Ufficio Stampa della Provincia autonoma di Trento
Piazza Dante 15, 38122 Trento
Tel. 0461 494614 - Fax 0461 494615
uff.stampa@provincia.tn.it

COMUNICATO n. 572 del 13/03/2025

MITAG: il Museo Storico Italiano della Guerra presenta la programmazione 2025 e il nuovo logo

Si apre una nuova fase per il museo fondato a Rovereto nel 1921, che ha deciso di rinnovare la propria immagine e proporre per il 2025 un ampio programma di iniziative culturali. Alla presenza dei rappresentanti del Comune di Rovereto e della Comunità della Vallagarina è stato condiviso il percorso che ha portato all'adozione dell'acronimo MITAG e alla nuova identità visiva del Museo curata dall'agenzia Hg blu di Trento.
Nel suo messaggio augurale, la vicepresidente della Provincia autonoma di Trento Francesca Gerosa, impossibilitata a partecipare per impegni istituzionali, ha sottolineato che "un museo non è solo un luogo di conservazione, ma soprattutto di dialogo, di narrazione, di partecipazione e di condivisione della conoscenza. Avere un'identità visiva chiara e riconoscibile significa rafforzare il legame con il pubblico e con il territorio, rendendo ancora più efficace la missione di divulgazione e valorizzazione della nostra storia. Non dimentichiamo che il Museo Storico Italiano della Guerra di Rovereto è stato tra i primi cinque musei del nostro territorio per numero di visitatori lo scorso anno, con oltre 52 mila ingressi, e questo rende conto di quanto le persone apprezzino questo spazio museale, le sue esposizioni, la sua proposta culturale e l'impegno di tutte le persone che vi lavorano."

A partire dalla metà del 2024 il Museo ha avviato un progetto di revisione della propria identità visiva, per riuscire a raggiungere un pubblico più ampio e comunicare in modo più immediato ed efficace i suoi valori e la sua mission. La scelta di adottare l'acronimo MITAG ed il nuovo logo sono parte di un processo che è andato molto in profondità, con il quale il Museo ha deciso di mettersi in discussione. Un percorso che ha riguardato la funzione stessa del Museo e ha posto al centro il pubblico: non solo le persone che visitano gli spazi espositivi, ma anche quelle che seguono i canali digitali e le attività di ricerca, di approfondimento e la produzione editoriale.

Alla scelta di adottare l'acronimo MITAG si è arrivati per diversi motivi: essere identificati come Museo della Guerra non restituiva pienamente l'ampiezza dei periodi storici e la pluralità di temi ai quali il Museo dedica ricerche e iniziative di conservazione, esposizione ed educazione, e rischiava di identificarlo esclusivamente come Museo della Prima guerra mondiale. La necessità di rivolgersi a molteplici pubblici, anche stranieri (il 17% dei visitatori nel 2024), e di relazionarsi con istituzioni culturali a livello internazionale ha richiesto una semplificazione, funzionale anche alla comunicazione digitale.

In questo percorso di rinnovamento si è deciso di dare vita anche ad un nuovo logo. Le lettere che compongono l'acronimo MITAG si combinano con due linee parallele, un richiamo visivo alle trincee della Grande Guerra, ma soprattutto alla complessità delle esperienze umane: due sponde dello stesso fiume, due punti di vista e un'unica storia come avviene in tutte le guerre, con i combattenti al fronte e le famiglie a casa o in fuga. Un dualismo con molte possibili declinazioni che si ritrova anche nelle immagini che accompagnano il lancio della nuova identità, che provengono dagli archivi del Museo tranne quella realizzata del fotogiornalista Mario Boccia che ne ha gentilmente concesso l'uso. Tre grandi pannelli

fotografici affiancano i volti di donne, uomini e bambini che diventano testimonianze, in equilibrio tra memoria e identità, tra passato e futuro.

Per concretizzare i suoi obiettivi il MITAG ha lavorato ad una programmazione ampia e articolata per il 2025, forte anche dei risultati registrati lo scorso anno. Il dato sul pubblico del 2024 raggiunge infatti i 52 mila visitatori, in crescita rispetto al 2024, dei quali oltre il 40% sono ragazze e ragazzi delle scuole e il 20% famiglie.

Proprio grazie a questi risultati, l'accoglienza resta un focus prioritario e trasversale, con l'obiettivo di aumentare ancora la qualità dell'esperienza di visita al Museo. È stata completamente rivista la segnaletica esterna ed interna al Museo e è stata realizzata una nuova mappa di visita. Sono stati allestiti nuovi spazi di accoglienza che ospitano le installazioni multimediali realizzate dall'agenzia "490 studio": una proiezione immersiva che restituisce testimonianze di guerra ed un tavolo multimediale che presenta i principali siti storici del territorio.
Nei prossimi due anni si punta a dotare il museo di un ascensore che colleghi la sezione artiglierie di piazza Podestà al cortile, per garantire un accesso facilitato. Nel percorso di visita sono state rese disponibili delle schede semplificate in linguaggio ETR che confluiranno in una piccola guida e sono in programma nuove implementazioni dell'app di visita MobiCult.

Al centro della programmazione del Museo vi sono naturalmente le iniziative espositive nelle quali si punta a valorizzare i focus della pluralità e della contemporaneità. La volontà di dare voce a tutte le storie e restituire un racconto completo è al centro della mostra che aprirà a fine maggio sul colonialismo italiano, dalla fine dell'Ottocento alla Seconda guerra mondiale. Il progetto espositivo sarà arricchito da installazioni artistiche e da una serie di eventi estivi volti a coinvolgere il pubblico e stimolare una riflessione anche oltre la visita. La mostra e la ricerca correlata, che coinvolge 8 musei regionali, è realizzata nell'ambito dell'Anno dei Musei dell'Euregio in occasione del quale sono in programma collaborazioni con numerosi altri musei euroregionali, compresi il Muse e il Museo Diocesano Tridentino.

In allegato: il comunicato stampa MITAG completo

(us)