace di collegare luoghi, contenuti e attività.

Il secondo obiettivo riguarda il miglioramento dell'accessibilità e della riconoscibilità dell'offerta per bambini e ragazzi, attraverso una comunicazione più chiara verso scuole e giovani pubblici. Questo aspetto è centrale perché la partecipazione culturale infantile non dipende solo dall'esistenza delle attività, ma anche dalla capacità delle istituzioni di renderle visibili, comprensibili e adatte ai destinatari. La scuola svolge un ruolo determinante nell'avvicinare i bambini ai musei, la frequenza delle visite scolastiche risulta uno dei principali fattori associati alla maggiore partecipazione museale. Per questo motivo, rendere l'offerta educativa più riconoscibile e comunicabile verso scuole e giovani pubblici significa rafforzare uno dei principali canali di accesso alla cultura e creare le condizioni per una maggiore familiarità con il sistema delle Residenze Sabaude.

Il terzo obiettivo prevede l'introduzione di strumenti ludico-educativi condivisi per incentivare la partecipazione continuativa. La continuità deve essere sostenuta da dispositivi capaci di motivare il ritorno, rendere visibile l'avanzamento del percorso e collegare tra loro le diverse esperienze. Botts e Palmer (2019), analizzando il programma MIMkids del Musical Instrument Museum di Phoenix, mostrano l'efficacia di attività partecipative, laboratoriali e ripetute, accompagnate da elementi tangibili che prolungano l'esperienza oltre il momento della visita. Il quarto obiettivo mira ad ampliare le opportunità di partecipazione oltre la visita scolastica, attraverso lo sviluppo di attività e laboratori dedicati ai giovani pubblici. Questo ramo risponde alla necessità di non limitare il rapporto tra bambini e patrimonio alla sola gita organizzata dalla scuola. La partecipazione ad attività artistiche e culturali durante l'infanzia è collegata alla formazione dei gusti, delle attitudini e delle future pratiche di consumo culturale. Il museo contemporaneo deve essere inteso come istituzione educativa e pubblica, capace di costruire relazioni con scuole, comunità e pubblici differenti. Ampliare le attività per bambini e ragazzi, quindi, significa rafforzare la funzione educativa delle Residenze e aumentare la loro presenza nella vita culturale ordinaria dei giovani pubblici.

Il quinto obiettivo mira a favorire il coinvolgimento attivo delle famiglie e a massimizzare l'impatto culturale e socio-economico sul territorio. Questo ramo risponde alla necessità di ampliare la ricaduta del progetto oltre il singolo studente, trasformando i bambini in "ambasciatori" culturali all'interno delle proprie case per stimolare il turismo e la partecipazione locale. La letteratura sulla sociologia della cultura evidenzia come la condivisione intergenerazionale dell'esperienza museale non solo rafforzi i legami familiari, ma sia un fattore cruciale per la fidelizzazione del pubblico del futuro e per lo sviluppo sostenibile delle comunità ospitanti. Integrare l'offerta con attività, incentivi o percorsi pensati per il binomio scuola-famiglia significa quindi valorizzare la funzione sociale delle Residenze Sabaude, trasformandole in motori di sviluppo economico e di coesione per l'intero territorio circostante.

4. Analisi degli Stakeholder

4.1 Analisi dei Destinatari del progetto

Il pubblico di riferimento principale del progetto è costituito da bambini e ragazzi, intesi come destinatari finali di nuove forme di fruizione culturale delle Residenze Reali Sabaude. In questa fase iniziale non viene definita una fascia d'età rigida, perché la soluzione progettuale non è ancora stabilita e potrebbe essere adattata a pubblici diversi all'interno dell'età evolutiva.

Le esperienze culturali vissute in giovane età possono favorire abitudini di partecipazione più durature nel tempo. Tuttavia, bambini e ragazzi non accedono al museo in modo completamente autonomo, la partecipazione culturale infantile è mediata soprattutto da famiglia e scuola. Per questo motivo, famiglie, scuole, educatori museali e comunità locali non vengono considerati destinatari primari, ma stakeholder strategici. Sono loro a rendere possibile l'accesso, l'accompagnamento e la continuità dell'esperienza culturale. In particolare, Munley e Roberts (2006) sottolineano il ruolo degli educatori museali come figure di collegamento tra museo e bisogni della comunità.

Il progetto si rivolge quindi principalmente a bambini e ragazzi, ma riconosce che il loro coinvolgimento dipende da una rete di attori.

4.2 Matrice degli Stakeholder

Stakeholder	Chi sono	Interesse rispetto al problema/obiettivo	Potere / Interesse
Famiglie	Nuclei familiari residenti in Piemonte	Accesso ad attività culturali educative, accessibili e continuative per i figli	P: Basso – I: Molto Alto
Turisti con bambini	Visitatori italiani e stranieri che raggiungono Torino e le Residenze per turismo culturale o familiare	Esperienze semplici, riconoscibili, family-friendly e integrate nell'offerta turistica	P: Basso – I: Medio/Alto
Consorzio delle Residenze Reali Sabaude	Ente responsabile della gestione e valorizzazione integrata di Venaria Reale e Parco della Mandria	Incrementare partecipazione, fidelizzazione e visibilità del sistema sabaudo	P: Molto Alto – I: Alto
Direzione Regionale Musei Nazionali Piemonte	Referente unico del sito UNESCO e coordinamento dei siti statali coinvolti	Valorizzazione del patrimonio, ampliamento dei pubblici e coerenza con la gestione UNESCO	P: Molto Alto – I: Alto
MiC – Ministero della Cultura	Amministrazione centrale responsabile della tutela e valorizzazione del patrimonio culturale statale	Coerenza con politiche nazionali di tutela, accessibilità, educazione e valorizzazione	P: Molto Alto – I: Medio/Alto
Regione Piemonte e enti locali	Regione Piemonte, Città Metropolitana, Comuni proprietari o coinvolti nella gestione delle Residenze	Valorizzazione culturale, inclusione sociale, attrattività territoriale e distribuzione dei flussi	P: Molto Alto – I: Medio/Alto

Fondazione Ordine Mauriziano	Ente proprietario della Palazzina di Caccia di Stupinigi	Conservazione e valorizzazione di una residenza centrale del sistema sabaudo	P: Alto – I: Alto
Castello di Rivoli Museo d'Arte Contemporanea	Istituzione museale connessa al sistema delle Residenze Sabaude e al territorio metropolitano	Rafforzamento della connessione tra patrimonio sabaudo, arte contemporanea e pubblici giovani	P: Alto – I: Medio/Alto
Direzioni e staff educativi delle Residenze	Direttori, educatori museali, operatori culturali e personale di accoglienza	Migliorare l'offerta educativa, aumentare la partecipazione giovanile e ridurre la frammentazione dell'esperienza	P: Alto – I: Alto
Docenti e dirigenti scolastici	Scuole primarie e secondarie di primo grado del territorio piemontese	Disporre di strumenti e attività culturali coerenti con gli obiettivi educativi	P: Medio/Alto – I: Molto Alto
Ufficio Scolastico Regionale	Coordinamento del sistema scolastico regionale	Promozione di opportunità educative e culturali per le scuole	P: Alto – I: Medio
Enti turistici	Turismo Torino, ATL territoriali e organismi di promozione turistica	Rafforzamento dell'offerta culturale family-friendly e della destinazione Residenze Sabaude	P: Medio – I: Alto
Associazioni culturali e comunità locali	Associazioni di quartiere, gruppi genitori, oratori, doposcuola, ACR, realtà territoriali	Accessibilità culturale, partecipazione della comunità e coinvolgimento di pubblici non abituali	P: Medio – I: Alto
Ludoteche e servizi educativi territoriali	Ludoteche piemontesi, centri famiglia, biblioteche ragazzi, servizi comunali per l'infanzia	Offrire occasioni educative e ricreative collegate al patrimonio culturale	P: Basso/Medio – I: Alto
Enti Parco e aree verdi storiche	Parco della Mandria, parchi storici e aree verdi connesse alle Residenze	Integrazione tra patrimonio culturale, paesaggio, natura ed educazione ambientale	P: Medio – I: Medio/Alto
Centro Conservazione e Restauro "La Venaria Reale"	Centro specializzato nella conservazione e nel restauro del patrimonio culturale	Valorizzazione educativa dei mestieri del restauro e della tutela del patrimonio	P: Alto – I: Medio
Comando Carabinieri Tutela Patrimonio Culturale / Arma dei Carabinieri	Attori istituzionali legati alla tutela del patrimonio e, nel caso di Moncalieri, alla presenza fisica nel complesso	Sicurezza, tutela, educazione alla legalità e protezione del patrimonio culturale	P: Alto – I: Medio
Fondazioni bancarie e culturali	Fondazione Compagnia di San Paolo, Fondazione CRT, Fondazione 1563 per l'Arte e la Cultura	Sostegno a iniziative culturali, educative e territoriali ad impatto sociale	P: Alto – I: Alto
Sponsor e imprese locali	Aziende tech, imprese creative, attività economiche del territorio e operatori turistico-commerciali	Visibilità, responsabilità sociale, ritorno territoriale e associazione a un progetto culturale	P: Medio – I: Variabile
Università e scuole di design	Università di Torino, Politecnico di Torino, Accademia Albertina, IED, IAAD	Opportunità di collaborazione, ricerca applicata e sperimentazione progettuale	P: Medio – I: Medio/Alto

Tabella 2 – Matrice degli stakeholder del progetto, classificati in base al livello di interesse e alla capacità di influenza sulla realizzazione del Passaporto delle Residenze Reali Sabaude.

5. Analisi di benchmarking

L'analisi di benchmarking è stata condotta su strumenti e programmi elaborati da musei, reti culturali, siti UNESCO e istituzioni educative al fine di incentivare la partecipazione continuativa di bambini e famiglie al patrimonio culturale.

I casi analizzati: il Passaporto delle Dolomiti, il Passaporto Culturale del programma Nati con la Cultura (Torino), l'Achievement Passport del Peoria Riverfront Museum (Illinois, USA), l'Arts & Culture Passport del Portsmouth Music Hub (Regno Unito), nonché ulteriori esempi internazionali afferenti all'ambito museale, alla rete UNESCO e al Museum of Western Australia, costituiscono un campione eterogeneo per area geografica, tipologia istituzionale e fascia d'utenza, ma convergono su un insieme di principi progettuali.

I riferimenti completi e i collegamenti alle fonti relative a ciascun programma sono riportati nella sezione "*Benchmark*" della sitografia.

L'analisi è strutturata attorno a sei concetti chiave emersi trasversalmente dai casi:

1. L'oggetto fisico come dispositivo di mediazione;
2. La logica della collezione come motore di fidelizzazione;
3. L'appartenenza a una rete istituzionale;
4. Il coinvolgimento della scuola come partner educativo;
5. La partecipazione attiva del visitatore;
6. Il riconoscimento simbolico come forma di premialità.

Per ciascuno di questi assi interpretativi, i casi empirici vengono mobilitati come evidenze, confrontati nelle loro differenze e letti in chiave progettuale.

5.1 L'oggetto fisico come dispositivo di mediazione

Uno degli elementi più trasversali e metodologicamente più rilevanti dell'intero campione è la centralità di un supporto fisico tangibile (denominato nei diversi casi passaporto, libretto, booklet o diario) quale strumento principale di mediazione tra il visitatore bambino e il patrimonio culturale. La scelta di un formato fisico non è accessoria, essa risponde a una precisa comprensione del pubblico infantile, per il quale l'oggetto manipolabile, personalizzabile e cumulabile svolge funzioni cognitive ed emotive che una piattaforma digitale difficilmente replica.

Il Passaporto delle Dolomiti rappresenta il caso più elementare e, al tempo stesso, più efficace in questa direzione. Si tratta di un piccolo libretto nel formato di un passaporto da viaggio, venduto a un costo di 5-9 euro nelle località montane, pensato come compagno di avventure da riempire con i timbri dei rifugi visitati. La semplicità dell'oggetto lo rende immediatamente accessibile a bambini di ogni età e costituisce uno strumento di socializzazione del viaggio montano all'interno della famiglia. Il fatto che il libretto sia acquistato e non ricevuto gratuitamente non deve essere interpretato soltanto come un limite di accessibilità. Al contrario, può indicare una possibile leva di sostenibilità e di valorizzazione dell'oggetto, purché il prezzo sia modulato in modo coerente con il target e con la fase di sviluppo del progetto. In un'eventuale applicazione al contesto delle Residenze Sabaude, ad esempio, una prima distribuzione potrebbe essere gratuita per bambini e ragazzi attraverso scuole, eventi educativi e stand dedicati, così da garantire ampia accessibilità e attivare il pubblico iniziale. In una fase successiva, lo stesso strumento potrebbe essere reso disponibile negli shop

museali, negli uffici turistici o presso soggetti partner a un prezzo simbolico, differenziando così le modalità di accesso tra pubblico scolastico, famiglie residenti e visitatori turistici.

La funzione temporale dell'oggetto appare duplice, nel presente, esso agisce come dispositivo di motivazione, perché rende visibile il percorso già compiuto e suggerisce nuove tappe da raggiungere. Nel tempo, invece, può trasformarsi in una memoria materiale dell'esperienza culturale, conservando tracce, timbri, disegni e segni personali che rafforzano il legame affettivo con i luoghi visitati.

5.2 La logica della collezione come motore di fidelizzazione

Nei casi analizzati, timbri, punti, adesivi, badge e certificati trasformano la visita in un percorso narrativo, rendendo visibili le tappe già completate e incentivando il ritorno.

Il Passaporto delle Dolomiti adotta una struttura aperta: non impone un itinerario preciso né un premio finale, ma lascia che l'accumulo dei timbri generi spontaneamente una "sfida morbida" tra i partecipanti. L'Achievement Passport del Peoria Riverfront Museum propone invece una struttura più chiusa e misurabile, basata su punti, caricamento digitale e premi annuali. Dal confronto emerge quindi una scelta progettuale importante, uno strumento aperto favorisce libertà, esplorazione e accessibilità. Uno strumento chiuso consente maggiore monitoraggio e premialità, ma rischia di diventare più rigido ed escludente.

5.3 L'appartenenza a una rete istituzionale come condizione di efficacia

Gli strumenti analizzati non funzionano come iniziative isolate, ma come dispositivi capaci di collegare più musei, siti o istituzioni sotto una logica comune.

Il caso di Nati con la Cultura mostra bene questo aspetto, il passaporto ha senso perché inserito in una rete di musei Family & Kids Friendly, con criteri condivisi di accessibilità, accoglienza e coordinamento istituzionale. Allo stesso modo, l'Arts & Culture Passport di Portsmouth crea una mappa culturale urbana per bambini e famiglie. Dal confronto emerge che conta soprattutto la coerenza della rete.

5.4 La scuola come partner educativo

Nei casi analizzati, la scuola non serve solo a distribuire materiali o organizzare visite occasionali, ma permette allo strumento di entrare in un contesto educativo stabile, raggiungendo anche famiglie che difficilmente si avvicinerebbero spontaneamente ai musei.

L'Arts & Culture Passport del Portsmouth Music Hub mostra bene questa funzione, il percorso è pensato per vivere sia nel tempo libero familiare sia nello spazio scolastico, attraverso materiali per docenti, attività riconoscibili e luoghi culturali accreditati. In questo modo la scuola diventa il ponte tra esperienza culturale, apprendimento e partecipazione familiare.

Coinvolgere le scuole significa aumentare la diffusione dello strumento, legittimarlo agli occhi delle famiglie e trasformare la visita da semplice uscita didattica a percorso continuativo. La scuola, quindi, non dovrebbe essere solo un canale promozionale, ma un partner capace di amplificare l'impatto sociale e culturale del progetto.

5.5 Partecipazione attiva e superamento del modello della visita passiva

I casi più efficaci non si limitano a far entrare i bambini nei luoghi culturali, ma li invitano a fare qualcosa: disegnare, costruire, esplorare, completare missioni o raccogliere tracce.

Il programma Wild About Drawing del Museum of Western Australia mostra bene come il disegno possa trasformare la visita in un atto di osservazione attiva. Allo stesso modo, l'Arts & Culture Passport di Portsmouth distingue tra semplice presenza e partecipazione, riconoscendo maggiore valore alle attività in cui il bambino crea, suona, recita o produce qualcosa. Anche il Passaporto delle Dolomiti, pur non prevedendo laboratori strutturati, attiva una partecipazione fisica, il timbro certifica un percorso realmente compiuto. Lo strumento dovrebbe stimolare una produzione attiva del bambino, come un disegno, una missione completata, una storia inventata o un piccolo elaborato creativo.

5.6 Premi simbolici e l'efficacia del valore non economico

I premi più efficaci non sono necessariamente economici, ma simbolici. Timbri, badge, certificati, titoli o attestati che rafforzano il senso di appartenenza del bambino al percorso. L'Achievement Passport del Peoria Riverfront Museum utilizza una premialità più esplicita, basata su punti e premi annuali, efficace nel breve periodo ma potenzialmente più competitiva e meno inclusiva. Il Passaporto delle Dolomiti, invece, non prevede premi materiali, il valore sta nel libretto completato, che diventa prova dell'esperienza vissuta e ricordo personale. Il premio dovrebbe dire al bambino non cosa ha vinto, ma quale percorso culturale ha compiuto.

Elemento progettuale	Valore prodotto	Possibili criticità	Implicazione per le Residenze Sabaude
Supporto fisico personalizzabile	Rende il percorso concreto, riconoscibile e memorabile	Può ridursi a semplice souvenir se non sostenuto da attività e rete	Progettare uno strumento utilizzabile e progressivamente completabile
Rete di istituzioni	Collega più siti e rafforza la percezione di un sistema unitario	Accordi solo formali possono produrre frammentazione	Definire regole, immagine e modalità di partecipazione comuni
Soggetto coordinatore	Garantisce continuità, comunicazione condivisa e responsabilità	Un coordinamento debole può rendere discontinue le attività	Individuare un ente responsabile della gestione complessiva
Coinvolgimento della scuola	Amplifica la diffusione e raggiunge pubblici normalmente esclusi	La scuola può essere ridotta a semplice canale promozionale	Coinvolgere docenti e istituti nella progettazione e nelle attività
Partecipazione attiva	Trasforma il bambino da spettatore a produttore di contenuti e significati	Attività troppo complesse possono limitare l'accessibilità	Prevedere disegni, missioni, costruzioni e attività differenziate

Progressione e collezione	Incentiva il ritorno e rende visibile il percorso compiuto	Un sistema troppo rigido può escludere chi non completa tutte le tappe	Adottare una progressione flessibile, senza percorsi obbligatori
Riconoscimento simbolico	Rafforza identità, appartenenza e motivazione nel lungo periodo	Premi economici o competitivi possono spostare l'attenzione dall'esperienza	Privilegiare badge, attestati, titoli e riconoscimenti non competitivi

Tabella 3 – Sintesi degli elementi progettuali emersi dal benchmarking, del valore prodotto, delle possibili criticità e delle relative implicazioni per il progetto delle Residenze Reali Sabaude.

6. Logical Framework

Il Logical Framework rappresenta la sintesi operativa del processo di progettazione sviluppato attraverso l'analisi degli stakeholder, del problema, degli obiettivi e delle strategie.

La matrice consente di organizzare in modo coerente la logica dell'intervento, collegando l'obiettivo generale, l'obiettivo specifico, i risultati attesi e le attività necessarie per conseguirli. Per ciascun livello vengono inoltre individuati indicatori oggettivamente verificabili, fonti di verifica e condizioni esterne, così da rendere il progetto monitorabile, valutabile e maggiormente consapevole dei principali fattori di rischio.

Livello	Logica di intervento	Indicatori oggettivamente verificabili (IOV)	Fonti di verifica	Ipotesi / Condizioni esterne
OBIETTIVO GENERALE	Valorizzare le Residenze Reali Sabaude come patrimonio culturale vivo, accessibile e significativo per le nuove generazioni piemontesi.	% di bambini/ragazzi del Piemonte che hanno visitato almeno una Residenza Reale entro i 14 anni. Aumento del riconoscimento spontaneo della rete UNESCO delle Residenze Sabaude tra le famiglie piemontesi (indagine campionaria).	Dati di accesso musei (biglietterie, card). Indagini ISTAT cultura / Fondazione Fitzcarraldo. Rapporti annuali MiC / Regione Piemonte.	Il contesto politico e istituzionale rimane favorevole alla valorizzazione del patrimonio UNESCO. Le politiche regionali sostengono l'educazione culturale nelle scuole.
OBIETTIVO SPECIFICO	Favorire una fruizione continuativa e integrata delle Residenze Reali Sabaude da parte di bambini e ragazzi.	N. medio di Residenze visitate per bambino/anno (baseline da rilevare; target: ≥ 3 in 3 anni). % bambini che dichiarano di conoscere la rete delle Residenze Sabaude (indagine post-progetto, target: $>50\%$).	Dati biglietterie disaggregati per fascia d'età. Questionari di soddisfazione famiglie (exit survey). Monitoraggio strumento di engagement (timbri, completamenti, attivazioni).	Le famiglie mostrano disponibilità a spostarsi tra siti diversi. I siti aderenti mantengono apertura e accoglienza family-friendly. Le scuole collaborano in modo continuativo.
OUTPUT 1 Percorso educativo condiviso	Un percorso educativo coordinato tra le diverse Residenze è progettato e adottato, con temi e contenuti comuni declinati per fascia d'età.	Documento di curriculum condiviso approvato da ≥ 5 Residenze entro il 1° anno. N. temi educativi comuni sviluppati (target: ≥ 4 temi trasversali).	Verbal dei tavoli di co-progettazione. Documenti pedagogici approvati. Report di monitoraggio interno.	Le Residenze raggiungono un accordo sui contenuti educativi condivisi. I responsabili didattici dei siti partecipano attivamente ai tavoli di lavoro.
OUTPUT 2 Comunicazione dedicata	Un sistema di comunicazione accessibile e riconoscibile è attivato per raggiungere bambini, ragazzi e famiglie, con un'identità visiva coerente tra le Residenze.	N. scuole raggiunte dalla comunicazione (target: $\geq ?$ istituti in Piemonte entro anno 2). N. famiglie che conoscono l'offerta family della rete.	Analytics sito web / social. Report distribuzione materiali. Indagini di notorietà (campione famiglie).	I canali scolastici e familiari sono ricettivi alla comunicazione culturale. Esiste un accordo di governance della comunicazione condivisa tra i siti.
OUTPUT 3 Strumento ludico-educativo	Uno strumento ludico-educativo condiviso è progettato e distribuito, basato su un oggetto fisico personalizzabile con logica di collezione progressiva, pensato per incentivare il ritorno e il completamento del percorso nelle Residenze.	N. strumenti distribuiti. % bambini che completano ≥ 3 tappe del percorso. Tasso di ritorno: % bambini che visitano ≥ 2 Residenze dopo aver attivato lo strumento.	Dati di attivazione strumento (distribuzione, completamenti). Exit survey famiglie. Biglietterie Residenze (confronto pre/post).	Le famiglie percepiscono il valore dello strumento e lo utilizzano. I siti garantiscono personale formato per la gestione dello strumento. Il costo di produzione è sostenibile con il budget disponibile.

Livello	Logica di intervento	Indicatori oggettivamente verificabili (IOV)	Fonti di verifica	Ipotesi / Condizioni esterne
		% bambini che dichiarano di voler tornare (exit survey; target: >70%).		
OUTPUT 4 Attività e laboratori	Un'offerta ampliata di attività laboratoriali e esperienziali è sviluppata e resa disponibile per bambini e ragazzi al di fuori delle visite scolastiche obbligatorie (famiglie, weekend, vacanze).	N. nuovi laboratori/attività progettati per il pubblico family (target: ≥ 2 per Residenza). N. partecipanti alle attività extra-scolastiche (target: +50% rispetto baseline entro anno 2). % famiglie soddisfatte dell'offerta laboratoriale (target: >80% su scala Likert).	Registri presenze laboratori. Questionari di soddisfazione.	Esiste disponibilità di mediatori/educatori per la conduzione dei laboratori. Le famiglie mostrano domanda per attività nei weekend. I costi di partecipazione rimangono accessibili.
ATTIVITÀ Output 1	A1.1 Costituire un tavolo di co-progettazione didattica tra le Residenze Sabaude. A1.2 Definire temi educativi trasversali e narrativi per fascia d'età. A1.3 Sviluppare materiali educativi condivisi. A1.4 Formare il personale educativo delle Residenze sul curriculum condiviso.	Risorse umane: 1 coordinatore didattico (part-time 18 mesi), educatori interni alle Residenze. Risorse materiali: sala riunioni, software di co-design.	Verbalizzati tavoli di lavoro. Documenti pedagogici approvati. Attestati di formazione.	I referenti educativi delle Residenze trovano un accordo nei contenuti. Tempi istituzionali di approvazione non bloccano il processo.
ATTIVITÀ Output 2	A2.1 Sviluppare un'identità visiva family-friendly condivisa tra le Residenze (mascotte). A2.2 Produrre materiali comunicativi dedicati (brochure, poster, kit scuole) con distribuzione capillare in scuole. A2.3 Attivare un canale digital dedicato alle famiglie (sezione sito web, newsletter, social) con contenuti adatti ai bambini.	Risorse umane: grafico/comunicatore (consulenza), referente comunicazione interno. Risorse materiali: budget.	Materiali prodotti e distribuiti. Analytics web/social.	Le scuole accettano di distribuire i materiali. Il budget per la comunicazione è approvato e disponibile nei tempi previsti.
ATTIVITÀ Output 3	A3.1 Progettare lo strumento ludico-educativo. A3.2 Definire il sistema di riconoscimento simbolico (badge, certificati, titoli) al completamento di tappe del percorso. A3.3 Produrre e stampare la prima tiratura dello strumento con distribuzione nei punti di accesso. A3.4 Formare il personale delle Residenze all'accoglienza e gestione dello strumento.	Risorse umane: graphic designer, pedagogo, coordinatore di rete. Risorse materiali: budget.	N. strumenti prodotti e distribuiti. Report completamenti e ritorno.	La produzione fisica rispetta i tempi e costi preventivati. Il personale di accoglienza è sufficiente e motivato. Le famiglie accettano lo strumento come valore aggiunto.
ATTIVITÀ Output 4	A4.1 Mappare le attività laboratoriali esistenti e identificare i gap rispetto al pubblico family extra-scolastico. A4.2 Progettare nuovi laboratori esperienziali (disegno, narrazione, gioco di ruolo, esplorazione) per weekend e periodi di vacanza. A4.3 Attivare un calendario condiviso di eventi family-friendly coordinato tra le Residenze (es. giornate speciali tematiche). A4.4 Sperimentare un programma pilota di attività pomeridiane/serali per famiglie in 2-3 Residenze capofila nel primo anno.	Risorse umane: educatori/mediatori culturali, coordinatore attività. Risorse materiali: materiali per laboratori, spazi dedicati all'interno delle Residenze.	Calendario attività pubblicato. N. partecipanti registrati. Questionari soddisfazione.	Gli spazi delle Residenze sono disponibili per attività extra-scolastiche. Gli educatori selezionati hanno competenze adeguate al pubblico giovane. La domanda familiare è sufficiente a sostenere le attività.

7. Descrizione del Progetto

7.1 Il Passaporto partecipato delle Residenze Reali Sabaude

Il progetto prevede la realizzazione del Passaporto delle Residenze Reali Sabaude, uno strumento ludico-educativo attraverso il quale bambini e famiglie possono conoscere progressivamente le ventidue componenti del sito UNESCO, raccogliendo un timbro o una figurina in occasione di ciascuna visita.

L'elemento distintivo del progetto risiede nel coinvolgimento diretto dei bambini nella costruzione grafica del passaporto. Prima della sua produzione, viene infatti avviato un percorso partecipativo con le scuole piemontesi, finalizzato alla selezione delle illustrazioni che rappresenteranno le diverse Residenze. Il passaporto non viene quindi concepito esclusivamente dalle istituzioni, ma costruito insieme al suo pubblico principale.

Il progetto è articolato in più fasi consecutive, necessarie per consentire alle istituzioni coinvolte di predisporre gli strumenti, formare il personale e coordinare le attività prima del lancio pubblico.



Figura 5 – Mock-up esemplificativo del Passaporto delle Residenze Reali Sabaude, elaborato con Adobe Illustrator e ChatGPT. L'immagine ha finalità esclusivamente illustrative e non rappresenta il prodotto definitivo.

7.2 Coinvolgimento delle scuole e concorso di illustrazione

La prima fase ha l'obiettivo di generare interesse attorno al progetto prima ancora della distribuzione del passaporto.

Un referente educativo delle Residenze Reali Sabaude presenta l'iniziativa alle scuole attraverso incontri in presenza, materiali digitali, laboratori introduttivi e partecipazione a eventi dedicati all'infanzia, alla scuola e alle famiglie.

Viene quindi promosso il concorso “*Disegna la tua Residenza*”, rivolto alle scuole primarie piemontesi. A ciascuna scuola partecipante viene assegnata una delle ventidue Residenze, accompagnata da una scheda educativa contenente immagini, informazioni storiche, elementi architettonici caratteristici e indicazioni per la realizzazione dell’elaborato.

Gli insegnanti introducono il patrimonio sabaudo durante le attività in classe e guidano gli alunni nella produzione dei disegni. Ogni scuola partecipante organizza una prima selezione interna e individua due o tre elaborati finalisti relativi alla Residenza assegnata.

I disegni selezionati vengono successivamente esposti all'interno della stessa Residenza, attraverso una piccola mostra temporanea collocata negli spazi di accoglienza, nelle aree educative o lungo un percorso dedicato.

Durante il periodo di esposizione, i visitatori possono osservare gli elaborati e votare il disegno preferito attraverso una scheda cartacea, un'urna oppure un sistema digitale accessibile tramite QR code.

La selezione diventa così parte integrante dell'esperienza di visita e consente al pubblico di partecipare direttamente alla costruzione del futuro Passaporto delle Residenze Reali Sabaude.



Figura 6 – Render simulativo della mini-mostra presso il Castello di Rivoli, realizzato a partire da un'immagine del sito ufficiale del Castello di Rivoli Museo d'Arte Contemporanea. Fonte: Castello di Rivoli Museo d'Arte Contemporanea, immagine disponibile su: <https://www.castellodirivoli.org/wp-content/uploads/2024/02/Maiolino-2048x1365.jpg>

La votazione in presenza può essere affiancata da una consultazione online sui canali ufficiali delle Residenze, attraverso la pubblicazione degli elaborati finalisti.

Per evitare che il risultato dipenda esclusivamente dalla capacità delle singole scuole di mobilitare parenti e conoscenti, il voto online può avere un peso limitato rispetto a quello espresso dai visitatori nelle Residenze.

Al termine della mostra, per ciascuna Residenza viene individuato il disegno più votato, che sarà inserito nella pagina corrispondente del passaporto. Gli altri disegni finalisti possono comunque essere valorizzati attraverso una galleria digitale.

I ventidue bambini selezionati vedono il proprio disegno inserito all'interno del passaporto. Tutti i lavori ricevuti possono inoltre essere valorizzati attraverso una mostra temporanea, fisica o digitale, ospitata in una delle Residenze oppure presentata durante l'evento di lancio. Per garantire una partecipazione equilibrata, le scuole possono esprimere una preferenza territoriale, privilegiando la Residenza più vicina, mentre il coordinamento centrale provvede a distribuire le assegnazioni evitando che alcuni siti ricevano un numero eccessivo di elaborati e altri rimangano esclusi.

7.3 Rielaborazione grafica e produzione editoriale

I ventidue disegni vincitori vengono affidati a un gruppo di giovani illustratori e graphic designer selezionati attraverso una collaborazione con l'Accademia Albertina di Belle Arti, il Politecnico di Torino o altri istituti di formazione artistica e progettuale.

Il coinvolgimento di studenti universitari e neolaureati permette di offrire un'esperienza professionale concreta a giovani non ancora pienamente inseriti nel mercato del lavoro. La collaborazione deve tuttavia prevedere la supervisione di un docente o di un professionista senior e un riconoscimento formale o economico del lavoro svolto, evitando che il progetto si fondi esclusivamente su prestazioni gratuite.

I grafici rielaborano i disegni senza cancellarne l'identità originaria, uniformando formati, colori, proporzioni e leggibilità. Il risultato mantiene quindi la spontaneità delle opere infantili, ma viene inserito all'interno di una veste grafica coerente e riconoscibile.

Il passaporto può essere realizzato in un formato di circa 48 pagine. A ogni Residenza sono dedicate due pagine: la prima contiene l'illustrazione realizzata dal bambino, il nome dell'autore e alcune curiosità sul luogo; la seconda presenta una breve attività, una domanda di osservazione e lo spazio destinato al timbro o alla figurina.

Le pagine iniziali comprendono la mappa del sistema, una spiegazione del funzionamento del passaporto e le regole per ottenere i riconoscimenti. Le pagine finali raccolgono invece lo stato di avanzamento del percorso e gli spazi per i premi raggiunti.



Figura 7 – Ipotesi grafica di una doppia pagina del Passaporto delle Residenze Reali Sabaude dedicata al Castello di Rivoli. Nella pagina sinistra è inserito il disegno vincitore realizzato da un bambino, accompagnato dal nome dell'autore e della scuola; nella pagina destra trovano spazio una breve descrizione della Residenza e l'area destinata al timbro di visita. Elaborazione grafica realizzata con ChatGPT a fini illustrativi.

7.4 Definizione del sistema di raccolta

Ogni Residenza aderente viene dotata di un timbro personalizzato, diverso per forma o simbolo ma coerente con l'identità grafica generale. Il timbro viene apposto dal personale della biglietteria o dell'accoglienza dopo la visita.

La scelta del timbro appare preferibile rispetto alla figurina sotto il profilo economico e ambientale. Il timbro è riutilizzabile, richiede una produzione iniziale limitata e riduce il consumo di carta adesiva e materiali plastificati. Le figurine possono eventualmente essere

utilizzate in edizioni speciali o come strumento alternativo per i siti nei quali l'organizzazione del servizio non consenta la timbratura diretta.

Non è necessario creare un sistema digitale complesso nella prima fase, ma può essere predisposto un semplice registro dei passaporti completati e dei premi consegnati.



Figura 8 – Render del timbro del Passaporto delle Residenze Reali Sabaude, elaborato a fini illustrativi su sfondo bianco.

7.5 Preparazione delle Residenze e del personale

Prima del lancio, tutte le istituzioni aderenti devono essere dotate dei materiali e delle informazioni necessarie. Occorre produrre e distribuire i timbri, definire i punti nei quali essi vengono apposti, stabilire le procedure per il ritiro dei premi e formare il personale di biglietteria, accoglienza ed educazione.

Ogni Residenza individua un referente responsabile del progetto. Il referente controlla la disponibilità dei materiali, raccoglie eventuali criticità e mantiene il collegamento con il coordinamento centrale.

Questa fase richiede inoltre la stipula di accordi tra i diversi enti gestori, soprattutto per definire le agevolazioni di ingresso e la validità dei premi. La natura frammentata della governance delle Residenze rende infatti necessario stabilire preventivamente regole condivise e modalità uniformi di partecipazione.

7.6 Distribuzione e comunicazione

La distribuzione dei passaporti avviene prioritariamente attraverso le scuole partecipanti, in modo che il primo contatto con il progetto sia accompagnato da una spiegazione educativa. Il passaporto può inoltre essere ritirato presso le biglietterie delle Residenze, biblioteche, ludoteche, centri per le famiglie e stand temporanei.

Il progetto deve essere presente negli eventi frequentati dal target, come festival dedicati all'infanzia, manifestazioni scolastiche, giornate delle famiglie al museo, fiere del libro per ragazzi e iniziative territoriali organizzate dai Comuni. A questo scopo viene predisposto un calendario degli eventi nei quali installare uno stand informativo o realizzare brevi laboratori. La comunicazione utilizza un'identità visiva comune, materiali rivolti agli insegnanti e alle famiglie, una sezione dedicata del sito delle Residenze e contenuti diffusi attraverso i canali

social delle istituzioni aderenti. Un evento pubblico presenta i ventidue disegni vincitori, consegna i primi passaporti e inaugura ufficialmente la raccolta.

Periodo	Evento o occasione	Pubblico prevalente	Presenza proposta
Gennaio	Attività per famiglie durante le festività e iniziative museali dell'Epifania	Famiglie con bambini	Distribuzione dei passaporti presso le Residenze aperte e breve laboratorio introduttivo
Febbraio	Carnevale di Torino e manifestazioni di Carnevale nei Comuni piemontesi	Bambini, famiglie e scuole	Stand creativo "Disegna la tua Residenza" e promozione del concorso
Marzo	Attività primaverili nei musei e laboratori per famiglie	Famiglie con bambini 4–10 anni	Punto informativo itinerante nelle sedi culturali aderenti
15–17 aprile 2026	Giocateatro Torino	Bambini, ragazzi, famiglie e operatori educativi	Stand informativo presso la Casa del Teatro e laboratorio di disegno dedicato alle Residenze
18–19 aprile 2026	Disegniamo l'Arte	Bambini e famiglie nei musei di Torino e Piemonte	Attività centrale per presentare il concorso e raccogliere elaborati
4–24 maggio 2026	Festival del Verde	Famiglie, scuole e pubblico interessato alla natura	Promozione delle Residenze dotate di parchi e giardini, con itinerari verdi
9–10 maggio 2026	Kid Pass Days	Famiglie con bambini 0–12 anni	Lancio o distribuzione del passaporto, timbro speciale e laboratorio
Maggio 2026	Salone Internazionale del Libro di Torino	Scuole, famiglie, bambini e insegnanti	Stand condiviso, letture sulla storia sabauda e distribuzione di materiali alle scuole
Fine maggio–inizio giugno	Festa della Repubblica e aperture straordinarie delle Residenze	Famiglie e turisti	Giornate di lancio coordinate in più Residenze
Giugno–luglio	Festival estivi, rassegne nei parchi e attività per la conclusione dell'anno scolastico	Bambini, centri estivi e famiglie	Laboratori mobili, distribuzione dei passaporti e presentazione degli itinerari estivi
Agosto–settembre	Attività nei giardini e nei parchi delle Residenze	Famiglie e visitatori del territorio	Cacce al dettaglio, piccole attività naturalistiche e raccolta dei timbri
10–11 ottobre 2026	Portici di Carta	Famiglie, bambini, lettori e scuole	Stand nel centro di Torino, narrazioni illustrate e promozione del passaporto
Ottobre	Giornata Nazionale delle Famiglie al Museo – F@MU	Famiglie con bambini	Evento prioritario: distribuzione, timbro speciale, mostra dei disegni e laboratori
Novembre	Settimana Nati per Leggere, eventi scolastici e attività nelle biblioteche	Bambini, famiglie, docenti e bibliotecari	Incontri narrativi e distribuzione attraverso biblioteche e scuole
Dicembre	Natale nelle Residenze, mercatini e attività per famiglie	Famiglie e bambini	Stand natalizio, attività creative e promozione del passaporto come regalo educativo

Tabella 4 – Calendario annuale indicativo degli eventi rivolti a bambini, famiglie e scuole nei quali promuovere il Passaporto delle Residenze Reali Sabaude.

7.7 Sistema premiale

Il sistema premiale ha la funzione di rendere visibile la progressione del percorso e incentivare la visita di più Residenze. I premi devono essere prevalentemente educativi, durevoli e coerenti con il progetto, evitando una logica esclusivamente commerciale.

Al raggiungimento di sei timbri, il bambino può ricevere un primo riconoscimento simbolico, come un attestato o un badge da *“Giovane esploratore sabaudo”*.

Al raggiungimento di dodici timbri può essere consegnato un gioco Memory dedicato alle Residenze Reali Sabaude, realizzato utilizzando le illustrazioni vincitrici del concorso. Il gioco prolunga l’esperienza a casa e permette di riconoscere e associare le immagini dei diversi siti. Al raggiungimento di diciotto timbri può essere previsto un piccolo kit creativo, composto da matite, pastelli o un quaderno illustrato collegato al patrimonio sabaudo.

Il completamento delle ventidue tappe dà accesso al riconoscimento finale. Considerata la presenza di gestori differenti, appare più realistico prevedere un Pass Famiglia delle Residenze Sabaude, valido per un periodo definito e subordinato agli accordi con le istituzioni aderenti, anziché promettere automaticamente l’ingresso gratuito illimitato in tutti i siti per un anno. Il premio può comprendere ingressi gratuiti o agevolati, la partecipazione a un evento esclusivo e un attestato di *“Ambasciatore delle Residenze Reali Sabaude”*.

I premi possono essere ritirati presso alcune Residenze individuate come punti di riferimento territoriali, riducendo i costi logistici e garantendo una distribuzione controllata.

Il gioco Memory, il kit creativo, la spilla e gli altri materiali collegati al progetto possono inoltre essere acquistati separatamente negli shop delle Residenze. La vendita non sostituisce il valore simbolico del premio ottenuto attraverso il completamento delle tappe, ma rappresenta una fonte di ricavo accessoria utile a sostenere ristampe, materiali educativi e successive edizioni del progetto.



Figura 9 – Proposta grafica di alcuni premi e materiali collegati al Passaporto delle Residenze Reali Sabaude: gioco Memory, astuccio personalizzato e spille/ distintivi, elaborati a fini illustrativi come esempio del sistema premiale e del merchandising educativo del progetto.

7.8 Durata e sperimentazione

La preparazione del progetto richiede una durata indicativa di dodici mesi. I primi tre mesi sono dedicati agli accordi istituzionali e alla definizione delle linee guida. Nei quattro mesi successivi si svolgono il concorso scolastico e la selezione dei disegni. La fase di rielaborazione grafica, stampa, produzione dei timbri e formazione del personale occupa i successivi cinque mesi.

Dopo il lancio, il programma deve rimanere attivo per almeno tre anni. Un periodo troppo breve non consentirebbe infatti alle famiglie di visitare un sistema composto da ventidue siti distribuiti su un territorio ampio.

La prima edizione può essere considerata una sperimentazione. Al termine del primo anno vengono analizzati il numero di passaporti distribuiti, le Residenze maggiormente visitate, il numero medio di timbri raccolti, i premi consegnati e le valutazioni espresse da scuole e famiglie. I risultati permettono di correggere il funzionamento del programma prima di una sua stabilizzazione.

Fase	Attività principali	Periodo
1. Avvio e coordinamento	Accordi istituzionali, definizione dei partner, nomina del project manager, linee guida del progetto	Mesi 1–3
2. Coinvolgimento delle scuole	Contatti con gli istituti, assegnazione delle Residenze, invio dei materiali, avvio del concorso	Mesi 3–6
3. Selezione degli elaborati	Selezione interna nelle scuole, mini-mostre nelle Residenze, votazione del pubblico	Mesi 6–7
4. Progettazione grafica	Rielaborazione dei disegni, impaginazione del passaporto, definizione dei timbri e dei premi	Mesi 7–9
5. Produzione	Stampa dei passaporti, realizzazione dei timbri, produzione dei materiali premiali	Mesi 9–11
6. Formazione e preparazione	Formazione del personale, predisposizione dei punti di distribuzione e delle procedure	Mesi 10–11
7. Comunicazione e lancio	Campagna promozionale, presentazione pubblica, distribuzione dei passaporti	Mese 12
8. Monitoraggio	Raccolta dei dati, questionari, controllo dei timbri e dei premi distribuiti	Dal lancio al terzo anno

Tabella 5 – Fasi operative del progetto, con le relative attività e tempistiche previste.

7.9 Sviluppi futuri

Una volta consolidato il modello rivolto ai bambini, il progetto può essere ampliato attraverso versioni dedicate ad altri pubblici.

Il Passaporto Young, destinato indicativamente ai ragazzi tra i 12 e i 25 anni, può utilizzare fotografie, contenuti più approfonditi, quiz digitali e itinerari tematici. In questo caso la raccolta può mantenere prevalentemente un valore simbolico, senza necessariamente prevedere premi materiali.

Possono inoltre essere sviluppati un passaporto per turisti, edizioni temporanee collegate a eventi e mostre, itinerari dedicati ai giardini, all'architettura, alla vita di corte o ai mestieri del patrimonio.



Figura 10 – Ipotesi grafica di diverse varianti cromatiche del Passaporto delle Residenze Reali Sabaude.

7.10 Stima dei costi e sostenibilità economico-finanziaria

La tabella seguente riporta una stima analitica dei costi necessari per la realizzazione della prima edizione del Passaporto delle Residenze Reali Sabaude, comprensiva di tutte le fasi previste dal progetto. Le voci sono organizzate per area funzionale e includono un fondo imprevisti pari al 10% del subtotale, a copertura di eventuali aumenti di prezzo, ristampe o costi non preventivati. La tiratura iniziale è fissata a 20.000 copie, dimensione coerente con l'ampiezza del bacino scolastico e familiare piemontese e con la distribuzione capillare prevista nelle Residenze, nelle scuole e negli eventi di promozione.

Voce di costo	Contenuto	Stima indicativa
Coordinamento generale	Project manager part-time per dodici mesi	€ 24.000
Coordinamento educativo	Rapporti con scuole, docenti, educatori museali e predisposizione delle linee guida	€ 10.000
Supporto amministrativo	Contratti, autorizzazioni, gestione del budget e raccolta della documentazione	€ 6.000
Concorso scolastico	Materiali didattici, comunicazioni, incontri introduttivi e assistenza alle scuole	€ 8.000
Mini-mostre nelle Residenze	Stampa degli elaborati, supporti espositivi, targhette, QR code e urne per la votazione	€ 11.000
Progettazione grafica	Identità visiva, impaginazione del passaporto, adattamento dei disegni e file esecutivi	€ 7.000

Revisione dei contenuti	Testi, correzione, traduzione essenziale e verifica delle informazioni	€ 2.000
Galleria digitale	Pagina web, caricamento degli elaborati, QR code e sistema informativo di base	€ 6.000
Stampa dei passaporti	Circa 20.000 copie, formato tascabile, 44–48 pagine a colori e copertina rinforzata	€ 26.000
Timbri delle Residenze	Ventidue timbri personalizzati, tamponi, ricambi e supporti	€ 1.100
Espositori e distribuzione	Espositori da banco, confezionamento e invio dei materiali alle diverse sedi	€ 3.000
Comunicazione	Materiali promozionali, social media, ufficio stampa, fotografie e affissioni essenziali	€ 8.000
Eventi e laboratori	Partecipazione agli eventi prioritari, stand, trasporti e materiali laboratoriali	€ 10.000
Gioco Memory	Prima produzione di circa 500 copie destinate ai premi e agli shop	€ 10.000
Kit creativi	Circa 300 astucci o kit con matite, pastelli e quaderno	€ 1.800
Spille o badge	Circa 1.000 esemplari personalizzati	€ 400
Premio finale	Pass famiglia, ingressi agevolati, attestati ed evento conclusivo	€ 3.000
Formazione del personale	Incontri operativi, materiali e procedure comuni per le sedi aderenti	€ 2.500
Logistica e magazzino	Trasporto, stoccaggio, reintegro dei materiali e distribuzione dei premi	€ 3.000
Monitoraggio	Questionari, raccolta e analisi dei dati, relazione conclusiva	€ 3.000
Subtotale		€ 147.800
Fondo imprevisti, circa 10%	Aumenti dei prezzi, ristampe, sostituzioni e costi non preventivati	€ 13.780
Costo complessivo stimato		€ 161.580

Tabella 6 – Stima analitica dei costi per la prima edizione del Passaporto delle Residenze Reali Sabaude.

Il costo complessivo stimato di 161.580 euro riflette la scelta di avviare il progetto con una tiratura significativa di 20.000 copie, giustificata dalla necessità di raggiungere in modo capillare scuole, famiglie e visitatori sul territorio piemontese. Il costo iniziale del progetto può

quindi essere collocato indicativamente tra 150.000 e 200.000 euro. La voce più rilevante non è costituita dalla stampa del passaporto, ma dal personale necessario per coordinare un sistema complesso composto da ventidue siti, scuole, fornitori e gestori differenti. La dimensione educativa del progetto richiede infatti competenze di coordinamento, mediazione e monitoraggio e non può essere affidata esclusivamente alla produzione materiale del passaporto.

La stima della stampa deve essere verificata mediante preventivi specifici, poiché il prezzo dipende dal formato, dal numero di pagine, dalla carta, dalla rilegatura e dalla tiratura. Come riferimento generale, gli opuscoli a colori presentano costi unitari progressivamente inferiori all'aumentare delle copie, mentre i timbri personalizzati in legno possono avere prezzi indicativi nell'ordine di circa 10–17 euro, ai quali devono essere aggiunti grafica, tamponi e spedizione. Le spille personalizzate, nelle quantità elevate, possono invece scendere sotto cinquanta centesimi per unità.

7.11 Finanziamenti, sponsor e ricavi

La sostenibilità economico-finanziaria del progetto dovrebbe basarsi su un modello misto, costruito a partire dagli stakeholder già individuati. Poiché il Passaporto genera benefici educativi e culturali diffusi, la quota principale del budget dovrebbe essere sostenuta da soggetti pubblici e fondazioni, mentre sponsor tecnici e ricavi propri avrebbero una funzione integrativa.

Stakeholder	Possibile contributo	Tipologia
Ministero della Cultura	Contributo per valorizzazione, accessibilità e partecipazione al patrimonio	Finanziamento pubblico
Regione Piemonte	Cofinanziamento del progetto, comunicazione territoriale e sostegno alla rete delle Residenze	Finanziamento pubblico
Città Metropolitana di Torino e Comuni interessati	Risorse economiche, concessione di spazi, supporto agli eventi e coinvolgimento delle scuole	Finanziamento pubblico e contributi in natura
Enti gestori delle Residenze	Personale, spazi per le mini-mostre, distribuzione dei passaporti, timbri e monitoraggio	Cofinanziamento e contributi in natura
Fondazione Compagnia di San Paolo	Sostegno alle attività culturali, educative, territoriali e di audience development	Contributo privato
Fondazione CRT	Finanziamento delle attività educative, della comunicazione e della produzione dei materiali	Contributo privato
Fondazione 1563 per l'Arte e la Cultura	Supporto scientifico, storico e culturale, con particolare riferimento al patrimonio sabauda	Contributo economico o partnership culturale
Accademia Albertina, Università di Torino e istituzioni formative	Rielaborazione grafica, tirocini, ricerca, valutazione e coinvolgimento degli studenti	Partnership tecnica e contributo in natura

Tabella 7 – Stakeholder coinvolti nella sostenibilità economico-finanziaria.

La quota pubblica potrebbe essere composta da contributi della Regione Piemonte, dei Comuni coinvolti, del Ministero della Cultura e degli enti gestori delle Residenze.

Il finanziamento pubblico è coerente con la finalità del progetto, che mira ad ampliare l'accesso al patrimonio e a costruire una relazione continuativa tra le Residenze, le scuole e le famiglie. Per evitare barriere economiche, il passaporto dovrebbe essere distribuito gratuitamente oppure proposto a un prezzo simbolico.

Le fondazioni bancarie e culturali rappresentano gli interlocutori privati più rilevanti. La Fondazione Compagnia di San Paolo e la Fondazione CRT potrebbero sostenere il coordinamento, la produzione dei materiali, le attività educative e il monitoraggio. La Fondazione 1563 potrebbe invece offrire un contributo maggiormente collegato alla ricerca storica, ai contenuti culturali e alla valorizzazione dell'identità sabauda.

Una parte significativa dei costi potrebbe essere ridotta attraverso sponsor tecnici. Una tipografia o un produttore di carta potrebbe coprire integralmente o parzialmente la stampa delle 20.000 copie; aziende di materiali artistici potrebbero fornire i kit creativi; imprese tecnologiche potrebbero sviluppare la galleria digitale e il sistema dei QR code; operatori logistici potrebbero sostenere la distribuzione dei passaporti e dei premi. In questi casi il contributo non sarebbe necessariamente monetario, ma consisterebbe nella fornitura gratuita o agevolata di beni e servizi.

I ricavi propri deriverebbero principalmente dalla vendita negli shop del gioco Memory, degli astucci, delle spille e delle ulteriori versioni del passaporto. Potrebbero aggiungersi laboratori speciali a pagamento, edizioni limitate, donazioni e campagne di raccolta fondi. Tali entrate non sarebbero sufficienti a finanziare autonomamente il progetto, ma potrebbero sostenere le ristampe, il reintegro dei premi e le attività di comunicazione.

Su un budget iniziale stimato in circa 200.000 euro, una possibile struttura di copertura potrebbe essere la seguente:

Fonte	Percentuale	Importo indicativo
Finanziamenti pubblici	50%	€ 100.000
Fondazioni e sponsor privati in denaro	25%	€ 50.000
Sponsorizzazioni tecniche in natura	15%	€ 30.000
Ricavi propri, vendite negli shop e donazioni	10%	€ 20.000
Totale	100%	€ 200.000

Tabella 8 – Ipotesi di copertura del budget iniziale del progetto, articolata per fonte di finanziamento.

Negli anni successivi il fabbisogno economico dovrebbe diminuire, poiché non sarebbe necessario ripetere integralmente la progettazione grafica, la produzione dei timbri e lo sviluppo iniziale della piattaforma digitale. Resterebbero i costi di coordinamento, ristampa, comunicazione, distribuzione dei premi, manutenzione e monitoraggio, stimabili indicativamente tra 45.000 e 65.000 euro all'anno. La vendita dei prodotti negli shop e il rinnovo periodico delle sponsorizzazioni potrebbero coprire una quota crescente di tali costi, senza sostituire completamente il sostegno pubblico e filantropico.

7.12 Sperimentazione pilota a risorse ridotte

Qualora non fossero inizialmente disponibili le risorse necessarie alla produzione e distribuzione del passaporto completo, il progetto può essere avviato attraverso una sperimentazione a basso costo rivolta alle classi che hanno già prenotato una visita scolastica. Nelle settimane precedenti alla visita, la Residenza invia all'insegnante un kit digitale composto da una lettera di presentazione, istruzioni operative, una sagoma stampabile del passaporto, una scheda dedicata al sito e alcune attività preparatorie.

Gli alunni costruiscono autonomamente in classe il proprio quaderno-passaporto utilizzando fogli, cartoncino, colori e materiali già disponibili. Durante la visita ricevono il timbro ufficiale della Residenza e possono continuare la raccolta in occasione di successive visite scolastiche o familiari.

Questa modalità riduce i costi di stampa e distribuzione, ma conserva gli elementi essenziali del progetto, preparazione della visita, partecipazione attiva, oggetto materiale, raccolta progressiva e collegamento tra scuola, famiglia e museo.

La sperimentazione permette inoltre di testare il funzionamento dei timbri, il grado di interesse dei bambini, la comprensione delle istruzioni e la disponibilità delle famiglie a visitare altre Residenze. I risultati possono essere utilizzati per sostenere una successiva richiesta di finanziamento destinata alla realizzazione del passaporto completo.

Bibliografia

Borrione, P., Friel, M. and Segre, G. (2021) 'Kids, today we're going to the museum! Discriminating factors in museum visiting for families with children in Italy', *International Journal of Arts Management*, 23(3), pp. 21–31.

Botts, N. and Palmer, K. (2019) 'Musical adventures: Extending the museum through interdisciplinary educational programming and tangible takeaways', *Curator: The Museum Journal*, 62(3), pp. 461–477. doi:10.1111/cura.12331.

Camera di commercio di Cuneo (2025) *Rapporto Cuneo 2025: L'economia reale dal punto di osservazione della Camera di commercio di Cuneo*. Cuneo: Camera di commercio di Cuneo. Available at: <https://www.cn.camcom.it/sites/default/files/uploads/documents/RapportoCuneo/RapportoCuneo2025/Rapporto%20Cuneo%202025%20per%20sito.pdf> (Accessed: 4 June 2026).

Falk, J. H. (2009) *Identity and the Museum Visitor Experience*. Walnut Creek, CA: Left Coast Press.

Fosnot, C. T. (ed.) (2005) *Constructivism: Theory, Perspectives, and Practice*. New York, NY: Teachers College Press.

IRES Piemonte (2025) *Piemonte economico sociale 2025. Relazione annuale 2025*. Torino: IRES Piemonte. Available at: <https://www.ires.piemonte.it/relazione2025/RelazioneAnnuale2025.pdf> (Accessed: 4 June 2026).

McRaine, L. and Russick, J. (2010) 'Introduction', in McRaine, L. and Russick, J. (eds.) *Connecting Kids to History with Museum Exhibitions*. Walnut Creek, CA: Left Coast Press, pp. 21–30.

Munley, M. E. and Roberts, R. (2006) 'Are museum educators still necessary?', *Journal of Museum Education*, 31(1), pp. 29–40.

Openpolis and Con i Bambini (2022) 'L'importanza dell'offerta culturale del territorio per bambini e famiglie', *Osservatorio #Conibambini*, 20 September. Available at: <https://www.openpolis.it/limportanza-dellofferta-culturale-del-territorio-per-bambini-e-famiglie/> (Accessed: 3 June 2026).

Osservatorio Culturale del Piemonte (2025) *La cultura in Piemonte. Relazione annuale 2024/2025*. Torino: IRES Piemonte. Available at: https://www.ires.piemonte.it/pubblicazioni_ires/Relazione_Annuale_OCP_2024-2025.pdf (Accessed: 3 June 2026).

Vannoni, F. (2025) *Le caratteristiche demografiche, economiche e sociali delle aree sub-comunali del Comune di Torino*. Torino: Istat. Available at: https://www.istat.it/wp-content/uploads/2025/06/Workshop_Torino_02luglio2025_Vannoni.pdf (Accessed: 4 June 2026).

Váradi, J. and Józsa, G. (2023) 'Factors affecting attendance of and attitudes towards artistic events among primary school children', *Social Sciences*, 12(7), 404.
doi:10.3390/socsci12070404.

Sitografia

<https://www.openpolis.it/i-divari-nellofferta-di-musei-in-italia/>

<https://www.openpolis.it/limportanza-dellofferta-culturale-del-territorio-per-bambini-e-famiglie/>

<https://www.openpolis.it/perche-e-importante-che-i-musei-siano-accessibili-per-i-bambini/>

<https://www.visitpiemonte.com/>

<https://urbanlactorino.it/>

<https://www.guug.it/stampa-digitale/opuscoli-personalizzati?.com>

<https://www.gadget365.it/spille-personalizzate-maxi-4you.com>

Benchmark

<https://www.naticonlacultura.it/passaporto-culturale/>

<https://www.dolomiti.it/it/passi-e-montagne/passaporto-delle-dolomiti>

<https://www.peoriariverfrontmuseum.org/plan-your-visit/achievement-passport>

<https://www.portsmouthmusicshub.org/arts-culture-passport#>

<https://visit.museum.wa.gov.au/boolabardip/wild-about-drawing>

<https://www.unesco.org/creativity/en/policy-monitoring-platform/cultural-passport-programme>

<https://www.sepulkralmuseum.de/EN/museum/education-mediation/school-education>

<https://denhaag.com/en/kids-passport>