

VALERIA COCCO

LA POLITICA DI GRATUITÀ MUSEALE E LA  
VALORIZZAZIONE DEI LUOGHI DELLA CULTURA  
COME POSSIBILE STRUMENTO DI TRANSIZIONE DEGLI  
SPAZI DI AGGREGAZIONE TERRITORIALE

*Premessa.* – La scelta di adottare politiche museali che prevedano ammissione gratuita ai musei può incidere sull'incremento di visitatori che genera ripercussioni sociali sul territorio e agiscono come strumento di trasformazione degli spazi di aggregazione, con particolare attenzione ad alcune realtà europee.

Lo studio si pone l'obiettivo di comprendere se vi sia una correlazione tra ammissione gratuita e numero delle giornate in cui essa è offerta, frequenza di visite ai musei e propensione al ritorno.

Allo scopo, ci si avvarrà di una attenta ricognizione della letteratura sul tema per tracciare una panoramica sulla situazione corrente dell'impatto economico, sociale e territoriale del settore museale e, più in generale, dell'utilizzo del museo come possibile nuovo spazio di aggregazione per la popolazione più giovane.

Per quanto riguarda la metodologia, si farà ricorso ad un approccio empirico qualitativo, attraverso interviste rivolte ad un campione di giovani, di età compresa tra i 18 e i 26 anni, individuati tra gruppi studenteschi.

L'indagine campionaria vorrà stabilire, in specifico, quanto il reddito dei soggetti intervistati e la differenza di politiche di ammissione tra i vari musei e territorio europei considerati possano incidere sul grado di fruizione delle strutture museali.

*Introduzione.* – Il settore museale ha un impatto economico, sociale e territoriale rilevante, nel momento in cui la fruizione dei prodotti culturali accresce le conoscenze e le capacità empatiche dei residenti, le quali, a loro volta, impattano positivamente sulla società e sul territorio, contribuendo all'arricchimento dell'intero sistema paese. Pertanto, oltre ai benefici diretti percepiti dai fruitori, è possibile aggiungere quelli registrati dall'intera comunità. Nello specifico, si possono individuare effetti vir-

tuosi conseguenti ad un maggior consumo culturale ed un migliore coinvolgimento sociale dei musei, almeno per alcune fasce di popolazione estremamente sensibili al tema dell'istruzione e della socializzazione. Pertanto, il valore del patrimonio culturale riveste un ruolo sociale che può generare effetti rilevanti in ambito territoriale e agire, altresì, come strumento per la trasformazione degli spazi di aggregazione all'interno dei luoghi della cultura e tra questi i musei (Cocco, 2020).

Il patrimonio culturale, attraverso rinnovati *asset* di comunicazione e politiche in grado di rafforzare l'immagine del museo come, ad esempio la politica di gratuità rivolta alla sua maggior fruizione da parte dei giovani under 26, potrebbe essere funzionale alla progettazione di un museo concepito come luogo di incontro e scambio tra attori sociali e tra culture differenti, in grado di favorire l'inclusione e l'avvicinamento delle comunità territoriali (Salerno, 2013).

In tale contesto, è necessario ripensare il modo in cui il concetto di spazio pubblico può essere valutato e interpretato. La sua accezione ispirata al criterio della funzionalità, volta a rivitalizzare i territori, non sempre è risultata adeguata alle esigenze della Comunità territoriale, soprattutto in chiave dinamica ed evolutiva (Crosta, 2000; Bauman, 2012).

Appare, dunque, utile un cambiamento nel modo di pensare l'approccio allo spazio pubblico, ponendo maggiore attenzione alla funzione e alle attese che svolgono gli individui (Barnett, 2014; Gehl, 2020), attivando una maggiore fruizione degli spazi della cultura che possano fungere da luoghi di aggregazione ed incontro alternativi, creativi, sicuri e innovativi (Cocco, 2020).

In sostanza, affinché il patrimonio culturale continui ad avere un valore sociale per la collettività, sarebbe opportuno superare la forma enclavica dello spazio museale a favore di un legame più stringente con il territorio e con le comunità che lo abitano, attraverso la creazione di una rinnovata identità collettiva e di una transizione da spazio espositivo a spazio di aggregazione territoriale.

La scelta tra ammissione a pagamento o gratuita ai musei potrebbe avere un ruolo rilevante nell'accrescimento di fruizione degli spazi della cultura da parte dei residenti, inoltre, rappresenterebbe una modalità in grado di favorire la trasformazione degli spazi pubblici, semi-pubblici, di aggregazione dei territori contribuendo all'attuazione di un processo di riorganizzazione spontanea degli stessi, all'interno dei quali rileva un incremento del

senso di appartenenza ad una comunità legato ad una percezione di sicurezza e partecipazione civica (McMillan, Chavis, 1986), rivolta ad un accrescimento del benessere sociale (Davidson, Cotter, 1991).

Il forte dinamismo e la fluidità dei territori sono determinanti nella trasformazione degli spazi geografici (Bauman, 2012; Carmona, 2019). Pertanto, il rapporto tra l'individuo, le trasformazioni che innervano il territorio (Maggioli, 2015) e la geografia della vita quotidiana (Lindón, Aguilar, Hiernaux, 2006) acquistano una rinnovata centralità a favore della trasformazione spontanea degli spazi stessi (Carmona, 2015). Laddove tale trasformazione spontanea venga recepita dai territori che ne sono coinvolti, si potrebbe attivare un virtuoso processo di riorganizzazione degli stessi attraverso la partecipazione ed il coinvolgimento tra tessuto sociale e programmazione territoriale, come emerge nel caso di studio del polo museale MAXXI di Roma che assume la forma di spazio pubblico non convenzionale (Cocco, 2020)<sup>1</sup>.

Il caso italiano, peraltro, essendo riferito ad una realtà segnata da un'offerta museale fortemente policentrica e largamente distribuita su tutto il territorio, compresi gli spazi interni e marginalizzati, aiuta a comprendere come la politica di gratuità dei musei potrebbe essere declinata, oltre che negli spazi urbani (Bauman, 2012; Cocco, 2020), anche su territori periurbani e nelle aree interne, con l'obiettivo di trarre benefici di carattere socio-economico, infrastrutturale e, più in generale, in grado di contribuire ad un rinnovato benessere sociale.

Il caso MAXXI (Cocco, 2020) considerato come modello di sviluppo territoriale e di trasformazione spontanea degli spazi di aggregazione, induce a declinare l'approccio di integrazione tra l'ecosistema culturale e lo spazio di aggregazione della comunità territoriale su scale regionali differenti e in territori extraurbani, ad esempio attivando un recupero del rapporto con il pubblico attraverso la promozione di biglietti integrati o accessi agevolati finalizzati ad incrementare la partecipazione culturale dei giovani residenti in Comuni intermedi, periferici e ultra periferici.

Se ne deduce che i luoghi della cultura possono assumere un ruolo rilevante nella transizione degli spazi geografici e quali strumenti per lo

---

<sup>1</sup> I risultati dell'analisi empirica nell'ambito della ricerca *Unexpected public space: il caso MAXXI* (Cocco, 2020) mostrano con evidenza un uso collettivo e multifunzionale del polo museale oggetto del caso studio, aprendo a riflessioni sullo spazio pubblico come centro culturale.

sviluppo territoriale e l'incremento dell'attrattività dei piccoli comuni, soprattutto se inseriti in una politica sociale di inclusione dei soggetti più giovani e fragili, in particolare, di coloro che abitano lontano dai grandi agglomerati urbani, e, che, quindi, hanno la possibilità di usufruire delle infrastrutture e dell'offerta culturale in misura minore rispetto ai loro coetanei residenti nelle città.

In tale contesto, una spinta alla valorizzazione dei luoghi della cultura potrebbe essere innescata dalla scelta da parte degli spazi museali di adottare una visione *welfare-oriented* attivando una politica di ammissione gratuita nei musei a beneficio delle istituzioni, ma soprattutto per rafforzare l'identità territoriale (Santagata, 2007).

La scelta di politiche di gratuità dei musei deve considerare le variazioni di scala e le differenze locali e regionali. Infatti, a seconda dei differenti fattori socio-culturali ed economici dei territori, nonché delle caratteristiche abitudini degli stili di vita è possibile osservare effetti differenti delle politiche di gratuità museale sui territori. In particolare, secondo uno studio condotto da Chen e Della Chang (2016) sull'introduzione dell'ammissione gratuita ai musei pubblici in Taiwan, emerge come la politica di gratuità possa creare un beneficio sociale ed economico su tutte le strutture museali del Paese attivando un incremento del numero di visitatori paganti anche in quelle private. In alcuni casi, l'ammissione gratuita assume un ruolo cruciale nel determinare la decisione di visita al museo, in particolare, da parte dei visitatori giovani. Secondo i risultati dell'analisi condotta da Kirchberg (1998), la caratteristica dominante che influisce soggettivamente sulla decisione di visita del museo è il reddito<sup>2</sup>.

Nell'individuazione delle precondizioni che alimentano la domanda di fruizione museale, il reddito (Kirchberg, 1998), è risultato essere un fattore influente; d'altra parte, le prove raccolte dal Regno Unito dopo l'introduzione nel 2001 dell'ingresso gratuito ai musei sponsorizzati dal governo, hanno suggerito che il profilo del visitatore-tipo, per quanto riguarda il livello di educazione e reddito, non abbia influito sull'aumento delle presenze. L'analisi condotta da IMPACTS<sup>3</sup> ha rivelato che, non tan-

---

<sup>2</sup> In particolare, il costo del biglietto influisce cinque volte di più su tutti coloro che si posizionano nella fascia di reddito più bassa (Kirchberg, 1998).

<sup>3</sup> Lo studio IMPACTS nel 2015 ha dimostrato come su un campione di 48 organizzazioni culturali che offrono regolarmente l'ammissione gratuita in giorni specifici, emerge, al contrario di quanto si possa pensare, che sono proprio i visitatori

to per la frequenza di visita, quanto per la propensione di ritorno al museo, la presenza nei siti museali sia più elevata laddove il reddito del visitatore sia maggiore. Del resto, in un altro studio condotto nello studio del Regno Unito *Visits to Museums and Galleries Study* (2001), è emerso che la barriera primaria che frena la visita è principalmente legata alla mancanza di tempo e di interesse, e che, solo in parte, dipende dal costo dell'ammissione (Cellini, Cuccia, 2018).

La misura di gratuità, pertanto, si inserisce in una politica di democratizzazione culturale attraverso la facilitazione all'accesso ai luoghi culturali principalmente rivolta a quelle generazioni considerate più fragili sotto il profilo finanziario. Difatti, secondo quanto emerso dall'esperimento riguardo l'ammissione gratuita serale condotta nel 2008 al Louvre, L'Orsay, il Centro Pompidou e il Museo Quai Branly, erano stati osservati diversi effetti sulla mobilitazione dei giovani under 26<sup>4</sup>, che avevano confermato come l'incentivo dell'ammissione gratuita ai musei possa motivare i giovani alla visita, a volte anche per la prima volta<sup>5</sup>. Nonostante il caso francese sia un chiaro ed evidente esempio di una causalità tra adozione dell'ingresso gratuito ai musei nazionali e incremento del coinvolgimento dei giovani all'interno dell'ambiente culturale, i risultati ottenuti potrebbero anche essere frutto di una cultura estremamente proiettata verso l'arte.

L'attenzione per una maggiore inclusione dei giovani negli ambienti culturali e formativi, quali i musei, non è propriamente una novità: molteplici sono le iniziative volte ad un cambiamento delle politiche di ingresso ai musei e di coinvolgimento di determinate fasce d'età in Italia ed in Europa. La sensibilità al tema del rapporto tra i giovani e la cultura è sempre più forte, e lo sviluppo di nuove modalità di ammissione sta pro-

---

con un più elevato reddito e un alto livello di istruzione ad usufruire dell'ammissione gratuita.

<sup>4</sup> Ministère de la Culture, (2019) Free Permanent collections for children under 26 in national museums, <https://www.culture.gouv.fr/en/Thematic/Museums/Les-musees-en-France/The-policies-of-museums-in-France/Public-policy/Free-permanent-collections-for-children-under-26-in-national-museums>

<sup>5</sup> Analizzando i dati aggiornati nel 2019, emerge che più di 3 milioni di giovani hanno beneficiato dell'ingresso gratuito. L'ammissione gratuita ha giocato un ruolo cruciale nella visita dei musei per più dei tre quarti dei visitatori tra i 18 ed i 25 anni. Inoltre, più di un terzo dei beneficiari hanno affermato che senza tale misura non avrebbero visitato il museo, e ancora, più di 4 visitatori su 10 hanno confermato che proprio la gratuità ha supportato la loro decisione.

gredendo a livello europeo. Le misure di gratuità vanno rappresentando, quindi, un tassello fondamentale per il coinvolgimento dei giovani nella sfera culturale e artistica e come elemento di valorizzazione territoriale.

*Metodologia.* – Alla luce del ruolo assunto dal patrimonio culturale come vera e propria risorsa strategica per l'economia e per la coesione territoriale, e del museo come strumento per transizione degli spazi di aggregazione, come sopra anticipato, lo studio si pone l'obiettivo di comprendere se vi sia una correlazione tra ammissione gratuita e numero delle giornate in cui essa è offerta, frequenza di visite ai musei e propensione al ritorno, in particolare, attraverso un campione di giovani visitatori compresi tra i 18 e i 26 anni di età, ovvero per le generazioni considerate più fragili sotto il profilo della capacità di spesa, andando ad analizzare quale rapporto vi sia tra i giovani e la cultura, per arrivare a comprendere in che modo la politica di gratuità museale possa rappresentare un canale per la trasformazione degli spazi di aggregazione, attraverso una strategia rivolta all'aumento del coinvolgimento tra struttura museale e territorio, declinando tale ipotesi su territori urbani, peri-urbani e marginali. In tale prospettiva si è adottata una metodologia qualitativa, attraverso questionari ed interviste rivolte al target di riferimento stabilito per poter indagare quanto il reddito e la differenza di politiche di ammissione possano incidere sulle visite museali.

In prima fase si sono elaborate quattro diverse ipotesi<sup>6</sup> per comprendere se l'ingresso gratuito ai musei e la frequenza di tale offerta sia o meno correlata alla frequenza della visita dei musei e alla propensione di ritorno al museo nei giovani europei under 26. I dati sono stati acquisiti tramite un questionario online<sup>7</sup> supportato dalla piattaforma Qualtrics, indirizzato ad un target definito, studenti e lavoratori, residenti in diversi Paesi appartenenti alla Comunità Europea. Per testare le quattro ipotesi è

---

<sup>6</sup> Ipotesi 1a (H1a): l'ammissione gratuita ai musei ha una correlazione positiva con la frequenza di visita nei giovani tra i 18 e 26 anni;

Ipotesi 1b (H1b): l'ammissione gratuita ha una correlazione positiva con la propensione di ritorno al museo;

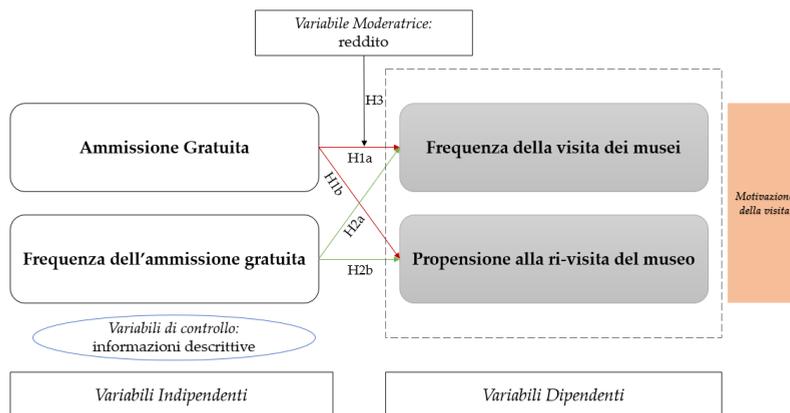
Ipotesi 2a (H2a): la frequenza dell'ammissione gratuita, quindi delle giornate ad ingresso libero, è correlata alla frequenza di visita dei musei;

Ipotesi 2b (H2b): la frequenza dell'ammissione gratuita è correlata alla propensione di ritorno (o nuova visita) al museo.

<sup>7</sup> I questionari ed i relativi dati sono stati raccolti a giugno 2023.

stato utilizzato il Test esatto di Fisher in considerazione di un campione ridotto pari a 92 rispondenti<sup>8</sup>. Per quanto riguarda la diffusione, si è fatto ricorso a diverse piattaforme online, tra le quali Instagram e WhatsApp, condividendo il questionario su diversi gruppi studenteschi universitari<sup>9</sup>. La decisione di utilizzare un approccio non probabilistico per la definizione del campione selezionato incontra certamente delle limitazioni, come, ad esempio, un pregiudizio nella scelta dei soggetti intervistati e, quindi, una soggettività nel processo di selezione; tuttavia, pur non essendo il campione selezionato del tutto randomico, vista la necessità di appropriatezza delle caratteristiche demografiche, si è ritenuto più conveniente ai fini della ricerca l'utilizzo di questo approccio. L'obiettivo principale della raccolta dei dati, infatti, era garantire una diffusione quanto più omogenea possibile nei diversi paesi europei; al fine di ottenere una panoramica completa della prospettiva economica e del livello di istruzione del campione selezionato.

Fig. 1 – *Modello di studio*



Fonte: elaborazione dell'autrice

<sup>8</sup> Il questionario online composto da 10 domande a risposta multipla ed una domanda a risposta aperta<sup>8</sup> è stato sottoposto a 103 intervistati, di cui 92 rispondenti

<sup>9</sup> Sebbene l'uso dei social media abbia limitato il campione selezionato, rispetto a un campione casuale della popolazione, ai soli utenti di queste piattaforme, ha comunque consentito di distribuire lo studio a gruppi e individui di tutta Europa.

Con riferimento alle variabili utilizzate si considerano l'ingresso gratuito ai musei e la sua frequenza. In particolare, con riferimento alla prima variabile, si tratta di una misura ormai diffusa in tutta Europa, dove, nella maggior parte dei casi, non vi è distinzione alcuna rispetto alla fascia d'età, difatti, la gratuità in predeterminati gironi riguarda, indistintamente, chiunque desideri visitare il museo. Mentre con riferimento alla frequenza, essa è in gran parte limitata a specifiche giornate mensili o fasce orarie. Il che rende estremamente limitante l'utilizzo di tale offerta.

*Analisi dei dati e risultati.* – Alla luce dei dati emersi dalla ricerca, si può notare come tra i visitatori abituali, ovvero tra coloro che hanno dichiarato di visitare i musei almeno otto volte durante un anno, il 76% rientra nella categoria di coloro i quali usufruiscono solitamente dell'offerta di ingresso gratuito. La maggior parte degli intervistati si sono dichiarati propensi (*likely*) a rivisitare un museo già visitato e sono, per più del 70%, coloro che abitualmente visitano i musei usufruendo dell'offerta gratuita; mentre la maggior parte di coloro i quali si sono dichiarati non propensi (*somewhat unlikely*) a ritornare al museo, sono visitatori paganti. Inoltre, dai dati emerge come i soggetti che vivono in paesi o città che offrono l'ammissione gratuita tutti i giorni (ad esempio, a Parigi) o tutti i fine settimana (ad esempio, a Monaco di Baviera), sono anche gli stessi ad aver affermato di visitare i musei, in media, più frequentemente (dalle quattro alle sette volte l'anno, o più di otto volte l'anno). Si potrebbe pertanto dedurre che, la frequenza con cui viene offerta l'ingresso gratuito ai musei sia correlato alla frequenza di visita degli stessi nei soggetti di età compresa tra i 18 e i 26 anni. In altre parole, la frequenza con cui viene offerta la gratuità ha un'influenza sulla frequenza con cui i giovani under 26 visitano i musei e che la frequenza con cui viene offerta sia direttamente correlata con una maggiore propensione da parte di tale categoria di visitatori a rivisitare un museo già visitato, creando un circolo virtuoso di ingressi ripetuti nel tempo. Inoltre, considerando che il campione ricade in quella fascia di età che viene considerata fragile dal punto di vista reddituale, è emerso che per i rispondenti con reddito inferiore a 10 mila euro annui, l'ammissione gratuita abbia influito sulla frequenza con cui i visitatori si sono recati al museo, indipendentemente dall'area geografica; mentre per quanto riguarda le fasce di reddito superiore alla predetta soglia, il reddito non ha inciso particolarmente sulla presenza o meno

dell'offerta di ammissione gratuita<sup>10</sup>. Con riferimento a coloro che visitano i musei a pagamento non usufruendo dell'offerta di ammissione gratuita, è emerso poi come tale scelta sia ricaduta sulla impossibilità di dedicare tempo libero ai servizi culturali in concomitanza con le giornate di disponibilità dell'offerta di accesso gratuito alle strutture (ad esempio, la gratuità spesso una sola volta al mese). Infine, i risultati dell'analisi incrociata dei dati mostrano quanto la differenza di coinvolgimento da parte dei visitatori al museo sia correlata alla frequenza della gratuità piuttosto che alla politica di ammissione gratuita in sé.

*Conclusioni.* – Nonostante le differenze socio-culturali dei rispondenti delle diverse aree geografiche europee e, di conseguenza, le politiche culturali dei singoli Paesi, la politica di gratuità museale assume una validità universale in termini di aumento del coinvolgimento del rapporto tra giovani e cultura. Pertanto, nel momento in cui il museo assume un valore sociale come luogo di crescita personale e di coesione territoriale, l'aumentato coinvolgimento all'interno degli spazi museali potrebbe avere ricadute positive in termini di maggiore fruizione degli spazi della cultura da parte dei residenti, favorendo, altresì, l'auspicato processo di trasformazione degli spazi di aggregazione attraverso una pianificazione partecipata tra cittadini, imprese ed istituzioni.

Pertanto, nell'intento di attivare un processo di riorganizzazione del territorio, all'interno del quale rileva un incremento del senso di appartenenza alla comunità e l'accrescimento del benessere sociale (Davidson, Cotter, 1991), la politica di gratuità museale come incentivo da parte dei musei volto ad incrementare il coinvolgimento dei giovani in questi spazi culturali può effettivamente avere dei risvolti positivi e dei chiari benefici territoriali. Risulta condizionante, peraltro, la scelta delle politiche museali volte a riconoscere la trasformazione sociale del ruolo dei musei in spazio pubblico (Crosta, 2000, 2010; Nemeth, 2012; Eckersley, 2022). Di certo, il patrimonio culturale, mentre attiva iniziative guidate dall'interesse di espandere le possibilità di crescita e sviluppo dei territori, attraverso il coinvolgimento e l'interazione degli attori collettivi, genera effetti significativi su tutto il sistema territoriale. In tale prospettiva, la va-

---

<sup>10</sup> Il reddito è una variabile da considerare nella visione d'insieme di tali strategie, tuttavia, considerando un campione europeo, deve essere considerata una notevole differenza tra i redditi medi tra un paese e l'altro.

lorizzazione del sistema museale e la politica di gratuità come strumento per il coinvolgimento degli individui può assumere una rilevanza paradigmatica per lo sviluppo territoriale. Inoltre, l'accrescimento del coinvolgimento della fruizione dei musei da parte dei residenti potrebbe assumere un ruolo rilevante nell'obiettivo di disegnare uno spazio collettivo inclusivo e rigenerato (Carmona, 2019), permettendo alla struttura museale di uscire dalla tipica forma enclavica per assumere una distribuzione capillare sul territorio. La letteratura analizzata ha mostrato il superamento del concetto di spazio pubblico pianificato a favore di un nuovo spazio ibrido che spesso è oggetto di una pianificazione partecipata tra enti territoriali e comunità locale. In tale ottica, accresce la visibilità dello stesso, attraverso la politica di gratuità museale potrebbe, in parte, andare a supporto di una più stringente integrazione territorio e cultura, trasformando lo spazi espositivo in uno spazio collettivo e di aggregazione per gli individui che lo abitano. Quindi, nonostante i risultati dell'analisi empirica mostrino come le strategie di offerta gratuita d'ingresso ai musei favoriscano un accrescimento dei flussi di visitatori e di propensione di ritorno al museo, risulta di una qualche evidenza che, se di pari passo non vengono adottate misure territoriali volte al coinvolgimento del tessuto sociale attraverso un intervento collettivo di riconoscimento, apprendimento ed interazione tra i vari attori collettivi del territorio, non sarà possibile declinare il modello di sviluppo territoriale legato alla fruizione dei musei come spazio di aggregazione contemporaneo e come forma di transizione.

## BIBLIOGRAFIA

- BARNETT C., "How to think about public space", in CLOKE P., CRANG P., GOODWIN M., (a cura di), *Introducing Human Geographies*, London, Routledge, 2014.
- BAUMAN Z., *Modernità liquida*, Roma-Bari, GLF, 2012.
- CARMONA M., "Re-theorising Contemporary Public Space: A New Narrative and a New Normative", *Journal of Urbanism*, 2015, 8, 4 pp.374-405.
- CARMONA M., "Principles for public space design, planning to do better", *Urban Design International*, 2019, 24, pp. 47-59.
- CELLINI R., CUCCIA, T., "How free admittance affects charged visits to

- museums: an analysis of the Italian case”, *Oxford Economic Papers-new Series*, 2018, 70, pp. 680-698.
- CHEN C.M., DELLA CHANG J.C., “Business cycle and museum visitors in Taiwan”, *Tourism Management Perspectives*, 2016, 19, pp.11-15.
- COCCO V., (Un) Expected Contemporary Public Space, *Bollettino della Società Geografica Italiana*, 2020, pp. 55-64.
- CROSTA P.L., “Società e territorio, al plurale. Lo spazio pubblico – quale bene pubblico – come esito eventuale dell’interazione sociale”, *Foedus*, 2000, 1, pp. 3-21.
- CROSTA P.L., *Pratiche. Il territorio è “l’uso che se ne fa”*, Milano, FrancoAngeli Editore, 2010.
- DAVIDSON W.R., COTTER P.R., “The relationship between sense of community and subjective well-being: A first look”, *Journal of Community Psychology*, 1991, 19, 3, pp.246-253.
- ECKERSLEY S., “Museums as a public space of belonging?”, *Diversity of belonging in Europe*, 2022, 17, pp. 17-40.
- GEHL J., “Three Types of Outdoor Activities, Life Between Buildings, and Outdoor Activities and the Quality of Outdoor Space”, in LEGATES R.T., STOUT F. (a cura di), *The City Reader*, London, Routledge Editor, 2020, pp. 593-602.
- KIRCHBERG V., “Entrance Fee as a Subjective Barrier to Visiting Museums”, *Journal of Cultural Economics*, 1998, 22, pp. 1-13.
- LINDÓN A., HIERNAUX D., AGUILAR M.A., “De la espacialidad, el lugar y los imaginarios urbanos: a modo de introducción”, *Lugares e imaginarios en la metrópolis*, 2006, pp. 9-25.
- MAGGIOLI M., “Dentro lo Spatial Turn: luogo e località, spazio e territorio”, *Semestrale di studi e ricerche di geografia*, 2015, 2, pp. 51-66.
- MCMILLAN D.W., CHAVIS D.M., “Sense of community: A definition and Theory”, *Journal of Community Psychology*, 1986, 14, pp. 6-23.
- NEMETH J., “Controlling the Commons, How Public is Public Space?”, *Urban Affairs Review*, 2012, 48, 6, pp. 811-835.
- SALERNO I., “Narrare il patrimonio culturale. Approcci partecipativi per la valorizzazione di musei e territori”, *Rivista di Scienze del Turismo*, 2013, 1-2, pp. 9-25.
- SANTAGATA W., *La fabbrica della cultura*, Bologna, Il Mulino, 2007.
- “Visits to Museums and Galleries Study”, *Locum Destination Review*, 2001, pp. 50-53.

*The policy of museum free admission and the enhancement of cultural sites as a potential tool for the transition of territorial gathering spaces.* – The choice to adopt museum policies that provide free admission to museums could impact the increase in visitors. It could generate social repercussions on the territory and act as a tool for transforming meeting spaces, with particular attention to some European realities. The study aims to analyze the correlation between free admission, frequency of visits to museums and propensity to return. The literature outlines an overview of the current situation of the economic, social and territorial impact of the museum sector and the use of the museum as a possible new aggregation space for the younger population. The methodology used is a qualitative empirical approach through interviews aimed at a sample of young people, aged between 18 and 26, identified among student groups. The sample survey will make it possible to establish, specifically, how much the income of the subjects interviewed and the difference in admission policies between the various European museums and territories considered can affect the degree of use of the museum facilities.

*Keywords.* – Urban planning strategies, Public space, Museums

*Sapienza Università di Roma, Dipartimento MEMOTEF*  
*valeria.cocco@uniroma1.it*