



Guida pratica per le richieste di contributi d'esercizio in favore di musei e collezioni

Con i contributi d'esercizio a musei e collezioni di terzi (qui di seguito «musei») la Confederazione sostiene **musei d'importanza nazionale**. Tali contributi servono a finanziare varie misure per la salvaguardia, la conservazione e la diffusione del patrimonio culturale.

La presente **guida** fornisce le informazioni necessarie per la compilazione del modulo elettronico per la richiesta di contributi d'esercizio in favore di musei per il periodo 2023–2026.

I. Informazioni generali

Basi giuridiche

Il sostegno di musei mediante contributi d'esercizio avviene in virtù dell'articolo 10 della legge dell'11 dicembre 2009 sulla promozione della cultura (LPCu; RS 442.1) e dell'ordinanza del DFI concernente il regime di promozione in favore dei musei, delle collezioni e delle reti di terzi ai fini della salvaguardia del patrimonio culturale (regime di promozione DFI; RS 442.121.1).

Link: [Legge sulla promozione della cultura](#)
[Regime di promozione DFI](#)

Procedura di presentazione delle richieste

L'erogazione degli aiuti finanziari avviene **dietro richiesta**. Non sussiste alcun diritto a un sostegno. Le richieste di contributi d'esercizio per il **periodo 2023–2026** possono essere presentate elettronicamente tra il **1° agosto 2020 e il 15 ottobre 2020** (mezzanotte) mediante la [Piattaforma per i contributi di sostegno dell'UFC](#).

Servizio di autoregistrazione

Per partecipare al bando di concorso è necessario richiedere i dati d'accesso presso il servizio di autoregistrazione sulla piattaforma per i contributi di sostegno. Il museo ottiene così un account personale che gli permette di consultare in ogni momento lo stato della richiesta corrente e delle richieste presentate in precedenza.

In caso di domande: Helpdesk UFC, helpdesk@bak.admin.ch, tel. +41 58 463 24 24, (dal lunedì al venerdì, 9.00–11.00 e 14.00–16.00).

Modulo online

Una volta compilati tutti i campi obbligatori del modulo sulla piattaforma per i contributi di sostegno è possibile salvare provvisoriamente la richiesta e i propri dati cliccando su «Salvare e avanti». In questo modo tutti i dati vengono registrati ma non inoltrati ed è possibile modificarli in un secondo tempo. I campi obbligatori sono contrassegnati con un asterisco (*).

Attenzione: per inoltrare la richiesta in via definitiva all'UFC ai fini dell'elaborazione e della valutazione formale occorre cliccare su «Concludere e inoltrare». Non è necessario caricare altri documenti oltre a quelli indicati come «Allegati obbligatori» (in formato PDF). Una versione cartacea firmata del modulo di richiesta deve essere trasmessa per posta all'UFC (Ufficio federale della cultura, sezione Musei e collezioni, Hallwylstrasse 15, 3003 Berna).

Indicazioni generali

Le richieste devono contenere tutte le informazioni e gli allegati necessari per documentare l'adempimento dei requisiti e dei criteri di promozione richiesti. Non sono previsti colloqui o ricerche a titolo integrativo.

La selezione avviene esclusivamente sulla base del modulo di richiesta debitamente compilato e degli allegati, presentati entro il termine previsto. L'UFC può effettuare verifiche a campione delle indicazioni fornite.

L'UFC decide circa l'erogazione degli aiuti finanziari sulla base dei requisiti stabiliti dal regime di promozione DFI. Per la valutazione specialistica delle richieste può farsi coadiuvare da esperti.

L'UFC comunica la sua decisione al più tardi alla fine di giugno 2021.

II. Informazioni concernenti la presentazione delle richieste sulla piattaforma per i contributi di sostegno

Informazioni sul museo (1/8)

- **Forma giuridica:** indicare la forma giuridica del museo (p. es. fondazione, associazione, cooperativa, S.r.l., SA ecc., ev. in base al registro di commercio); nel caso di istituzioni di diritto pubblico fornire la denominazione ufficiale del museo e la sua collocazione organizzativa (organigramma).
→ Un documento comprovante la forma giuridica del museo (estratto del registro di commercio, atto di fondazione, statuto, base legale ecc.) e l'organigramma devono essere allegati alla richiesta in formato PDF.
- **Persona di contatto del museo per domande da parte dell'UFC:** dati della persona responsabile dell'inoltro della richiesta.

Finanziamento (2/8)

- **Contributi d'esercizio richiesti:** devono ammontare almeno a 150 000 franchi all'anno e al massimo al 30 per cento delle spese annuali complessive del museo.
- **Piano finanziario:** obbligatorio per il 2022 e 2023; per gli anni 2024–2026 almeno in forma di previsione generale.
→ Il piano finanziario del museo per gli anni 2022 e 2023 deve essere allegato alla richiesta in formato PDF.
- **Impegno vincolante di finanziamento da parte dei poteri pubblici cantonali o comunali:** p. es. in forma di decisione, di contratto di prestazioni o di dichiarazione d'intenti vincolante da parte dei governi cantonali o comunali (p.es. lettera d'intenti) per gli anni dal 2023 al 2026; in caso di finanziamenti da parte di più Comuni o Cantoni, è sufficiente indicare l'importo complessivo. Beni e servizi (p.es. rinuncia a riscuotere pigioni) non possono essere computati come impegno di finanziamento
→ I documenti comprovanti l'impegno di finanziamento da parte dei poteri pubblici per gli anni 2023–2026 devono essere allegati alla richiesta in formato PDF.

Adempimento dei requisiti di promozione (3/8)

- **Helvetica:** beni culturali che hanno uno stretto legame con la Svizzera di oggi, per esempio beni culturali prodotti o rinvenuti in Svizzera, beni culturali creati da o realizzati con persone di nazionalità svizzera o strettamente legate alla Svizzera.
- **Strategia collezionistica:** catalogo degli obiettivi e delle strategie e misure che ne derivano per l'attuazione di un'attività collezionistica e museale efficiente e capillare (cfr. *Norme e standard – Raccomandazioni dell'AMS 2011*); la strategia collezionistica può anche essere contenuta nella strategia museale generale, a condizione che le indicazioni relative all'attività collezionistica siano chiaramente rilevabili.
→La strategia collezionistica deve essere allegata alla richiesta in formato PDF.
- **Strategia gestionale:** regola il funzionamento del museo sotto il profilo della gestione; può anche essere contenuta nella strategia museale generale, a condizione che le indicazioni relative all'attività gestionale siano chiaramente rilevabili.
→La strategia gestionale deve essere allegata alla richiesta in formato PDF.
- **Senza scopo di lucro:** l'attività è al servizio del bene comune e non persegue di norma finalità economiche.
- **Permanente:** i musei che non sono istituiti permanentemente non soddisfanno i requisiti per ottenere un contributo d'esercizio dell'UFC.
- **Aperto al pubblico:** i musei che non sono aperti al pubblico non soddisfanno i requisiti per ottenere un contributo d'esercizio dell'UFC.
- **Riconoscimento del Codice etico del 4 novembre 1986 del Consiglio internazionale dei musei (ICOM):** i musei che non riconoscono il [Codice etico](#) non soddisfanno i requisiti per ottenere un contributo d'esercizio dell'UFC.
- **Riconoscimento dei Principi della Conferenza di Washington del 3 dicembre 1998 applicabili alle opere d'arte confiscate dai nazisti:** i musei che non riconoscono i [principi di Washington](#) non soddisfanno i requisiti per ottenere un contributo d'esercizio dell'UFC.

Criterio di promozione 1: Irradiazione e qualità del museo (4/8)

L'irradiazione e la qualità del museo si misurano sulla base delle cooperazioni a livello nazionale e internazionale, del numero di ingressi, dei contenuti proposti online, delle pubblicazioni scientifiche e dell'interesse mediatico. La valutazione avviene sulla base delle indicazioni fornite e dei documenti presentati.

- **Cooperazione nazionale e internazionale:** cooperazione con altri musei e istituzioni in Svizzera e all'estero. La valutazione della cooperazione avviene in base a quantità, qualità e distribuzione linguistica e geografica. La semplice qualità di socio o membro non è considerata una cooperazione.
→ La panoramica delle cooperazioni del museo a livello nazionale e internazionale negli anni 2018 e 2019 (con spiegazione dell'importanza di tali cooperazioni) deve essere allegata alla richiesta in formato PDF.
- **Numero di entrate:** indicazione del numero di entrate nel museo per gli anni 2018 e 2019, calcolate in base alle direttive dell'Ufficio federale di statistica valide per la [Statistica svizzera dei musei](#).
- **Proposte online:** informazioni sul museo e le sue attività diffuse attraverso Internet (pagine Internet, social media, collezione online e simili). La valutazione dei contenuti proposti online è basata su criteri relativi a qualità, varietà, attualità, interattività e facilità d'uso.

→ La panoramica delle proposte online del museo negli anni 2018 e 2019 (con indicazioni relative ai contenuti, come post, screenshot ecc., alla qualità, all'attualità, all'interattività, alla facilità d'uso e alle dimensioni di tali proposte) deve essere allegata alla richiesta in formato PDF.

- **Pubblicazioni scientifiche:** ricerche scientifiche scritte pubblicate da una casa editrice. Vi rientrano documenti in formato sia cartaceo sia elettronico (saggi, articoli in riviste specializzate, cataloghi di mostre, pubblicazioni per occasioni particolari). La valutazione delle pubblicazioni scientifiche è svolta sulla base di qualità, quantità, legami e collegamenti istituzionali, revisioni paritarie, rilevanza per il mondo scientifico e distribuzione geografica. Volantini, opuscoli e manifesti non sono considerati pubblicazioni scientifiche.

→ La panoramica delle pubblicazioni scientifiche del museo negli anni 2018 e 2019 (con spiegazione dell'importanza di tali pubblicazioni) deve essere allegata alla richiesta in formato PDF.

- **Interesse mediatico:** rassegna dei contributi sul museo apparsi nei media negli anni 2018 e 2019. Per «media» s'intendono mezzi di comunicazione diffusi pubblicamente, in formato cartaceo (giornali e riviste) o audiovisivo (televisione, radio e film). La valutazione dell'interesse mediatico è svolta sulla base di qualità, quantità e distribuzione geografica (nazionale / internazionale).

→ La rassegna dei contributi sul museo apparsi nei media negli anni 2018 e 2019 deve essere allegata alla richiesta in formato PDF.

Criterio di promozione 2: Importanza della collezione (5/8)

L'importanza della collezione si misura in base alla sua unicità, al suo volume e al suo valore culturale per la Svizzera. La valutazione avviene sulla base delle indicazioni fornite e dei documenti presentati.

- Il **proprietario** di una cosa ne può disporre liberamente entro i limiti dell'ordine giuridico (art. 641 CC; RS 210), mentre è possessore di una cosa colui che la tiene effettivamente in suo potere (art. 919 CC). Un museo in qualità di prestatario di beni culturali è di conseguenza considerato possessore e non proprietario dei beni culturali.
- L'**unicità** e il **valore culturale per la Svizzera** che la collezione rappresenta sono il risultato dell'impostazione tematica e della composizione del fondo della collezione.

→ La descrizione dell'importanza della collezione del museo (con indicazioni riguardanti il rapporto di proprietà, l'unicità, le dimensioni e il valore culturale della collezione per la Svizzera) deve essere allegata alla richiesta in formato PDF.

Criterio di promozione 3: Importanza del lavoro di mediazione (6/8)

Per **lavoro di mediazione** del museo s'intendono attività di mediazione come visite guidate, manifestazioni, formati partecipativi, progetti co-costruttivi, atelier, workshop o simili. Le attività di mediazione svolte attraverso i canali Internet (social media, collezioni online ecc.) rientrano invece nella voce «proposte online» del criterio di promozione 1.

L'**importanza** del lavoro di mediazione si misura in base alla portata, alla qualità, alla diversità e all'innovatività delle attività di mediazione. La valutazione avviene sulla base delle indicazioni fornite e dei documenti presentati.

→ La descrizione dell'attività di mediazione negli anni 2018 e 2019 deve essere allegata alla richiesta in formato PDF. La descrizione deve contenere dati su portata, lingue, qualità, diversità e innovazione.

- **Strategia di mediazione:** catalogo degli obiettivi e delle strategie e misure che ne derivano per l'attività di mediazione del museo; la strategia di mediazione può anche essere contenuta

nella strategia museale generale, a condizione che le dovute indicazioni per il lavoro di mediazione (dimensioni incluse le lingue, la qualità, la diversità e l'innovatività dell'offerta) siano chiaramente rilevabili.

→ La descrizione dell'attività di mediazione del museo negli anni 2018 e 2019 (con indicazioni su portata, lingue, qualità, diversità e innovatività dell'offerta di mediazione) deve essere allegata alla richiesta in formato PDF.

- **Informazioni di base:** informazioni essenziali sul museo e sulla sua attività.
- **Portata del lavoro di mediazione:** indicazione del numero di attività di mediazione del museo negli anni 2018 e 2019 (per le attività di mediazione qui rilevanti cfr. la spiegazione del concetto di «lavoro di mediazione» riportata sopra).
- **Varietà del lavoro di mediazione:** misurata in particolare in base al numero di attività di mediazione diverse fra loro e alla varietà del pubblico raggiunto.
- **Innovatività del lavoro di mediazione:** misurata in particolare sulla base dell'unicità, dello sviluppo e dell'adozione di nuovi formati di mediazione. Un lavoro di mediazione innovativo contribuisce inoltre anche alla valorizzazione della collezione.

Coordinate bancarie (7/8)

- Inserire le coordinate bancarie del museo richiedente.

Osservazioni complementari (8/8)

- È possibile inserire osservazioni complementari nel campo apposito.

Elenco di controllo degli allegati richiesti

1. Documento comprovante la natura giuridica del museo (estratto del registro di commercio, atto di fondazione, statuto, base legale ecc.)
2. Organigramma del museo
3. Rapporti annuali 2018 e 2019 completi di conto annuale
4. Piano finanziario del museo per gli anni 2022 e 2023
5. Documento/i comprovante/i l'impegno di finanziamento da parte dei poteri pubblici cantonali / comunali per gli anni 2023–2026
6. Strategia collezionistica, gestionale e di mediazione (è possibile anche riunirle in un unico documento, p. es. nella strategia museale, a condizione di fornire tutte le indicazioni necessarie)
7. Panoramica delle cooperazioni del museo a livello nazionale negli anni 2018 e 2019 (con spiegazione dell'importanza di tali cooperazioni)
8. Panoramica delle cooperazioni del museo a livello internazionale negli anni 2018 e 2019 (con spiegazione dell'importanza di tali cooperazioni)
9. Panoramica delle proposte online del museo negli anni 2018 e 2019 (con indicazioni relative ai contenuti, come post, screenshot ecc., alla qualità, all'attualità, all'interattività, alla facilità d'uso e alle dimensioni di tali proposte)
10. Panoramica delle pubblicazioni scientifiche del museo negli anni 2018 e 2019 (con spiegazione dell'importanza di tali pubblicazioni)

11. Rassegna dei contributi sul museo apparsi nei media negli anni 2018 e 2019
12. Descrizione dell'importanza della collezione del museo (con indicazioni riguardanti il rapporto di proprietà, l'unicità, le dimensioni e il valore culturale della collezione per la Svizzera)
13. Descrizione dell'attività di mediazione del museo negli anni 2018 e 2019 (con indicazioni su portata, lingue, qualità, diversità e innovatività dell'offerta di mediazione)