

# Indice

<b>1</b>	LETTERA DEL PRESIDENTE	7	<b>6</b>	I VISITATORI	77
<b>2</b>	MUBA - MUSEO DEI BAMBINI MILANO	11	<b>7</b>	LE PERSONE	83
<b>3</b>	IL CONTESTO E GLI STAKEHOLDER	17	<b>8</b>	COMUNICAZIONE	87
<b>4</b>	IL 2018 IN CIFRE / I NUMERI DI MUBA	21		<b>a.</b> I canali di comunicazione (media, sito web e social)	88
<b>5</b>	I PROGETTI	27		<b>b.</b> Riscontro mediatico / I numeri della comunicazione	98
	<b>a.</b> La mostra-gioco COLORE	30		<b>c.</b> Headlines	100
	> a.I. La mostra		<b>9</b>	LA RACCOLTA FONDI	103
	> a.II. Le formazioni			<b>a.</b> Partnership	106
	<b>b.</b> Il centro permanente REMIDA Milano	36		> a.I. FILA Giotto	
	> b.I. Progetto REMIDA			> a.II. Nestlè Vera	
	> b.II. Remida per i più piccoli			<b>b.</b> Amici del MUBA	112
	> b.III. Le formazioni			<b>c.</b> Bandi	116
	> b.IV. REMIDA Day			> c.I. Fondazione Cariplo	
	<b>c.</b> Di tutti i colori	44		> c.II. Europa Creativa	
	<b>d.</b> I campus	48		> c.III. Servizio Civile	122
	> d.I. Giornate/settimane		<b>10</b>	IL BILANCIO DI ATTIVITÀ	127
	> d.II. partecipanti				
	<b>e.</b> Le collaborazioni	54			
	> e.I. Didolab				
	> e.II. H2Otto				
	> e.III. Impariamo a fare il pane				
	> e.IV. Quanto costano i desideri				
	<b>f.</b> Iniziative speciali	62			
	> f.I. Il Cappellaio matto				
	> f.II. MuseoCity				
	> f.III. Centopassi per volare				
	> f.IV. Ubuntu				
	> f.V. Milano Montagna Festival				
	> f.VI. Notte al Museo - Halloween				
	> f.VII. Book City				
	> f.VIII. Lilopera				
	> f.IX. PrimaDiffusa				

# Lettera del presidente



# 1 | Lettera del presidente

---

Per la prima volta dalla sua apertura alla Rotonda della Besana nel gennaio 2014, MUBA - Museo dei Bambini Milano ha deciso di presentare un Annual Report; un prezioso strumento che vogliamo adottare per raccontarci e per rendicontare i nostri numeri e tutte le attività che svolgiamo e proponiamo nel corso dell'anno. L'Annual Report rappresenta anche un'occasione per garantire la trasparenza dovuta a chi ha deciso di darci fiducia, sostenendoci nel tempo, o a chi per curiosità personale desidera avere maggiori informazioni sulla gestione del museo. Non da ultimo, questo documento serve a dare corretta evidenza della sostenibilità delle nostre attività.

Il primo Annual Report riguarda il 2018, un anno significativo per il consolidamento del ruolo di MUBA quale divulgatore di progetti culturali dedicati all'infanzia e attore fondamentale all'interno del panorama culturale milanese con una proposta di valore frutto di un attento lavoro di ricerca e qualità, che ha visto come due pilastri la mostra-gioco Colore e il centro permanente REMIDA Milano. Nel corso dell'anno abbiamo implementato e ampliato le attività rivolte a fasce di pubblico differenti dal nostro core target (2-6 anni), proseguendo con il progetto "Liceo al Museo", vincendo un bando del programma Europa Creativa dell'Unione Europea per sviluppare un progetto di educazione sentimentale dedicato ai preadolescenti (dai 9 ai 12 anni), proponendo corsi di formazione per insegnanti e potenziando le conferenze monografiche che riscontrano la partecipazione di un pubblico adulto caratterizzato da una forte trasversalità di interessi. MUBA continua a proporsi inoltre come museo aperto alla città, partecipe delle iniziative cittadine proposte dal Comune di Milano come MuseoCity, PianoCity e BookCity e sede della PrimaDiffusa in occasione della Prima scaligera a dicembre.

L'Annual Report fornisce inoltre una visione chiara della gestione del MUBA, complessa e articolata, sostenuta dall'impegno e dalla passione delle persone che ci lavorano

e dalla fiducia e la visione innovativa di alcune aziende e realtà imprenditoriali che hanno deciso di accompagnarci nel tempo.

Concludo con alcuni doverosi ringraziamenti: grazie a tutto il team di MUBA che con grande entusiasmo rende la visita al museo un'esperienza significativa e un tempo di qualità per tutti i nostri visitatori; grazie ai nostri partner, sponsor e sostenitori che credono nella bontà del nostro progetto e ci danno un aiuto prezioso; e infine un grazie a tutto il pubblico, affezionato e appassionato, che partecipa alle attività proposte con grande attenzione e ci da ogni giorni stimoli per fare di più e per farlo meglio.

Buona lettura!

*Elena Dondina*  
Presidente Fondazione MUBA



**MUBA**  
**Museo dei**  
**Bambini Milano**



## 2 | MUBA - Museo dei Bambini Milano

---

MUBA - Museo dei Bambini Milano, centro per lo sviluppo e la diffusione di progetti culturali dedicati all'infanzia, propone, con un costante lavoro di ricerca e qualità, iniziative culturali sviluppate secondo specifici criteri pedagogici che intendono promuovere nei bambini uno sguardo aperto sul mondo, favorirne e incoraggiarne il pensiero creativo, preparandoli ad interagire con una società che richiede e manifesta sempre maggiori atteggiamenti responsabili.

MUBA ha trovato sede nel gennaio 2014 presso la Rotonda di via Besana vincendo un bando pubblico indetto dal Comune di Milano per la gestione di uno spazio dedicato ai bambini e ragazzi.

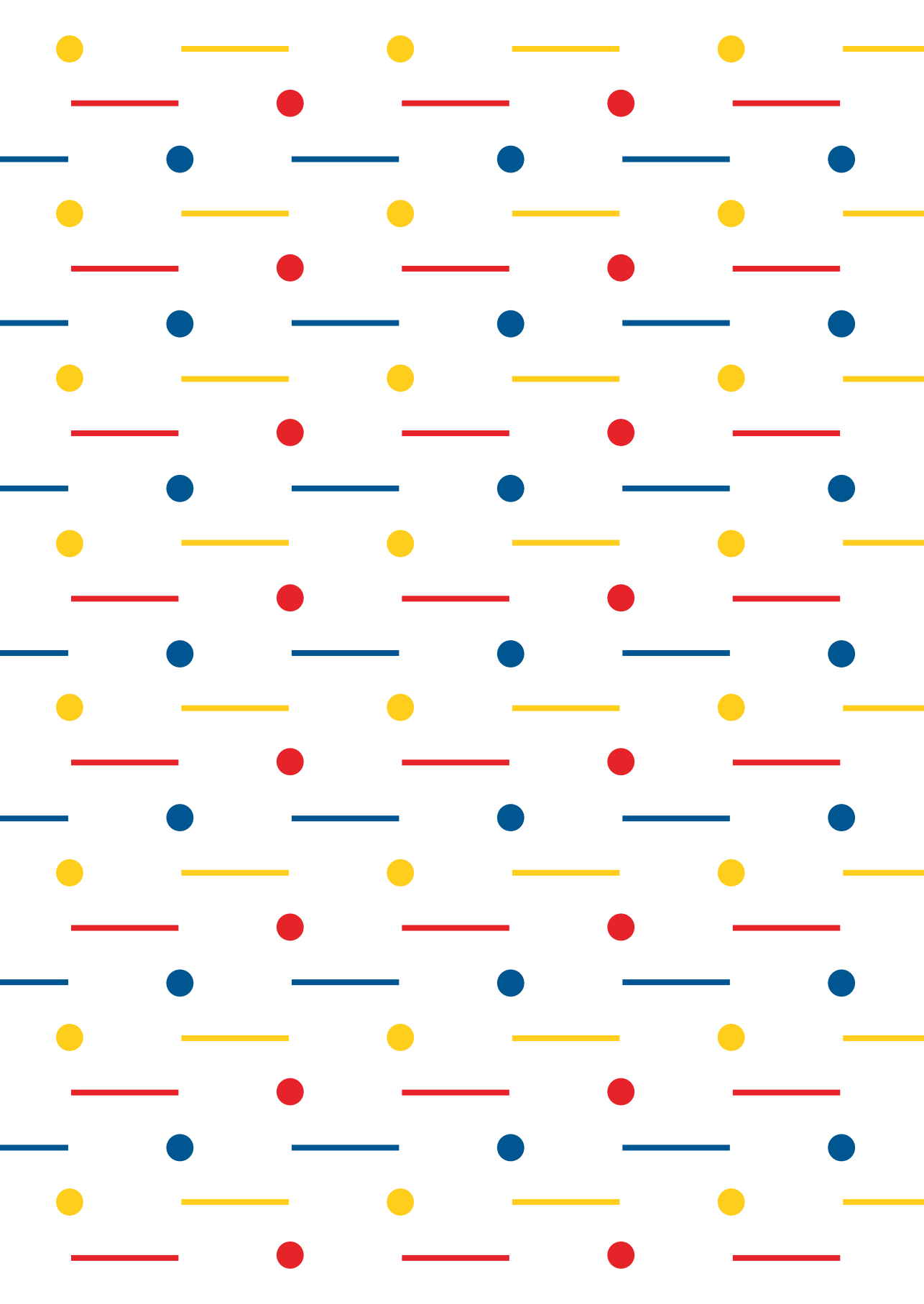
Il Museo in questi anni si è posizionato come una delle realtà più innovative del panorama culturale Milanese, sia per il pubblico a cui si rivolge sia per il tipo di attività che propone. Da quando ha inaugurato la sua sede, MUBA si è rapidamente imposto quale nuovo modello e centro permanente per le famiglie e per le scuole capace di coniugare creatività, cultura ed educazione.

Attraverso i progetti proposti MUBA ha creato, negli anni, sinergie e collaborazioni con le più importanti istituzioni cittadine e con diversi partner privati che hanno scelto di sostenere il progetto culturale, riconoscendone il valore. MUBA è specialista nella progettazione e produzione di grandi mostre-gioco tematiche per bambini, ognuna dedicata ad un tema differente ma sempre attuale.

*“Giocare, fare, pensare, crescere”*  
è ciò che guida MUBA quotidianamente nella costruzione e nella progettazione delle attività. I bambini sperimentano, conoscono e imparano attraverso il gioco e l'esperienza diretta, ma oltre ad essere un centro culturale che incoraggia il pensiero creativo dei bambini, MUBA si rivolge a tutte le fasce di età proponendo iniziative culturali diversificate tra cui visite dedicate proposte a licei e università, corsi di formazione per insegnanti, educatori e operatori culturali e cicli di conferenze che trattino tematiche inerenti al soggetto delle mostre-gioco temporanee in calendario.







# Il contesto e gli stakeholder



### 3 | Il contesto e gli stakeholder

MUBA ha svolto e svolge periodicamente approfondite ricerche e analisi per conoscere a pieno la realtà territoriale su cui insiste e meglio comprendere le richieste e le necessità del territorio con lo scopo di offrire una proposta all'altezza delle aspettative, garantire un servizio rispondente ai reali bisogni e, non da ultimo, fidelizzare il proprio pubblico.

#### LE INDAGINI PERIODICHE PRENDONO IN CONSIDERAZIONE:

- l'area di riferimento del Museo e i relativi numeri della popolazione;
- i dati relativi alla modalità di spesa e alla fruizione di attività culturali;
- servizi offerti da competitors/istituzioni paragonabili alla realtà di MUBA.

L'**area di riferimento** di MUBA è il Municipio di Zona 1 di Milano: un'area che conta circa 97.000 abitanti, di cui 13.300 sono bambini di età inferiore ai 14 anni. La Rotonda della Besana, sede del Museo, si trova però al limitare del Municipio di Zona 1, è, pertanto, verosimile considerare nell'analisi del territorio anche i dati relativi al Municipio di Zona 4 che conta circa 160.000 abitanti (159.750, dati aggiornati al 31 dicembre 2017), di cui 20.870 sono bambini di età inferiore ai 14 anni.

Inoltre, secondo le statistiche del Comune di Milano, che dividono la popolazione per fasce d'età, a Milano ci sono in totale 175.337 **bambini che hanno un'età compresa tra i 12 mesi e i 12 anni**, target primario di riferimento di MUBA, e che rappresentano **circa l'11% della popolazione cittadina**.

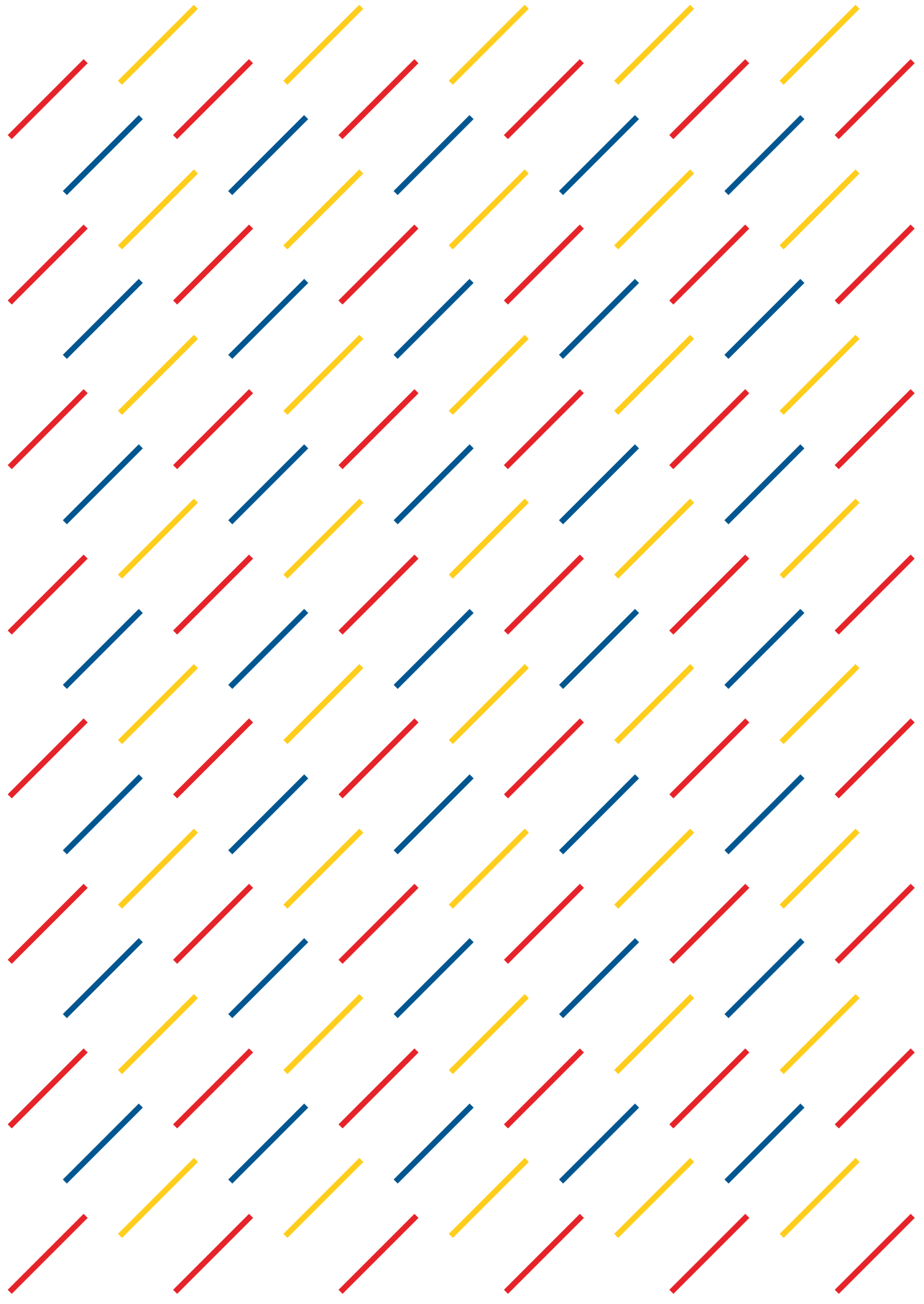
Secondo i dati raccolti dall'ISTAT nel 2017, in Lombardia risiedono oltre 10.000.000 di persone (10.036.258, dato aggiornato al 31 dicembre 2017), di cui 1.113.685 hanno un'età inferiore ai 12 anni confermando, **anche a livello regionale, il rapporto del 11%**.

Per quanto concerne la **fruizione di attività culturali**, la Lombardia risulta essere quinta per numero di visitatori di Musei - dopo Lazio, Campania, Toscana e Piemonte - con 1.850.605 visitatori, in crescita dell'1,1% rispetto all'anno precedente. Analizzando però le quote di fruizione di centri o spettacoli culturali da parte dei bambini di 6 anni, e confrontando la popolazione lombarda e italiana, il tasso di partecipazione in Lombardia è sistematicamente superiore, per tutti i luoghi e tutti i generi di spettacolo indagati. Anche il dato della spesa media delle famiglie dedicata a "ricreazione, spettacoli e cultura" è incoraggiante perché la Lombardia si posiziona seconda dopo il Trentino-Alto Adige.

L'analisi dei servizi offerti dai *competitor* e dei *comparable* conferma la completezza dell'offerta culturale di MUBA che propone tutte le attività richieste dal target di riferimento (attività *core*, attività specifiche e continuative per la fascia 0-6 anni, campus, feste di compleanno, eventi notturni) e la validità dei servizi accessori proposti ad eccezione del parcheggio.

### GLI STAKEHOLDER

**Soci**  
**Dipendenti**  
**Visitatori – singoli utenti o scolaresche**  
**Amministrazione pubblica**  
**Istituzioni**  
**Aziende sostenitrici**  
**Fornitori**  
**Partner dei progetti europei**  
**Città di Milano**  
**Regione Lombardia**



**Il 2018 in cifre**

**–**

**I numeri del  
MUBA**



## 4 | Il 2018 in cifre / I numeri del MUBA

# 82.039

visitatori di cui:

# 55.579

ingressi negli orari  
dedicati alle famiglie

# 26.460

ingressi negli orari  
dedicati alle scuole

Il mese con maggior  
numero di ingressi:

# marzo con 10.150 visitatori

### OFFERTA CULTURALE

Mostra – gioco  
COLORE

# 48.553

visitatori

Centro  
permanente  
REMIDA  
milano

# 24.996

visitatori

### 4 PROPOSTE DI LABORATORI GRATUITI

> Impariamo a fare il pane

*a cura di*  
Opera San Francesco per i Poveri Onlus (OSF)  
*in collaborazione con*  
l'Associazione Panificatori di Milano e  
Province – Unione Confcommercio Milano

> H2Otto

*in collaborazione con* NestlèVERA

> Il cappellaio matto

*in collaborazione con* Municipio 1

> Laboratori MuseOpera

*a cura di* l'Associazione Liloopera

**Per un totale di**

**23 giornate,  
distribuite su 74 turni  
con 3.052 visitatori complessivi**

DIDÒLAB

**25.000 Kg**

di pasta Didò modellabile

**20**

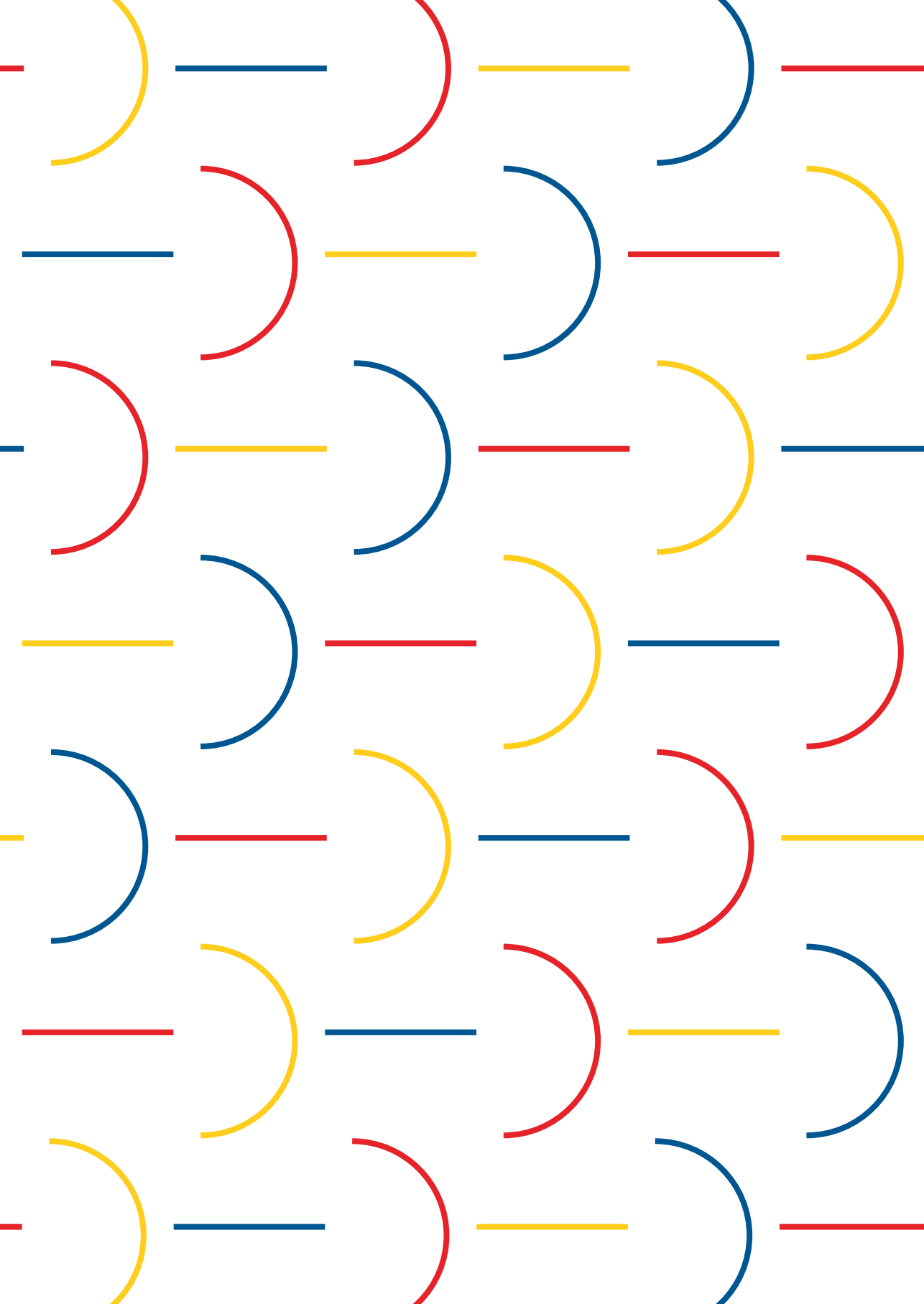
giornate

**5.700**

ingressi



# I progetti



## 5 | I progetti



Nel corso del 2018 è proseguito l'impegno di MUBA nel promuovere nei bambini uno sguardo aperto sul mondo attraverso un costante lavoro di ricerca e qualità.

### LAVORO CHE SI È TRADOTTO IN UN'OFFERTA CULTURALE AMPIA E DIVERSIFICATA COMPOSTA DA:

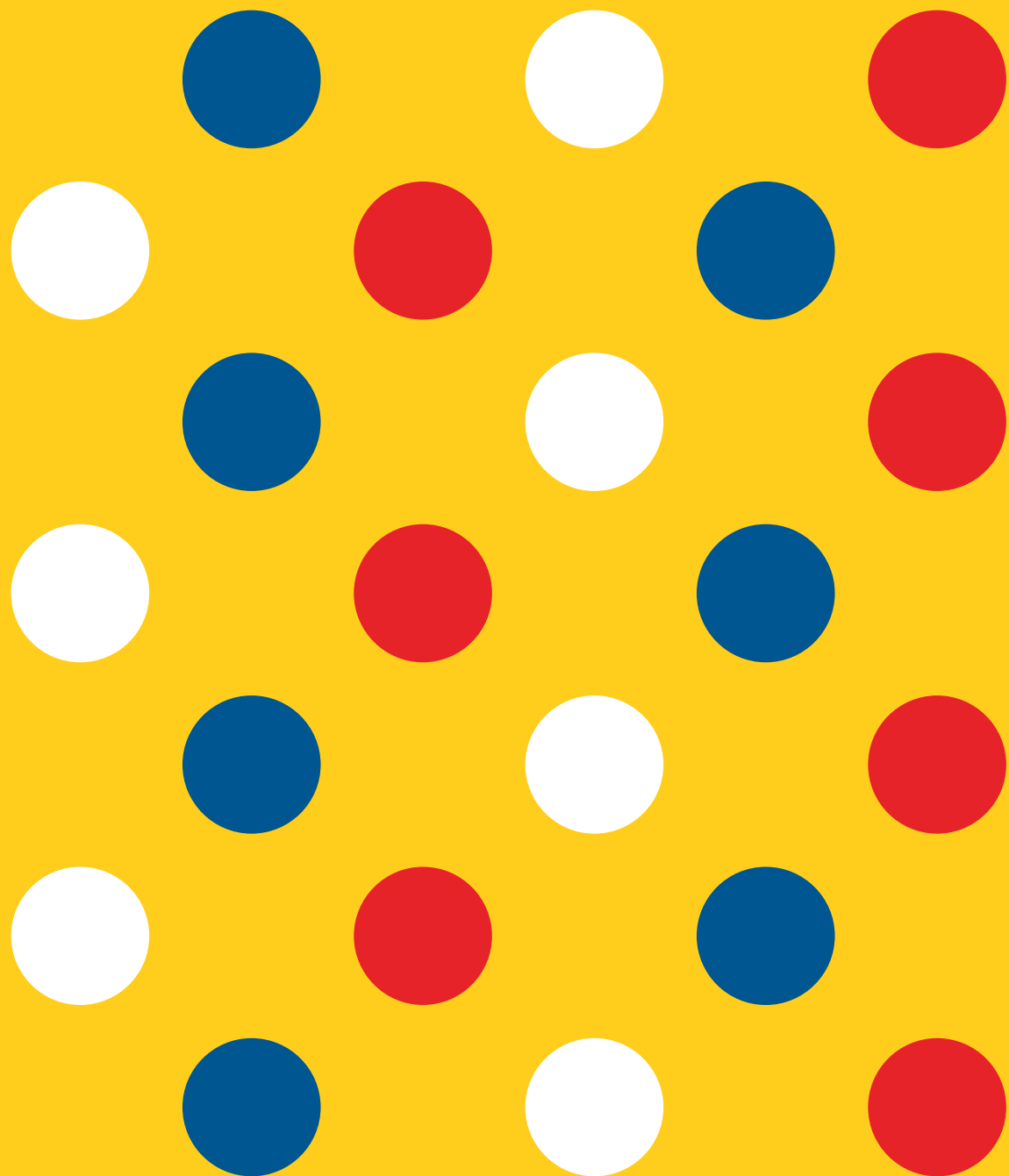
- mostra-gioco interattiva
- laboratorio di sperimentazione dei materiali di scarto aziendale
- campus
- visite didattiche
- corsi di formazione
- laboratori gratuiti
- eventi tematici legati alle settimane cittadine proposte dal Comune di Milano

L'ideazione, la progettazione e la realizzazione delle mostre-gioco, dei laboratori e di tutte le attività proposte è a cura dei professionisti interni a MUBA, affiancati in alcuni casi da esperti esterni.



a

LA MOSTRA-GIOCO COLORE





## a | La mostra-gioco COLORE

### > a.I – La mostra



# 278

giorni di apertura

# 48.297

visitatori

Per bambini dai 2 ai 6 anni

La capacità di utilizzare propriamente i colori non è un dono di natura, ma è frutto di una corretta educazione. Come la musica, il colore ha delle precise regole armoniche, ed è importante imparare a scoprirle fin dall'età prescolare. Capire il colore consiste nell'imparare a vedere; saper vedere fornisce nuove chiavi di lettura della realtà.

La mostra-gioco **“Colore. Giocare con la luce alla scoperta del colore”** - curata da MUBA e da Francesca Valan, Colour Designer - nasce proprio con lo scopo di avvicinare i bambini al mondo del colore e della luce attraverso un percorso emozionante, attivo e sensoriale.

Il percorso espositivo si articola su quattro installazioni ognuna delle quali indaga un aspetto del colore e della luce con lo scopo di scoprire e sperimentare, attraverso l'esperienza interattiva, i fenomeni scientifici che regolano questo particolare rapporto. **“Luce comanda color”** affronta le sinestesie e la percezione dei colori ed è arricchita dagli scatti del fotografo e scrittore Massimiliano Tappari.

**“Esci dall'ombra”** ha invece come tema l'RGB e la (s)composizione della luce e vede il supporto del creativo Mao Fusina. **“Che occhio!”** è dedicata alla visione in natura e presenta delle illustrazioni realizzate dall'illustratrice Nina Cuneo. **“Dove ti nascondi?”** racconta e svela la mimesi degli animali, grazie alle illustrazioni realizzate dal duo creativo Carnovsky.

L'allestimento presenta un carattere innovativo, scelto attraverso un'International Call for Ideas e vinta dalla giovane architetto Lara Porcella, perché i quattro exhibit sono sospesi all'interno della Rotonda della

Besana, amplificando il senso di leggerezza che pervade la mostra.

La mostra-gioco è quindi volutamente immaterica ed esperienziale, due aspetti che bilanciano perfettamente l'approccio scientifico alla base dell'ideazione delle singole installazioni. A supporto dell'esperienza sono presenti didascalie di approfondimento dedicate al pubblico adulto, che forniscono gli strumenti necessari per accompagnare al meglio i bambini alla scoperta del tema affrontato.

La mostra-gioco è stata sviluppata anche grazie al sostegno di GIOTTO - FILA Fabbrica Italiana Lapis ed Affini, Colore ufficiale della mostra, e dai partner tecnici Philips Lighting Spa e ILTI Luce.

## > a.II – La formazione



# 10

appuntamenti

# 30

ore di formazione  
somministrate

# 242

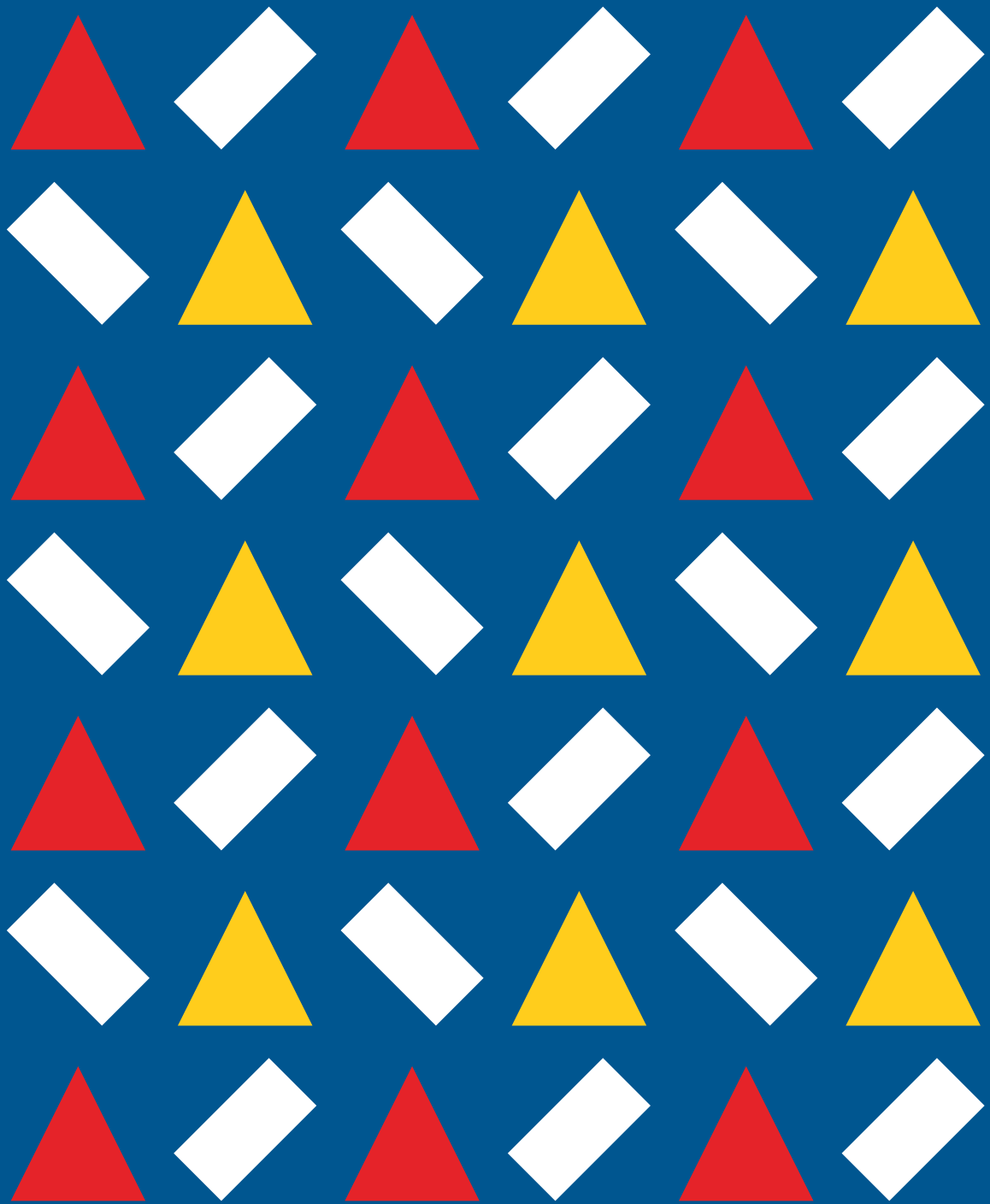
partecipanti

I corsi di formazione “Il linguaggio del colore” a cura di Francesca Valan, Colour Designer e co-curatrice della mostra-gioco “Colore” sono workshop interattivi dove vengono di volta in volta approfondite le tematiche fondamentali del colore anche attraverso una serie di esercizi pratici riproducibili a scuola



b

IL CENTRO PERMANENTE  
REMIDA MILANO



## b | Il centro permanente REMIDA Milano

Il centro permanente REMIDA Milano è il centro del riuso creativo dei materiali di scarto aziendale aperto da MUBA nel 2010; è un luogo dove i materiali scartati dalla produzione industriale e artigianale si trasformano in preziose risorse creative.

Ospitato dal 2014 in una delle navate della chiesa di San Michele alla Rotonda di via Besana, il centro è anche lo spazio dove MUBA ospita le attività e i laboratori proposti in collaborazione con partner istituzionali e aziendali ed è la sede dei campus organizzati da MUBA nel corso delle vacanze scolastiche.



## > b.I – progetto REMIDA

# 259

giorni di apertura

# 24.996

visitatori

### Per bambini dai 12 mesi agli 11 anni

**REMIDA Milano è un progetto didattico e artistico** che si basa sul riuso creativo dei materiali di scarto a fini educativi, con workshop dedicati a varie fasce d'età (a partire dai 12 mesi) e aperti alle famiglie e alle scuole.

**REMIDA Milano è un progetto culturale**, un luogo dove si promuove l'idea che i materiali di scarto possano essere preziose risorse di cui reinventare uso e significato. Dove i materiali si raccolgono e si espongono. Dove si valorizza la cultura della raccolta differenziata, sensibilizzando in maniera giocosa e creativa le giovani generazioni su temi importanti come quello del rapporto tra uomo e ambiente.

**REMIDA Milano è un progetto di educazione ambientale e di didattica** che si sviluppa attraverso l'utilizzo di materiali di scarto e rimanenze provenienti dalle industrie del territorio che escono dai circuiti legati alla produzione ed entrano con nuova dignità in contesti educativi e didattici. La disponibilità dei materiali più diversi stimola nuovi processi di scoperta

e sperimentazione, sollecita le capacità creative e cognitive. I materiali scartati si trasformano in strumenti "preziosi", come gli oggetti toccati dal mitico Re Mida.

**REMIDA è un progetto del Comune di Reggio Emilia e di Iren Emilia**, gestito dalla Fondazione Reggio Children Centro Loris Malaguzzi. Intorno a questa esperienza è nata la rete dei REMIDA che oggi si compone di 14 centri nel mondo di cui REMIDA Milano è parte. Ogni centro REMIDA è diverso dagli altri e ha peculiarità legate al territorio in cui è inserito, alle aziende che lo sostengono e al pubblico che lo vive.

## > b.II – REMIDA per i più piccoli



<b>11</b>	<b>118</b>	<b>5.904</b>
appuntamenti	turni	partecipanti

REMIDA PER I PIU' PICCOLI è l'appuntamento mensile dedicato ai bambini dai 12 mesi ai 6 anni e ai loro accompagnatori.

L'allestimento dello spazio prevede una selezione di materiali che possano essere utilizzati secondo le età e i gusti di ognuno. Gommapiuma, lattice, stoffe colorate, legno e piscine ricche di materiali diventano

possibilità di gioco e di sperimentazione per favorire lo sviluppo di competenze cognitive, motorie e creative, importanti nella prima infanzia.

Gli adulti sono invitati a partecipare attivamente con il supporto degli educatori che favoriscono il processo di gioco e sono a disposizione dei partecipanti.

## > b.III – I corsi di formazione

<b>13</b>	<b>39</b>	<b>260</b>
appuntamenti	ore di formazione somministrate	partecipanti

Il centro permanente REMIDA Milano propone ed ospita annualmente percorsi formativi per avvicinare gli insegnanti a una metodologia progettuale di attività educative basata sull'uso di materiali destrutturati e sul particolare approccio pedagogico promosso dal progetto.

### GLI INCONTRI HANNO COME OBIETTIVO:

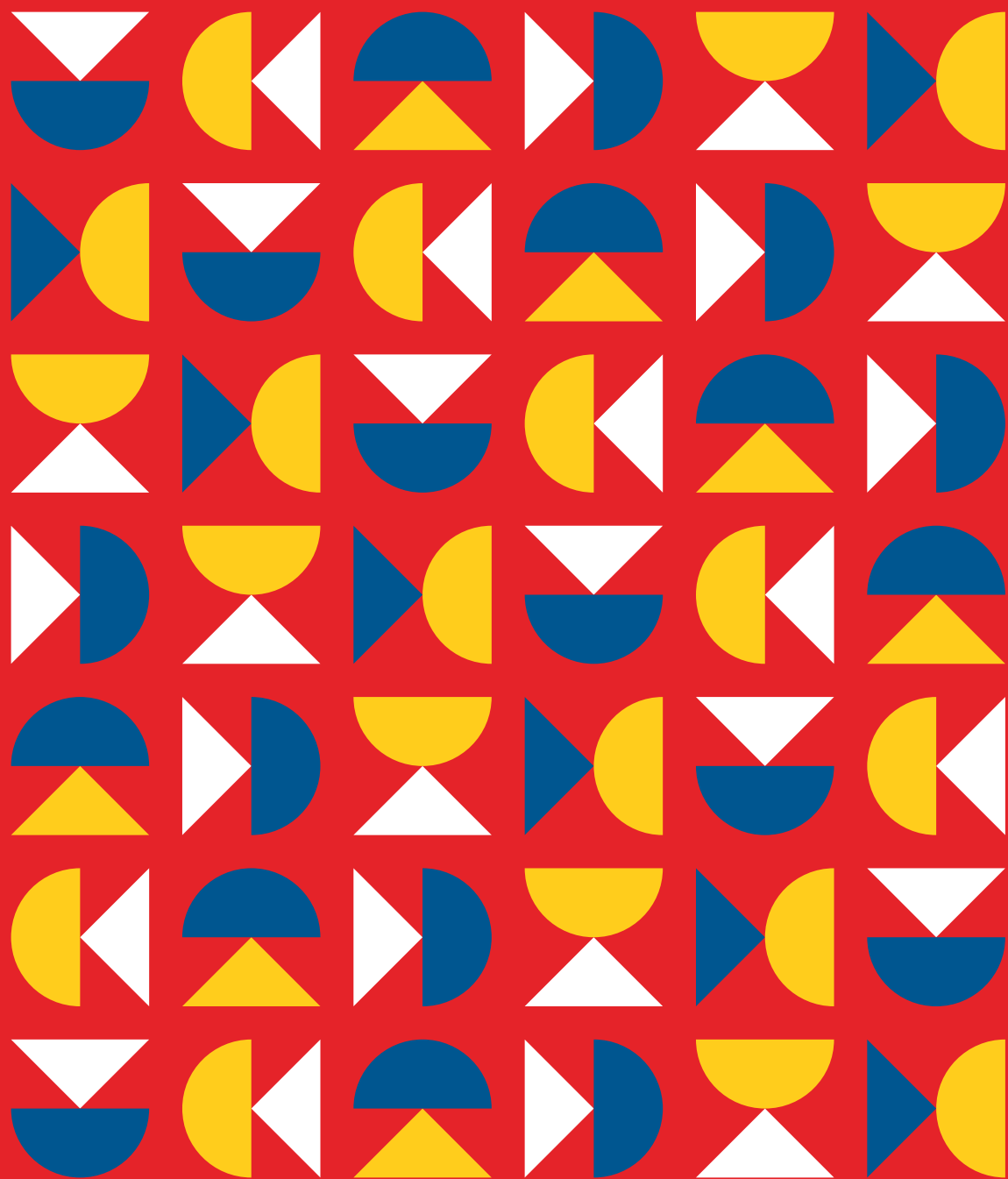
- presentare il progetto REMIDA e il progetto REMIDA Milano
- avvicinare alle caratteristiche dei materiali destrutturati e alla loro funzione di mediatori didattici;
- approfondire il ruolo dell'educatore nella progettazione e preparazione dello spazio di lavoro;
- evidenziare l'importanza della documentazione in relazione ai processi emersi durante le attività.

Gli incontri di formazione, tenuti dallo staff di MUBA, non sono un momento statico di comunicazione frontale ma una possibilità di confronto dinamico, modulabile sulle esigenze dei partecipanti.



C

DI TUTTI I COLORI



## c | Di tutti i colori

Da alcuni anni MUBA ha diversificato la propria offerta culturale, rivolgendosi ad un pubblico adulto, con cicli di conferenze monografiche di approfondimento dei temi affrontati di volta in volta nell'ambito delle mostre-gioco presentate nei suoi spazi. Si tratta di incontri gratuiti dedicati a un pubblico adulto costituito principalmente da insegnanti, studenti, professionisti o semplici appassionati, caratterizzato comunque da una spiccata trasversalità di interessi. Questo perché MUBA aspira a porsi sempre più come punto di riferimento all'interno del panorama culturale milanese. Se infatti generalmente le attività del Museo si rivolgono ai più piccoli, con questo ciclo di appuntamenti ci si vuole avvicinare a coloro che non sempre hanno modo di frequentarlo. La rassegna proposta nel 2018 è "Di Tutti i Colori" ([youtu.be/EjYq-PR0VLc](https://youtu.be/EjYq-PR0VLc)), un ciclo di appuntamenti correlati alla mostra

*"Colore. Giocando con la luce alla scoperta dei colori".*

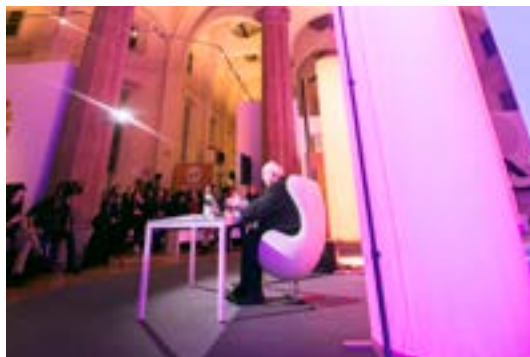
L'iniziativa promossa da MUBA è l'occasione per presentare al pubblico una serie di approfondimenti sul colore e riflettere sulla sua importanza nell'ambito di diverse arti e discipline con esperti del settore.

*"Il tema del colore, come noto, investe infiniti aspetti della nostra esistenza, dalla sfera percettiva a quella cognitiva, dalla speculazione filosofica all'evidenza scientifica" - spiega Francesco Dondina, Art Director di MUBA e curatore della rassegna. "Storia dell'arte, antropologia culturale, storia del costume, moda e design sono solo alcune delle discipline che indagano il colore da punti di vista sempre differenti, nel rispetto del contesto storico culturale di volta in volta preso in esame".*

### PER LA RASSEGNA CULTURA "DI TUTTI I COLORI" SONO INTERVENUTI:

30 GENNAIO 2018

**Michel Pastoureau**



Storico dell'arte francese, noto esperto della simbologia dei colori

([www.youtube.com/watch?v=0vcMku2z2a4](https://www.youtube.com/watch?v=0vcMku2z2a4))

7 MARZO 2018

**Simona Segre Reinach**



Professoressa associata del Dipartimento di Scienza per la Qualità della Vita all'Università di Bologna, antropologa culturale, sociologa ed esperta di moda

([www.youtube.com/watch?v=SdmgsD6ehSg](https://www.youtube.com/watch?v=SdmgsD6ehSg))

4 APRILE 2018

**Riccardo Falcinelli**



Visual designer e docente di Psicologia della percezione all'Università Sapienza di Roma.

([www.youtube.com/watch?v=ONIMm7vNFpo](https://www.youtube.com/watch?v=ONIMm7vNFpo))

9 MAGGIO 2018

**Giuseppe Mastromatteo**



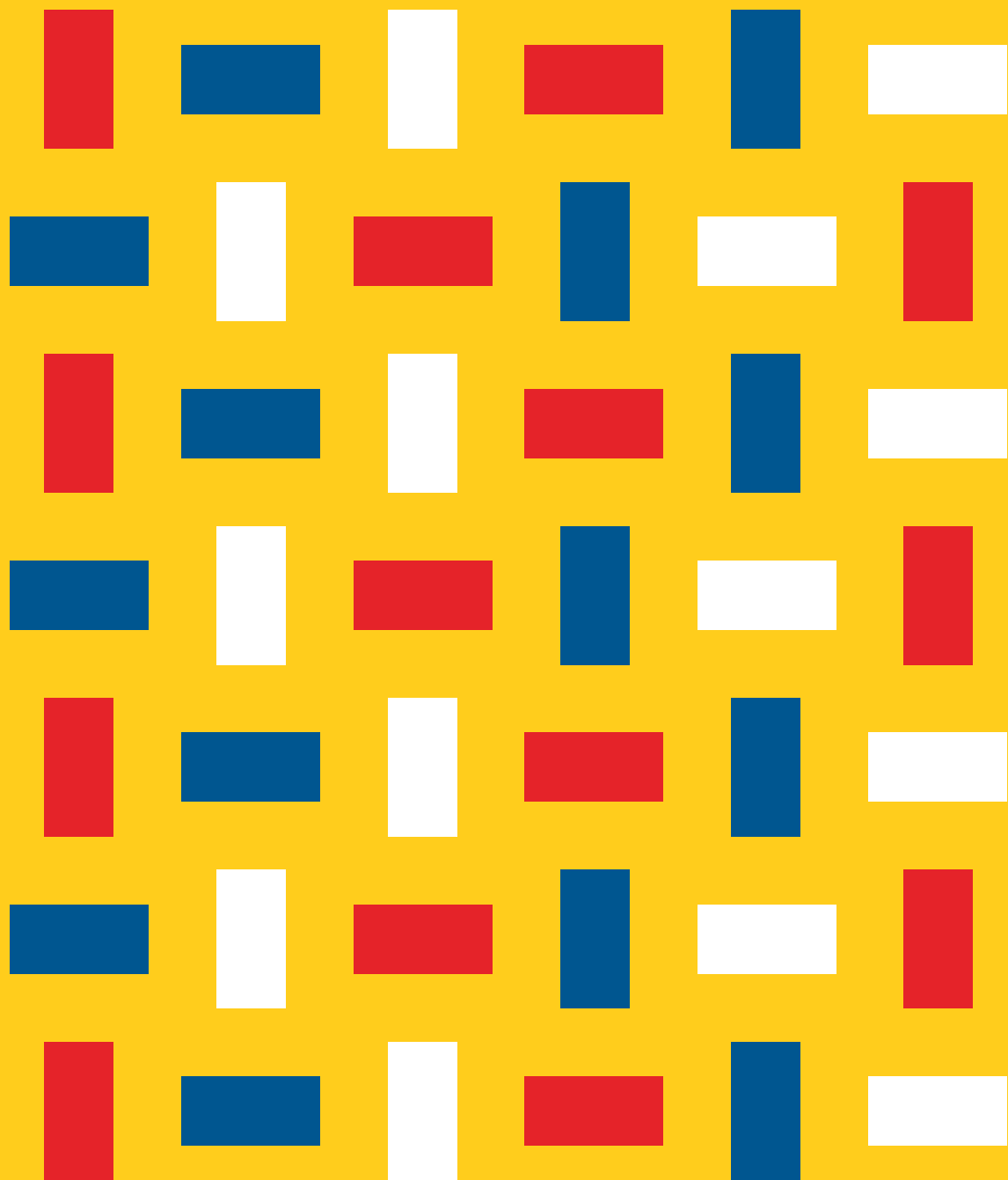
Direttore creativo dell'agenzia di comunicazione Ogilvy Italia, artista multimediale e docente di comunicazione visiva.

([www.youtube.com/watch?v=m4tz0EIEE5U](https://www.youtube.com/watch?v=m4tz0EIEE5U))



d

I CAMPUS



## d | I campus

ISCRITTI

4 giornate campus  
invernali 2017/2018

92

3 giornate campus  
pasquali

74

8 settimane campus  
estivi

145

2 giornate campus  
invernali 2018/2019

49



I campus MUBA sono attivi durante le sospensioni scolastiche e accolgono un massimo di 25 bambini i età compresa fra i cinque e i dieci anni.

Un professionale lavoro d'équipe sviluppa per e con i bambini una serie di attività laboratoriali differenti, per consentire a chi partecipa a più settimane di campus di fare sempre nuove esperienze.

Attraverso un processo di osservazione partecipata in grado di cogliere le peculiari caratteristiche dei bambini e i loro interessi, si riescono ad affrontare ogni settimana tematiche differenti con l'obiettivo di generare in loro la curiosità necessaria a promuovere la creatività.

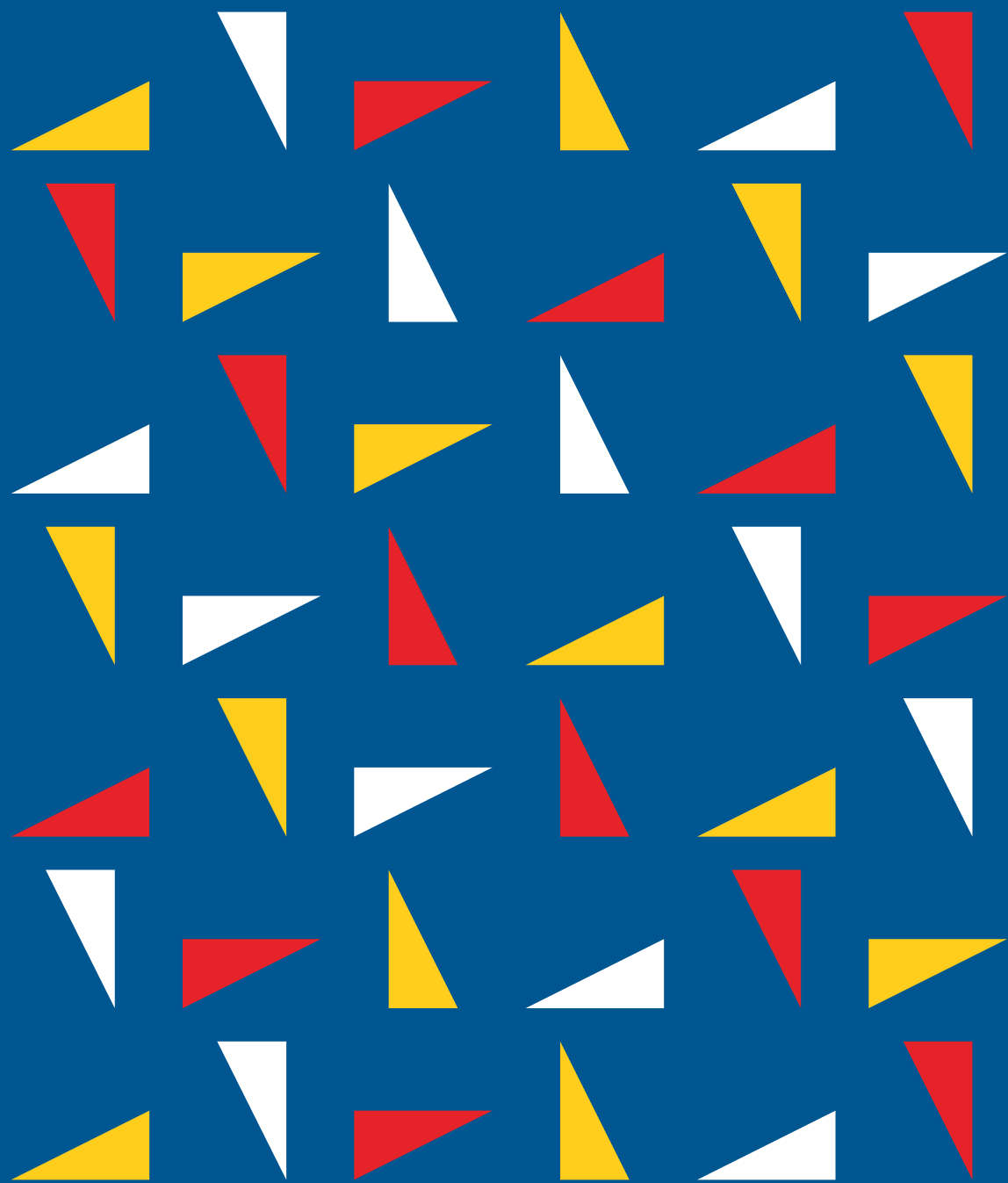
L'unione delle diverse competenze degli educatori è il punto di forza per il positivo andamento dei campus che, insieme ai feedback ricevuti dai bambini, permette una progettazione sul campo che abbraccia l'arte

in tutte le sue forme. L'arte che si caratterizza come ricerca, esplorazione, creazione offre ai bambini la possibilità di orientare il loro carico emotivo in senso costruttivo, all'interno di uno spazio museale in grado di cambiare il suo aspetto quotidianamente, mettendosi anch'esso al servizio dei suoi fruitori.



e

LE COLLABORAZIONI



## e | Le collaborazioni

### > e.I – FILA Giotto - Didòlab

<b>10</b>	<b>100</b>	<b>5.700</b>
appuntamento	turni	partecipanti

Un week end al mese MUBA ospita l'attività DIDÒLAB. Proposto ai bambini dai 2 ai 6 anni, DIDÒLAB è un viaggio alla scoperta della manipolazione, dell'immersione e del concetto del fuori scala: un percorso multisensoriale con focus sulla sperimentazione tattile. Questa attività è frutto del fortunato incontro tra la profonda esperienza edutainment di MUBA e la mission F.I.L.A. - partner didattico di MUBA da oltre 20 anni - da sempre volta a sostenere in modo concreto lo sviluppo creativo dei bambini.



## > e.II – Nestlé VERA - H2Otto

### PER LE FAMIGLIE

<b>3</b>	<b>30</b>	<b>1.607</b>
appuntamento	turni	partecipanti

### PER LE SCUOLE

<b>7</b>	<b>14</b>	<b>289</b>
appuntamento	turni	partecipanti

I laboratori H2Otto, ideati da MUBA in collaborazione con Nestlé Vera e arrivati alla loro terza edizione, hanno l'obiettivo di far comprendere ai bambini l'importanza di una corretta idratazione e di indagare insieme a loro il ruolo dell'acqua nel corpo umano.

Il laboratorio prevede tre diverse attività che alternano gioco, osservazione e confronto per individuare l'acqua presente nel corpo umano e scoprirne il ruolo fondamentale per tutti gli esseri viventi.



## > e.III – Opera San Francesco - Impariamo a fare il pane



# 2

appuntamento

# 14

turni

# 791

partecipanti

I laboratori “Impariamo a fare il pane” - arrivati alla quarta edizione - sono organizzati da Opera San Francesco per i Poveri Onlus (OSF) in collaborazione con l'Associazione Panificatori di Milano e Province – Unione Confcommercio Milano e con MUBA. Si tratta di un percorso

guidato da esperti Maestri Panettieri per scoprire i segreti dell'alimento più comune a tutte le culture del mondo: dalla scelta degli ingredienti, all'arte dell'impasto, dalla cura della lievitazione fino alla cottura in un vero forno professionale.

## > e.IV – Museo del risparmio di Torino



# 15

partecipanti

Nel corso del 2018 è stata avviata una collaborazione con il Museo del Risparmio di Torino. Il 31 ottobre, in occasione della Giornata Mondiale del Risparmio, MUBA propone nei suoi spazi “Quanto costano i desideri”, un laboratorio a cura del Museo del Risparmio.

Nel corso dell'attività i bambini vengono invitati a riflettere sui concetti base del risparmio, sul valore degli oggetti (i prezzi) e sul riconoscere il valore delle monete.

Il laboratorio si propone di essere un primo approccio ad una corretta educazione finanziaria. Si tratta di un momento educativo, per consentir loro di crescere in maniera consapevole e di gestire serenamente il denaro. Il risparmio, inteso come fase di una progettualità futura, infatti è l'atto consapevole di ripartire le spese in un arco temporale più ampio e questo tipo di attività serve proprio per avvicinare i più piccoli ad una gestione attenta del denaro.

f

INIZIATIVE SPECIALI





## f | Iniziative speciali



In occasione di festività particolari, di eventi cittadini promossi dal Comune di Milano e di particolari richieste di valore, MUBA mette a disposizione i propri spazi e il proprio knowhow per ospitare iniziative speciali che vengono proposte al pubblico tramite newsletter e comunicazione sui canali social del Museo.

## > f.I – Il cappellaio matto

# 5

turni

# 256

partecipanti

“Il cappellaio matto” è un laboratorio sviluppato da MUBA in collaborazione con il Municipio 1 del Comune di Milano per festeggiare il Carnevale Ambrosiano (17 febbraio). La modista di cappelli e docente della NABA - Nuova Accademia di Belle Arti, Annalisa Limonta, realizza insieme ai bambini divertenti e sorprendenti cappelli utilizzando i materiali di riuso creativo del Centro Permanente REMIDA Milano (gommapiuma, cartone, stoffa, carta e metalli).



## > f.II – Museo city

**17**  
partecipanti

In occasione della seconda edizione di MuseoCity (2-4 marzo 2018), iniziativa promossa dal Comune di Milano e dall'Associazione MuseoCity, MUBA propone “La forma del Colore”, un laboratorio gratuito a cura di Francesca Valan che coinvolge i bambini alla scoperta del colore coinvolgendoli in divertenti esercizi pratici.



**66**

## > f.III – Cento passi per volare



**22**  
partecipanti

“Cento passi per volare” è il primo libro della collana I CAPRIOLI, edito da Salani in collaborazione con CAI - Club Alpino Italiano. MUBA ospita la presentazione del libro alla presenza dell'autore, Giuseppe Festa, con aneddoti e canzoni: un viaggio a occhi chiusi alla scoperta della montagna e delle aquile.

**67**

## > f.IV – Ubuntu

---

Nell'anno del centenario della nascita di Nelson Mandela MUBA, in collaborazione con il Comune di Milano-Cultura, promuove la mostra *“Ubuntu - I am because we are: 150 manifesti per la solidarietà”*, ideata da Armando Milani, grafico milanese di fama internazionale, e curata da Milani stesso e Francesco Dondina, Art Director di MUBA.

La mostra intende portare avanti uno dei temi più cari al leader sudafricano, da sempre simbolo della difesa dei diritti civili e della solidarietà. Ubuntu è una parola sudafricana del popolo Buntu usata spesso da Nelson Mandela nei suoi discorsi sulla fratellanza e la pace. Significa umanità verso gli altri, dialogo, condivisione, rispetto e tolleranza. «Io sono perché noi siamo». Il desiderio di trasmettere attraverso il linguaggio della grafica e del disegno questo senso di comunanza e fratellanza ha portato Armando Milani a sviluppare alcuni poster e, in seguito, ad invitare designer professionisti, studenti e bambini da tutto il mondo a realizzare a loro volta un manifesto ispirato alla parola Ubuntu. Ne è nata una raccolta di 150 manifesti, che viene esposta per la prima volta a Milano sotto i Portici della Rotonda di via Besana dal 15 al 28 ottobre 2018. La sede ospitante prescelta ha un forte valore simbolico per la mostra stessa.

L'iniziativa è sostenuta e resa possibile grazie al supporto della Società Umanitaria, storica Istituzione milanese da sempre impegnata nel sociale; dal Municipio 1 Milano; con il Patrocinio del Consolato Generale del Sudafrica, quello dell'Alliance Graphique Internationale e dell'Aiap, Associazione italiana design della comunicazione visiva.



## > f.V – Milano Montagna Festival



**25**  
partecipanti

In occasione del Milano Montagna Festival, MUBA ha ospitato la presentazione del libro *“Le maschere di Pocacosa”* di Claudio Morandini edito da Salani Editore, in collaborazione con il CAI - Club Alpino Italiano, nella collana di narrativa per ragazzi I CAPRIOLI.

*“Le maschere di Pocacosa” è un romanzo estroso, ricco e spericolato, che diverte e inquieta, trascina e meraviglia. Una storia che profuma di boschi e libertà, che tratta con sensibilità anche il tema del bullismo.*

L'appuntamento, alla presenza dell'autore, ha visto un primo momento di lettura e presentazione del libro seguito da un laboratorio realizzato ad hoc dove i bambini con i materiali naturali del centro permanente REMIDA Milano hanno realizzato la propria maschera.

## > f.VI – Notte al Museo - Halloween

**24**  
partecipanti

Per la serata del 31 ottobre, Halloween, MUBA ha organizzato l'evento “Notte al Museo”, una serata fatta di racconti, lavori manuali e prove da superare.

I bambini presenti hanno partecipato a “GIÙ LA MASCHERA”, uno speciale laboratorio realizzato in collaborazione con Fa-Voliamo.

*“Mentre ad Halloween ci viene chiesto di indossare una maschera, quelle che ci capita di indossare nella vita di tutti i giorni possono trasformarsi in un ostacolo e finire per confondere chi ci sta vicino. Ecco perché può essere divertente giocare con la trasparenza e allenarsi a togliere le maschere che non servono.”*



## > f.VII – Bookcity

# 6

laboratori

# 145

partecipanti

MUBA è sede ospitante di Bookcity, iniziativa dedicata ai libri e alla lettura voluta dal Comune di Milano e dall'Associazione BookCity Milano, a cui si è affiancata l'AIE (Associazione Italiana Editori), in collaborazione con l'AIB (Associazione Italiana Biblioteche) e l'ALI (Associazione Librai Italiani). Per l'edizione 2018 MUBA propone sei laboratori e presentazioni che si alternano tra il 17 e il 18 novembre rivolte a diverse fasce d'età.



72

## > f.VIII – Lilopera

# 1

turno scuola

# 2

turni famiglie

# 110

partecipanti complessivi

In occasione dell'inaugurazione della stagione teatrale scaligera 2018/2019 con Attila di Giuseppe Verdi, l'Associazione Lilopera propone, negli spazi di MUBA, un percorso di approfondimento sull'opera rivolto ai bambini e alle loro famiglie.



73

## > f.IX – PrimaDiffusa

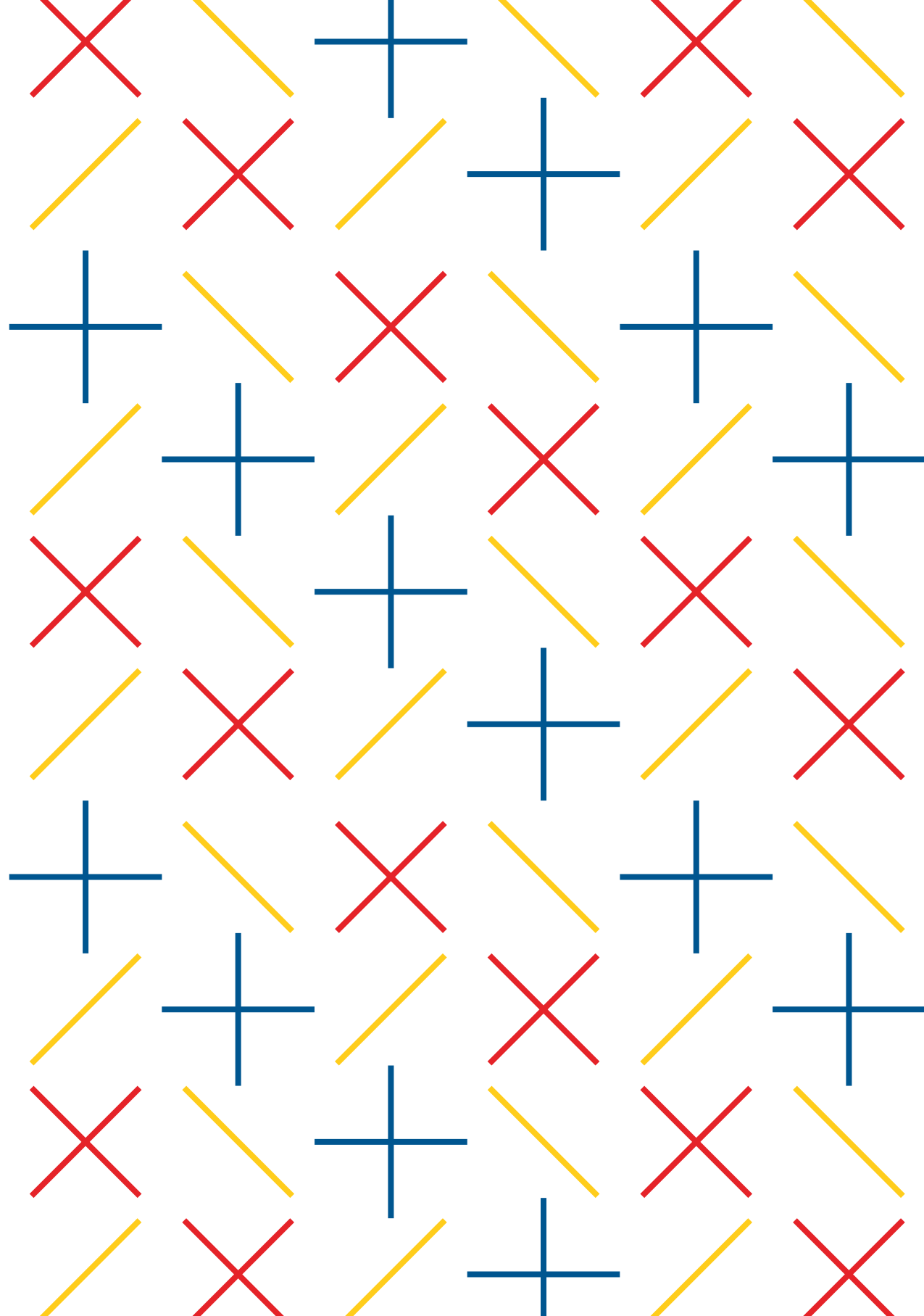
# 60

partecipanti

MUBA è sede ospitante dell'iniziativa "Prima Diffusa", la proiezione in diretta dell'opera Attila di Giuseppe Verdi con cui viene inaugurata la Stagione scaligera 2018/2019. Per l'occasione, MUBA offre un servizio di baby-sitting per tutta la durata della proiezione. I bambini vengono accolti nel Centro permanente REMIDA Milano dove insieme agli educatori giocano con i materiali di riuso creativo.



**I visitatori**

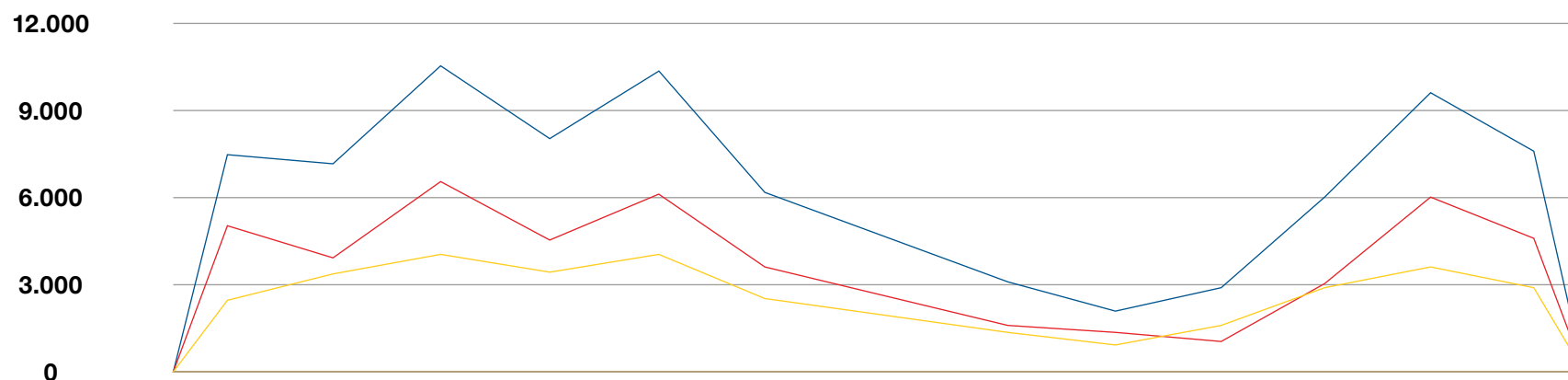


## 6 | I visitatori

Nel corso del 2018 MUBA ha registrato 82.039 visitatori, con una media ponderata di 37 persone per turno di ingresso.

Il mese con il maggior numero di ingressi è stato marzo, con 10.652 presenze.

### ANDAMENTO DEI VISITATORI NEL 2018



	GEN	FEB	MAR	APR	MAG	GIU	LUG	AGO	SET	OTT	NOV	DIC
— Totali	7.554	7.283	10.652	8.010	10.302	6.284	3.119	2.313	2.926	6.076	9.737	7.783
— Centro permanente REMIDA	2.527	3.305	4.017	3.423	4.117	2.625	1.327	940	1.770	2.919	3.525	2.991
— Mostra-gioco COLORE	5.027	3.978	6.635	4.587	6.185	3.659	1.792	1.373	1.156	3.157	6.212	4.792

Il flusso dei visitatori del Museo è caratterizzato da una stagionalità legata alla natura dell'offerta e al pubblico a cui è rivolta: il flusso è maggiore tra ottobre e maggio, minore tra giugno e settembre.

Anche le condizioni meteorologiche sono un fattore da tenere in considerazione per leggere l'andamento dei flussi: le giornate di pioggia spesso registrano un aumento del numero di visitatori.

Dall'apertura del 24 gennaio 2014 al 31 dicembre 2018 MUBA ha ospitato **341.535** visitatori.



**CHI È TORNATO?**

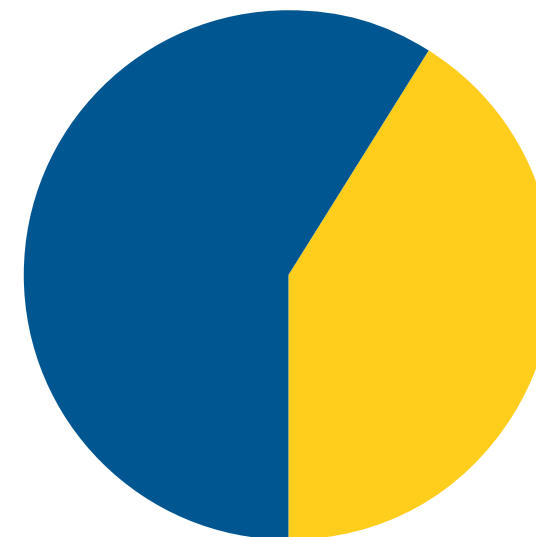
Il tasso di fidelizzazione del pubblico sta crescendo negli anni. Nel 2018 si è registrato un aumento del 20% rispetto all'anno precedente sia per le famiglie che per le scuole<sup>1</sup>.



<sup>1</sup>. Dati derivanti da questionari anonimi somministrati al pubblico che partecipa alle attività.

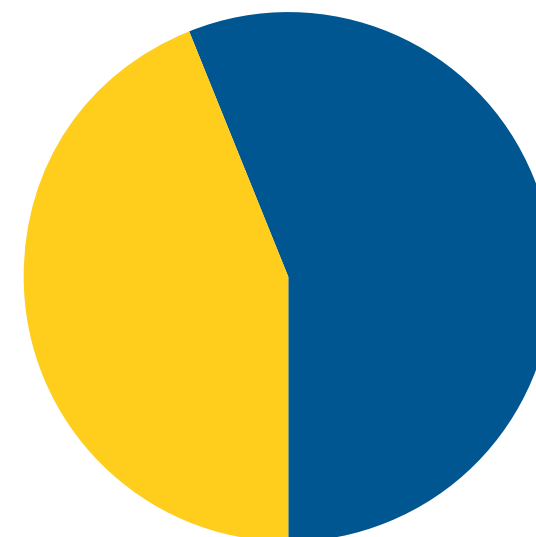
**FAMIGLIE**

■ No	59%
■ Si	41%



**SCUOLE**

■ Si	56%
■ No	44%



# Le persone



## 7 | Le persone

Le persone sono uno dei pilastri fondamentali del MUBA. Le proposte educative e culturali “prendono vita” grazie all’impegno, all’ingaggio e alla mediazione forniti da tutto lo staff.

MUBA forma internamente le proprie risorse.

Il personale impiegato nel 2018 è stato di 33 risorse di cui 8 appartenenti alla Fondazione MUBA e 25 a MUBA Cooperativa Sociale Onlus.



### FONDAZIONE

# 6

soci lavoratori

# 2

dipendenti non soci

### COOPERATIVA

# 13

contratto a tempo  
indeterminato  
Full time

# 2

contratto a tempo  
determinato

# 3

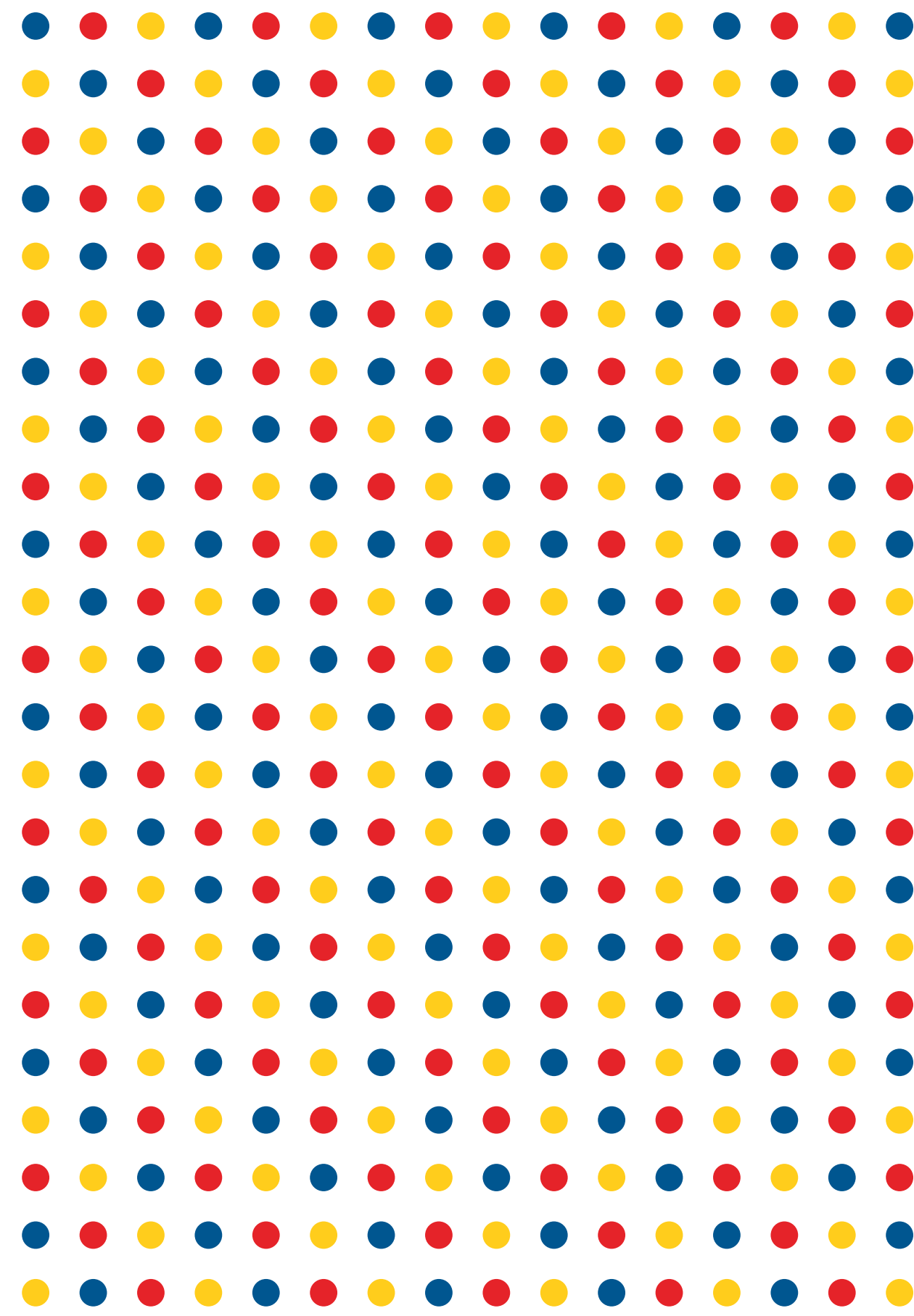
apprendistato

MUBA si avvale anche di collaborazioni o prestazioni occasionali (Voucher o Partita IVA o RA).

Da alcuni anni sono inoltre attivi gli stage e i tirocini rivolti a studenti sia della scuola secondaria superiore sia universitari per favorire e facilitare il rapporto tra scuola e mondo del lavoro.

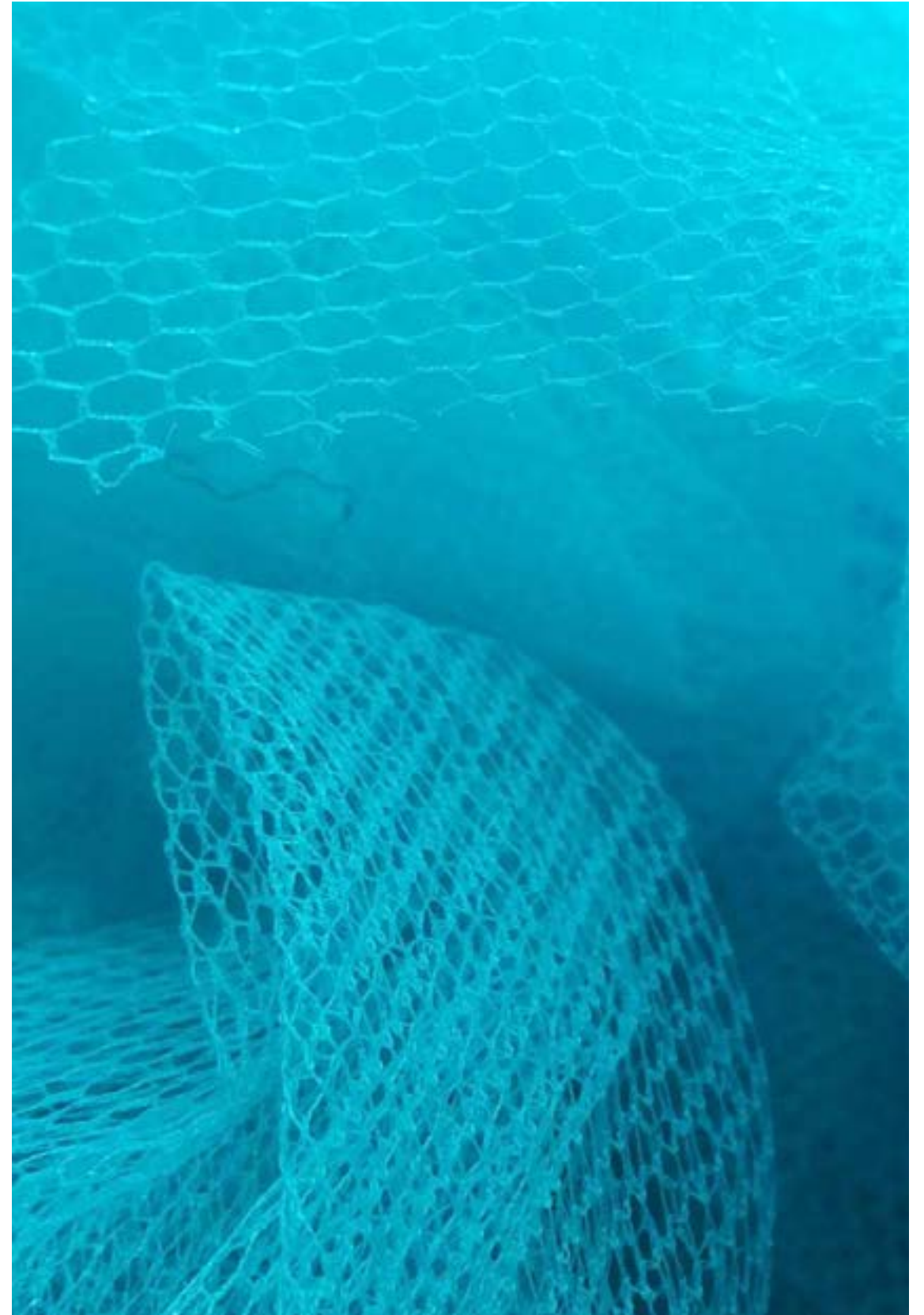
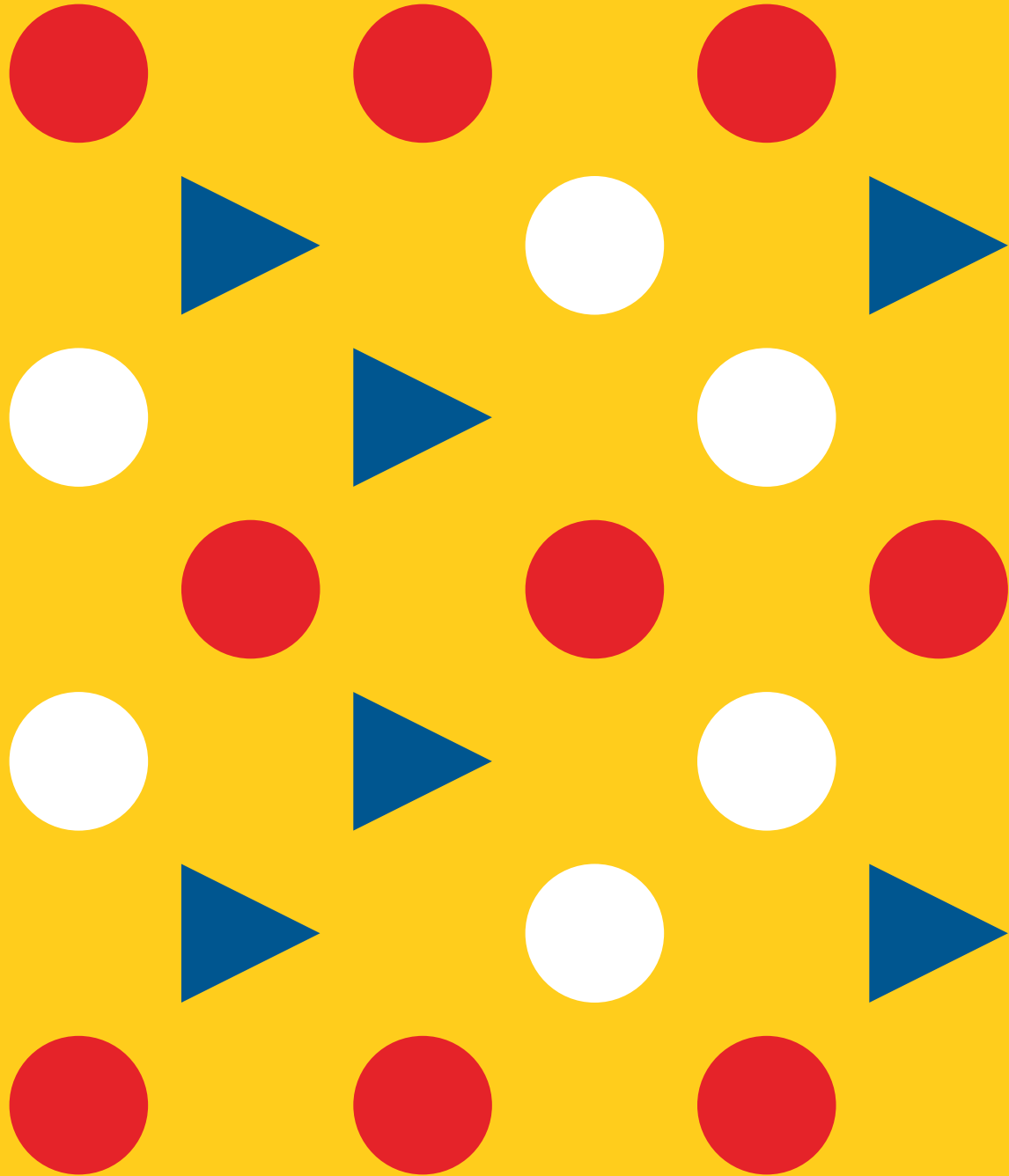
Nel corso del 2018 MUBA si è accreditato - tramite bando nazionale - per diventare ente ospitante i giovani volontari del Servizio Civile (tra i 18 e i 28 anni) con il progetto “Museo dei Bambini: la cultura incontra l’educazione”.

# La comunicazione



a

# I CANALI DI COMUNICAZIONE (MEDIA, SITO WEB E SOCIAL)



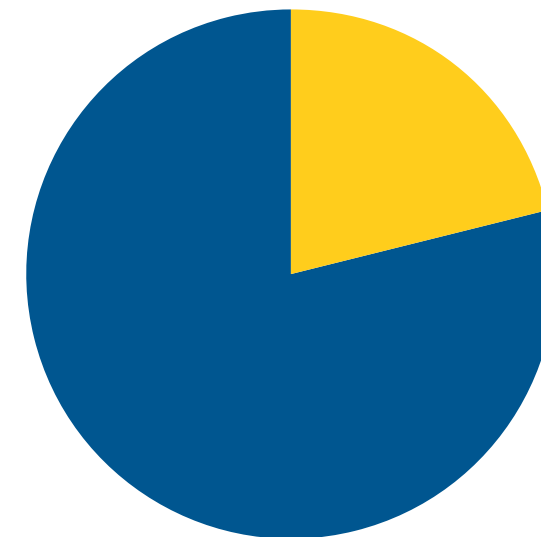
## a I canali di comunicazione (media, sito web e social)

### SITO INTERNET

A settembre 2018 si è proceduto ad un restyling del sito internet [www.muba.it](http://www.muba.it) per consentire alle diverse tipologie di utenti (scuole, famiglie, aziende) una fruizione più rapida e maggiormente intuitiva. L'homepage indirizza il visitatore direttamente ai contenuti dedicati. Il nuovo sito inoltre è stato reso ancora più *mobile friendly* dal momento che smartphone e tablet sono i dispositivi più utilizzati per la navigazione.

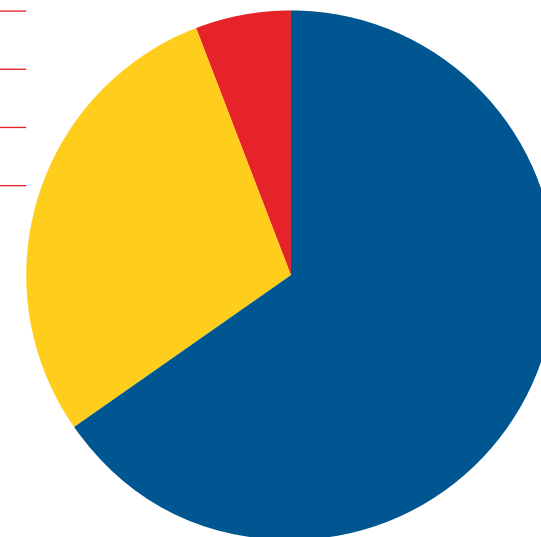


■ Visitatori ritornati	78,7%
■ Nuovi visitatori	21,3%

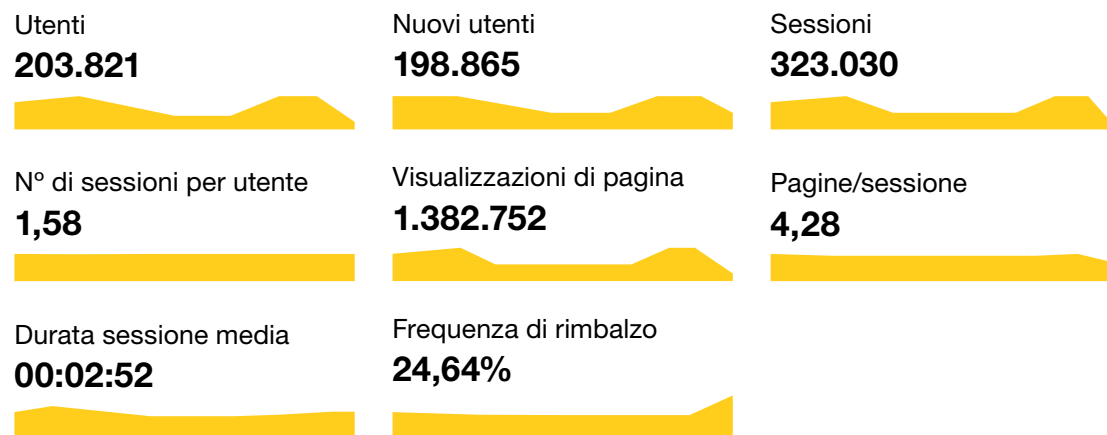
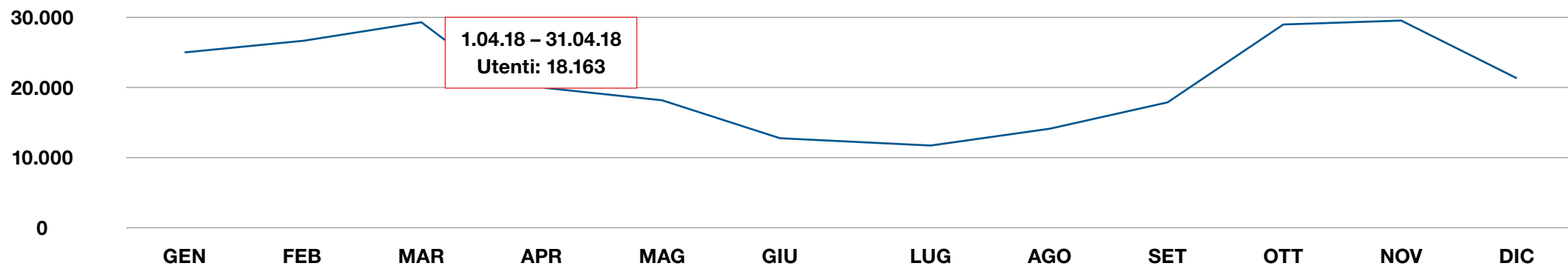


### SESSIONI PER DISPOSITIVO

	rispetto al 2017	
■ Dispositivi mobili	65,4%	+ 3,4%
■ Computer desktop	29%	- 2,0%
■ Tablet	5,6%	- 1,5%



## PANORAMICA UTENTI 2018



**CANALI SOCIAL**

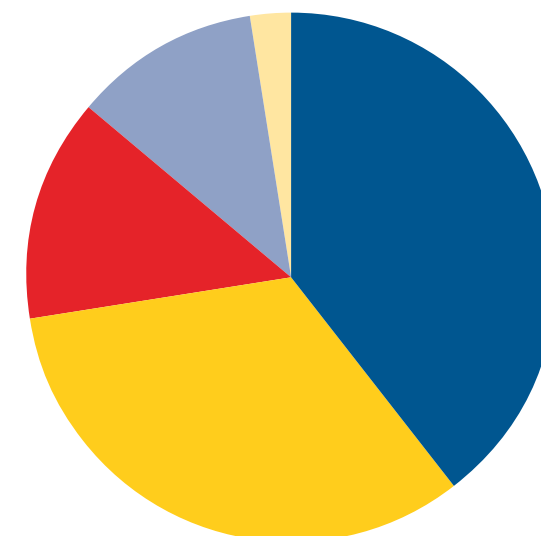
Nel corso del 2018 è aumentata la visibilità di MUBA sui canali social (Facebook, Instagram, e Twitter) che hanno registrato un notevole aumento di follower.

**Facebook****43.278****+ 11% rispetto al 2017****Instagram****7.756****+ 54% rispetto al 2017****Twitter****4.311****+ 3% rispetto al 2017****HEARD ON THE STREET**

Nel 2018, secondo quanto emerge dai questionari volontari somministrati al pubblico al termine delle attività, il passaparola continua ad essere lo strumento di comunicazione più efficace, seguito a breve distanza dal sito internet e in minor misura dalla comunicazione sui social che registrano però una crescita sensibile rispetto all'anno precedente.

La pubblicità (canale in cui non ci sono stati investimenti nel 2018) e gli articoli sui media tradizionali risultano essere strumenti di comunicazione marginali.

■ Passaparola	49%
■ Sito internet	41%
■ Canali social	17%
■ Pubblicità	14%
■ Media tradizionali	3%





**REPUTATION****Facebook**

Recensioni

**340**

Valutazioni

**4,5/5**

*“Il MUBA non mi delude mai...Luogo bellissimo, bravi educatori, proposte coinvolgenti e di qualità.”*

**Google**

Recensioni

**876**

Valutazioni

**4,3/5**

*“per tutti i bambini curiosi...”*

**Tripadvisor**

Recensioni

**192**

Valutazioni

**3,5/5**

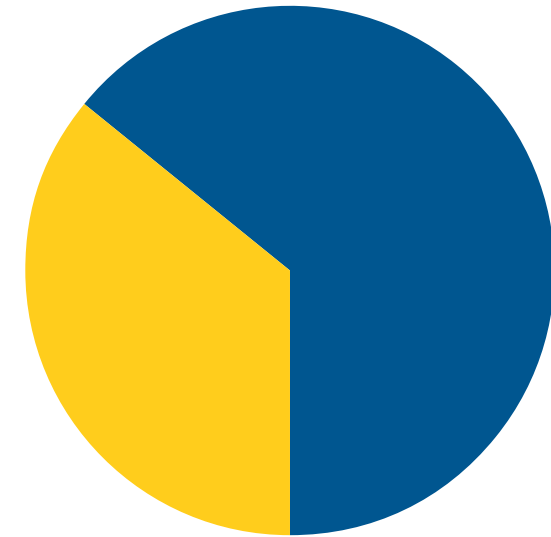
*MUBA è al numero 165 di 1.106 “Cose da fare a Milano”*



**b** | **Riscontro mediatico / i numeri della  
comunicazione**

Il lavoro di ufficio stampa (comunicati stampa, newsletter e interviste) ha generato 399 articoli nel corso del 2018 sulla stampa generalista, sulla cronaca locale e sui media di settore dedicati a famiglia, turismo e tempo libero.

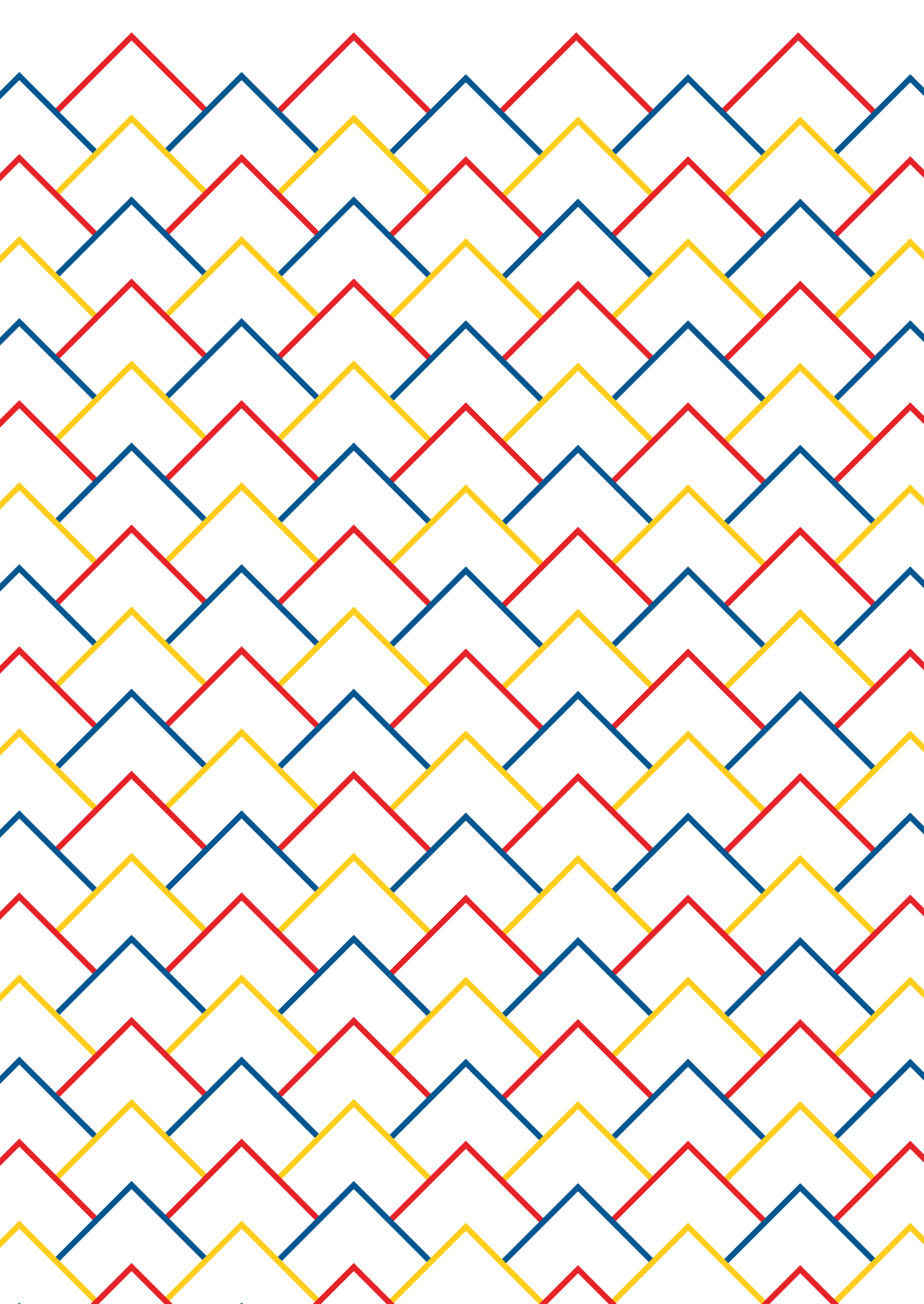
■ Web	64%
■ Stampa	36%





## C | Headlines





# La raccolta fondi



## 9 | La raccolta fondi

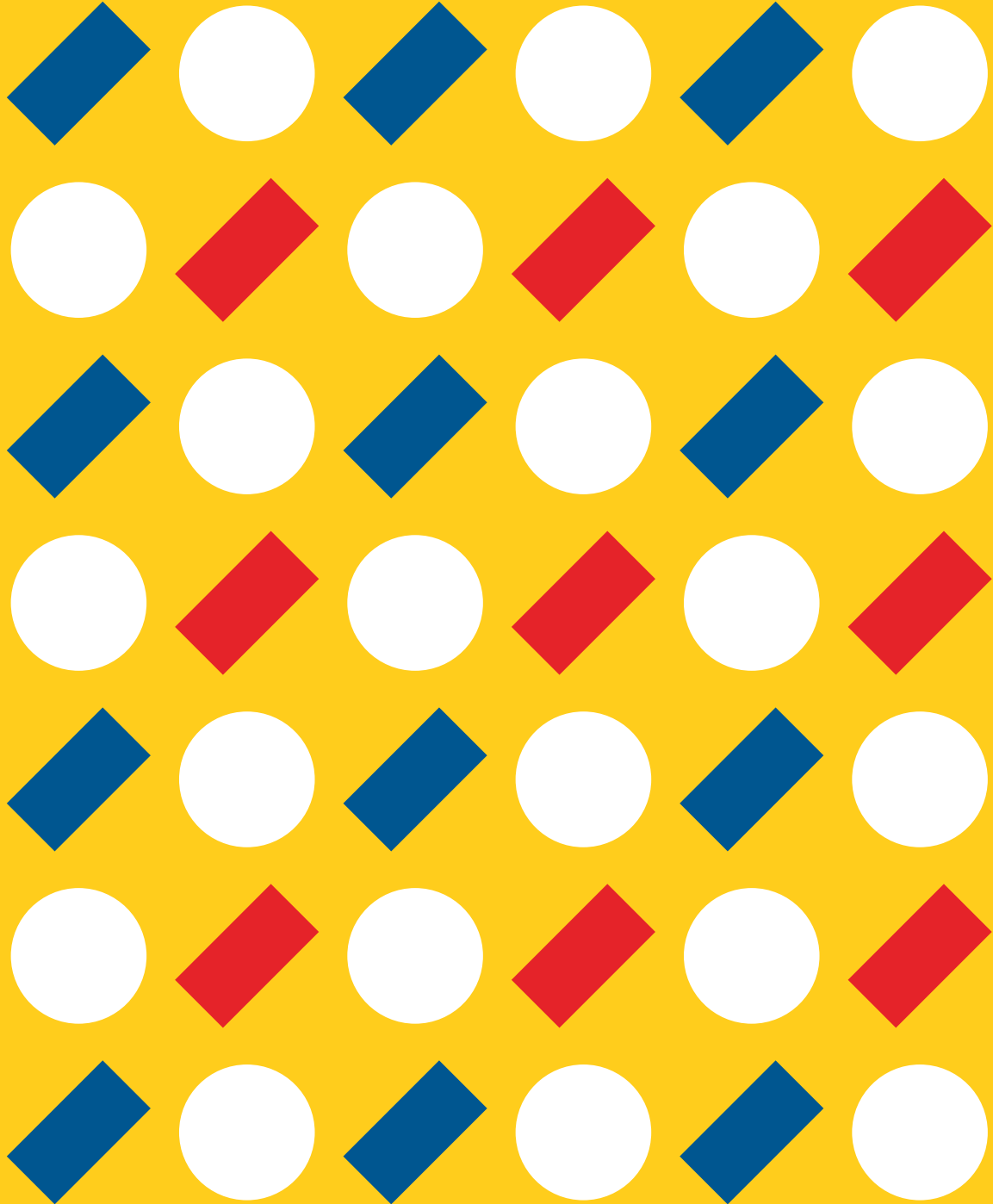
La raccolta fondi è una voce primaria del bilancio di attività del MUBA e concorre significativamente alla sostenibilità economica del museo.

L'attività di fundraising di MUBA è svolta in gran parte a livello corporate ma dal 2018 inizia anche il reclutamento degli individui con il progetto Amici del MUBA.



a

PARTNERSHIP



## a | Partnership

MUBA collabora da sempre con aziende provenienti da diversi settori con cui costruisce legami duraturi che abbiano come fine ultimo quello di mettere a disposizione del pubblico contenuti di valore da scoprire attraverso percorsi di gioco.

Nel corso del 2018 è proseguito il consolidamento delle partnership già in essere attraverso la programmazione dei laboratori sponsorizzati.



## > a.I – FILA Giotto

La partnership che lega **F.I.L.A. Fabbrica Lapis e Affini e MUBA** è di lunga data; ha inizio nei primi anni duemila quando MUBA ancora non aveva una sede permanente e propone le mostre-gioco all'interno degli spazi della Triennale di Milano. È un **legame che affonda le sue radici nella volontà comune di accompagnare il percorso formativo dei più piccoli** offrendo loro gli stimoli per crescere e sviluppare la loro creatività. È un rapporto di reciproca stima che si sviluppa in progetti condivisi e contaminazioni creative.

**GIOTTO**, *love brand* di FILA, è **colore ufficiale di tutte le attività didattiche** proposte da MUBA e della mostra-gioco **“Colore. Giocare con la luce alla scoperta del colore!”**.

Anche nel 2018 ha avuto grande risposta il **Didòlab**, proposto alle famiglie un fine settimana al mese, che ha registrato il tutto esaurito in tutti gli appuntamenti in calendario. L'attività è studiata per stimolare la manipolazione e la sperimentazione sensoriale secondo gli affascinanti concetti del fuori scala, dell'immersione, dell'alto impatto visivo e dei nuovi strumenti.

## > a.II – Nestlé Vera

**Nestlé Vera è dal 2016 “Acqua ufficiale” del MUBA.**

Da tre anni nella programmazione del museo sono inseriti i laboratori educativi sul tema dell’acqua “H2Otto”, ideati e prodotti da MUBA, con l’intento di **promuovere un’idratazione non solo sana e corretta, ma anche divertente**, coinvolgendo sia le famiglie sia le scuole.

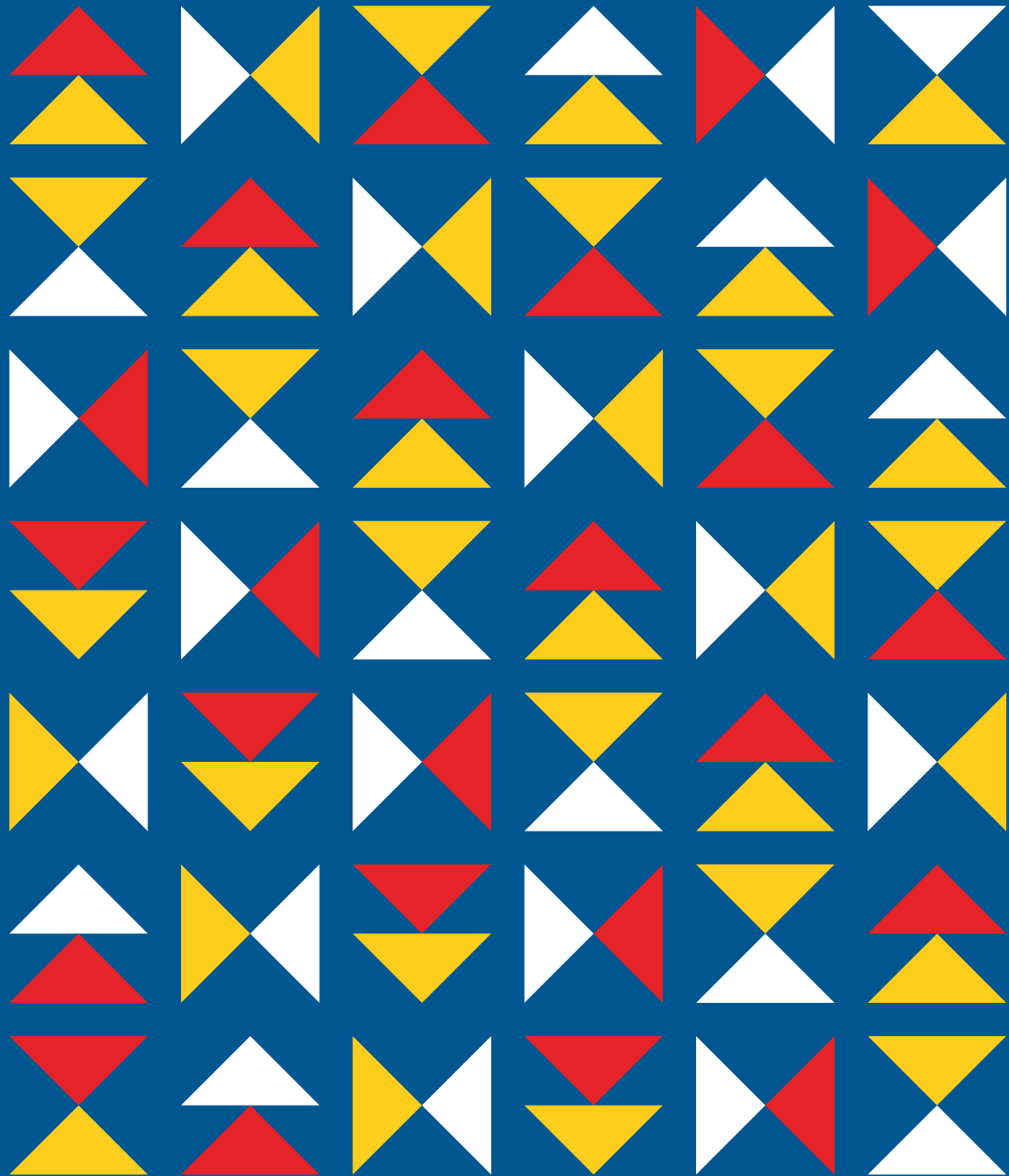
La partnership si estende anche a livello commerciale con la fornitura di acqua in particolari occasioni durante l’anno quali i campus pasquali, estivi e invernali e il REMIDADay, la giornata-evento annuale che celebra le attività del centro permanente REMIDAMilano.





b

AMICI DEL MUBA



## **b** | Amici del MUBA

---

Nel **2018** l'attività di fundraising di MUBA si apre anche agli individui. MUBA valuta che sia il momento più opportuno perché, dopo 4 anni di attività continuative alla Rotonda di via Besana è un punto di riferimento all'interno del panorama culturale milanese, perché MUBA ha adesso la capacità di entrare in contatto con chi, per passione e mecenatismo, può giocare un ruolo chiave nello sviluppo di una impresa culturale.

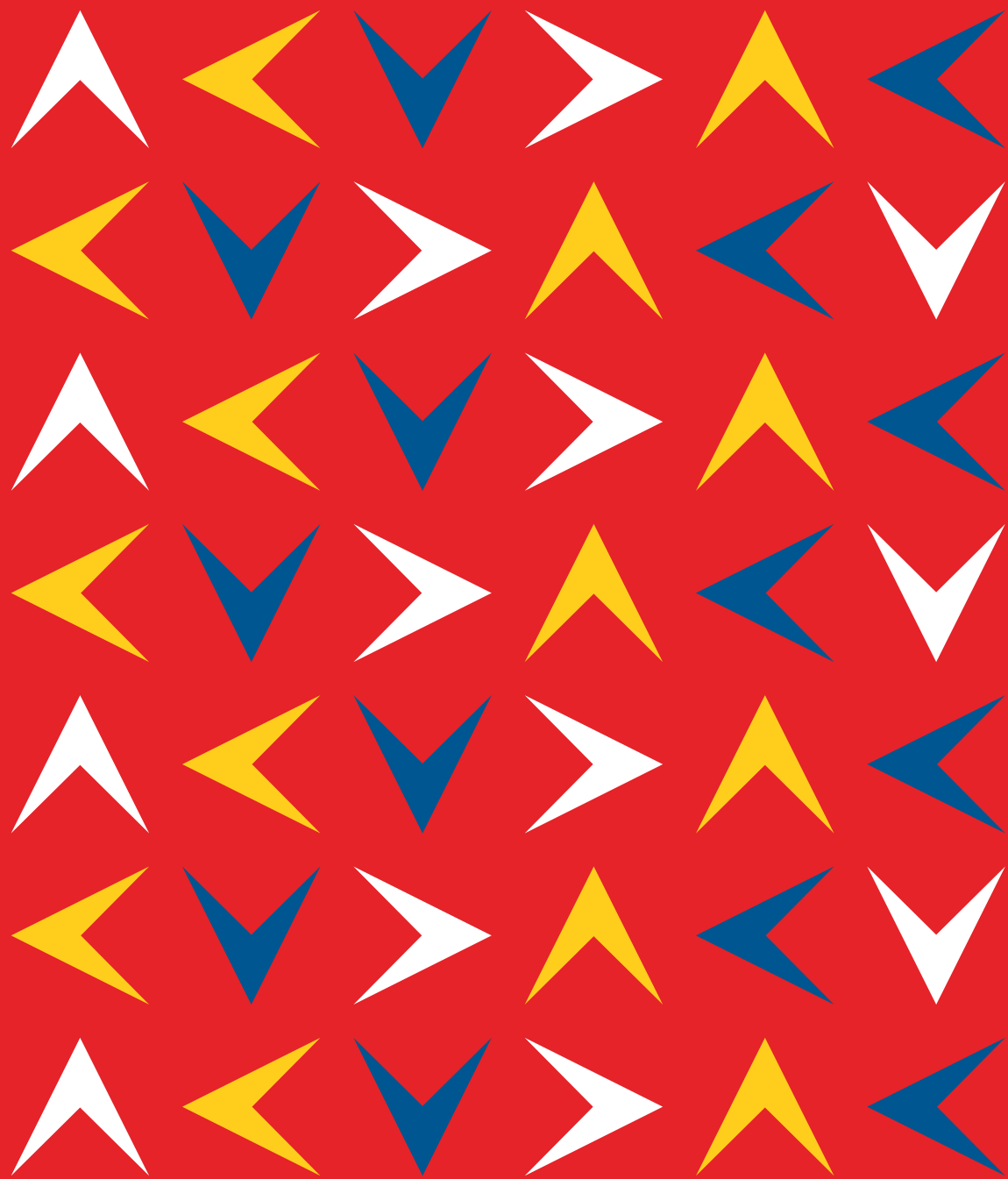
Questa apertura prende vita a inizio ottobre con il **lancio del progetto Amici del MUBA**. L'obiettivo primario è coinvolgere nella vita del museo le persone che riconoscono a MUBA il ruolo chiave di centro per lo sviluppo e la diffusione di progetti culturali dedicati all'infanzia, che conoscono e apprezzano il lavoro e la qualità delle proposte didattiche e culturali, che condividono la vision di MUBA o che, semplicemente, frequentano il Museo con regolarità.

Amici del MUBA è un programma di fidelizzazione che prevede tre diverse categorie di adesione - esploratori, sognatori e visionari - ispirate a personaggi famosi che hanno fatto della curiosità e della voglia di realizzare i propri sogni il motore della loro vita. Ogni categoria include benefit e vantaggi esclusivi quali ingressi illimitati e gratuiti alle attività, informativa costante sulla programmazione e sull'andamento del museo, eventi dedicati alla community, riduzioni sui servizi (bookshop e bistrot) e convenzioni con diversi partner.



C

BANDI



## c | Bandi

### > c.I – Fondazione Cariplo

Fondazione Cariplo è al fianco di MUBA dall'inizio delle attività alla Rotonda di via Besana. Un primo bando triennale, vinto da MUBA con il progetto "MUBA- Un centro culturale permanente a Milano 2014-2017" ha permesso di finanziare parte della fase di start-up e avviamento del museo con un contributo pari a 350.000 euro.

**NEL 2018 MUBA PARTECIPA E VINCE UN SECONDO BANDO CON IL PROGETTO "MUBA - CRESCIAMO INSIEME (2019-2021)" CON LA VOLONTÀ DI RISPONDERE AI BISOGNI RILEVATI DAL RAPPORTO CON IL PUBBLICO NEI PRIMI QUATTRO ANNI DI ATTIVITÀ DEL MUSEO ATTRAVERSO UNA PROPOSTA ARTICOLATA IN TRE AZIONI MIRATE:**

- **MUBA piccolissimi**

Per ampliare e rendere strutturale l'offerta di percorsi dedicati ai piccolissimi (0-6 anni), pensando anche ad attività rivolte specificatamente ai neo genitori e prevedendo incontri con specialisti e operatori del settore;

- **MUBA Conoscere Insieme**

Per rendere sistematici e permanenti i percorsi di capitalizzazione delle conoscenze sviluppate all'interno dell'offerta culturale e delle metodologie MUBA, le mostre-gioco, e creare così un laboratorio permanente di scambio di conoscenze sul tema dell'infanzia tra genitori, operatori, insegnanti, studenti e amministratori pubblici;

- **MUBA Team Building!**

Per attivare, in forma sperimentale, un percorso di ricerca-azione-formazione atto a favorire l'adozione da parte di MUBA di modalità che permettano alle classi di "fare gruppo e comunità" e, quindi, arginare i fenomeni che spesso ingenerano processi di emarginazione dei bambini più fragili.

### > c.II – Europa Creativa

MUBA vince il **bando europeo promosso dal Programma Europa Creativa** con il **progetto Unprepared Hearts** di cui è capofila insieme ai partner Sladovna il Museo dei Bambini di Pisek (Repubblica Ceca) e Associazione culturale Da'DeCe (Romania). Il progetto che ha durata triennale nasce con l'obiettivo da parte delle tre istituzioni di **trattare il tema dell'educazione sentimentale utilizzando il linguaggio artistico come mediatore di contenuti.**

L'introduzione dell'educazione sentimentale come materia all'interno dei programmi didattici ministeriali è un tema che più volte è stato discusso in Italia ma che non ha ancora trovato una soluzione univoca; situazione che si riscontra anche in Romania e Repubblica Ceca.

È un tema però estremamente attuale da qui la proposta delle tre istituzioni culturali di dare delle risposte a questa richiesta crescente attraverso **tre diverse proposte di workshop artistici.**

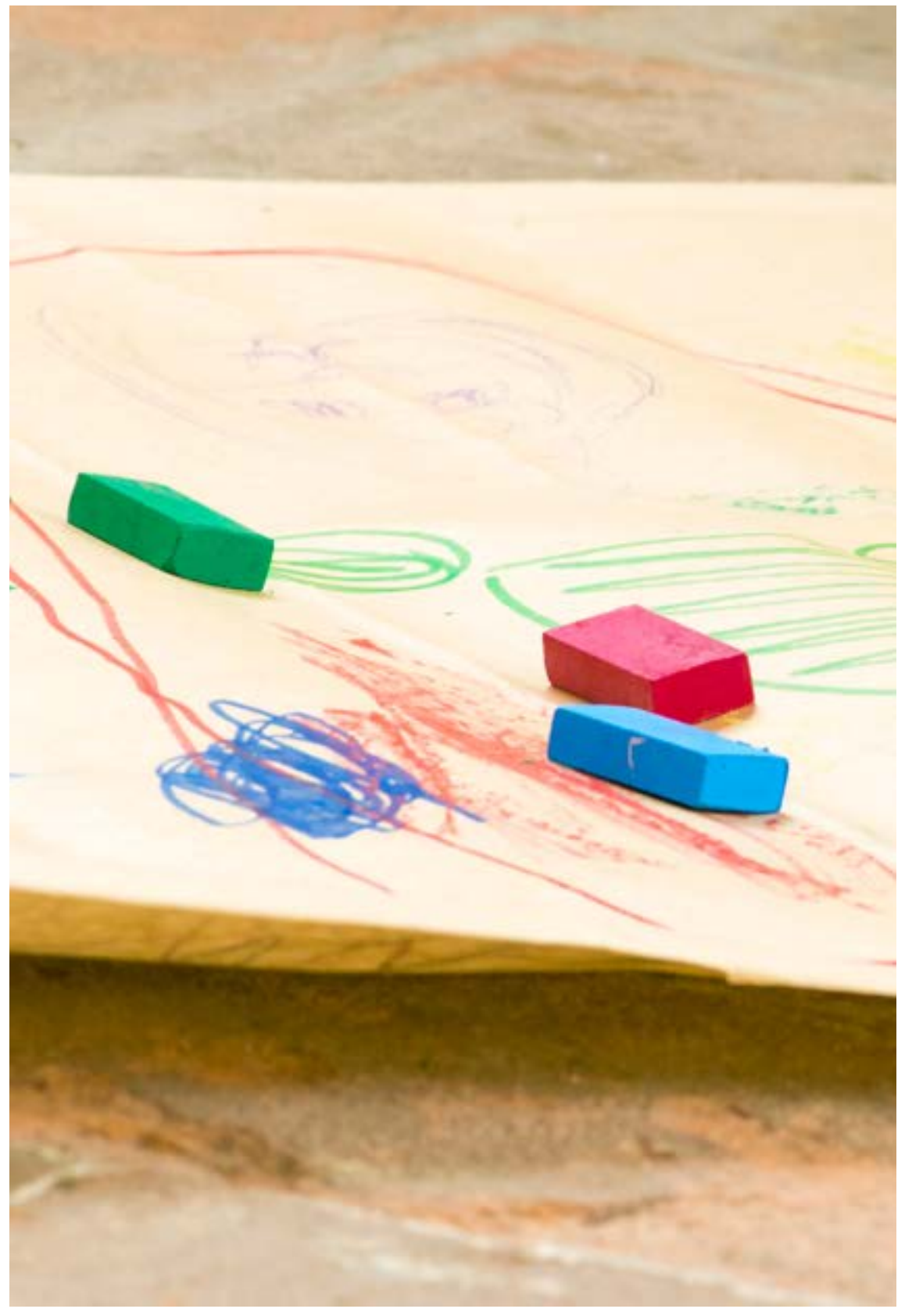
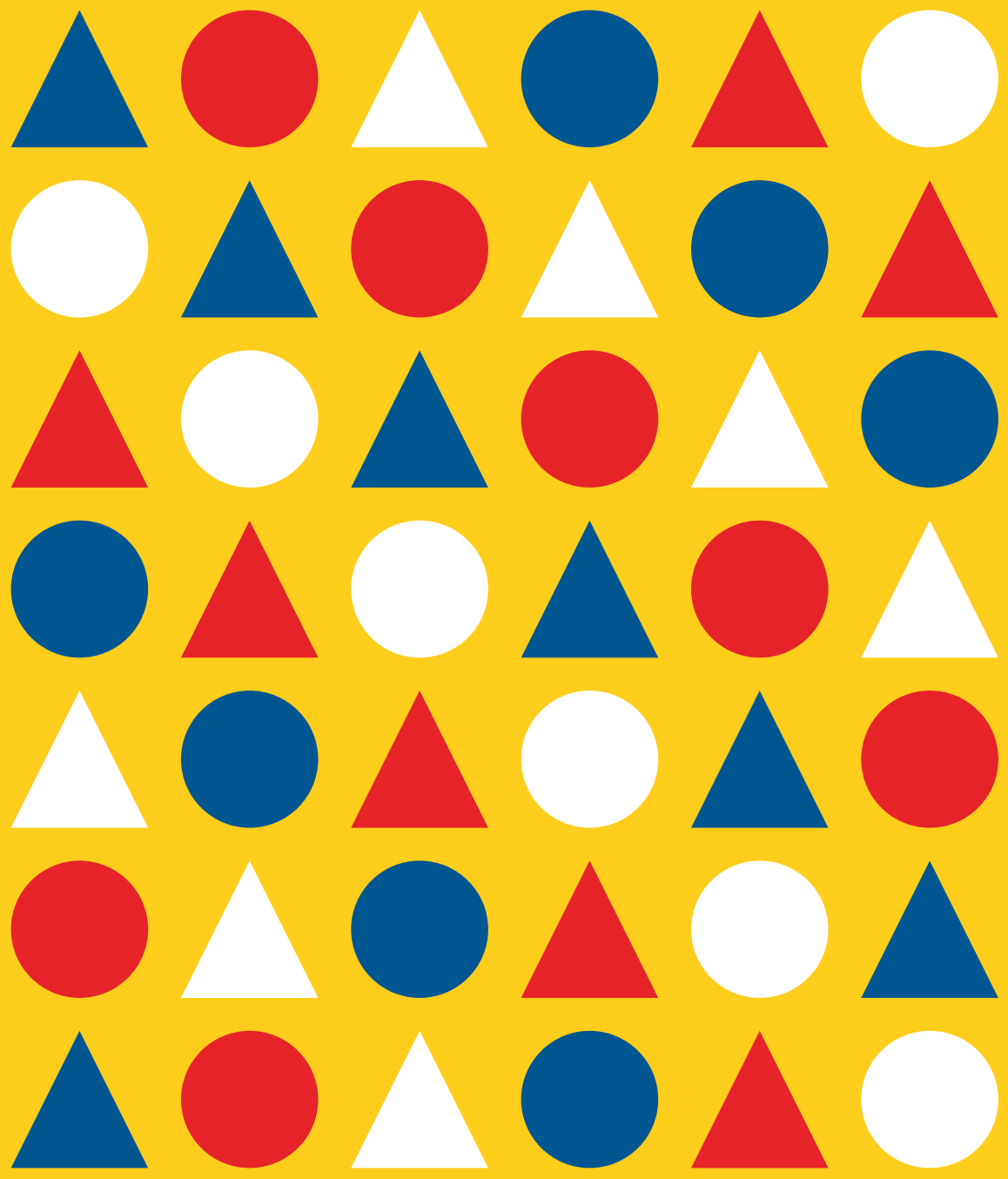
**Il progetto co-finanziato dal Programma Europa creativa dell'Unione europea, e per l'Italia, da Fondazione Cariplo**, ha una durata di tre anni con una prima parte di studio e costruzione del progetto (2018) e una seconda parte di realizzazione dei laboratori (2019-2020).

## > c.III – Servizio civile

---

A settembre 2018 MUBA, in collaborazione con Legacoop, partecipa al bando come ente ospitante il servizio civile nazionale, presentando il progetto “MUSEO DEI BAMBINI: LA CULTURA INCONTRA L'EDUCAZIONE”. Il progetto nasce con l'intenzione di coinvolgere giovani tra i 18 e 28 anni in una grande occasione di crescita, di solidarietà sociale e di cittadinanza attiva in grado di proiettarsi nella vita adulta. MUBA intende così promuovere le politiche giovanili attraverso la diffusione del servizio civile, garantendo ai volontari la possibilità di conoscere non solo una realtà educativa-culturale unica nel settore, ma anche di cambiare punto di vista, diventando erogatore di servizi e non solo fruitore degli stessi.





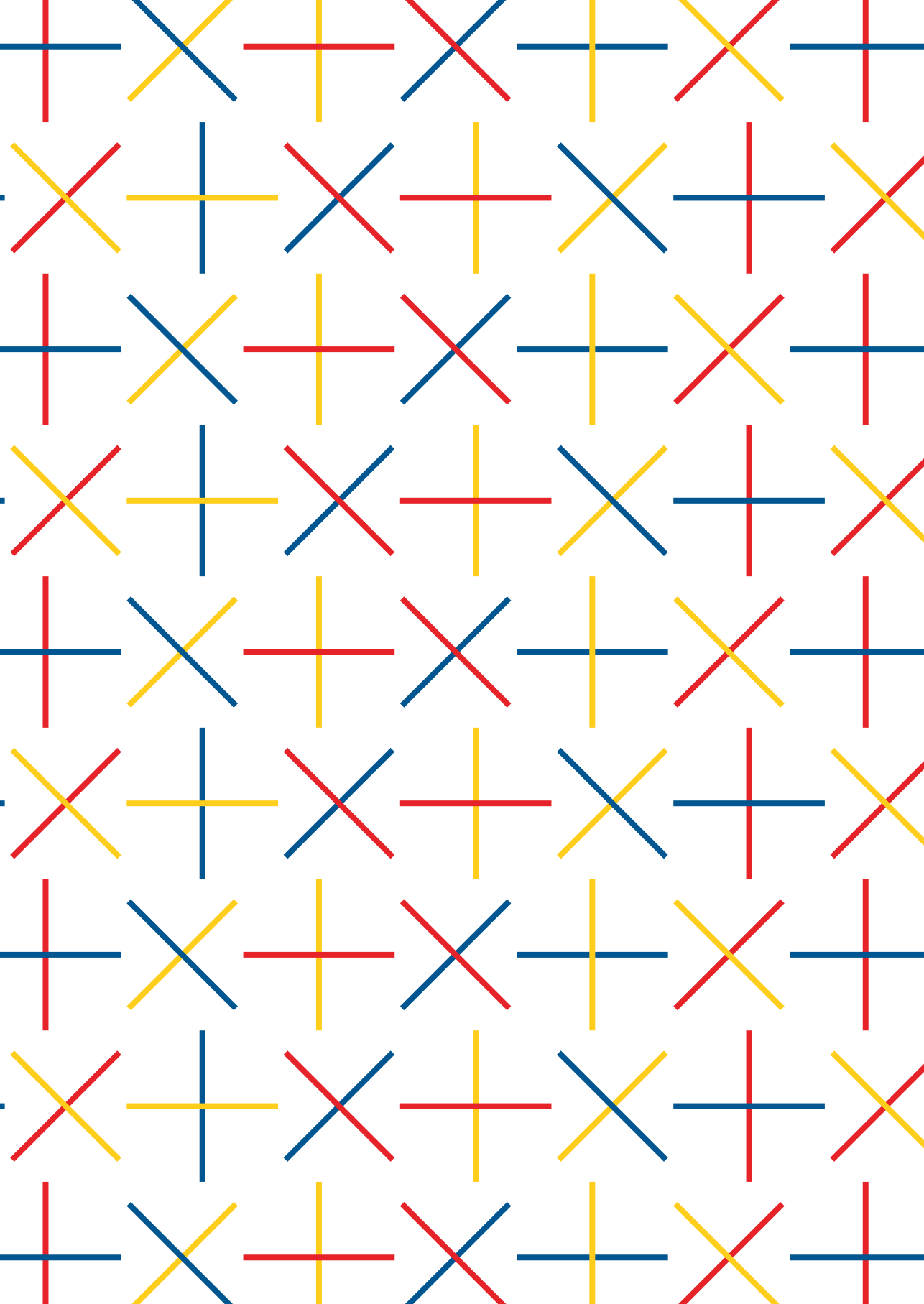
## d | Eventi

La location che ospita MUBA, il complesso storico della Rotonda di via Besana, è una cornice suggestiva che in passato è stata teatro di eventi e manifestazioni di diverso genere. Questa vocazione è rispettata da MUBA che ha fatto degli eventi una delle voci contributive alla sostenibilità economica del progetto.

Gli eventi che vengono organizzati sono eventi aziendali, convegni, presentazioni, conferenze stampa, cene di gala e shooting fotografici sempre nel pieno rispetto della regolare programmazione del Museo.

Tra gli eventi più rilevanti ospitati nel 2018: la sfilata di Alberta Ferretti e la festa per gli 80 anni di Grazia.





# Il bilancio di attività

10

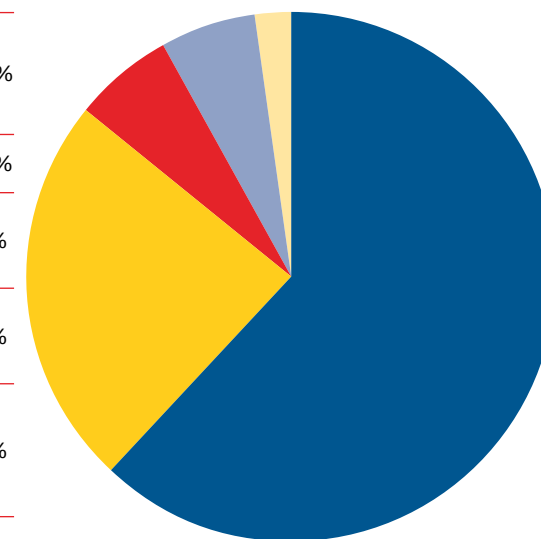


## 10 | Il bilancio di attività



### COMPOSIZIONE ENTRATE

■ BIGLIETTERIA (biglietti, abbonamenti, formazioni e campus)	62%
■ SOSTEGNO DA AZIENDE	24%
■ CANONI (concessioni bookshop e bar)	6%
■ BANDI (internazionali e nazionali)	6%
■ DONAZIONI (5x1000, Amici del MUBA, erogazioni liberali)	2%



### COMPOSIZIONE SPESE

■ PERSONALE	55%
■ SPESE GENERALI DI GESTIONE (canone di locazione, manutenzioni ordinarie e straordinarie, utenze, assicurazioni, acquisti)	26%
■ CONSULENZE ESTERNE	7%
■ ALLESTIMENTI	7%
■ COMUNICAZIONE	5%

