

La presente deliberazione viene affissa il 24 OTT. 2008 all'Albo Pretorio per rimanervi 15 giorni



PROVINCIA di BENEVENTO

Deliberazione della Giunta Provinciale n. 487 del 22 OTT. 2008

Oggetto: POR Campania 2000-2006 -Mis. 2.1- Eventi 2008 - Approvazione progetto "Stelle cadenti" e "Lanterne rosse" al Museo ARCOS di Benevento.

L'anno duemilaotto il giorno ventisei del mese di OTTOBRE presso la Rocca dei Rettori si è riunita la Giunta Provinciale con l'intervento dei Signori:

Prof. Ing.	Aniello	CIMITILE	- Presidente	
Ing.	Pompilio	FORGIONE	- Vice Presidente	<u>ASSENTE</u>
Dott.	Gianluca	ACETO	- Assessore	
Ing.	Giovanni Vito	BELLO	- Assessore	
Avv.	Giovanni Angelo Mosè	BOZZI	- Assessore	
Prof.ssa	Maria	CIROCCO	- Assessore	
Ing.	Carlo	FALATO	- Assessore	
Dott.	Nicola Augusto	SIMEONE	- Assessore	<u>ASSENTE</u>
Geom.	Carmine	VALENTINO	- Assessore	

Con la partecipazione del Segretario Generale dr. Claudio UCCELLETTI _____

L'ASSESSORE PROPONENTE, Ing. Carlo FALATO, [Signature]

LA GIUNTA

Preso visione della proposta del Settore Servizi ai Cittadini, fatta istruire dal responsabile del Servizio "Turismo", dr. Giuseppe Marsicano, qui di seguito trascritta :

PREMESSO

che la Provincia di Benevento con Delibera G.P. n. 471 del 20.07.07 ha approvato, per richiederne il finanziamento alla Regione Campania, il Progetto ARCOS 2008 "Le nuove frontiere della creatività", per un importo complessivo di € 1.000.000,00, di cui € 300.000,00 pari al 30% a carico del bilancio Provinciale ed € 700.000,00 pari al 70% a carico della Regione Campania;

che il suddetto Progetto seppur approvato dalla Regione Campania non rientrava tra quelli ammessi a finanziamento;

che, successivamente, la Provincia di Benevento inoltrava alla Regione Campania, Assessorato al Turismo e ai Beni Culturali, un nuovo Progetto "Stelle cadenti" e "Lanterne rosse" per un importo di € 600.000,00 a valere sui fondi POR -Mis. 2.1- che prevede la realizzazione di eventi culturali, di valenza nazionale ed internazionale, per la promozione del patrimonio culturale locale;

che la Giunta Regionale della Campania, con Deliberazione n. 1714 del 28.09.07, individuava, relativamente all'anno 2008, gli eventi di rilevanza nazionale e internazionale per la valorizzazione turistica e dei beni culturali presenti sul territorio campano e promossi direttamente dalla Regione Campania;

che con la suddetta Deliberazione la Regione Campania dichiarava il progetto "Stelle cadenti" e "Lanterne rosse", presentato dalla Provincia di Benevento, ammissibile a finanziamento per un importo complessivo di € 600.000,00;

che la Regione Campania, con nota prot. n. 965637/2007, chiedeva alla Provincia di Benevento la necessaria documentazione per l'ammissione a finanziamento del suddetto Progetto tra cui il Progetto Esecutivo comprensivo di Piano Finanziario e Piano di Comunicazione;

PRESO ATTO CHE :

la Regione Campania e la Provincia di Benevento, in attuazione alle deliberazioni di Giunta Regionale n. 926/2004 e di Consiglio Provinciale n. 13/2004, hanno costituito l'Agenzia "Art Sannio Campania" s.c.p.a., società *in house providing*, costituita esclusivamente di capitale pubblico (51% Provincia di Benevento e 49% Regione Campania), con specifiche funzioni di supporto e coordinamento delle attività di valorizzazione e promozione dei servizi culturali;

VISTO il Progetto Esecutivo "Stelle cadenti" e "Lanterne rosse", redatto dall'Agenzia "Art Sannio Campania", comprensivo di Piano Finanziario e di Comunicazione per un importo complessivo di € 600.000,00;

RITENUTO dover approvare l'allegato Progetto Esecutivo "Stelle cadenti" e "Lanterne rosse" per il successivo inoltro alla Regione Campania;

Esprime parere favorevole circa la regolarità tecnica della proposta.

Li _____

Il Dirigente del Settore
SERVIZI AI CITTADINI
(dr.ssa Patrizia Taranto)

Esprime parere favorevole circa la regolarità contabile della proposta *dando atto che l'inserimento delle voci nel bilancio di previsione e il successivo impegno giuridico si procederà al momento della concessione del finanziamento da parte della Regione Campania*

Li _____

effettive

Il Dirigente del Settore
FINANZE E CONTR. ECONOMICO
(dr. Andrea Lanzione)

LA GIUNTA

Su relazione dell'Assessore al Turismo Ing. Carlo Falato

A voti unanimi

DELIBERA

Per tutto quanto in narrativa richiamato, che qui si intende integralmente riportato e trascritto:

1. **di prendere atto** dell'inserimento, con Deliberazione n. 1714/2007 della Giunta Regionale della Campania, del Progetto "Stelle cadenti" e "Lanterne rosse", tra gli eventi di rilevanza nazionale e internazionale per la valorizzazione turistica e dei beni culturali, relativi all'anno 2008, ammissibili a finanziamento;
2. **di approvare** l'allegato Progetto Esecutivo "Stelle cadenti" e "Lanterne rosse", comprensivo di Piano Finanziario e di Comunicazione, per un importo complessivo di € 600.000,00 totalmente a carico della Regione Campania;
3. **di dare atto** che l'attuazione del suddetto Progetto è conferita alla Società Consortile per Azioni "Art Sannio Campania", in considerazione del particolare ruolo intrapreso di valorizzazione e promozione del patrimonio storico-culturale della Provincia;
4. **di riservare** ad atto successivo l'iscrizione in bilancio del finanziamento regionale;
5. **di nominare** Responsabile del Procedimento il dr. Giuseppe Marsicano, Responsabile del Servizio "Turismo" del Settore Servizi ai cittadini della Provincia di Benevento;
6. **di trasmettere** per quanto di competenza al Dirigente Settore Servizi ai Cittadini e al Dirigente Settore Finanze.

Verbale letto, confermato e sottoscritto

IL SEGRETARIO GENERALE

(Dr. Claudio UCCELLETTI)

[Handwritten signature of Dr. Claudio UCCELLETTI]

IL PRESIDENTE

(Prof. Ing. Aniello CIMITILE)

[Handwritten signature of Prof. Ing. Aniello CIMITILE]

N. 548 **Registro Pubblicazione**

Si certifica che la presente deliberazione è stata affissa all'Albo in data odierna, per rimanervi per 15 giorni consecutivi a norma dell'art. 124 del T.U. - D. Lgs.vo 18.8.2000, n. 267.

Benevento li, 24 OTT. 2008

IL MESSO

IL SEGRETARIO GENERALE

[Handwritten signature of Dr. Claudio UCCELLETTI]

La suestesa deliberazione è stata affissa all'Albo Pretorio in data 24 OTT. 2008 e contestualmente comunicata ai Capigruppo ai sensi dell'art. 125 del T.U. - D. Lgs. vo 18.8.2000, n. 267.

SI ATTESTA, che la presente deliberazione è divenuta esecutiva a norma dell'art. 124 del T.U. - D. Lgs.vo 18.8.2000, n. 267 e avverso la stessa non sono stati sollevati rilievi nei termini di legge.

Benevento li, 17 NOV. 2008

IL RESPONSABILE DELL'UFFICIO

[Handwritten signature]

IL SEGRETARIO GENERALE

[Handwritten signature of Dr. Claudio UCCELLETTI]
IL SEGRETARIO GENERALE
(Dr. Claudio UCCELLETTI)

Si certifica che la presente deliberazione è divenuta esecutiva ai sensi del T.U. - D. Lgs.vo 18.8.2000, n. 267

il giorno 17 NOV. 2008

- Dichiarata immediatamente eseguibile (art. 134, comma 4, D. Lgs.vo 18.8.2000, n. 267).
- Decorsi 10 giorni dalla sua pubblicazione (art. 134, comma 3, D. Lgs.vo 18.8.2000, n. 267).
- E' stata revocata con atto n. _____ del _____

Benevento li, 17 NOV. 2008

IL SEGRETARIO GENERALE

[Handwritten signature of Dr. Claudio UCCELLETTI]
IL SEGRETARIO GENERALE
(Dr. Claudio UCCELLETTI)

Copia per

SETTORE SERVIZI CITTADINI il _____ prot. n. _____

SETTORE FINANZA il _____ prot. n. _____

SETTORE _____ il _____ prot. n. _____

Revisori dei Conti il _____ prot. n. _____

Nucleo di Valutazione il _____ prot. n. _____

[Handwritten signature]

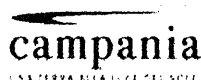


EVENTI 2008

***Stelle cadenti
e
Lanterne rosse***

al Museo ARCOS di Benevento

PROGETTO ESECUTIVO



Unione Europea
Il progetto è cofinanziato
dall'Unione Europea
PCR Campania 2000-2006
misura 2.1



Assessorato al Turismo
e ai Beni Culturali



Provincia di Benevento



Agenzia Beni Culturali

INDICE

Descrizione progettuale	
Introduzione.....	p.1
Finalità.....	p.2
Obiettivi.....	p.2
Date di svolgimento degli eventi.....	p.4
Luogo di svolgimento.....	p.4
Palinsesto e Programma dettagliato.....	p.4
Nominativo del Direttore Artistico (curriculum).....	p.6
Tipologia principale dei destinatari.....	p.7
Modalità e tempi di attuazione.....	p.8
Risultati attesi.....	p.11
Mercato nazionale/internazionale di riferimento.....	p.11
Articolazione, funzioni e numero delle risorse umane impiegate	p.11

Piano di comunicazione (allegato 1)

Analisi dello scenario

Descrizione delle azioni di comunicazione

Obiettivi strategici delle azioni di comunicazione

Destinatari delle azioni di comunicazione

Gli strumenti e i media da utilizzare

Cronogramma – Quantità prodotti – Tempi di diffusione/permanenza

I metodi di verifica e di misurazione dei risultati prefissati

Quadro economico

Piano Finanziario (allegato 2).



PROVINCIA di BENEVENTO

***Stelle cadenti* e *Lanterne rosse* al Museo ARCOS di Benevento**

Introduzione

A più di due anni dalla sua inaugurazione, il museo d'arte contemporanea ARCOS, è divenuto per la Provincia di Benevento e per il circuito museale nazionale ed internazionale un polo importante di creatività e cultura.

Solo il primo anno, con ingresso gratuito, il museo ha registrato la cifra record di 20.000 presenze e nei successivi, la media delle presenze (a fronte dell'ingresso a pagamento) si è attestata sugli 8.000 visitatori a mostra.

In questi due anni di attività, ARCOS, Museo d'Arte Contemporanea del Sannio, ha presentato al pubblico cinque grandi progetti espositivi per i quali sono stati invitati artisti italiani e stranieri, affermati a livello internazionale, alcuni dei quali hanno realizzato lavori appositamente per le mostre. Ciascuna mostra è stata accompagnata da un catalogo bilingue, italiano/inglese, con testi critici, documentazioni fotografiche dei lavori e apparati bio-biografici.

Nel 2005 il museo ha inaugurato con la mostra collettiva "...O luna tu...il notturno come spazio della fantasia", uno sguardo sugli ultimi quarant'anni della storia dell'arte contemporanea, sulle correnti artistiche che li hanno attraversati e su alcuni dei suoi massimi rappresentanti.

Nel 2006, in occasione della collettiva *Ai confini della realtà. Arte, scienza e tecnologia*, venti artisti internazionali si sono confrontati sul rapporto tra arte e tecnologia, indagando e rielaborando i codici appartenenti alle due sfere, mentre la fiaba contemporanea è stato il tema proposto per il progetto *C'era una volta un re. La fiaba contemporanea*. In una città come quella di Benevento, fortemente legata in passato al mistero e a cerimonie rituali, i lavori degli artisti hanno esplorato mondi "altri", appartenenti sia all'immaginario collettivo che alla sfera più intima e visionaria degli artisti.

Infine, nel 2007, per *La città che sale. We try to build the future* sono stati presentati lavori di artisti internazionali e progetti architettonici, realizzando un percorso attraverso il linguaggio della creatività dell'arte e dell'architettura contemporanea. Un'indagine sulle modalità di relazionarsi con lo spazio sia da un punto di vista oggettivo che da una prospettiva più utopistica. Mentre con la mostra *Les fleurs du mal*, sedici artisti di fama internazionale, analizzando l'idea di bello in tutte le sue complessità e ambiguità, hanno proposto al pubblico le molteplici espressioni di bellezza sperimentate nell'arte contemporanea.

Nel 2006 – 2007 all'attività espositiva è stata affiancata una serie di incontri e conferenze con alcuni protagonisti del sistema dell'arte, rafforzando in tal modo l'identità del museo, la sua visibilità e consolidando il rapporto con il pubblico. Questa attività culturale ha posizionato ARCOS tra i più importanti musei d'arte contemporanea del panorama internazionale.

Finalità

Il progetto mira a concretizzare il museo ARCOS come Centro di Arte Contemporanea che intende essere luogo di promozione della cultura e soprattutto dell'Arte Contemporanea nazionale ed internazionale oltre che strumento di promozione dei flussi turistici in entrata, al fine di:

- ampliare la visibilità dell'intero sistema dell'arte contemporanea in Campania, favorendo la costituzione dell'immagine di un territorio che rappresenti un ponte tra la civiltà del passato e l'arte del futuro;
- creare percorsi alternativi ai grandi flussi turistici, che spesso trascurano nei loro abituali e affollati itinerari un patrimonio che va oltre i grandi segni lasciati dal Medioevo e dal Rinascimento;
- promuovere e diffondere, a partire dalle scuole, un'adeguata conoscenza della cultura e della ricerca nel campo dell'arte contemporanea. Il metodo già utilizzato, segue un approccio innovativo, finalizzato alla formazione e allo sviluppo delle capacità di conoscere l'arte contemporanea, le tecniche e i materiali attraverso un contatto diretto con le opere e le possibili contaminazioni con altri linguaggi del contemporaneo (musica, letteratura, danza, teatro) secondo un taglio pluridisciplinare. L'idea è di proporre e stimolare una frequentazione costante del museo, quale "fabbrica d'arte", luogo di cultura, di ricerca e di documentazione. La programmazione didattica di ARCOS, a questo proposito, ha già proposto "L'abominio de la bellezza" e "De la

Bellezza e il sogno" spettacolo/guida ispirato alla mostra *Les fleurs du mal* inaugurata il 6 novembre 2007, questo un nuovo passo e un valido supporto alla fruizione dei contenuti e delle tematiche oggetto delle singole esposizioni temporanee in programma, ma, parallelamente, un approfondimento della conoscenza e della valenza storico-artistica della struttura museale, un contenitore storico di grande importanza, recuperato e finalizzato alla creazione di uno spazio espositivo specifico per l'arte contemporanea.

Obiettivi

All'interno di un percorso avviato, la scelta di dare visibilità al museo ARCOS, dunque, acquista valenza strategica se si considera l'importanza di dilatare la distribuzione dei luoghi destinati all'arte, ancora oggi concentrata nel centro nord del paese. Moltiplicare gli spazi di promozione e di fruizione culturale, privilegiando un assetto policentrico è, pertanto, un obiettivo da perseguire, incrementando le occasioni di conoscenza e di attrattiva anche per gli artisti.

Da qui i seguenti obiettivi specifici:

- favorire la creazione di reti e di altre forme di cooperazione fra i diversi soggetti attivi nel settore dell'arte contemporanea in ambito nazionale ed internazionale;
- rafforzare le occasioni di fruizione e conoscenza dell'arte contemporanea internazionale;
- far crescere dei profili professionali degli operatori e delle categorie coinvolte nei processi di produzione culturale;
- proporsi come luogo di produzione dell'arte e costituire una propria collezione;
- incoraggiare con attività di sostegno la creazione artistica, con la finalità di promuovere le opere dei giovani artisti;
- promuovere e diffondere, anche nel settore scolastico un'adeguata conoscenza della ricerca dell'arte contemporanea;
- incrementare lo sviluppo economico e culturale, attraverso la definizione e l'offerta di itinerari turistico culturali incentrati sull'arte contemporanea, sia a livello regionale che interregionale;
- contribuire all'attivazione dei flussi turistici fuori dai periodi di alta stagione proponendo un fitto programma di interventi tra gennaio e maggio, favorendo così la destagionalizzazione.;

- migliorare gli standard di qualità dell'offerta, in linea con gli orientamenti nazionali e regionali;
- contribuire ad aumentare la permanenza media dei turisti, offrendo loro più articolati pacchetti turistici e l'opportunità di partecipare a conferenze, workshop, performance e visite guidate a tema.

Inoltre nell'ambito dei cosiddetti "Servizi aggiuntivi", si intendono rafforzare tutte le seguenti principali aree di attività, considerate come nodali per il museo, ovvero:

- accoglienza
- sussidi alla visita
- servizi educativi e didattici
- comunicazione e promozione
- servizi accessori (bookshop, biblioteca)
- analisi del pubblico

Per ciascuna delle suddette aree di attività, quindi, verranno prodotte le relative liste di controllo, di valutazione e di autovalutazione per il museo, al fine di monitorare le diverse aree e contribuire a migliorare di volta in volta il "Rapporto con il pubblico".

Date di svolgimento degli eventi

1° evento: 20 marzo – 20 settembre

2° evento: 30 ottobre – 31 Gennaio

Luogo di svolgimento

Le mostre si svolgeranno presso la sede del museo ARCOS in C.so Garibaldi,1 e troveranno spazio anche nella città di Benevento.

Palinsesto e programma dettagliato

Dopo cinque progetti espositivi dedicati ad artisti italiani e internazionali affermati, nel 2008 ARCOS riparte con due importanti eventi dedicati, rispettivamente, alla giovane creatività italiana e alla scena artistica contemporanea cinese.

STELLE CADENTI

Italia Italie Italien Italy Włochy – “Ritti sulla cima del mondo, noi scagliamo, una volta ancora, la nostra sfida alle stelle!...”

Dal 20 marzo al 20 settembre 2008

La prima mostra, dal titolo *Italia Italie Italien Italy Włochy. “Ritti su la cima del mondo, noi scagliamo, una volta ancora, la nostra sfida alle stelle!...”*, consiste in un'importante e prestigiosa rassegna sulla giovane creatività contemporanea in Italia. Un tentativo per gettare lo sguardo oltre i confini del noto e del consolidato, nei territori della sperimentazione, dell'entusiasmo, della ricerca. Una mostra dal complesso impatto culturale che si interroga sulla possibilità, oggi, di definire un'identità italiana. L'invito è a commentare non tanto i confini di questa identità, il suo profilo, quanto piuttosto la problematicità, l'ambiguità e la vischiosità di qualsiasi tentativo di definizione identitaria che oltrepassi lo stereotipo. Una riflessione e un confronto con la cultura italiana contemporanea, filtrati attraverso lo sguardo di trentaquattro giovani artisti nazionali e internazionali e due artisti storici, Alighiero Boetti e Gino De Dominicis, solidi riferimenti culturali per le generazioni contemporanee. Il percorso espositivo si sviluppa in tre sezioni allestite in differenti contesti: la prima all'interno del museo ARCOS, la seconda nello spazio urbano, la terza che comprende una selezione di video, nei cinema della città.

Gli artisti coinvolti sono: Allora&Calzadilla, Stefano Arienti, Johanna Billing, Alighiero Boetti, Monica Bonvicini, Mircea Cantor, Keren Cytter, Michael Dean, Gino De Dominicis, Jimmie Durham, Patricia Esquivias, Lara Favaretto, Claire Fontaine, Aurélien Froment, Christian Frosi, Dora García, Ivan Grubanov, Jonathan Horowitz, David Maljković, Aleksandra Mir, Helen Mirra, Henrik Olesen, Roman Ondák, Seb Patane, Manfred Pernice, Diego Perrone, Giulia Piscitelli, Paola Pivi, Henrik Plenge Jakobsen, Pietro Roccasalva, Sean Snyder, Simon Starling, The Otolith Group, Nomeda & Gediminas Urbonas, Eric Wesley, Artur Żmijewski.

Con questa mostra ARCOS ribadisce il proprio prestigio e il proprio ruolo museale sottolineando l'importanza della valorizzazione e promozione dell'arte italiana e della giovane ricerca.

La mostra ITALIA ITALIE ITALIEN ITALY WŁOCHY “Ritti su la cima del mondo, noi scagliamo, una volta ancora, la nostra sfida alle stelle!...”, è accompagnata da un catalogo bilingue, italiano/inglese, con testi critici dei curatori Gigiotto Del Vecchio, Alessandro Rabottini, Elena Lydia Scipioni, Andrea Viliani, edito da Electa, con la documentazione dei lavori degli artisti e con i saggi critici degli studiosi coinvolti

LANTERNE ROSSE

Dal 30 ottobre 2008 al 30 novembre 2008

Dal mese di ottobre ARCOS intende proporre un evento dedicato alle nuove frontiere dell'arte contemporanea in Cina. Un Paese che reclama con sempre maggior forza un ruolo protagonista sulla scena mondiale e che comprende l'importanza del confronto contemporaneo anche in campo culturale. L'evento si configurerà come un seminario, un incontro/conferenza arricchito da proiezioni di film e video di giovani artisti cinesi: uno sguardo attento e curioso su quanto di più interessante avviene oggi in Cina, sul quel processo di contaminazione fra Oriente e Occidente, fra Tradizione e Futuro che muove la grande creatività asiatica. La Cina di oggi sta vivendo un momento cruciale alla ricerca della sua nuova identità culturale, tra tradizione ed il passaggio nel mondo globale. I grandi cambiamenti che oggi sconvolgono l'economia, la politica, la società cinese hanno profonde influenze nella definizione dei nuovi linguaggi e descrivono un orizzonte di grande complessità e fascino. Nel momento del massimo interesse mondiale dovuto ai Giochi Olimpici di Pechino (estate 2008), questo evento si rivelerà una interessante occasione per mostrare un altro volto di una realtà ancora poco conosciuta ma di straordinaria ricchezza.

Nominativo del direttore artistico/relativo curriculum

Prof. Danilo Eccher

Nato a Tione di Trento il 27 giugno 1953.

Dal novembre 1989 al dicembre 1995 è stato nominato Direttore Artistico della Galleria Civica d'Arte Contemporanea di Trento, per la quale ha curato direttamente le mostre personali di: Guido Polo 1990; Umberto Moggioni 1990; Giuseppe Angelico Dallabrida 1990; Enzo Cucchi 1990; Piero Gilardi e Fabrizio Plessi 1990; Giuseppe Maraniello 1990; Adolf Vallazza 1991; Arcangelo 1991; Remo Wolf 1991; Hermann Nitsch 1991; Vasco Bendini 1992; Mimmo Paladino 1992; Aldo Caron 1992; Vettor Pisani 1992; Marco Gastini 1993; Miquel Barcelò 1993; Tony Cragg 1994; Paolo Icaro 1994; Mario Merz 1994; Gianni Dessì 1995; Marco Tirelli 1995; James Brown 1995; Yoko Ono 1995; Emilio Vedova 1996; Gilberto Zorio 1996. Nel 1993 è stato nominato commissario per la XLIX Biennale Internazionale d'Arte di Venezia ed è stato co-curatore della mostra internazionale 'La Coesistenza dell'arte'.

Dal 1 gennaio 1996 all'ottobre 2000 è stato Direttore della Galleria d'Arte Moderna di Bologna, per la quale ha curato le mostre personali di : Gilbert & George 1996; Sean Scully 1996; Julian Schnabel 1996; Christian Boltanski 1997; Georg Baselitz 1997; Salvo 1997; Juliao Sarmiento 1998; Marisa Merz 1998; Shirin Neshat e Vanessa Beecroft 1998; Pier Paolo Calzolari 1999; Anselm Kiefer 1999; Francesco Clemente 1999; Mat Collishaw

2000; Francesco Vezzoli 2000: Sempre per il Museo di Bologna ha curato le mostre collettive: 'Materiali Anomali' 1997; 'Pittura Iconica' 1997; 'Arte Aniconica' 1998; 'Appearance' 2000; 'L'Ombra della Ragione' 2000, mostra ufficiale in occasione di Bologna Capitale Europea della Cultura.

Dal 1996 al 1999 ha svolto l'attività di Docente a Contratto presso il Corso di Specializzazione in Storia dell'Arte per la Facoltà di DAMS dell'Università di Bologna.

Nel 1997 è stato invitato come docente per il corso 'Il Management dei Musei' presso la Scuola di Management della Luiss University di Roma.

Nel 2000 è stato ammesso in qualità di socio nominale all'ICOM International Council of Museums e dal novembre dello stesso anno è membro del CIMAM International Committee of ICOM for Museums and Collections of Modern Art.

Nel 2001 è stato nominato co-curatore del Progetto Artistico per la 'Salzburg Foundation'.

Come curatore indipendente ha realizzato nel 2001 le mostre: Gilberto Zorio, Bergamo, 'Le Tribù dell'Arte', (assieme ad Achille Bonito Oliva) Galleria Comunale d'Arte Contemporanea di Roma, Giuseppe Maraniello, Castello di Sarzana SP.

Dal 18 dicembre 2001 è direttore del MACRO Museo d'Arte Contemporanea Roma.

Tipologia principale dei destinatari

Destinatari principali del progetto sono:

- il pubblico del sistema dell'arte nelle sue varie discipline;
- gli studenti delle scuole di ogni ordine e grado ma in particolare dei Licei artistici, Accademie, Università e Politecnico;
- il pubblico interessato all'arte contemporanea e, più in generale, al turismo culturale

Modalità e tempi di attuazione

STELLE CADENTI

"Stelle cadenti: Italia Italie Italien Italy Włochy"

Tempi	Input	Output
Dicembre 2007	Lista degli artisti e dei lavori in mostra	Selezione definitiva degli artisti e commissione delle

<p>Inizio allestimento e produzione delle nuove opere.</p>	<p>Raccolta del materiale di documentazione cartaceo e fotografico per la realizzazione del catalogo</p>	<p>opere in mostra</p> <p>Archivio materiali di documentazione degli artisti in mostra</p> <p>Realizzazione di 10 nuove opere per la mostra</p>
<p>Gennaio 2008</p>	<p>Definizione del progetto grafico del catalogo.</p> <p>Definizione del piano di comunicazione della mostra</p>	<p>Visione dell'impaginato</p> <p>Testi critici e apparati bio-bibliografici</p> <p>Progetto grafico inviti e pubblicità</p> <p>Conclusione delle attività di realizzazione delle opere commissionate per la mostra</p>
<p>Febbraio 2008</p> <p>Marzo 2008</p>	<p>Definizione del progetto allestitivo</p> <p>Organizzazione trasporti ed assicurazione delle opere</p> <p>Attività di comunicazione</p> <p>Accomodation per gli artisti e</p>	<p>Ripristino delle sale espositive del museo</p> <p>Arrivo delle opere a Benevento</p> <p>Completamento dei lavori di allestimento</p> <p>Predisposizione e invio degli inviti</p> <p>Consegna del catalogo della mostra</p>

	organizzazione dell'opening	Conferenza stampa
	Conferenze ed incontri	Opening

LANTERNE ROSSE

Tempi	Input	Output
Agosto 2008	<p>Contatti con i critici e/o artisti da proporre</p> <p>Raccolta del materiale di documentazione cartaceo e fotografico per la realizzazione della campagna di comunicazione</p>	<p>Selezione definitiva dei critici e /o degli artisti</p> <p>Archivio materiali di documentazione degli artisti</p>
Agosto/Settembre 2008	<p>Definizione del piano di comunicazione della mostra</p> <p>Pianificazione aspetti relativi alla logistica</p>	Progetto grafico inviti e pubblicità
Ottobre 2008	<p>Attività di comunicazione</p> <p>Accomodation per i critici e/o gli artisti e organizzazione dell'opening</p>	<p>Predisposizione e invio degli inviti</p> <p>Conferenza stampa</p> <p>Opening</p>

Novembre 2009	Analisi e verifica risultati raggiunti	
---------------	--	--

Risultati attesi

Al di là del fondamentale valore che il museo ha per la comunità residente, emerge evidente il ruolo di primaria importanza che esso riveste per il turismo, non solo come strumento di mediazione culturale tra comunità locale e ospiti ma anche come attrattore di punta di una destinazione e immagine caratterizzante del suo brand.

Non a caso negli ultimi anni si è assistito, a livello internazionale, sia al *restyling* o allo spostamento di molte note sedi espositive come il nuovo MoMa a New York o la Tate Modern a Londra, sia al fiorire di nuove strutture, si pensi al MART di Trento e Rovereto, al Zentrum Paul Klee di Berna o al Musée du Quai Branly di Parigi, in un processo in cui il museo, inteso come opera, sta gradualmente conquistandosi un valore autonomo e non più solo legato a quello storico e scientifico del proprio contenuto.

Tale processo di trasformazione sta comportando sempre più spesso anche fenomeni di diversificazione funzionale: la necessità di adeguare i musei alle nuove richieste dei visitatori – crescente domanda di informazioni e di interattività – spinge da un lato a ripensare alla funzione del museo, dall'altro pone difficili problemi logistici soprattutto a quei Paesi, come l'Italia, in cui le collezioni sono ubicate prevalentemente in edifici storici.

Infine, il progressivo affermarsi di una "cultura dell'evento" sta determinando l'esigenza di allestire, anche all'interno dei musei esistenti, esposizioni temporanee, necessità che porta spesso a riconsiderare in senso dinamico non solo il rapporto fra mostre e collezioni permanenti ma anche fra allestimento permanente e opere d'arte in deposito.

In questo contesto, il museo ARCOS incarna perfettamente la struttura composta di un Museo e l'alternanza espositiva di una Galleria.

Rendere la realtà museale quanto più vicina alle esigenze dell'utenza interessata, diversificando l'offerta, garantisce una maggiore possibilità di far confluire il flusso dei visitatori locali e di passaggio anche nel nostro territorio.

Mercato nazionale e internazionale di riferimento

L'avvicinamento massiccio del pubblico italiano agli eventi artistici, soprattutto a partire dalle grandi mostre, ma con una interessante ricaduta sui musei ha contribuito a favorire una partecipazione consistente e sempre più attiva ed esigente da parte dei fruitori. Pertanto i musei italiani si sono dotati di servizi al pubblico: dai percorsi indicati all'interno

degli spazi espositivi tramite pannelli, alle visite nel museo guidate da esperti, fino a proposte sempre più mirate alle utenze specifiche, come i laboratori didattici per bambini e ragazzi o le conferenze e i corsi per i visitatori adulti.

E' interesse del progetto indicare alcune linee di ricerca attraverso gli interventi e proposte di laboratori didattici, percorsi operativi che, tramite la testimonianza dal vivo di artisti, operatori e fruitori, tenteranno di delineare direzioni di senso e cercheranno di instaurare una comunicazione privilegiata tra i diversi settori di pubblico e i temi e i linguaggi della produzione artistica contemporanea. I mercati di riferimento spazieranno tra la più ampia fascia di pubblico dalle scuole primarie e secondarie, l'Università, le Sezioni didattiche di alcuni Musei e i Poli Museali che parteciperanno attivamente alla sezione progettuale di In Connection/Museum 3 per agire in sinergia nel presentare e formulare una campionatura di esperienze e di ipotesi che ci auguriamo suscitino una reazione a catena, promuovendo ulteriori dibattiti e progetti nell'ambito delle realtà scolastiche e non.

Grande attenzione sarà riservata agli addetti ai lavori ed al pubblico internazionale che, come si sa, nel settore dell'arte contemporanea si segnala per la facilità a spostarsi sui territori nazionali ed internazionali.

Articolazione, funzioni e numero delle risorse umane impiegate

Per il progetto è previsto il coinvolgimento di Nr 5 - Curatori

Il curatore - che unisce competenze museografiche museologiche, di allestimento di organizzazione e comunicazione – avrà la funzione di curare i rapporti con le maestranze impiegate nell'organizzazione dell'evento espositivo, fino ai contatti con l'artista se vivente. Si preoccupa della scelta della location, del suo allestimento e della progettazione di percorsi all'interno di essa.

In occasione di ogni mostra si prevede, inoltre, il coinvolgimento delle seguenti risorse umane:

Nr. 1 - Coordinatore logistico e responsabile dei prestiti e del trasporto delle opere (che assicura dal punto di vista organizzativo la movimentazione delle opere, la relativa documentazione e le procedure che la regolano, soprattutto in connessione ai prestiti).

Nr. 1 - Coordinatore organizzativo della mostra e del catalogo (che si occupa del contatto diretto con gli artisti e collabora direttamente con il direttore sulla scelta del tema e delle

partecipazioni all'evento espositivo, nonché della veste grafica e la redazione del catalogo).

Nr. 2 – Addetto welcome and accomodation artisti (che si occupa dell'accoglienza di artisti e galleristi, collabora all'allestimento delle opere e alla produzione delle schede descrittive incluse nel materiale divulgativo).

Nr. 6 - Operatore accoglienza al pubblico, preposto alla vigilanza delle opere in mostra sia all'interno dei locali espositivi che nelle aree di pertinenza del museo (che accoglie il pubblico e fornisce la prima informazione, svolge le funzioni connesse all'accesso del pubblico, la distribuzione e l'eventuale vendita dei materiali informativi e promozionali del museo).

Nr. 2 – Coordinatore e organizzatore degli allestimenti (che cura gli allestimenti e predispone gli spazi assicurando le modalità ottimali di presentazione e conservazione delle opere).

Nr. 2 - Operatore dei servizi di custodia e accoglienza (che garantisce la vigilanza del patrimonio museale all'interno dei locali espositivi e nelle aree di pertinenza del museo, svolge assistenza tecnica in fase di allestimento).

Nr. 1 – Coordinatore della segreteria amministrativa (responsabile della gestione amministrativa del museo, della gestione delle risorse finanziarie e umane, delle procedure legali e del funzionamento ordinario. Garantisce il controllo di gestione in ambito amministrativo e finanziario del museo, nonché della gestione del personale).

Nr. 2 – Addetto della segreteria organizzativa (che cura l'attività di segreteria del direttore e dei responsabili da esso individuati, garantendo un supporto all'attività direzionale, un adeguato coordinamento delle attività degli uffici e una efficace comunicazione interna).

Nr. 1 - Responsabile della comunicazione (che garantisce le relazioni pubbliche del museo e la corretta e adeguata diffusione della missione, del l'evento espositivo e delle attività del museo tramite opportune modalità di comunicazione e appositi materiali informativi).

Piano di comunicazione

Vedi allegato n.1

Piano Finanziario

Vedi allegato n.2

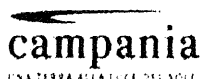


EVENTI 2008

Stelle cadenti e *Lanterne rosse*

al Museo ARCOS di Benevento

PIANO DI COMUNICAZIONE ESECUTIVO



Unione Europea

Il progetto è cofinanziato
dall'Unione Europea
POR Campania 2000-2006
misura 2.1



regione campania

Assessorato al Turismo
e ai Beni Culturali



Provincia di Benevento



Agenzia Beni Culturali



PROVINCIA di BENEVENTO

Stelle cadenti
e
Lanterne rosse
al Museo ARCOS di Benevento

PIANO DI COMUNICAZIONE ESECUTIVO

Analisi dello scenario

Il 2005 ha visto nelle 307 "città di interesse storico e artistico" (secondo la classificazione Istat), oltre 29,5 milioni di arrivi e più di 86 milioni di presenze turistiche con una crescita rispettivamente del 2% e del 6% rispetto all'anno precedente e del 10% e del 9,9% rispetto al 2000. Il turismo culturale, che possiamo pur con le dovute cautele rappresentare attraverso questi indicatori, costituisce dunque nel nostro Paese un segmento fondamentale della domanda turistica.

Si tratta nella maggior parte dei casi di turisti stranieri (57,7% degli arrivi), quota che si mantiene pressoché costante rispetto al 2004 (56,6%) e rispetto al 2000 (57,0%).

Nel 2005 la permanenza media dei turisti italiani e stranieri nelle città d'interesse storico artistico è stata di 2,9 giorni, dato in flessione per i primi e in crescita per i secondi rispetto al 2000.

Possiamo affermare che di certo la fruizione museale non è esaustiva, e neppure esclusiva, di quello che definiamo turismo culturale: è però senza dubbio uno dei più importanti elementi di "consumo" che entrano nel paniere del turista.

Nel 2005 i 402 musei, monumenti e aree archeologiche statali avevano registrato 33.048.137 visitatori; nel 2006 pur con una diminuzione di due unità nel numero di istituti, gli ingressi sono aumentati del 4,3%, toccando quota 34.492.875₂ di cui 10.886.551 nei musei, 16.809.138 presso monumenti e aree archeologiche e 6.797.186 nei circuiti museali.

Guardando il Mezzogiorno d'Italia e la Campania in particolare, attraverso la lente del *capitale territoriale*, ovvero quel sistema di risorse locali che rappresentano una vera e propria dotazione genetica e patrimoniale dei luoghi, il sistema dei beni culturali e paesaggistici rappresenta senz'altro una presenza fondamentale, per la sua intrinseca

capacità di *produrre economia*, influenzando direttamente prezzi, rendite e livelli di redditività degli investimenti.

L'affermazione dell'importanza di politiche di conservazione integrata e di valorizzazione delle risorse culturali e paesaggistiche della nostra regione, è ormai un principio acquisito e ampiamente condiviso, come affermata è l'opinione secondo la quale per la Campania, così come per tutto il Mezzogiorno, modelli di sviluppo *resource-based*, basati sulla capacità attrattiva delle risorse culturali e paesaggistiche, non solo siano potenzialmente vincenti sul mercato globale, ma risultino anche decisamente coerenti con le vocazioni territoriali locali (Pollice, 2002).

D'altra parte, il cosiddetto *turismo culturale* in Campania è esistito sin da quando la regione, e la città di Napoli in particolare, divenne meta estrema meridionale del circuito del *Grand Tour*, viaggio di formazione estetica dei giovani nord-europei.

La densità e la straordinaria varietà di risorse culturali e paesaggistiche su cui si fonda la fortuna turistica e la capacità di attrazione della Campania, sono avvalorate dai numeri. Infatti, nella particolare classifica stilata periodicamente dal Ministero dei beni e attività culturali, dei 20 monumenti più visitati del 2004, ben cinque sono in Campania (Scavi di Pompei, Reggia di Caserta e Complesso Vanvitelliano, Museo Archeologico Nazionale, Grotta Azzurra ad Anacapri e Scavi di Ercolano) che, con una quota del 20% circa sul totale dei visitatori nazionali, si pone in una posizione di preminenza, registrando un milione di visitatori in più della Toscana ed un incremento di oltre il 5% rispetto al 2003 (Regione Campania, 2005). Secondo i dati elaborati dal Touring Club Italiano (Tci), sui primi trenta musei e siti più visitati nel 2005, sei si trovano in Campania (annoverando, fra l'altro, Città della Scienza e l'area archeologica di Capaccio-Paestum). Inoltre, in Campania sono presenti 5 siti iscritti dall'Unesco nella *World Heritage List* su 40 siti italiani, pari al 12,5% e a poco più dello 0,5% sul totale mondiale; solo la Toscana può vantare più siti iscritti nella lista (6), sebbene con una minore varietà ed estensione territoriale. Se concentriamo lo sguardo sui *paesaggi culturali*, per i quali l'Unesco ha elaborato una lista specifica, estrapolandola dalla precedente, la Campania presenta un primato non solo a livello nazionale, ma addirittura a livello mondiale. In Campania, infatti sono stati riconosciuti ben due paesaggi culturali (la Costiera amalfitana e il Parco del Cilento) sui 5 italiani e sui 50 complessivi nel mondo: questo vuol dire che in Italia è concentrato il 10% dei paesaggi culturali del mondo: di questo il 40% (ossia il 4% sul totale mondiale) si trova in Campania.

Tra le componenti che contribuiscono a rendere la Campania "competitiva" si segnala, in particolare, il preciso progetto politico riguardante il capoluogo campano, grazie al quale Napoli viene individuata quale "capitale italiana dell'arte contemporanea". Basterebbe riuscire ad orientare sul Sannio i flussi turistici legati all'arte contemporanea già gravitanti su Napoli, per compiere un notevole salto di qualità nella direzione della valorizzazione e promozione del beneventano. In tal senso l'istituzione di ARCOS può essere considerata quale primo passo per la costituzione di un "Sistema Metropolitano per l'Arte Contemporanea" sul modello di quello realizzato in Toscana. Dal punto di vista "locale", basti portare l'esempio dell'istituzione a Rovereto del MART, e di come una piccola comunità di trentamila abitanti abbia investito in un Museo di Arte Contemporanea di alto livello, conquistandosi una nuova identità in termini sociali, economici, politici e culturali. La scelta di dare vita ad un Museo di Arte Contemporanea nella città di Benevento, quindi, acquista una valenza strategica anche ai fini della promozione dei flussi turistici in entrata. La nascita di ARCOS, infine, vista in concomitanza con altre importanti iniziative culturali promosse dalla Provincia di Benevento, come il Paleo Lab di Pietraroja, il MUSA ed il Geobiolab di Benevento, il MEG di Solopaca ed il Trenino dell'Arte, oltre all'azione di rafforzamento di una istituzione museale come il Museo del Sannio, va proprio nella direzione della creazione di un circuito culturale tale da attirare non solo gli addetti ai lavori e gli specialisti, ma anche e soprattutto le scolaresche, il turismo familiare ed il turismo straniero.

Descrizione delle azioni di comunicazione

Nello specifico un Piano di Comunicazione definisce gli ambiti, gli obiettivi, la strategia e i contenuti dell'insieme delle azioni di comunicazione e l'obiettivo generale perseguito con il presente Piano è quello di contribuire a fare in modo che il Museo ARCOS possa essere conosciuto e fruito con continuità da un pubblico più ampio di quello attuale. Obiettivo non secondario del nostro lavoro è contribuire a sviluppare la consapevolezza dell'importanza della comunicazione come strategia organizzativa, come fattore critico di successo e non, semplicemente, come strumento per aumentare la propria visibilità e il proprio fatturato. Le attività di comunicazione previste nel Piano partiranno dalla fine del 2007. Nel primo semestre 2008 si realizzeranno le prime azioni informative relative all'intero progetto ed alla prima mostra in programma. Dal secondo trimestre 2008 partirà la campagna di comunicazione per la seconda mostra oltre a proporre approfondimenti tematici.

Una prima esigenza da soddisfare è quella di dare organicità ed immediata visibilità agli interventi di comunicazione attraverso il ricorso al logo grafico che accompagna ARCOS dalla sua nascita.

I mezzi di comunicazione di massa saranno utilizzati per pubblicizzare sia il programma nel suo complesso che gli eventi specifici.

Verrà data grande importanza alla campagna di affissioni e sarà pianificata una presenza di ARCOS sulle pagine dei giornali specializzati e nelle trasmissioni televisive e radiofoniche che andranno in onda sulle reti nazionali e satellitari.

Saranno previste una conferenza stampa di presentazione per ogni mostra oltre all'organizzazione di workshop ed incontri con gli artisti.

Per avere una buona promozione, infine, non si può prescindere dal presentarsi nelle vetrine più rinomate per il settore dell'arte contemporanea. In particolare le fiere, da quelle a livello nazionale a quelle di livello internazionale, rimangono strumenti fondamentali per avere una buona visibilità.

Obiettivi strategici delle azioni di comunicazione

In relazione alle considerazioni sin qui fatte le azioni di comunicazione del presente piano assumeranno i seguenti obiettivi specifici:

- Aumentare la notorietà del museo ARCOS a livello regionale, nazionale ed internazionale;
- Promuovere nuovi itinerari turistici dedicati in particolare all'arte contemporanea;
- Incrementare la domanda museale con un'estensione ai diversi segmenti di pubblico;
- Promuovere la valorizzazione culturale ed economica dell'intera provincia, contribuendo a favorire la crescita del settore turistico;
- Promuovere e diffondere, a partire dalle scuole, di un'adeguata conoscenza della cultura e della ricerca nel campo dell'arte contemporanea;
- Individuare dei segmenti di pubblico su cui è opportuno puntare per ampliare il proprio bacino d'utenza;
- Valutare il gradimento del proprio sistema di offerte (es. : orari di apertura e introduzione dell'ingresso a pagamento);

- Comprendere le motivazioni (svago, arricchimento culturale, relax, socializzazione, attività didattiche etc.) e delle modalità di fruizione prevalenti (dea soli, in gruppo, con i figli, nei giorni festivi, in vacanza) dell'esperienza di visita;

È di fondamentale importanza determinare le azioni di comunicazione in modo da introdurre modifiche nelle attività progettate e rafforzare quelle che risultano efficaci, attraverso lo studio del materiale e dello stile di comunicazione più adatto per i target individuati (quali ad esempio una mappa di orientamento al percorso di visita per un museo lungo e denso di oggetti) riuscendo così ad identificare le attività promozionali più adatte.

Destinatari delle azioni di comunicazione

I target individuati per la promozione del progetto ARCOS per i Grandi Eventi 2008 sono di quattro tipologie

1. Turista culturale
2. Turismo familiare e scolastico
3. Addetti ai lavori
4. Giornalisti di settore ed opinion makers
 - Giornalisti professionisti
 - Giornalisti freelance
 - Agenzie stampa
 - Opinion makers

Gli strumenti e i media da utilizzare

Area media

E' prevista la pianificazione dell'acquisizione di spazi publi-redazionali sui principali quotidiani e periodici regionali e nazionali oltre che sulle riviste di settore.

Costituiranno mezzi di sicura efficacia la programmazione di spot e radiocomunicati sul circuito di emittenti nazionali e locali della Campania, così come il ricorso al canale televisivo.

La campagna sui media sarà pianificata dall'Ufficio stampa che organizzerà una conferenza stampa iniziale di presentazione dell'intero progetto e conferenze stampa intermedie riferite alle singole mostre. L'Ufficio stampa curerà la realizzazione oltre che dei comunicati stampa e dei testi per le cartelle stampa anche delle schede informative relative agli artisti presenti in mostra.

Supporti editoriali

Verrà realizzato un catalogo con testi critici bilingue ed immagini e si renderà necessaria la realizzazione di materiale informativo e divulgativo costituito da cartoline, depliant, locandine, poster, brochure, flyers ed inviti.

Manifesti

Per quanto riguarda l'affissione su scala provinciale e regionale di manifesti (nel formato 3x6 m. e 70x100 cm) saranno utilizzati i principali spazi per l'affissione statica (spazi comunali, spazi pubblicitari, spazi interni). Le locandine (30x45) saranno affisse principalmente in spazi interni (alberghi, bar, ristoranti, scuole ed università).

Seminari e convegni

Il progetto prevede il coinvolgimento del pubblico grazie all'organizzazione di seminari e convegni dedicati all'arte contemporanea ed all'approfondimento del tema del progetto stesso. Grande attenzione sarà dedicata all'attivazione di laboratori didattici destinati agli studenti delle scuole di ogni ordine e grado. Ai laboratori sarà affiancata, inoltre, l'attività relativa alle visite guidate a tema.

Prodotti promozionali

Per rinforzare il messaggio promozionale si prevede di realizzare una serie di gadget promozionali come borse, calendari, cappellini, penne, agende, ecc, - anch'essi caratterizzati dal logo grafico.

Prodotti mediali e multimediali

La realizzazione di prodotti come video e cd-rom consentirà di rendere l'opera di informazione sui contenuti veloce e moderna.

Sito internet

		2 uscite 2 gg. dopo l'inaugurazione	1 giorno
		2 uscite 30 gg. dopo l'inaugurazione	1 giorno
		2 uscite 60 gg. dopo l'inaugurazione	1 giorno
		2 uscite 90 gg. dopo l'inaugurazione	1 giorno
		3 uscite 120 gg. dopo l'inaugurazione	1 giorno
	6 uscite ½ pagina su magazine di settore	n.1 al mese da marzo ad agosto	30 giorni
Spazi pubbliciredazionali	1 uscita su Tabloid	1 uscita 7 giorni dopo l'inaugurazione	Variabile
Spot e Radiocomunicati	1 spot televisioni locali 1 radiocomunicato	1 mese dopo l'inaugurazione	10 giorni
Invito cartaceo	5.000	1 settimana prima dell'inaugurazione	1 settimana
Invito elettronico	1	1 settimana prima dell'inaugurazione	Variabile
Manifesti 70x100	100	1 settimana prima dell'inaugurazione	2 settimane

Internet rende l'informazione disponibile ventiquattro ore su ventiquattro, per sette giorni alla settimana, e in qualunque luogo ci si trovi. Pertanto si avrà cura di aggiornare regolarmente il sito del Museo. Tale sarà strutturato in maniera tale da esprimere visibilmente l'identità del Museo ARCOS (logo, ecc...). Inoltre esso conterrà notizie storiche sulla struttura museale e nozioni tecniche sulle mostre, le opere d'arte e gli artisti. Il sito proporrà anche immagini delle varie mostre e offrirà informazioni sulle iniziative, sui servizi offerti ai visitatori e sui prezzi dei biglietti.

Tuttavia la funzione principale del sito sarà quella di consentire una reale partecipazione del pubblico alla vita del Museo, promuovendo uno scambio di proposte e di opinioni tra i visitatori e lo staff. Questa interazione può essere realizzata concretamente attraverso la creazione di forum, blog, mailing list (liste di distribuzione) o newsgroup, i quali forniscono ambienti di discussione nei quali gli utenti possono confrontarsi su tematiche specifiche suddivise per argomenti (es: arte, identità ecc...).

Inoltre attraverso il sito l'organizzazione del Museo ARCOS potrà facilmente sapere quante persone hanno visitato lo stesso, quali parti del sito hanno attirato maggiormente l'attenzione, e per quanto tempo i visitatori si sono soffermati ad esplorarlo. In rapporto al numero di visitatori si potrà anche pensare di ricercare uno sponsor.

CRONOGRAMMA – QUANTITA' PRODOTTI – TEMPI DI DIFFUSIONE/PERMANENZA

STELLE CADENTI

Italia Italie Italien Italy Włochy - - "Ritti sulla cima del mondo, noi scagliamo, una volta ancora, la nostra sfida alle stelle!..."

Da marzo ad agosto 2008

PRODOTTI	QUANTITA'	TEMPI DI DIFFUSIONE	TEMPI DI PERMANENZA
Brochure	2.000	Dalla prima settimana di marzo	5 mesi
Cartoline	2.000	Da metà marzo	4 mesi
Inserzioni pubblicitarie	15 uscite 1/2 pagina quotidiani locali e nazionali	2 uscite 7 gg. prima dell'inaugurazione 4 uscite 2 gg. prima dell'inaugurazione	1 giorno 1 giorno

	2 uscite ½ pagina su magazine di settore	n.1 al mese da settembre a ottobre	30 giorni
Spot e radiocomunicati	1 spot televisioni locali 1 radiocomunicato	1 mese dopo l'inaugurazione	10 giorni
Invito cartaceo	1000	1 settimana prima dell'inaugurazione	1 settimana
Invito elettronico	1	1 settimana prima dell'inaugurazione	Variabile
Manifesti 70x100	100	2 settimane prima dell'inaugurazione	2 settimane
Sito Internet	www.museoarcos.it	ottobre 2008 - gennaio 2009	4 mesi
Gadgets	1.000	Marzo	variabile

I metodi di verifica e di misurazione dei risultati prefissati

Tutti gli interventi saranno sottoposti ad un sistematico monitoraggio della qualità della progettazione e dei risultati ottenuti attraverso la stesura di *reports* che evidenzieranno principalmente i seguenti parametri:

- **efficienza:** la valutazione sarà centrata principalmente sugli aspetti oggettivi dell'organizzazione, analizzata nei suoi elementi operativi, come per esempio: l'articolazione della progettazione esecutiva ed il rapporto fra tempi effettivi e tempi programmati;
- **efficacia:** rapporto fra risultati ottenuti e risultati attesi, ottenibile soprattutto attraverso la valutazione delle *rassegne stampa*;

Sito Internet	1 www.museoarcos .it	Febbraio 2008 – gennaio 2009	12 mesi
Cartelline stampa	1.000	Febbraio 2008 – gennaio 2009	12 mesi
Segnalibro	2.000	1 settimana prima dell'inaugurazione	5 mesi
Manifesti 3x6	20	5 manifesti dalla metà di marzo; 5 manifesti dalla metà di maggio; 5 manifesti dalla metà di giugno; 5 manifesti dalla metà di luglio;	3 settimane
Catalogo	1.000	Marzo	Variabile
Gadgets	2.000	Marzo	Variabile

LANTERNE ROSSE

Da ottobre 2008 a novembre 2008

PRODOTTI	QUANTITA'	TEMPI DI DIFFUSIONE	TEMPI DI PERMANENZA
Cartoline	2.000	Da metà settembre	2 mesi
Inserzioni pubblicitarie	2 uscite 1/2 pagina quotidiani locali e nazionali	1 uscite 7 gg. prima dell'inaugurazione 1 uscite 2 gg. prima dell'inaugurazione	1 giorno 1 giorno

C	MANIFESTI E LOCANDINE	€ 10.000,00	€ 8.333,33	€ 1.666,67
D	SEMINARI E WORKSHOP	€ 4.000,00	€ 3.333,33	€ 666,67
E	PRODOTTI PROMOZIONALI	€ 14.400,00	€ 12.000,00	€ 2.400,00
F	PRODOTTI MEDIALI E MULTIMEDIALI	€ 5.000,00	€ 4.166,67	€ 833,33
TOTALE COSTI PIANO DI COMUNICAZIONE (IVA INCLUSA)		€ 146.400,00	€ 122.000,00	€ 24.400,00

Quadro economico PIANO DI COMUNICAZIONE ARCOS 2008

N° ORD.	DESCRIZIONE	U. M.	TOTALE (IVA inclusa)	IMPONIBILE	I.V.A.
1	AREA MASS MEDIA				
1	Spazi publi-redazionali su quotidiani periodici e riviste	a corpo	€ 32.000,00	€ 26.666,67	€ 5.333,33
2	Programmazione spot e radiocomunicati	a corpo	€ 5.000,00	€ 4.166,67	€ 833,33
T O T A L E			€ 37.000,00	€ 30.833,33	€ 6.166,67
2	SUPPORTI EDITORIALI				
1	Catalogo con testi critici ed immagini della mostra "Stelle cadenti"	1	€ 44.000,00	€ 36.666,67	€ 7.333,33
3	Cartoline, depliant, locandine, poster, brochure, flyers ed inviti	a corpo	€ 32.000,00	€ 26.666,67	€ 5.333,33
T O T A L E			€ 76.000,00	€ 63.333,33	€ 12.666,67
3	MANIFESTI				
2	Manifesti e locandine	a corpo	€ 10.000,00	€ 8.333,33	€ 1.666,67
T O T A L E			€ 10.000,00	€ 8.333,33	€ 1.666,67
5	SEMINARI E CONVEGNI				
1	Seminari e workshop	a corpo	€ 4.000,00	€ 3.333,33	€ 666,67
T O T A L E			€ 4.000,00	€ 3.333,33	€ 666,67
6	PRODOTTI PROMOZIONALI				
1	Gadget promozionali	a corpo	€ 14.400,00	€ 12.000,00	€ 2.400,00
T O T A L E			€ 14.400,00	€ 12.000,00	€ 2.400,00
7	PRODOTTI MEDIALI E MULTIMEDIALI				
1	Video e cd-rom	a corpo	€ 5.000,00	€ 4.166,67	€ 833,33
T O T A L E			€ 5.000,00	€ 4.166,67	€ 833,33

QUADRO ECONOMICO RIEPILOGATIVO		TOTALE	IMPONIBILE	I.V.A.
A	AREA MASS MEDIA	€ 37.000,00	€ 30.833,33	€ 6.166,67
B	SUPPORTI EDITORIALI	€ 76.000,00	€ 63.333,33	€ 12.666,67



EVENTI 2008

Stelle cadenti e *Lanterne rosse*

al Museo ARCOS di Benevento

QUADRO ECONOMICO ESECUTIVO



Unione Europea

Il progetto è cofinanziato
dall'Unione Europea
POR Campania 2000-2006
misura 2.1



Assessorato al Turismo
e ai Beni Culturali



Provincia di Benevento



Agenzia Beni Culturali

ALLEGATO N.2

QUADRO ECONOMICO GENERALE ARCOS 2008					
INTERVENTI IMMATERIALI (la codifica corrisponde alle voci del Disciplinare regionale approvato con D.G.R. n. 665/05 e pubblicato sul n. 35 del BUR Campania del 18/07/05)					
N° ordine	Descrizione	Unità di misura	Costo unitario	Quantità	Totale
1 a)	PERSONALE ESTERNO/CONSULENTI ADIBITI AD ATTIVITA' DI ASSISTENZA TECNICA, CONSULENZA SPECIALISTICA, TUTORAGGIO ECC. Selezionati per incarichi occasionali (IVA ed oneri previdenziali inclusi)				
1	PERSONALE ADIBITO AD ATTIVITA' DI ASSISTENZA TECNICA, CONSULENZA, TUTORAGGIO RICERCA, DIREZIONE TECNICA	a corpo	€ 120.000,00	1	€ 120.000,00
2	DIRETTORE ARTISTICO	a corpo	€ 87.500,00	1	€ 87.500,00
TOTALE 1 a)					€ 207.500,00
1 b)	TRASFERTE PER IL PERSONALE ED I CONSULENTI				
1	TRASFERTE, VITTO ED ALLOGGIO PER IL PERSONALE, I CONSULENTI E GLI ARTISTI	a corpo	€ 30.000,00	1	€ 30.000,00
TOTALE 1 b)					€ 30.000,00
1 c)	COSTI DI ORGANIZZAZIONE CONVEGNI E MOSTRE (I.V.A. esclusa)				
	Convegni di inaugurazione	cadauno	€ 26.666,67	1	€ 26.666,67
5	Trasporto opere	a corpo	€ 50.000,00	1	€ 50.000,00
6	Allestimenti e produzione opere	a corpo	€ 54.166,66	1	€ 54.166,66
5	Materiale tecnologico per installazioni video	a corpo	€ 22.500,00	1	€ 22.500,00
6	Assicurazioni opere	a corpo	€ 3.333,34	1	€ 3.333,34
TOTALE 1 c)					€ 156.666,67
1 d)	ALTRE CONSULENZE (IVA ed oneri previdenziali inclusi)				
1	Studi, indagini, piani, costi di ricerca, ecc.	a corpo	€ 14.000,00	1	€ 14.000,00
3	Consulenze per progettazione ed ideazione campagna promozionale	a corpo	€ 14.000,00	1	€ 14.000,00
TOTALE 1 d)					€ 28.000,00
PIANO DI COMUNICAZIONE (Iva esclusa)					

ALLEGATO N.2

1	Piano di Comunicazione (Vedi allegato n.1)	a corpo	€ 122.000,00	1	€ 122.000,00
TOTALE (iva esclusa)					€ 122.000,00
1 g)	SPESE GENERALI				
1	spese generali < 2,5%		100,00		€ 100,00
TOTALE 1 g)					€ 100,00
1h)	I.V.A.				
			Imponibile		I.V.A. Totale
1	Iva su Costi di Organizzazione Convegni e Mostre (1c)		€ 156.666,67		€ 31.333,33
2	Iva su Piano di Comunicazione		€ 122.000,00		€ 24.400,00
TOTALE 1h)			€ 278.666,67		€ 55.733,33
QUADRO ECONOMICO RIEPILOGATIVO ARCOS 2008					
N° ordine	Descrizione				Importo Finanziato
1a)	Personale Esterno/Consulenti				€ 207.500,00
1b)	Trasferte per il personale ed i Consulenti				€ 30.000,00
1c)	Costi di organizzazione Convegni e Mostre (IVA esclusa)				€ 156.666,67
1d)	Altre Consulenze (IVA ed Oneri inclusi)				€ 28.000,00
	Piano di Comunicazione (Iva esclusa)				€ 122.000,00
1g)	Spese Generali				€ 100,00
1h)	I.V.A. (su 1c e P.Comunicazione)				€ 55.733,33
TOTALE PROGETTO					€ 600.000,00