

Sedi del corso

Viareggio

GAMC Galleria d'Arte Moderna e Contemporanea - Sala Viani
Palazzo delle Muse, Piazza Mazzini



Firenze

Palazzo Vivarelli Colonna
Via Ghibellina, 30



Siena

Fondazione Musei Senesi
Via delle Cerchia, 5



REGIONE
TOSCANA



Direzione Generale della
Competitività del sistema regionale
e sviluppo delle competenze
Area di Coordinamento Cultura
Settore Musei ed ecomusei

Partecipazione gratuita Percorso a numero chiuso È possibile iscriversi a più incontri

Per partecipare è necessario
compilare la scheda
di iscrizione sul sito
www.promopa.it

Direzione Scientifica del corso
Francesca Velani

Organizzazione e informazioni
Federica Gallo
f.gallo@promopa.it

Promo P.A. Fondazione
Viale Luporini, 37/57
55100 Lucca
Tel. +39 0583 582783
Fax +39 0583 1900211
www.promopa.it

MUSEI IN TEMPO DI CRISI

*Intercettare finanziamenti
straordinari e applicare
tecniche di marketing
per attivare nuove risorse*

Mercoledì 5 ottobre 2011
Viareggio

Martedì 8 novembre 2011
Martedì 15 novembre 2011
Firenze

Martedì 29 novembre 2011
Siena

*Ritourneremo, forse, tra qualche anno a prodotti
interni lordi con le stesse cifre di prima della
crisi, ma nulla sarà come prima.
Bisogna esserne consapevoli. La tendenza è
di un arretramento dell'intervento pubblico da
tutti i fronti e anche quello dei beni culturali
non farà eccezione.
Occorre, dunque, attrezzarsi culturalmente e
professionalmente per affrontare
i nuovi tempi.
Il corso presenta, in quattro incontri, aspetti,
spesso più mitizzati che conosciuti: la
fidelizzazione, l'accesso ai fondi europei, le
sponsorizzazioni.*

Anteprima...

Lu.Be.C. Lucca Beni Culturali 2011
21 ottobre

**TECNOLOGICO, INTERATTIVO E MULTIETNICO...
COSÌ I GIOVANI VANNO AL MUSEO**

Info e iscrizioni su www.lubec.it



Organizzazione scientifica

PROMO P.A.
FONDAZIONE

RICERCA, ALTA FORMAZIONE E PROGETTI
PER LA PUBBLICA AMMINISTRAZIONE

I MODULO

IL PUBBLICO E LA CREAZIONE DI UN SENSO DI APPARTENENZA

Mercoledì 5 ottobre 2011

Viareggio | GAMC Palazzo delle Muse | Piazza Mazzini
Orario 10.00-13.00 | 14.00-16.30

PREMESSA

Nel marketing si chiama fidelizzazione, ma nel campo dei beni culturali, in generale, e dei musei in particolare, si tratta di qualcosa di assai diverso. Il patrimonio culturale va considerato come un'eredità che chiama ognuno ad una responsabilità.

Ogni eredità, come sappiamo, si può conservare, accrescere o dissipare. Il rapporto tra Museo e territorio assume un particolare significato rivelandosi come elemento che misura la partecipazione dei cittadini al farsi della propria storia, al crescere di una cultura collettiva.

Il compito del museo è quindi quello di promuovere questa responsabilità creando un senso di appartenenza all'istituzione che può tradursi in forme attive di sostegno culturale, economico, organizzativo.

Nell'incontro si presentano, attraverso case history e buone pratiche, le modalità operative per intraprendere queste azioni.

Docente

Claudio Rosati, Esperto del settore

Programma d'aula

Nello sviluppo dei seguenti temi si terrà conto della storia e delle caratteristiche dei singoli musei partecipanti in mondo da adeguare, per quanto possibile, il percorso didattico ai reali bisogni delle istituzioni.

"Al pubblico non interessa il museo"

Scheda di autoanalisi

La prima risorsa del museo

Prima il locale poi il nazionale

Tecniche basilari di ascolto del pubblico

Gli alleati del museo

Casi di studio

La costruzione di un'identità del museo

La promozione del senso di appartenenza

II e III MODULO

III e IV MODULO FINANZIAMENTI EUROPEI 2007-2013 INDIVIDUAZIONE DEI PROGRAMMI, E COSTRUZIONE DELLA "SQUADRA"

Martedì 8 novembre 2011

Firenze | Palazzo Vivarelli Colonna | Via Ghibellina, 30
Orario 10.00-13.00 | 14.00-16.30

PREMESSA

La programmazione 2007-2013 della Comunità Europea per i fondi strategici prevede programmi di finanziamento intersettoriali, sempre più importanti in una situazione di ristrettezza di risorse (D.L. 78/10 convertito in Legge 122/10 e Finanziaria 2011) che impone la massima attenzione a tutte le tipologie possibili di finanziamento. Il seminario focalizza l'attenzione sugli strumenti e le metodologie più avanzate per individuare i programmi, costruire e gestire i progetti al fine di accedere ai finanziamenti, sia per potenziare i collegamenti con le strutture locali già esistenti sia per la creazione di nuovi percorsi e relazioni con gli attori del territorio, in un'ottica di promozione dello sviluppo locale.

PRIMA GIORNATA Docente

Alexandra Storari, Project manager, esperta in materia di europrogettazione

Programma d'aula

Politiche di sviluppo 2007-2013. I finanziamenti comunitari: fondi diretti, fondi indiretti e principi di funzionamento.

Inquadramento generale dell'attuale programmazione dei fondi strutturali. **Gli ambiti di intervento del FESR e del FSE.**

La programmazione delle risorse **a livello regionale e provinciale: obiettivo convergenza ed obiettivo competitività. I principali programmi comunitari.**

Il lavoro per progetti: l'elaborazione di un'idea progettuale; gli elementi principali; la partnership; i nodi; le maggiori criticità nella gestione.

Il Ruolo del Project Leader e dei coorganiser. La pianificazione strategica.

Individuazione delle priorità dell'Ente e valutazione di impatto del progetto: l'analisi territoriale, settoriale, i fabbisogni di professionalità.

L'impostazione di un sistema di valutazione: la valutazione ex-ante, in itinere e ex-post: metodi e strumenti. La sostenibilità economica, finanziaria, istituzionale, sociale ed ambientale.

Martedì 15 novembre 2011

Firenze | Palazzo Vivarelli Colonna | Via Ghibellina, 30
Orario 10.00-13.00 | 14.00-16.30

SECONDA GIORNATA Docente

Michele Sargenti, Consulente esperto della materia

Programma d'aula

La ricerca dei bandi. La lettura di un bando e del quadro normativo e di programmazione di riferimento.

Fattori di qualità e criteri di ammissibilità, esclusione e valutazione del progetto.

La ricerca e **l'individuazione del partenariato internazionale** e i rapporti con l'officer della Commissione.

Le tecniche di progettazione e **gestione avanzata.** Il Project Cycle Management ed il Project Logical Framework.

Analisi di casi di studio e simulazioni, anche su suggerimento dei partecipanti.

I principali aspetti delle attività di rendicontazione.

La costruzione del budget secondo criteri di ammissibilità. Costi diretti e costi indiretti di funzionamento.

Le altre forme di giustificazione della spesa. Il calcolo dei costi ed il monitoraggio interno.

La preparazione e la raccolta dei giustificativi di spesa e le problematiche fiscali. I sistemi di controllo.

*È possibile iscriversi a più incontri.
Le iscrizioni sono a numero chiuso.*

Informazioni

Promo P.A. Fondazione
f.gallo@promopa.it

Tel. +39 0583 582783

Fax +39 0583 1900211

IV MODULO

LE SPONSORIZZAZIONI PER I MUSEI: AMBITI DI UTILIZZO, ESPERIENZE E MODELLI

Martedì 29 novembre 2011

Siena | Fondazione Musei Senesi | Via delle Cerchia, 5
Orario 10.00-13.00 | 14.00-16.30

PREMESSA

I vincoli finanziari obbligano la Pubblica Amministrazione a valutare con attenzione tutte le nuove opportunità di finanziamento, tra cui le sponsorizzazioni, che oltre a costituire una risorsa finanziaria, sono un mezzo efficace per migliorare la qualità e l'immagine dei servizi offerti al pubblico.

L'incontro, dedicato alle realtà museali e tagliato sulle loro peculiarità, ha l'obiettivo di supportare e promuovere la cultura della collaborazione tra pubblico e privato che sottende alle sponsorizzazioni stesse, attraverso una parte teorica d'impostazione progettuale e l'illustrazione di casi realizzati.

I Musei potranno inviare le loro idee progettuali alla Fondazione fino a una settimana prima del corso affinché una parte della lezione possa affrontare i casi specifici.

Docente

Claudio Madricardo, Responsabile Marketing e comunicazione Comune di Venezia

Programma d'aula

Il progetto di sponsorizzazione e il coinvolgimento dello sponsor.

La ricerca degli sponsor: come presentarsi e costruire le relazioni.

Come individuare i partner per i possibili finanziamenti.

La redazione del "Questionario di autovalutazione" e l'elaborazione del "Progetto di sponsorizzazione".

Principi di Fund Raising: metodologie e applicabilità ai musei. Definizioni e caratteristiche.

L'attivazione delle sponsorizzazioni.

La procedura per la corretta gestione delle sponsorizzazioni: individuazione del progetto, brainstorming delle idee, stesura, gestione, valutazione.

La progettazione dei processi di valorizzazione in rapporto alle risorse, alle attività, agli strumenti e agli operatori istituzionali e del mercato.

Il coinvolgimento dello sponsor.

Gli effetti finanziari dei progetti di sponsorizzazione.