

SETTIMANA DELLA CULTURA VS. GIORNATE DEL FAI

due esperienze culturali a
confronto

07.04.2008
Martina Berner

FAI

- principale **fondazione italiana no profit** per la tutela, la salvaguardia e la cura del patrimonio artistico e naturalistico
- **terza in Europa** dopo il National Trust inglese e il National Trust scozzese
- nasce il **28 aprile 1975** per volontà di **Giulia Maria Mozzoni Crespi, Renato Bazzoni, Alberto Predieri e Franco Russoli**
- oggi:
 - **oltre 78.000 Aderenti**
 - **39 Beni sotto la tutela del FAI**

FAI

- **le attività**
 - **eventi** (giardinaggio, gastronomia, musica...)
 - **concerti**
 - **viaggi**
 - **delegazioni** a livello locale (100 delegazioni in 18 regioni, 6.000 volontari)
 - **il Fai e la scuola**
 - **giornate FAI Primavera** (dal 1992 a oggi il FAI è riuscito ad aprire un totale di 2.700 monumenti con oltre 2.700.000 visitatori)

Settimana della cultura vs. giornate del FAI

- **X edizione SETTIMANA DELLA CULTURA**

- **quando:** 25 – 31 marzo
- **chi:** MIBAC
- **cosa:** 1800 eventi in tutta Italia
- **obiettivi:**
 - 1) stimolare la partecipazione di tutti i cittadini
 - 2) creare una conoscenza condivisa
 - o volano identità collettiva
 - o risorsa crescita sociale ed economica
 - o strumento di formazione

- **XVI edizione GIORNATE FAI DI PRIMAVERA**

- **quando:** 5- 6 aprile
- **chi:** FAI (fondo ambiente italiano)
- **cosa:** apertura straordinaria 550 monumenti in 240 città, molti dei quali visitabili solo in questa occasione
- **obiettivi:**
 - 1) sentirsi coinvolti in prima persona nell'opera di valorizzazione e difesa
 - 2) divenire protagonisti diventando "mecenati in tutta Italia" viene richiesto un contributo spontaneo che testimonia il nostro senso di appartenenza

Settimana della cultura vs giornate del FAI

- con chi:

- o istituzioni pubbliche e private
- o enti locali
- o istituti italiani di cultura all'estero

- con chi:

- o wind
- o infostrada
- o varie collaborazioni
Gruppo Editoriale L'Espresso, sotto l'Alto Patronato della Presidenza della Repubblica Italiana, con i Patrocini della Presidenza del Consiglio dei Ministri, Dipartimento della Protezione Civile e dei Ministeri per i Beni e le Attività Culturali e della Pubblica Istruzione e con il concorso di numerose Regioni Italiane e il contributo di Ferrero Garden e Bartolini Corriere Espresso. Con il Patrocinio di RAI Segretariato Sociale.

questionari a confronto

- **SETTIMANA DELLA CULTURA**

1. *Conoscenza della iniziativa prima della lezione*

Sì 54%

No 46%

2. *Valutazione promozione e comunicazione*

poco adeguata 54%

adeguata 28%

non in grado di valutare 8%

eccellente 5%

pessimo 5%

- **GIORNATE FAI**

1. *Conoscenza della iniziativa prima della lezione*

Sì 80%

No 20%

2. *Valutazione promozione e comunicazione*

adeguata 60%

poco adeguata 24%

eccellente 12%

pessimo 4%

non in grado di valutare 0%

questionari a confronto

3. *Target*

pubblico generico	56%
studenti	21%
professionisti/esperti	13%
turisti	10%

3. *Target*

pubblico generico	96%
studenti	4%
turisti	0%
professionisti	0%

4. *Contributo alla valorizzazione del patrimonio culturale*

molto	46%
abbastanza	44%
poco	10%
per niente	0%

4. *Contributo alla valorizzazione del patrimonio culturale*

molto	64%
abbastanza	32%
poco	4%
per niente	0%

questionari a confronto

5. *Attività più interessante*
visite 97%
convegni 1%

6. *Interesse a partecipare*
Sì 97%
No 3%

5. *Attività più interessante*
visite 76%
itinerari tematici 24%

6. *Interesse a partecipare*
Sì 92%
No 8%

report settimana della cultura

- TIPOLOGIA DI ATTIVITA'
 - visita villa – parchi – monasteri
 - cinema
 - visita museo
 - conferenza

report settimana della cultura

- MOTIVAZIONE PARTECIPAZIONE
 - **curiosità** (desiderio personale, interesse universitario)
 - **vicinanza** da casa
 - **suggerimento** da parte di una terza persona
 - **facilità di accesso** (trasporti, orario continuato)
 - **ingresso gratuito**
 - **occasione di ritrovo**

report settimana della cultura

- **COSTI**
 - **costi sostenuti** : perlopiù nulli (costo mezzi, benzina, souvenir, catalogo, pranzo)
 - **DAP** : si avvicina molto al costo effettivo del biglietto

report settimana della cultura

- VALUTAZIONE
 - **dell'attività svolta:**generalmente positiva
 - per l'organizzazione
 - o buona gestione delle code
 - o distribuzione di materiale funzionale all'ottenimento di sconti per le successive visite
 - o possibilità di un dialogo a tu per tu con i professionisti
 - o organizzazione di visite guidate gratuite
 - o maggiori disponibilità di parcheggio

report settimana della cultura

- per l'interesse

- o evento curioso e affascinante
- o fascino accresciuto con la visita: volontà di ritornare

- elementi critici

- o possibilità di avere una guida solo durante la settimana della cultura
- o disorganizzazione addetti ai lavori: errate informazioni
- o affluenza scarsa – pubblico elitario
- o necessità di una migliore e maggiore promozione

report settimana della cultura

- VALUTAZIONE
 - **della settimana della cultura:** abbastanza buona
 - elementi positivi
 - o buona affluenza
 - o utilità di queste giornate per la promozione e la fruizione del patrimonio culturale senza eccessivi sovraccarichi economici
 - o primo piano su beni spesso fuori dai circuiti tradizionali delle visite
 - o possibilità di partecipare a numerosi eventi collaterali
 - o rinnova lo stimolo alla cultura

report settimana della cultura

- elementi critici
 - o mancanza di un orario continuato o prolungato per alcuni eventi
 - o percezione di una trascuratezza del luogo da parte della istituzione proprietaria del bene (museo, comune...)
 - o idea di partecipare ad un evento straordinario (e dunque limitato nel tempo): valorizzazione *ad hoc* di alcuni beni culturali
 - o promozione scarsa e perlopiù inadeguata

report settimana della cultura

- focus: la promozione

- o non ampie campagne pubblicitarie:

- articoli di secondo piano
- poca comunicazione “tradizionale”
- unica fonte sito MIBAC
- poca volontà di promozione da parte degli stessi soggetti coinvolti (vedi cinema)

comunicazione comunque poco pregnante ed efficace

- o confronto schiacciante con la promozione delle giornate del FAI

- manifesti
- brochure
- locandine
- volantini
- servizio audio-video

campagna più accurata e proficua

report settimana della cultura

- focus: la promozione
- o concorrenza tra le iniziative:
 - settimana della cultura (25 – 31 marzo)
 - FAI (5-6 aprile)
 - una settimana fra le Groane (12 – 21 aprile)

due risvolti:

- 1) promozione beni culturali
 - 2) confusione della gente = perdita della percezione dell'unicità della iniziativa
-
- o mancanza di competitività con l'estero
 - scarsità di infrastrutture
 - mancanza di coordinamento fra vari settori e il museo stesso
 - scarsa volontà di investire sui giovani e su progetti magari più rischiosi

considerazioni sulle giornate del FAI

- **già a conoscenza** delle giornate del FAI
- **maggiore e migliore promozione** dell'evento
 - buona pubblicità (strumenti di comunicazione differenziati)
 - immagine coordinata tra le location coinvolte (a differenza della settimana della cultura in cui “i diversi enti potevano interpretare l’iniziativa a proprio modo”)
- **ottima organizzazione** (presenza di navette) e **informazione** sul posto
- creazione di un **senso di appartenenza** (tramite donazioni e successivo regalo di gadget)
- presenza dei **volontari** che animavano l’iniziativa: guide serie e preparate

This document was created with Win2PDF available at <http://www.win2pdf.com>.
The unregistered version of Win2PDF is for evaluation or non-commercial use only.
This page will not be added after purchasing Win2PDF.