

Ritorno a casa. Il cofano ritrova smalto. Analisi del *crowdfunding* di Palazzo Madama

Anna Follo, Anna La Ferla, Claudia Leone, Cristina Negus

Sono passati undici anni dalla campagna di raccolta fondi *Acquista con noi un pezzo di storia* lanciata nel 2013 per recuperare un importante servizio in porcellana di Meissen¹, e a marzo 2024 Palazzo Madama è tornato a promuovere una nuova iniziativa per l'acquisizione di cinque smalti di Limoges realizzati intorno al 1220 e appartenuti al cofano del cardinale Guala Bicchieri, un'opera di inestimabile valore entrata nelle collezioni civiche nel 2003². Il presente articolo intende analizzare le motivazioni e gli obiettivi che spingono un museo ad arricchire le proprie collezioni e quali strumenti si possono utilizzare per attivare un coinvolgimento dei cittadini attraverso modelli partecipativi.

Perché imbarcarsi in una sfida per acquistare cinque smalti al costo di 10.000 euro ciascuno, quando la comune visione, mediata anche dalla stampa, non riesce a cogliere il valore delle acquisizioni e in generale delle "riserve", tanto che nel dibattito pubblico non si contano le frequenti proposte di affittare alcune opere dei musei per fare cassa? O che dire delle parole usate quando si parla di scantinati per indicare i depositi³?

È necessario precisare che diverse sono le forme possibili per l'arricchimento delle collezioni di un museo (donazioni, acquisti, lasciti testamentari, depositi, permuta) con conseguente accrescimento del patrimonio culturale di una nazione e dell'umanità: negli ultimi anni la politica delle acquisizioni è stata fortemente ridimensionata a favore di altre funzioni riconosciute del museo (mostre temporanee, mediazione e accessibilità) che hanno ricevuto un maggior *focus* di attenzione e di investimento, nonostante lo statuto ICOM ribadisca che "il museo [...] effettua ricerche, colleziona, conserva, interpreta ed espone il patrimonio materiale e immateriale"; anzi, nel codice etico di ICOM il processo di acquisizione è collocato

al primo posto, quando si afferma che "Museums have the duty to acquire, preserve and promote their collections as a contribution to safeguarding the natural, cultural and scientific heritage. Their collections are a significant public inheritance, have a special position in law and are protected by international legislation"⁴.

In fondo, le acquisizioni riflettono la società in cui è immerso il museo, ne rispecchiano aspirazioni e bisogni che si sviluppano e si modificano anche sul lungo periodo in virtù dell'essere istituzioni "permanenti", secondo quanto stabilito dall'art. 101, comma 2 lett. a), d.lgs. n. 42/2004: il "museo" è "una struttura permanente che acquisisce, cataloga, conserva, ordina ed espone beni culturali per finalità di educazione e di studio".

Anche per un museo come Palazzo Madama, con circa 60.000 opere nelle proprie collezioni – molte di tipo seriale, tra cui monete, medaglie, cammei e ceramiche – rimane fermo il dovere di tutelare il patrimonio, incrementarlo e recuperare, quando sia possibile, eventuali frammenti dispersi⁵.

I cinque smalti apparsi sul mercato antiquario (fig. 1) rispondevano a quattro requisiti richiesti per valutare l'opportunità di un loro ingresso nelle collezioni⁶: certezza della qualità e della loro provenienza, nello specifico dal cofano del cardinale Guala Bicchieri; riconoscimento di un significato culturale, estetico, storico e scientifico che ne promuove l'esposizione, lo studio e la condivisione con i cittadini; coerenza con la missione del Museo Civico d'Arte Antica, nato per conservare e far conoscere la cultura materiale e la varietà delle arti decorative; verifica dell'esistenza di risorse economiche e delle competenze scientifiche e di mediazione, necessarie a prendersene cura, effettuando ricerche e permettendo l'accessibilità al pubblico. L'intera operazione è stata certamente pervasa



1. Cinque smalti di Limoges, circa 1220, prima dell'acquisizione da parte di Palazzo Madama (marzo 2024)

da un senso etico e di dovere civico nel tentare ogni azione possibile affinché i cinque smalti non prendessero la strada di una collezione privata né di un altro museo, ma potessero essere oggetto di un vero e proprio ricongiungimento, assicurando alla pubblica fruizione il cofano anche attraverso un nuovo allestimento.

Il ricorso a una raccolta partecipativa anziché a un'acquisizione diretta attraverso i fondi propri dell'ente è stato deciso prendendo in considerazione i seguenti aspetti:

- persistenza, dal 2009, di una carenza di risorse economiche da destinare alle acquisizioni⁷;
- fiducia nella comunità su cui il museo può contare grazie a una relazione profonda instaurata nel corso degli anni. Palazzo Madama ha infatti

ti sperimentato i processi di partecipazione, anche con iniziative di co-creazione e *crowd-sourcing*: oltre alla sopra citata raccolta fondi del 2013, per l'ambito di ampliamento delle collezioni, merita ricordare il progetto di ricerca *Un secolo di moda*, avviato nel 2014 e ideato per ricostruire la storia della moda a Torino tra la fine dell'Ottocento e gli anni ottanta del Novecento. In questa occasione le persone erano state invitate a condividere ricordi, narrazioni e fotografie dei mestieri, dei laboratori e dei negozi che costituivano il tessuto operativo cittadino: nata come indagine, l'iniziativa ha però avviato un ampio processo di donazione di abiti, accessori, fotografie e strumenti che è proseguito negli anni successivi, anche dopo la mostra *Affetti personali. Storie di donne e*

2. Visualizzazione della pagina di raccolta fondi
Ritorno a casa. Il cofano ritrova smalto sulla piattaforma Rete del Dono

3. La pagina dedicata alla raccolta fondi sul sito web di Palazzo Madama

4. Numero di visite registrate durante il periodo della campagna sulle pagine del sito web del museo dedicate al *crowdfunding* (Fonte Google Analytics)

di moda (5 dicembre 2014 - 11 gennaio 2015), che ha illustrato i primi risultati, proponendo oltre cento capi e le registrazioni di conversazioni con persone che hanno vissuto e lavorato in questo settore professionale⁸.

Sulla base di questi elementi si è ritenuto possibile avviare una campagna di *crowdfunding* nella quale sono state ovviamente coinvolte le diverse figure del museo (Direzione, Conservatore, Servizi educativi) e dei servizi generali (Presidenza, Ufficio Comunicazione e Marketing, Uffici amministrativi, Ufficio legale).

La campagna di *crowdfunding*

Fin dall'inizio si è deciso di adottare una campagna di lungo periodo (9 mesi), in modo da avere il tempo di raccogliere una somma elevata per un'opera che necessitava una narrazione importante e il coinvolgimento di diversi sostenitori. A differenza della precedente esperienza del 2013, quando oltre a utilizzare una piattaforma online era stato possibile depositare l'offerta in due urne fisse in museo e in una mobile usata per conferenze e altri eventi fuori sede, in questa nuova occasione si è optato per un'operazione di raccolta interamente digitale: d'altra parte, già nel 2013 la percentuale di donazioni effettuate in contanti aveva rappresentato solo il 7,55% della somma totale raccolta⁹; inoltre nell'arco di undici anni, in parte come conseguenza della pandemia Sars Covid19, si è assistito a un'ulteriore diffusione delle competenze digitali da parte dei cittadini, anche di età matura¹⁰, e una certa consuetudine nell'effettuare pagamenti elettronici¹¹.

Innegabili sono infine i vantaggi che i pagamenti in forma elettronica apportano a iniziative di questo genere e che sono stati definiti all'inizio dell'operazione per individuare sul mercato una piattaforma in grado di soddisfare i seguenti requisiti:

- facilità d'uso per l'utenza con una piattaforma intuitiva e accessibile su tutti i *device* elettronici;
- possibilità di gestire e contabilizzare diversi tipi di pagamenti (bonifico da conto corrente, carta di credito, Satispay, PayPal);
- gestione della parte amministrativa relativa all'emissione di tutta la documentazione necessaria per ottenere gli sgravi fiscali dell'Art

Bonus; la tracciabilità del pagamento permette infatti di detrarre fiscalmente la donazione con conseguente interesse o beneficio da parte dei donatori (era opportuno che la piattaforma potesse generare automaticamente il certificato di donazione nel contesto dell'Art Bonus e inviarlo al donatore);

- trasparenza e sicurezza nella gestione di ogni transazione, garantendo al museo e al pubblico la possibilità di monitorare in tempo reale l'andamento della raccolta e fornire aggiornamenti ai donatori;
- registrazione dei dati di contatto dei donatori per comunicazioni successive e per analisi dell'andamento della raccolta tanto *in itinere* quanto a conclusione dell'iniziativa ai fini di una valutazione dell'intero progetto;
- supporto e consulenza per ottimizzare la campagna, con assistenza tecnica continuativa.
- costi contenuti e percentuale di commissione ridotta sui fondi raccolti;
- possibilità per i donatori di inserire dedica o motivazione per registrare il sentimento attivato nei partecipanti.

Valutate queste caratteristiche, la piattaforma Rete del Dono è stata considerata idonea ai bisogni della campagna. Il confronto con i referenti della società ha permesso di mettere a fuoco in modo più preciso i momenti chiave dell'intera operazione (fig. 2).

Oltre all'offerta libera senza ricompensa, la piattaforma prevedeva dei vantaggi (*reward*), identificati con quattro diversi livelli di contributo, ognuno dei quali corrispondeva visivamente a un numero di smalti:

- 15 euro "Uno smalto". Il tuo nome comparirà sul donor wall digitale;
- 50 euro "Due smalti". Oltre al benefit "Uno smalto", il tuo nome sarà pubblicato sulla rivista di Palazzo Madama e avrai un ingresso alle collezioni permanenti per 2 persone;
- almeno 100 euro "Tre smalti". Oltre al benefit "Uno smalto", il tuo nome sarà pubblicato sulla rivista di Palazzo Madama e avrai il pass annuale per le collezioni permanenti per due persone;
- 500 euro "Quattro smalti". Oltre ai benefit "Tre smalti", avrai diritto a una visita guidata con Simonetta Castronovo, conservatrice di Palazzo Madama;
- almeno 1000 euro "Cinque smalti". Oltre ai benefit "Tre smalti", il tuo nome sarà pubbli-

cato sul donor wall accanto all'opera in museo e avrai diritto a una visita guidata esclusiva con il direttore, professor Giovanni Carlo Federico Villa.

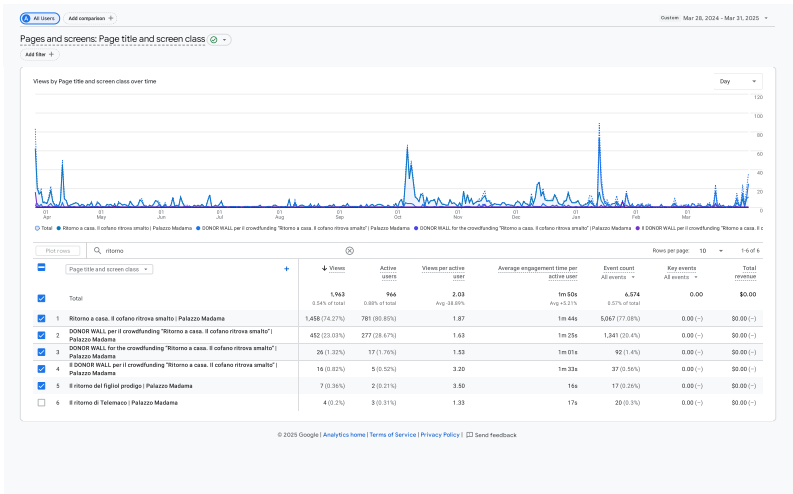
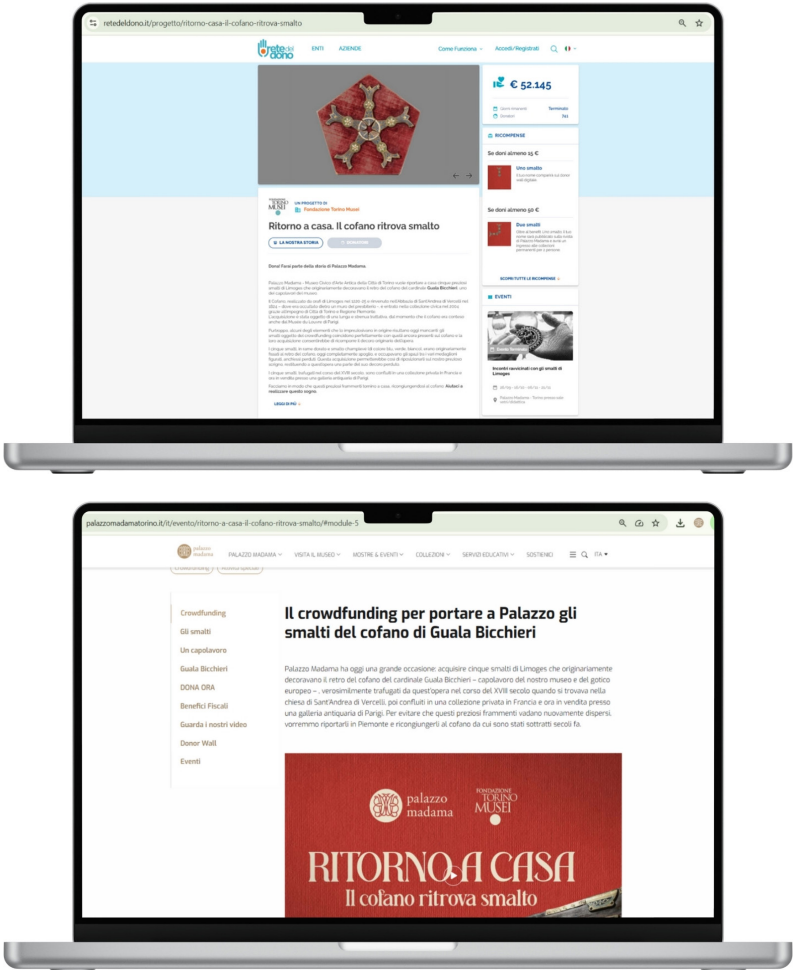
Comunicazione

Il *claim Ritorno a casa. Il cofano ritrova smalto* ha fatto leva sulle parole che dovevano descrivere in forma breve l'intera operazione: recupero di un'opera; il museo come casa comune; la tipologia dell'oggetto (smalto) con un gioco di parole che sottintende una restituzione dei frammenti al contesto originario (il cofano)¹². In primo luogo sono state condivise con il grafico le indicazioni rispetto al progetto per definire l'immagine coordinata, che è poi stata declinata in tutti i formati di comunicazione necessari. Per sostenere la raccolta fondi e diffondere il più possibile il messaggio, la campagna di comunicazione ha utilizzato diversi strumenti. Sono state mappate le esigenze e le risorse disponibili, e il mix di formati si è indirizzato rispetto alle seguenti direttrici:

- comunicazione interna al museo / comunicazione esterna;
- formati digitali / formati tradizionali;
- comunicazione one-to-many / comunicazione one-to-one.

Una volta compilata e messa online la scheda progetto di Rete del Dono, sul sito web di Palazzo Madama è stata creata una sezione dedicata (fig. 3) su cui reindirizzare tutte le comunicazioni digitali e inserire i materiali di approfondimento sull'operazione, sulle opere da acquisire e sulla figura di Guala Bicchieri. I testi erano in lingua italiana, francese e inglese per raggiungere sostenitori stranieri. Le visite al sito hanno seguito l'andamento dei momenti *clou* della campagna, con picchi ad avvio della raccolta (aprile 2024), a inizio ottobre e un andamento costante tra ottobre e dicembre 2024, con un nuovo picco nel momento di annuncio della riuscita dell'operazione (gennaio-febbraio 2025; fig. 4).

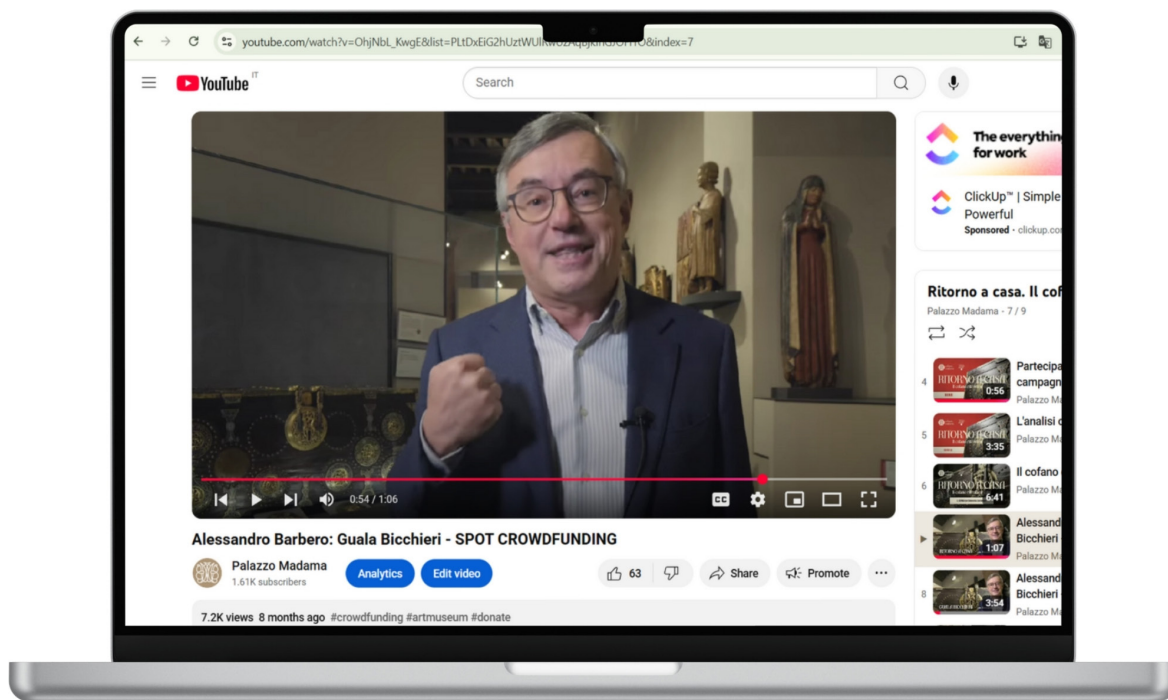
Oltre alle grafiche statiche sono stati realizzati numerosi contenuti video: alcuni più brevi con funzione di *teaser* e di aiuto per il pubblico nel visualizzare, attraverso un montaggio video, l'obiettivo finale; altri più strutturati, con l'intervento del personale del museo e di esperti di settore che hanno supportato il museo nella campagna.



In particolare, video di contenuto tecnico-scientifico sono stati girati con la conservatrice del museo, Simonetta Castronovo, e con il professor Angelo Agostino dell'Università degli Studi di Torino, che per conto del museo ha effettuato le analisi sulla composizione chimica degli smalti, avvalorando le prove materiali e stilistiche circa la loro effettiva provenienza dal cofano.

5. Il video del professor Alessandro Barbero a sostegno dell'iniziativa per il recupero degli smalti (ottobre 2024)

6. La cartolina elaborata per la comunicazione in museo e fuori



I video di carattere più emozionale sull'importanza storico-artistica degli smalti e sulla necessità di acquisirli per farli entrare nel patrimonio comune sono stati affidati al direttore del museo Giovanni Carlo Federico Villa e al professor Alessandro Barbero, storico e volto noto al grande pubblico. Alessandro Barbero ha agito come vero *personal fundraiser* per la campagna: il suo coinvolgimento ha generato un im-

patto significativo in termini di visibilità e partecipazione, raggiungendo anche il pubblico fidelizzato dalla sua attività di oratore e divulgatore. Tutti i video sono stati raccolti su YouTube in una playlist dedicata, dove sono tuttora disponibili (fig. 5).

Per la comunicazioni interna al museo è stato realizzato un video riprodotto su un monitor nell'atrio e una cartolina cartacea con QR Code

di rimando alla pagina di Rete del Dono (fig. 6). La comunicazione esterna è stata invece inaugurata con il lancio del comunicato stampa inviato ai media locali e nazionali, che hanno diffuso la notizia durante la prima settimana di campagna. Si è beneficiato di un rilancio media-

tico indiretto in autunno, quando in occasione della notizia del pensionamento del professor Barbero il quotidiano “La Stampa” ha citato il suo sostegno alla campagna di Palazzo Madama. È stato poi rilasciato un comunicato anche al raggiungimento dell’obiettivo.

Strumento	Indicatori numerici	Note
Comunicati stampa	2	Comunicazione di inizio e fine campagna
Articoli derivati	64	29 articoli stampa, 33 articoli web, 2 servizi televisivi

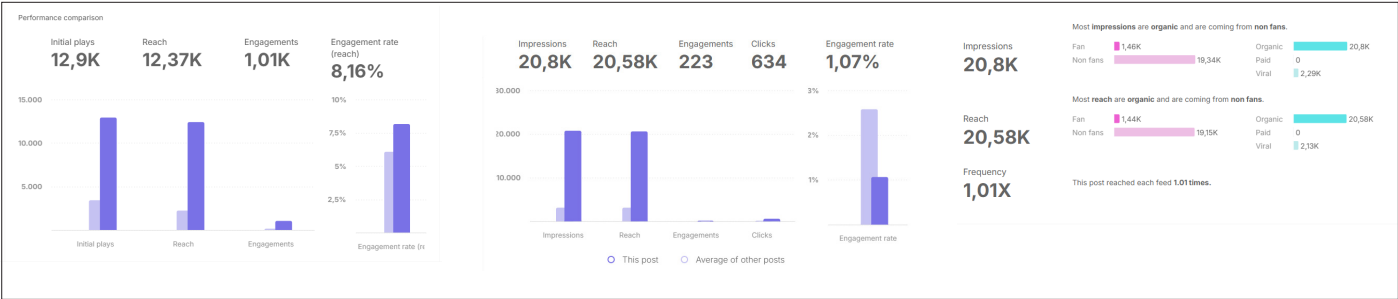
Contestualmente sono iniziate le uscite sui social media di Fondazione Torino Musei e di Palazzo Madama previste dal piano editoriale, dove è stata programmata una comunicazione molto intensa nei mesi di marzo e

aprile, un momento più rilassato per il periodo estivo e un nuovo picco nel periodo autunnale e a fine campagna. Tra il 4 aprile 2024 e il 3 gennaio 2025 sono stati postati i seguenti materiali:

Strumento	Indicatori numerici	Note
Post Facebook	16 post	10 post statici e 6 post video
Post Instagram	16 post	7 reel, 7 post immagine, 2 caroselli
Video YouTube	9 video	Raccolti in una playlist
Post LinkedIn	2 post	Inizio e fine campagna

Non sorprende che il dato relativo alle visualizzazioni abbia registrato un’impennata per il reel IG e i post IG con i video del professor Barbero: in particolare la prima uscita con un reel di invito alla donazione ha raggiunto un picco di 14.206 visualizzazioni; il post FB organico più apprezzato (like) è stato invece quello relativo all’importanza storico-artistica del cofano. La comunicazione sui social media è stata rinforzata da tre azioni sponsorizzate, due su Meta e una su YouTube. Su Meta la prima campagna che aveva come obiettivo “Notorietà” ha avuto copertura su 784.428 utenti; la seconda campagna ha avuto come obiettivo “Traffico” e ha portato 11.629 click sulla pagina di Rete del Dono. Su YouTube è stato oggetto di sponsorizzata il primo video di Alessandro Barbero, sempre con obiettivo “Traffico”, e ha ottenuto 3.948 click sul link a fronte di 101.693 visualizzazioni (fig. 7). A livello di comunicazione one-to-one, il bacino di utenza di riferimento sono stati gli iscritti alla newsletter di Palazzo Madama e i donatori già coinvolti nel 2013 nella raccolta fondi per l’acquisto del Servizio d’Azeglio. A ridosso del lancio della campagna è stata in-

viata la prima comunicazione a tutto l’indirizzario che si compone di circa 11.800 contatti e che ha un tasso di recapito del 96%. La seconda comunicazione ha riguardato l’invito a una delle conferenze organizzate per promuovere la campagna raccontando la storia e l’importanza del cofano e del suo proprietario, Guala Bicchieri. Un terzo invio, al re-intensificarsi delle comunicazioni in autunno, è stato programmato creando due diversi messaggi: da un lato si è scritto ai donatori ringraziandoli nuovamente per la generosità e chiedendo un ulteriore aiuto nel diffondere ai propri contatti la comunicazione sul *crowdfunding*: non c’è infatti miglior testimonial di chi si è impegnato in prima persona con una donazione; alla lista di coloro che non avevano ancora donato è stato invece inviato un invito a prendere parte al progetto per raggiungere l’obiettivo, ormai molto vicino. Pochi giorni dopo la chiusura della raccolta, a gennaio 2025 i donatori, divisi per categoria di contributo, hanno ricevuto un’email di ringraziamento con le istruzioni su come beneficiare dei reward. Un’ultima comunicazione è stata infine mandata a marzo 2025 per invitare i do-



7. Analisi dell'effetto sui social (Meta, Youtube e Instagram)

natori al momento di restituzione organizzato per loro in museo.
Per avviare e sostenere la campagna e costel-

lare i nove mesi della raccolta, il museo ha programmato diciassette azioni, alcune in museo e altre fuori dalle sue mura¹³.

Comunicazione	Data invio	Tasso di apertura
Annuncio lancio campagna	28.03.2024	38%
Invito alla conferenza	15.05.2024	36%
Sollecito donazione / Richiesta di diffusione	12.12.2024	36%
Ringraziamento donazione / Istruzioni reward	13.01.2025	44%
Invito al momento di restituzione (per i soli donatori)	12.03.2025	70%

- tre conferenze in museo, organizzate con appuntamenti *ad hoc* per gli Amici della Fondazione Torino Musei (12 aprile), gli Abbonati Musei Torino (22 maggio) o il pubblico generico e fidelizzato iscritto alla newsletter del museo (29 maggio);
- un cocktail offerto dall'Associazione Amici della Fondazione Torino Musei il 29 maggio ai propri soci, a giornalisti e altri contatti personali;
- quattro sessioni del laboratorio *Incontri ravvicinati con gli smalti medievali di Limoges* (26 settembre, 16 ottobre, 6 e 21 novembre), svolti a museo chiuso in Sala Vetri e al costo di 25 euro a partecipante, hanno permesso di approfondire la tecnica dello smalto e di vedere da vicino alcune preziose opere solitamente custodite in vetrina: candelieri, reliquiari e altri oggetti in smalto del XIII secolo sono stati estratti dalle teche e commentati dalla conservatrice Simonetta Castronovo, con la possibilità per i partecipanti di esaminarli di persona e di comprendere le complesse tecniche di esecuzione e le specificità storiche, iconografiche e stilistiche. L'intero importo del costo di partecipazione è confluito nella campagna (fig. 8);
- tre presentazioni della raccolta fondi a tirocinanti universitari e a studenti delle scuole

secondarie di secondo grado coinvolti in progetti scolastici di PCTO;

- conferenze e visite guidate sul territorio regionale: in questo ambito è stata fondamentale la collaborazione con la delegazione di Vercelli di Discovery Alto Piemonte, associazione delle Guide Turistiche e Guide Escursionistiche, da cui è partita la proposta di organizzare una serie di appuntamenti a Vercelli (patria di Guala Bicchieri e dove numerose sono ancora le testimonianze della sua opera) e a Biella, dove nel Cinquecento parte del suo lascito testamentario raggiunse la basilica di San Sebastiano (il coro e il leggio furono infatti impreziositi da 29 medaglioni in smalto di Limoges provenienti da due cofanetti gotici del cardinale).

Il programma *Pillole di Guala: Vercelli, Biella e il cardinale Guala Bicchieri* ha previsto un ricco calendario di visite guidate, laboratori per le famiglie, incontri e conferenze che si sono svolti nell'ultima fase della campagna, da settembre a novembre 2025: a offerta libera era la partecipazione alle visite guidate, condotte gratuitamente dai soci di Discovery Alto Piemonte, che ha poi versato l'importo raccolto:

- Vercelli, 18 ottobre, ore 21.00, *Cure mediche e speciali ai tempi del cardinale Bicchieri ai giorni nostri*: tour condotto da Giuseppina Greci, che dopo una breve introduzione sull'evoluzione storica dell'antico Ospedale Maggiore di Sant'Andrea, insieme a Carlo Bagliani ha condotto la visita attraverso le sale del Museo della Farmacia Picciòla, compresa la visione di una nuova ala;
- Vercelli, 27 ottobre, ore 15.00, *Vercelli ai tempi di Guala Bicchieri*: tour in città nei luoghi del cardinale, condotto da Antonietta Matturro; dopo una passeggiata alla scoperta dei luoghi cittadini simbolo della vita del cardinale Bicchieri, i visitatori hanno avuto accesso al campanile della basilica di Sant'Andrea, recentemente restaurato e occasionalmente aperto al pubblico;
- Biella, 9 novembre, ore 15.00, *Inseguendo un tesoro: da Biella Piazza alla chiesa di San Sebastiano, sulle tracce dei Ferrero e di Guala Bicchieri*: tour condotto da Fabrizio Gremmo con il contributo di Simonetta Castronovo; visita al Piazza di Biella e alla basilica di San Sebastiano sulle tracce della famiglia Ferrero e degli smalti limosini provenienti dal tesoro del cardinale Guala Bicchieri;
- Vercelli, 16 novembre, ore 15.00, *Tutti i colori di Guala*: un breve tour per famiglie e laboratorio per bambini 5-10 anni, condotto da Giulia Varetti; il laboratorio didattico si è svolto presso la sede del Viotti Club;
- Vercelli, 16 novembre, ore 16.00, *Fede e cultura di un diplomatico al servizio della corte pontificia*: tour condotto da Cristina Trapella, con la partecipazione di Simonetta Castronovo (fig. 9);
- Biella, chiesa di San Sebastiano, 9 novembre 2024, ore 10.30, *La dispersione del tesoro di Guala Bicchieri: gli smalti del cardinale, da Vercelli a Biella, Torino, Parigi e New York*: conferenza con Simonetta Castronovo, conservatrice di Palazzo Madama, e Maurizio Aceto, docente di chimica all'Università del Piemonte Orientale, in collaborazione con la Biblioteca Civica di Biella - Museo del Territorio Biellese e la comunità dei Padri francescani di San Sebastiano; la conferenza ha affrontato il tema della dispersione di alcuni oggetti preziosi appartenuti al cardinale e oggi conservati in diversi contesti: la storia ha preso le mosse proprio dai 29 medaglioni in smalto di Limoges smontati



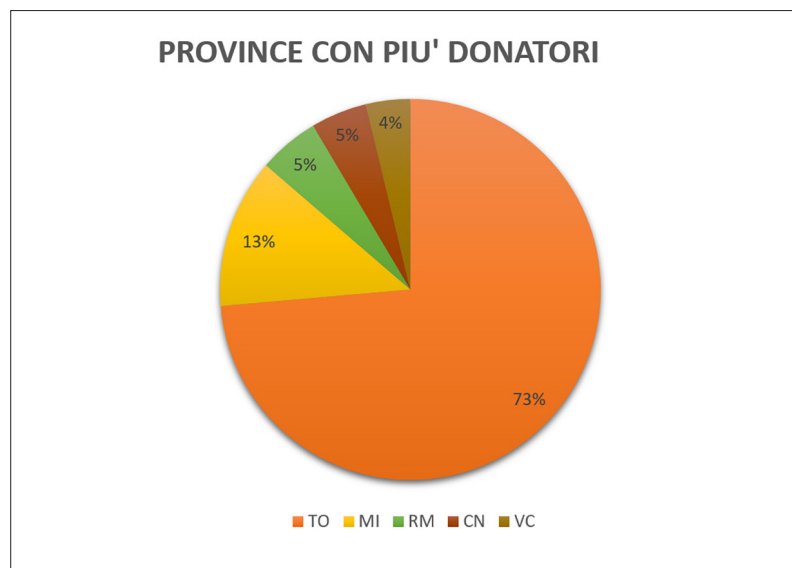
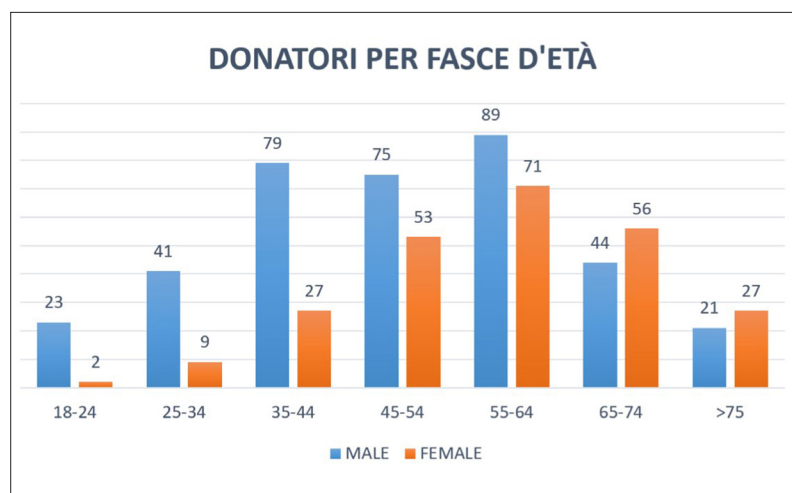
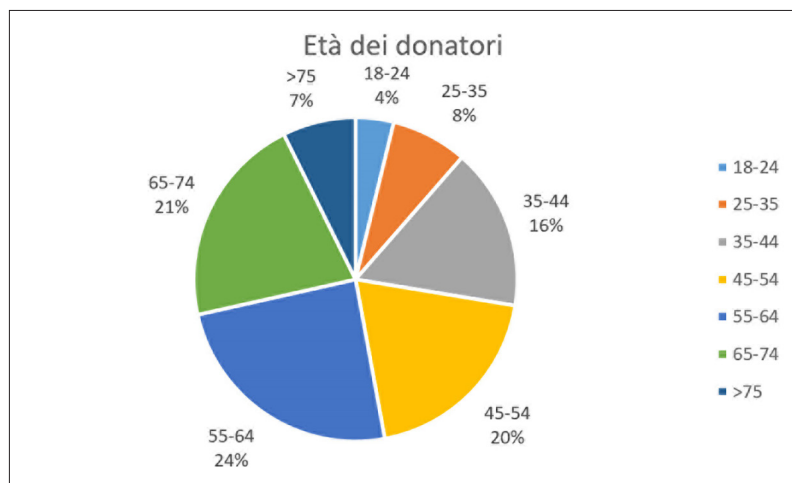
da due cofanetti gotici del cardinale e inseriti già a metà Cinquecento nel coro e nel leggio di San Sebastiano a Biella per essere poi sostituiti da copie ed entrare nelle collezioni di musei europei (Torino, Palazzo Madama; Parigi, Musée du Louvre) e americani (New York, Metropolitan Museum);

- Vercelli, Museo Leone, 6 dicembre 2024, ore 17.30, *Tesori ritrovati: gli smalti mancanti del cofano del cardinale Guala Bicchieri*: conferenza con il direttore di Palazzo Madama Giovanni Carlo Federico Villa e Simonetta Castronovo; oltre al *focus* sugli smalti del cofano di Guala Bicchieri, i relatori si sono soffermati sull'importanza delle acquisizioni per un museo civico chiamato a rendere sempre più ricco e stratificato il giacimento di memoria custodito e condiviso con i cittadini.

8. Incontri ravvicinati con gli smalti medievali di Limoges (ottobre - novembre 2024)

9. Visita guidata sul territorio: *Fede e cultura di un diplomatico al servizio della corte pontificia* (Vercelli, 16 novembre 2024)

Accanto a questi momenti pubblici, Simonetta Castronovo ha tenuto due conferenze riservate ai membri di associazioni e organizzazioni no-profit, di Procultura Femminile e Rotary Club.



Chi sono i nostri donatori?

Attraverso la piattaforma digitale, la campagna ha permesso di analizzare le caratteristiche dei nostri donatori attraverso i dati inseriti¹⁴.

Il dono è giunto in maggioranza da persone appartenente alla fascia d'età 55-64 anni (26%), a cui seguono le fasce 45-54 (21%), 35-44 anni (17%) e 65-74 (16%): si tratta dunque di persone generalmente ancora in attività lavorativa. Raggiungono invece l'8% sia la fascia over 75 sia la fascia 25-35 anni, mentre la fascia 18-24 anni si attesta al 4%, una cifra tutt'altro che poco significativa (fig. 10).

Le donazioni sono state effettuate maggiormente da utenti uomini rispetto a utenti donne (fig. 11): è un dato sorprendente, visto che alle attività per gli adulti proposte da Palazzo Madama la partecipazione è in maggioranza femminile (il corso di storia dell'arte vede ad esempio un 78% di pubblico femminile, mentre nei laboratori la frequenza femminile è addirittura del 100%)¹⁵. Questo dato potrebbe quindi essere il segno di un caso di divario economico di genere circa l'intestazione del conto corrente e la capacità di effettuare un'operazione di pagamento online¹⁶.

Se Torino e la sua provincia sono i territori d'origine della maggior parte dei donatori, la campagna è tuttavia riuscita a penetrare nel resto d'Italia, da Nord a Sud, e all'estero, facendo emergere i sentimenti di condivisione, di partecipazione e di difesa di un patrimonio culturale, vero elemento che accomuna gli italiani, e certificando in questo modo il senso dell'articolo 9 della nostra Costituzione, uno dei pochi in cui la parola *nazione* viene utilizzato perché simbolo dell'unità del paese attraverso la cultura¹⁷. Le province più rappresentate, oltre a Torino (73%), sono Milano (13%), Roma e Cuneo (5%) e infine Vercelli (4%), dove la memoria di Guala Bicchieri è ancora presente e dove si sono svolte molte attività di promozione¹⁸ (fig. 12).

L'impostazione della raccolta reward-based (cioè basata su una ricompensa, anche simbolica) non ha ottenuto il risultato immaginato. Le donazioni con ricompensa hanno infatti rappresentato una percentuale relativamente bassa (il 43% dei donatori ha scelto la ricompensa) rispetto a quelle libere (56% dei donatori) in cui ogni persona stabilisce l'importo che desidera offrire. Potrebbe essere un segno che, soprattutto nel campo culturale e del no-profit, il dono gratuito continua ad avere una forza maggiore

14. Riallestimento
del cofano con
i nuovi supporti
per i cinque smalti
posteriori acquistati
nel 2024 e per i due
smalti circolari
già in collezione



15. Ricamo
con scena
di combattimento
(1956-1957).
Torino, collezione
privata



permesso di recuperare la memoria di una rielaborazione dei medaglioni del cofano di Guala Bicchieri in tempi recenti: una delle donatrici ha infatti contattato il museo per presentare tre ricami da lei realizzati nell'anno scolastico 1956-1957, quando frequentava il terzo anno presso l'Istituto Santorre di Santarosa di Torino. Sotto la guida della professoressa Virginia Vaudano, insegnante di cucito, il disegno fu trasportato sul tessuto di base con la tecnica dello spolvero per poi lavorare a ricamo con filo bianco (fig. 15)²². L'aspetto straordinario è che all'epoca il cofano di Guala Bicchieri si trovava ancora in

collezione privata milanese e che era noto solo attraverso alcune riproduzioni grafiche inserite nel catalogo dell'esposizione nazionale del 1880 e attraverso gli scatti fotografici pubblicati da Luigi Mallé nel 1950-1951²³. La data del ricamo, così prossima al contributo di Mallé, lascia supporre che la fonte per il progetto didattico sia stata proprio l'articolo in questione.

Si avverava forse il sogno dei musei di arte applicata, nati nella seconda metà dell'Ottocento, di conservare opere d'arte che servissero da modelli per artisti e artigiani della contemporaneità.

Confronto tra le due campagne di raccolta fondi di Palazzo Madama 2013 e 2024		
	2013	2024
Numero di giorni	62 giorni	279 giorni
Cifra raccolta	92.203,90	52.145
Base economica di partenza	€ 30,000	€ 0,00
Numero donatori	1591	742
Modalità raccolta offerte	digitale e manuale	digitale
Piattaforma di raccolta	creata ad hoc	già sul mercato
Numero donazioni > euro 1000	14	7
Progetto di comunicazione	Agenzia di comunicazione	Staff interno

Similitudini tra le due campagne di raccolta fondi 2013 e 2024
Acquisizione per accrescere le raccolte di arte decorativa
Comunicazione interamente digitale
Presenza di informazioni di approfondimento sul sito web del museo e sulla piattaforma di donazione
Programmazione di attività di promozione che invitano all'incontro (visite guidate, conferenze, momenti conviviali)
Donazioni ad alto contributo da contatti personali dello staff del museo
Risposta maggiore come donazioni individuali o gruppi familiari
Difficoltà nel progettare e sollecitare donazioni di tipo <i>corporate</i> (associazioni, aziende...)

NOTE

¹ Margarone 2013.

² Inv. 403: si veda Castronovo 2010, pp. 130-137.

³ *Sette capolavori su dieci rimangono nascosti negli scantinati dei musei*, in "La Stampa", 27 maggio 2019.

⁴ International Council of Museums, *ICOM Code of Ethics for Museums*, Article 2, p. 7, <https://icom.museum/wp-content/uploads/2018/07/ICOM-code-En-web.pdf>. Un'ulteriore riflessione andrebbe fatta sull'uso del verbo "collezionare", più statico rispetto ad "acquisire", che sottolinea una visione più dinamica e costante nel tempo.

⁵ Nonostante la diversa legislazione, sul tema delle collezioni a deposito, sulla possibilità di alienazione, vendita e sui depositi, si veda il contributo della National Museum Directors' Conference del Regno Unito: Jones *et al.* 2003.

⁶ ICOM - ETHCOM, *Standards on Accessioning of the Inter-*

national Council of Museums (2020), https://icom.museum/wp-content/uploads/2022/03/Accessioning-Standards_EN.pdf.

⁷ Tra il 2013 e il 2024, a fronte di 1412 oggetti donati, sono entrati per acquisto solo due opere: nel 2019 il servizio in porcellana di Meissen del re di Sardegna (inv. 1971), acquistato a Londra da Christie's (Maritano 2020) e nel 2021 un disegno con *Cristo in croce tra la Vergine e san Giovanni* di Bernardino Lanino (inv. 2032; Baiocco 2021).

⁸ Si veda Ruffino 2020.

⁹ Margarone 2013, p. 129.

¹⁰ Si veda a questo proposito la rilevazione ISTAT del 2021, www.istat.it/files/2023/06/cs-competenzedigitali.pdf, con aggiornamento nel 2023: <https://www.istat.it/comunicato-stampa/le-competenze-digitali-dei-cittadini-anno-2023/>: "Le competenze digitali sono caratterizzate da una disparità di genere a favore degli uomini in quasi tutti i Paesi europei (in Italia, pari a 3,1 punti percentuali). Lo svantaggio femminile,

tuttavia, è presente solamente a partire dai 45 anni, mentre fino ai 44 anni le donne risultano possedere maggiori competenze digitali rispetto agli uomini. Il principale fattore discriminante insieme all'età è il grado di istruzione: in Italia, tra le persone con titolo di studio di livello universitario il 74,1% ha competenze digitali almeno di base e per questo segmento di popolazione il divario con la media Ue27 si riduce a -5,7 punti percentuali, mentre tra le persone con un titolo di studio basso, almeno la licenza media (il 22,6%) la distanza con la media Ue27 è di 11 punti percentuali¹¹.

¹¹ <https://www.associazionecittadinanzadigitale.org/2024/12/13/pagamenti-elettronici-cittadini-pubblica-amministrazione>. Molte delle attività educative del museo prevedono il pagamento in anticipo di una quota di partecipazione, evidenziando una confidenza con gli strumenti di pagamento elettronico da parte delle persone che partecipano con una certa assiduità alla vita del museo.

¹² Nel processo di ideazione sono stati esclusi, per esempio, il riferimento a Guala Bicchieri (personaggio noto in ambito locale, ma non a eventuali sostenitori esterni) e la classica forma “il tesoro ritrovato” o “capolavori” perché abusata.

¹³ Non sono stati programmati eventi in diretta on-line su Facebook o Youtube che in alcuni casi permettono di raggiungere nuovi pubblici.

¹⁴ L'analisi dei dati è stata condotta da Claudia Leone nell'ambito del tirocinio del master in *Museologia, museografia e gestione dei beni culturali* dell'Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano.

¹⁵ Anche nell'ultimo rapporto sulle donazioni condotto dall'Istituto Italiano della Donazione. Osservatorio sul dono, l'identikit del donatore è donna, di età 60-64 anni, residente nel nord Italia con posizione professionale di dirigenza (Sensi, 2024, pp. 7-8).

¹⁶ Romboli 2024, p. 63.

¹⁷ Il maggior contributo è giunto dal nord Italia con 52.335 euro (pari al 32%), seguito dall'estero (9,8%), dal Centro (5,2%) e dal Sud (0,76%).

¹⁸ Il generoso contributo del professor Barbero ha permesso di ampliare il raggio d'azione della comunicazione oltre Torino e il Nord-Ovest, come si evince dalle frasi lasciate dai donatori di Cagliari, Parma, Firenze, Milano, Napoli, Roma, Taranto, Tivoli, Varese e Venezia, che menzionano espressamente “il magister Barbero”, spesso con divertenti giochi di parole e rime.

¹⁹ Weber 2012.

²⁰ Su 742 donazioni, 235 sono quelle con i commenti (pari al 32%).

²¹ Gli smalti inv. 21/S e 22/S sono due dei quindici medaglioni andati dispersi o rubati tra il XIII secolo e il momento in cui nel 1823-1824 il cofano fu rinvenuto in un muro del presbitero della chiesa di Sant'Andrea a Vercelli (Castronovo 2024-2025).

²² I tre ricami riproducono abbastanza fedelmente le dimensioni dei medaglioni e rappresentano rispettivamente *Combattimento tra due guerrieri* (Ø 11,3 cm); *Cacciatore con trappola e coniglio* (Ø 11 cm); *Lotta tra un guerriero e un leone* (Ø 11,3 cm).

²³ Mallé 1950-1951, pp. 80-94.

BIBLIOGRAFIA

Baiocco S., *Una Crocifissione di Bernardino Lanino*, in “Palazzo Madama. Studi e notizie”, VI, 5, 2021, pp. 118-129.

Castronovo S., *Un capolavoro del gotico francese in Piemonte: il cofano del cardinale Guala Bicchieri*, in “Palazzo Madama - Studi e notizie”, I, 0, 2010, pp. 130-137.

Castronovo S., *Il lungo viaggio delle “staffe” del cofano di Guala Bicchieri. Da Vercelli a Le Mans - nella collezione di oreficerie medievali di Julien Chappée, Parigi e Torino*, in “Palazzo Madama - Studi e notizie”, IX, 8, 2024-2025, pp. 140-149.

Jones M., Bullick S., Crump M., Merriman N., Swain H., William E., *Too much stuff? Disposal from museums*, National Museum Directors' Conference Imperial War Museum, 2003, https://www.nationalmuseums.org.uk/media/documents/publications/too_much_stuff.pdf.

Mallé L., *Antichi smalti cloisonnés e champlevés dei secoli XI-XIII*, in *Raccolte e musei del Piemonte*, II, in “Bollettino Società Piemontese di Archeologia e Belle Arti”, 1950-1951, pp. 39-70 (1950); pp. 54-136 (1951).

Margarone C., *Crowdfunding a Palazzo Madama. Scelte, strategie, analisi dei risultati*, in “Palazzo Madama. Studi e notizie”, III, 2, 2012-2013.

Maritano C., *Il servizio del re di Sardegna*, in “Palazzo Madama. Studi e notizie”, V, 4, 2020, pp. 180-191.

Rouzé V., *Crowdsourcing and Crowdfunding: The Origins of a New System?*, in Id, (a cura di), *Cultural Crowdfunding: Platform Capitalism, Labour and Globalization*, pp. 15-33, London: University of Westminster Press, 2019. DOI: <https://doi.org/10.16997/book38.b>. License: CC-BY-NC-ND 4.0.

Romboli A., *Il donatore: chi è e in che modo viene coinvolto. Il ruolo del fundraiser e quanto è decisiva la relazione*, in Sensi 2024, pp. 63-66.

Ruffino M.P., *Il progetto Torino un secolo di moda: nuovi materiali su mestieri, laboratori, artigiani*, in “Palazzo Madama. Studi e notizie”, V, 4, 2020, pp. 192-197.

Sensi G. (a cura di), *Noi doniamo*, Istituto Italiano della Donazione. Osservatorio sul dono, 2024, https://www.istitutoitalianodonazione.it/it/news-eventi/dd_121_5347/noi-doniamo-2024.

Weber F., *The Gift: Towards an Ethnography of Non Market Services*, Preface to Marcel Mauss *The Gift* 2nd edn., Presses Universitaires de France, Paris 2012, <http://www.sciences-sociales.ens.fr/IMG/file/Florence%20WEBER%20The%20Gift%202012.pdf>.

Palazzo Madama esprime la sua più profonda gratitudine a tutte le persone, le associazioni, le aziende e gli enti che hanno dato il proprio contributo per aiutare il museo a riportare a casa gli smalti del cofano del cardinale Guala Bicchieri, andando così a reintegrare con le sue originali decorazioni il capolavoro della collezione medievale di Palazzo Madama.

La campagna è stata realizzata dal 28 marzo al 31 dicembre 2024 e ha visto il contributo di 742 donazioni.

I donatori sono riportati in ordine alfabetico.

Privati

Maurizio Aceto, Carlo Acquistapace, Annalisa Agli, Agnese Agrizzi, Andrea Gino Maria Aimone Mariota, Maria-Grazia Alemanno, Francesca Allaria, Anna Allemandi, Ornella Allesiardi, Pier Viviano Almici, Francesco Paolo Andriulli, Haruki Anelli, Alberto Antoniacomu, Laura Arduino, Mariella Arfinengo, Alessio Ariotto, Paola Arrighi, Marion Artei, Simona Artioli, Andrea Adelmo Asci, Alice con Francesco ed Elisa Attinà Marchesi, Carmelo Mario Attubato, Guido Audagna, Franco Audino, Luciano Avella, Paola Bà, Chiara e Matteo, Niccolò Balatti, Giuseppe Baldari, Massimo Ballan, Francesco Ballotti, Clara Barale, Mauro Barausse, Michele Baravelli, Giuseppina Barbagallo, Anna Rosa Barberio, Mauro Barbero, Niccolò Barletta, Barbara Barolo, Paolo Barosso, Federico Barravecchia, Umberto Barzon, Monica Bassanino, Gabriella Basso, Maiko Battiston, Elsa Teresa Begnis Moiso, Christian Bell, Edoardo Bellando, Davide Bellini, Graziella Bellone, Federico Bellotto, Giuseppe Bellucci, Paolo Stefano Beltrametti, Chiara Benacchio, Laura Benazzo Montesi, Maria Ursula Benetti Genolini, Marta Benetti Genolini, Federico Benini, Filippo Benini, Mauro Bennici, Giorgio Bensi, Silvia Bensi, Francesco Bergamaschi, Luca Berlinghieri, Marco Bernardi, Giacomo Bertola, Loredana Ottavia Besso, Francesca Bianchini, Anna Biazzi, Giuseppe Biestro, Manny Lyn Bigas, Elisa Biondini, Susanna Bison, Sandro Bizzi, Roberto Boetti, Paolo Boggia, Matteo Bonas, Grazia Bonetto, Lorenzo Bonino, Domenico Antonio Borsella, Alessio Borsotti, Lucia Borsotti, Anna Bosazza, Barbara Bosetti, Federico Bossola, Giuseppina Botta, Michele Botte, Alberto Boursier, Massimiliano Bouvet, Alessandro Marco Bozzato, Franco Braun, Alessandro Bredice, Federico Bressan, Elena Brezzi Rossetti, Giorgio Brida, Jacopo Brignone, Gaia Brizio, Francesco Broccolo, Sonia Buratti, Giacomo Busca, Giovanni Bussetti, Patrizia Butera, Fabio Cafagna, Renzo Caiola, Andrea Calamai, Cinzia Cambareri, Andrea Selvaggia Cambiasi, Franco Camerano, Marina Cammarata, Biagio Cammaroto, Maria Antonietta Campetti, Dario Candini, Stefano Cane, Aqva di Cannero, Adele Canosa, Gian Luca Caporale, Elena Capra, Caterina Capri, Eleonora Carboni, Giorgia Cardaci, Alessandra Carella, Laura Carli, Nicolosa Carnevale, Luca Carpinelli e Antonio Carpinato, Nicolò Carraro, Laura Carrera, Gaia Carrossino, Enea Carruccio, Valeria Cartello, Marco Casadei, Fabio Casamassima, Annalisa Caschera, Anna Cassardo, Laura Castellani, Simone Castino, Simonetta Castronovo, Fabio Cattaneo, Maria Cattaneo, Francesco Cattoni, Fabio Giulio Cavalier, Eugenio Cazzani, Alessio Ceccarelli, Elena Cerbaro, Elpidia Maria Cerrato, Antonello Cerreto, Liliana Cerri, Lorenzo Cerutti, Mauro Cerzosimo, Hernan Chavar, Enrico Boggiaatto, Daniela Chiambretti, Giorgio Chianduzzi, Giuseppe Chiarelli, Mimosa e Emanuele Chieli, Monica Chiesa, Mariangela Maddalena Chiolero, Niccolò Ciappi, Luisa Ciardelli, Massimo Ciavarella, Ascanio Cibrario, Marco Cicione, Bruno Ciliento, Marco,

Licia Cinardi, Domenico Cino, Elena Cirone, Ivan Clivio Palazzo, Amelia Cocomazzi, Paolo Cofferati, Vincenzo Colasante, Cristiano Collari, Lorena Colligiani, Anna Colombino, Claudia Comar, Claudio Coppa, Maurizio Coppa, Ombretta Coppo, Mauro Cornaglia, Marine, Luigi Corti, Lorenzo Cortoni, Mattia Costenaro, Nadia Crema, Paolo Crescenti, Andrea Gino Crivelli, Flavio Crosetti, Barbara Curri, Claudia d'Aloisio, Daniela Dagna e Claudio Brunato, Sofia Dal Checco, Giulia Dalcielo, Marzia Dalla Rosa, Ilaria Daniele, Marco D'Anna, Stefano Dao, Marco Dardo, Renato D'Arienzo, Cesare Darvi Negri, Fabio Daziano, Annunziata de Borbon dos Sicilias, Paola Maria De Dominicis, Luca De Fazio, Andrea De Giorgi, Laura De Lisi, Gabriele Del Buono, Iginio Del Duca, Iacopo Del Vecchio, Cristina Delbuono, Massimo Delle Grottaglie, Mauro Demontis, Sara Elisabetta, Ranieri di Carpegna, Federico Di Gioia, Claudio Di Lascio, Francesco Di Paola, Fabio Pietro Di Tullio, Lorenzo Dilaghi, Cristina Dipietromaria, Alice Dolce, Giada Donisotti, Marco Donotti, Francesco, Loredana Drovetto, Aureliano Dughera, Eleonora Emanuelli, Riccardo Enrici, Claudia Enrico, Claudio Enrico Prassino, Mario Enrietti Oslino, Paolo Epicoco, Ginevra Evangelista, Claudio Evangelisti, Davide Faggionato, FaGioLoPa, Alberto Falzone, Riccardo Fancellu, Emanuela Fantini, Aurora Fapanni, Alessandra Farina, Alessandra Fassino, Paola Fassino, Andrea Favro, Renzo Fenoil, Ermanno Ferrario, Paolo Ferrario, Chiara Francesca Ferrario, Marco Ferrero, Laura Ferri, Mauro Ferri, Gabriele Fersini, Filippo Ficini, Giovanna Fila Robattino, Edoardo Filippa, Enrico Filippi, Giusella Fiorentino Zibetti, Andrea Fiusco, Marzia Flamini, Gabriele Florian, Luca Florio, Pier Luigi Fogliati, Laura Caterina Foglino, Anna Follo, Patrizia Formica, Federico Fornero Monia, Guido Fracchia, Fulvio Franco, Simone Fusaro, Andrea Gadrino, Valerio Gaetani, Marisa Galasso, Elena Galateri, Michele Galavotti, Serena Galimberti, Angelo Galli, Elena Galli, Eros, Alessandra Eleonora Gallinatti, Anna e Enrico Gallitto, Eliana Gallo, Debora Gandelli, Marco Garavoglia, Paolo Garofalo, Paolo Garofalo, Luciano Garro, Daniele Garzaro, Michele Gattorno, Ettorina Geninat, Lilia Gennaro, L e P Gentile, Patrizia Gerbi, Katia e Paola Ghitino, Leone Carlo Ghoddousi, Silvia Gianino, Fabio Giannini, Roberto Giannini, Vittoria Giavotto, Rosa Adalgisa Gilardi, Valeria Isabella Gili, Paolo Gioia, Maurizio Giommi, Alberto Giordano, Marina Francesca Giordano, Simona Giorgetti, Marco Giunta, Andrea Francesco Giuriato, Giorgio Giusti, Paola Govone, Lorenzo Grassone, Riccardo Graziano, Matteo Greco, Andrea Grosso, Marco Grosso, Stella Grosso, Pietro Guala, Paola Guarnero, Elke Hartner, Andrey, Domenico Iandolo, Davide Iezzi, Gabriella Imperlini, Oddone Incisa, Mirko Iodi, Federica Iurescia, Paolo Jacod, Mark Kit, Andrea Koelliker, Maria La Cecilia, Anna La Ferla, Emanuele Marcello La Ferla, Serena Laborante, Marco Lagget, Bruno Lagomarsino, Andrea Lanciani, Leonardo Langiano, Luca Lanotte, Bianca Lena, Timoty Leonardi, Fam. Leoncini Bartoli, Maria Rosa Leone, Cristina Libralato, Cristina Loglio, Mariangela Longhi, Alessandro Lovito, Luca Olivo, Gabriella Maciotta, Leonardo Madonia, Simonetta Maggi, Riccardo Maggi Novaretti, Sebastiana Maggiore, Andrea Magno, Federico Magri, Benedetta Magri, Maria Luisa Maifreni, Marina Mainardi, Gabriele Mainardi Valcarengi, Barbara Maitz, Laura Malaguzzi, Marco Mambelli, Lisa Manassero, Maria Luisa Mangiotti, Nicola Manna, Rocca Claudia Mantarro, Federico Marangoni, Alberto Marazzato, Marco Ornella, Filippo Marcon, Carlotta Margarone, Christian Mari,

Patrizia Mariotti Geuna, Iride Marossero, Patrizia Marsura, Paolo Martina, Marianna Martinoni, Marzano Angela, Rosamaria Mascellini, Alessandro Masieri, Marco Paolo Massara, Guido Massetti, Ilenia Massidda, Manuela Massucci, Umberto Mastalli, Umberto Mastalli, Paolo Antonio Mastronardi, Luca Mattalia, Marco Mattalia, Nicola Mattei, Riccardo Maugeri, Valeria Mauro, Francesco Mazzilli, Nicola Meacci, Leonardo Mencuccini, Emanuele Menotti Chieli, Aldo e Marilena Menzio, Andrea Merli, Roberto Miani, Riccardo Miano, Vincenza Miceli, Lucrezia Micotto, Marco Milani, Milena, Mihaela Veronica Minescu, Bocco Miretta, Ruggero Misseri, Alberto Mola di Nomaglio, Pietro Mola di Nomaglio, Anna Molteni, Gianluca Edì Moncalvo, Laura Montagna, Ennio Montinaro, Andreas Moroder, Filippo Moroni, Alberto Morosini, Valerio Morozzo - Anna Rosa Lesino, Cristina Muccioli, Chiara Muti, Cristina Mutu, Muzio Paolo, Stefano Nanni, Sarah Nascetti, Vittorio Navacci, Antonella Nazzeccone, Elisabetta Nebbia, Paolo Nebiolo, Mario Negri, Cristina Negus, Marinella Neri, Viola Nicastro, Michele Nicoloso, Matteo Nini, Maurizio Noris, Franca e Daniele Albione Notarrigo, Marco Novara, Claudia Nuvolone, Lorenzo Occhiena, Carolina Ognibene, Margherita Oliva, Silvio Onorato, Simona Operto, Marce Operto, Carlo Originale di Criscio, Vincenzo Orlacchio, Enrico Riccardo Orlando, Bruno Orlandoni, Emanuele Paccini, Simone Pacini, Fabio Paglia, Rosaura Margherita Pagliero, Ornella Paletto, Rita Maria Pallottino, Francesco Palmisano, Barbara Palone, Carlo Pangallo, Zeno Papparotto, Giuseppe Parola, Clelia Parvopassu, Enrico Pasini, Stefano Pasquin, Alessandro Pastorino, Alessandro Patelli, Stefano Roberto Patrucco, Daniela Patruno, Spiridione Patruno, Pierfranca Peano, Laura Pedersoli, Federica Carla Peirano, Alessandro Pellegrino, Pietro Luigi Pero, Valentina Pero, Sara Perocco, Paolo Perotto, Lucia Persio, Claudia Perucchiatti Debin, Luca Pescarolo, Gianpaolo Pesce, Claudio Pettigiani, Giada Pettorossi, Davide Pezzoni, Danilo Pianti, Aurora Piccardo, Alessandro Picchirallo, Piergiuseppe Picco, Liccardo Piercatello, Cinzia Piglione, Giandomenico Piluso, Renato Pintore, Elvis Piovani, Silvana Vescovi, Renato Piras - Emanuela Molinas, Angela Pisano, Giacomo Plachesi, Stefano Polesello, Lara Poletto, Mauro Pollastro, Guido Pomato, Simona Pons, Alessandra Pontillo, Aureliano Porporato, Simone Porta, Margherita Pretto, Caterina Prever, Tommaso Prever, Antonella Priante, Francesco Primiceri, Giuseppe Prinzivalli, Antonio Maria Priolo, Monica Priori, Francesco Proietti, Lidia Prunotto, Massimiliano Pucci, Gianfranco Pugno, Marco Ragonesi, Harcikes Angelo Valentino Rajoria, Gian Piero Rambaudo, Elisabetta Rapali, Bianca Rapetti, Flavio Rapezzano, Flavio Rastaldo, Marco Rastaldo, Simone Ravazza, Iva, Pamela Regis, Mattia Renna, Marina Repetto, Simona Ricci, Enrica Richetta, Paola Richiardi, Vittoria e Tommaso Rigallo, Anna Rigassio, Serena Rimondi, Enrico Roberto Riva, Renato Rizzello, Angelo Rizzi, Giancarlo Roberti, Carlo Rodella, Corrado Rollin, Giovanni Roman, Mauro Ronchi, Matteo Ronchi, Giuseppe Carlo Ronco, Gianpiera Rondello, Avv. Michele Rondinelli, Paolo Rossi, Alberto, Massimo Rosso, Devid Rota e Naila Signorelli, Enrichetta Rotolo, Roberto Rua, Sir Paul Ruddock, Fabrizio Russo, Francesco, Lorenzo Sabbatini, Smeralda Saffirio, Simona Salatini, Pierre Giorgio Sallier de La Tour, Roberto Salomone, Sergio Salsa, Francesca, Mauro Santarossa, Pier Giorgio Santi, Achille Santulli, Giovanna Saroni, Nadia Sassu, Silvana Scaglia, Cristina Scagliotti, Andrea Scirelli, Monica Senorre, Michela Serbassi, Alessia Sereno,

Daniela Serra, Paolo Serra, Elisabetta Serri, Federica Sesia, Novella Settanni, Michele Sforza, Andrea Sgherri, Andrea Sibona, Marco Sibona, Ben, Sara Silva, Cinzia Simone, Luca Smoquina, Maria Benedetta Solimani, Matteo Sonza Reorda, Giulia Sormani, Mario Sperlinga, Luca Alarico Sperotti, Massimo Spizzichini, Amedeo Staiano, Letizia Stancari, Claudia Stella, Adriana e Daniela Stramignoni, Agnese Suergiu, Giuseppe Sugliano, Francesco Talini, Pierluigi Tamburrino, Luca Tani, Paola Tani, Maria Tassoni, Maria Novella Tavano, Paolo Tedeschi, Raffaella Tedeschi, Gioacchino Temperino, Paolo Tenderini, Damiana Francesca Tentoni, Lorenzo Tiezzi, Fabrizio Timossi, Elisabetta Todisco, Michele Tomasi, Maria Cristina Tomatis, Paolo Tomelleri, Michelina Tonarelli, Luca Tondelli, Teresa Tordo, Maria Lucia Tosatto e Mauro Berno, Stefania Toso, Antonio Totaro, Luigi Totaro, Paola Tournon, Riccardo Traversari, Francesco Trivieri, Cristina Trompetto, Carolina Trucco, Giovanni Tua, Ludovico Uccello, Andrea Unnia, Maria Urbani Grecchi, Elena Usilla, Stefano Vaio, Paolo Valabrega, Olga Maria Valagussa, Luca Valbonetti, Francesca Romana Valente, Giorgio Vallarino, Alessandra Vallet, Catterina Vanara, Annamaria Varello, Mark Varlotta, Elena Varvelli, Fiorella Varvello, Patrizia Vaschetto, Emanuela Vatta, Gabriella Vaudano, Chiara Roberta Vendramin, Filippo Venere, Fabrizio Venturini, Giovanni Vergineo, Anna Vetrò, Massimiliano Viardi, Bruno Viberti, David Vidorì, Giuseppina Violante, Monica Viotto, Paolo Viretto, Andrea Vitton, Daniela Vizzotto, Anna Maria Vizzotto, Maria Cristina Voena, Marina Votta, Vincenzo Vozza, Josef Vuch, Michele Zaccaria, Marco Zacchero, Andrea Zaffaroni, Michele Zambelli, Marco Zanini, Mauro Zecchi, Alessandra Zermoglio, Alessandro Zolt, Jacopo Zonta, Roberta Zoppo Binello, Gabriella Zordan.

Ringraziamo inoltre tutti i donatori che hanno scelto di restare anonimi.

Un ringraziamento a Carmela Sirello che ha donato il lavoro di pulitura e restauro degli smalti.

Associazioni, aziende, enti

Agriturismo Daij Gèpolin al Castello di Corvegna
Amici della Fondazione Torino Musei
Associazione G.I.A. Guide Interpreti Accompagnatori Piemonte
Discovery Alto Piemonte ETS
Moro's Garage di Moro Marco e Fortuni Giorgia
Pro Cultura Femminile
Rotary Club Torino Est
Rotary Club Torino Palazzo Reale

Un ringraziamento particolare a Fondazione CRT