

## AZIONE 14a.COMUNE DI CANTU - Adeguamento del centro culturale Sant' Ambrogio – Museo dei saperi e dell'arte del fare

<b>1</b>	REFERENTE OPERATIVO (indicare mail e mobile)	Bruno Venturini <a href="mailto:bruno.venturini@comune.cantu.co.it">bruno.venturini@comune.cantu.co.it</a> 348 3650797	DATA COMPILAZIONE	30.10.19
<b>DENOMINAZIONE E LOCALIZZAZIONE COMUNE</b>				
<b>2</b>	<b>BENI MATERIALI</b>	<b>DENOMINAZIONE</b>		
2a	MUSEO E/O RACCOLTA	MUSAF – Museo dei saperi e dell'arte del fare		
<b>4</b>	<b>PROFILO BENE</b>		<b>DESCRIZIONE</b>	
4a	UBICAZIONE- <i>Indirizzo, descrizione del territorio nel quale è insediato</i>		Ex chiesa di Sant' Ambrogio - Piazza Marconi, nel centro cittadino del Comune di Cantù	
4b	DESCRIZIONE - <i>Tipologia collezione, mission, vision, finalità e obiettivi, storia</i>		L'ex chiesa della Trasfigurazione (detta di Sant' Ambrogio) costituisce, nell'ambito del territorio comasco, uno degli ultimi frammenti seicenteschi di notevole interesse storico-architettonico. Nel periodo dicembre 2010 – aprile 2011 l'ex chiesa è ritornata alla Città a seguito di progetto di recupero affidato al prof. Dezzi Bardeschi e da allora ospita sporadicamente mostre e spettacoli. Tale prestigiosa sede diventerà "polo museale" per lo sviluppo delle politiche culturali, per la preservazione della cultura materiale e immateriale del legno-arredo, del design, del merletto e di tutte quelle espressioni artistiche e creative che a diverso titolo caratterizzano la produzione culturale della Città.	
4c	CANALI DI COMUNICAZIONE - <i>Web, strumenti cartacei, pubblicizzazioni</i>		Studio grafico per coordinamento e gestione dell'immagine di tutti i canali di comunicazione: Sito web; Facebook Instagram, Twitter, Whatsapp; materiali mirati per le iniziative; pubbliche affissioni. Ufficio stampa interno. Copertura foto video degli eventi.	
4d	ATTIVITA' DI CRM - <i>Gestione di mailing list e/o contatti di altra natura</i>		Servizio di newsletter e messaggistica settimanale, attivazione di survey e questionari di gradimento per migliorare la proposta.	
<b>5</b>	<b>MODELLO GESTIONALE</b>		<b>DESCRIZIONE</b>	
5a	PERSONALITÀ GIURIDICA GESTORE - <i>Pubblica, privata o mista</i>		Ente locale	
5b	GOVERNANCE - <i>Organi di governo del bene</i>		Organigramma interno all'Ente	
5c	FONTI DI FINANZIAMENTO - <i>Tipologia delle entrate primarie e secondarie</i>		Fondi propri, sponsorizzazioni da privati, bandi pubblici o di Fondazioni.	
5d	STRUTTURA ORGANIZZATIVA- <i>Soci, personale dipendente, volontari ecc.</i>		Personale Comunale e società di consulenza e liberi professionisti per gli allestimenti	
5e	NATURA DELLE ATTIVITA' - <i>Gratuite o a pagamento, miste</i>		Miste (20 % pagamento, 80% gratuite)	
5f	SINERGIE - <i>Collaborazioni con soggetti del territorio</i>		La gestione si basa e si baserà sulle reti culturali e sociali territoriali in sinergia con aziende, terzo settore, associazioni e privati.	
5g	SPONSOR - <i>Soggetti esterni che supportano la valorizzazione del bene</i>		Da sempre le iniziative culturali del Comune possono contare su sponsorizzazioni di aziende locali	
5h	SOSTENIBILITÀ DI GESTIONE - <i>Descrivere i dati di bilancio del 2018 e criticità di gestione</i>		Nel 2018 e 2019 l'ex chiesa ha ospitato parte del festival del legno ed altre mostre contando sul bilancio Comunale e risorse certe stanziare. Le criticità, relative ad alcuni aspetti strutturali, sono state in parte avviate a risoluzione con una prima serie di interventi realizzati nel 2019.	
5i	POTENZIALE INESPRESSO - <i>Descrivere quali strategie allo studio per migliorare l'attrattività del bene</i>		Ulteriori allestimenti infrastrutturali e il piano gestionale porteranno a completamento la realizzazione del museo.	
<b>6</b>	<b>FRUIBILITÀ DEL BENE</b>		<b>DESCRIZIONE</b>	
6a	PERIODO DI APERTURA - <i>Stagionale, annuale, saltuaria...</i>		Annuale	
6b	GIORNI DI APERTURA - <i>indicare i giorni totali su anno solare</i>		Circa 150 giorni anno	
6c	PREZZO D'INGRESSO - <i>costo dei biglietti/eventuali convenzioni/incasso medio annuo</i>		Fino ad oggi gli ingressi sono sempre stati gratuiti, con l'avvio a regime del museo saranno introdotti biglietti a tariffa variabile ma comunque contenuta e con possibili riduzioni per categorie fragili.	
6d	NUMERO VISITATORI - <i>Descrivere il trend del triennio 2016-18</i>		Circa 10.000 visitatori complessivi in occasione del festival del legno e della biennale del merletto.	
6e	TARGET FRUITORI DEL BENE - <i>%: bimbi (fino a 12 anni), adolescenti (fino a 18 anni), giovani (fino a 35 anni), adulti (fino a 65 anni), anziani (copra i 65 anni)</i>		Il target è estremamente variabile con prevalenza di pubblico adulto ma con l'avvio del museo in forma stabile si amplierà l'offerta alla popolazione giovanile e studentesca con attività didattiche e di laboratorio.	
6f	PROVENIENZA VISITATORI - <i>Indicare origine-destinazione</i>		80% provinciale; 20% extra provinciale	
6g	EVENTI PROPOSTI - <i>Numero mostre/eventi temporanei (media annuale)</i>		Previsto allestimento permanente e almeno 6 eventi/mostre nel 2020, 12 nel 2021	
6h	GRADO DI RAGGIUNGIBILITÀ - <i>Facilità collegamenti viari (indicare linee di TPL e scorrevolezza strade)</i>		Situato al centro di Cantù; facilmente raggiungibile con bus, auto (vari parcheggi in zona), bici e a piedi per cittadini. Posizione relativamente strategica della città rispetto a superstrade e autostrade	
6i	GRADO DI NOTORIETÀ - <i>Descrivere esito indagini di customer se esistenti e se previste come nuove azioni</i>		Il festival del legno, grazie anche ad alcune installazioni famose (la Radura di Boeri nel 2018, la Maestà sofferente di Gaetano Pesce nel 2019, la mostra sui rapporti tra la Triennale e Cantù, su designer e architetti famosi come Castiglioni e Giò Ponti) la biennale del merletto, la candidatura dello stesso a patrimonio immateriale dell'Unesco hanno contribuito a rendere relativamente famosa la Città sotto questi aspetti di produzione culturale e artigianale. Anche la fama raggiunta dalla squadra locale di pallacanestro aggiunge ulteriori elementi in tale direzione. Sono previste indagini di customer.	

<b>CRITERI PER VALUTARE L'INNOVAZIONE DELL'AZIONE TERRITORIALE</b>	
<b>TITOLO DEL PROGETTO</b>	
<b>Musaf, Museo dei saperi e dell'arte del fare</b>	
<b>ANALISI DEL CONTESTO E OBIETTIVI CHE SI VOGLIONO RAGGIUNGERE (max 1.000 battute)</b>	
Il territorio distrettuale si caratterizza per una lunga storia di produzione di arredi di assoluta qualità e valore ed è conosciuto in Italia e nel mondo per questa unicità. La città di Cantù, in particolare, attraverso le sue botteghe ha prodotto nel secolo scorso e ancora oggi produce mobili di grande valore artigianale in collaborazione con designer riconosciuti e di fama internazionale.	
<b>DESCRIZIONE DEL PROGETTO</b>	
Da molti anni la Città, i suoi amministratori, le realtà imprenditoriali del settore del legno, le associazioni, i singoli professionisti si interrogano sull'opportunità di dare uno spazio espositivo ad hoc e adeguato a tutta la storia del comparto per tramandarne gli insegnamenti e la cultura. Oggi molte collezioni e molti pezzi singoli pregiati sono sparsi in luoghi diversi della città. Il museo rappresenta una risposta a questa necessità. L'ex chiesa di Sant'Ambrogio, già oggetto di restauro di uno dei maestri del settore, il prof. Dezzi Bardeschi (da poco scomparso), negli ultimi anni è andata assumendo una vocazione sempre più netta nella direzione di assumere ruolo di polo culturale. Nel corso degli ultimi due anni si sono restaurati in parte gli affreschi e si è dotato il salone centrale di infrastrutture modulari specifiche per allestimenti. Il progetto Musaf porterebbe a sviluppo e maggior completamento questa vocazione.	
<b>INNOVAZIONE PER LA FRUIZIONE DELL'EVENTO O BENE CULTURALE (se presente descrivere nell'apposita voce)</b>	
Utilizzo di nuovi strumenti di comunicazione digitale	Il museo si caratterizzerebbe per una forte componente di installazioni virtuali innovative
Potenziamento dell'attrattività turistica (indicare le azioni specifiche)	Il museo diventerebbe un volano per far conoscere gli attrattori, i luoghi, gli itinerari (in particolare il Romanico, trovandosi sul territorio cittadino la Basilica di San Vincenzo in Galliano ed altre minori), le peculiarità turistiche e commerciali, gastronomiche (da qualche anno in Città si svolge anche il festival della cassoela), il Carnevale (inserito nel circuito dei 20 carnevali più importanti d'Italia) la realtà e la storia del merletto, la collezione Bruno Munari attualmente ospitata presso Enaip factoring, solo per citarne alcuni.
Adesione o ulteriore promozione dell'Abbonamento Musei Lombardia	Sarà garantita l'adesione al circuito dei Musei e relativo abbonamento.
Fruizione per le fasce più fragili, dei cittadini lombardi con disabilità e culturalmente più svantaggiati	Potenziamento delle politiche di coinvolgimento nell'accesso alla cultura e tariffe agevolate; eliminazione di barriere architettoniche, comunicazione tecnologica multisensoriale per eliminare barriere comunicative.
Facilitazione per la raggiungibilità attraverso l'uso del TPL e accordi con le agenzie di trasporto locale	Accordi con le agenzie di trasporto locale per favorire la fruibilità del Museo. Già oggi il Comune dispone di particolari convenzioni con Asf per visite culturali.
<b>PREMIALITA' PER INTERVENTI MATERIALI A TUTELA E VALORIZZAZIONE DI BENI CULTURALI</b>	
Recupero, riqualificazione e valorizzazione di edifici dismessi, inutilizzati o sottoutilizzati, finalizzati allo sviluppo di iniziative culturali	Completamento del recupero e destinazione a polo culturale dell'ex chiesa di Sant'Ambrogio.
Riconoscimento, catalogazione e monitoraggio del bene (Codice beni culturali)	Catalogazione e monitoraggio del bene
<b>INNOVAZIONE PER LA TIPOLOGIA DEGLI EVENTI E DEGLI INTERVENTI DI VALORIZZAZIONE DEI BENI</b>	
Realizzazione di grandi eventi che facciano conoscere le meraviglie della Lombardia	Il festival del legno, la biennale del merletto e il concorso internazionale per pianoforte e orchestra Città di Cantù costituiscono già grandi eventi. A questi si aggiungeranno grandi mostre.
Valorizzazione delle sale di spettacolo e i luoghi non convenzionali anche al fine di creare momenti di aggregazione sociale e di identità locale	Il progetto favorirà anche l'aggregazione sociale attraverso attività spettacolari e di intrattenimento e laboratori espressivo didattici.
Sostegno a celebrazioni storiche a carattere regionale anche attraverso iniziative editoriali dedicate oltre a dei percorsi di idee, mirati a coinvolgere anche studenti e giovani artisti	Percorsi mirati di idee per coinvolgere giovani artisti e iniziative editoriali dedicate alla storia del saper fare locale.
<b>INNOVAZIONE DEL MODELLO DI GESTIONE E ORGANIZZAZIONE</b>	
Modello a rete per favorire scambi sinergici e interdisciplinari	La governance vedrà di necessità la collaborazione con le realtà associative e imprenditoriali locali.
Intensità del livello di integrazione tra gli ambiti	Costituzione di un gruppo di lavoro convocato con continuità e regolarità.
<b>QUALITÀ DEL BUDGET DELL'AZIONE PROGETTUALE</b>	
Capacità di attrarre investimenti da parte di sponsor	La cultura, vero motore di sviluppo del nostro paese, negli ultimi anni ha sempre sollecitato positivamente gli sponsor locali. Nuovi sponsor potranno affluire dalla realtà imprenditoriale interessata al rilancio del settore legno.
Capacità di generare sviluppo economico sui territori coinvolti	Lo sviluppo economico sarà legato alle ricadute turistiche e alla vetrina promozionale che avranno le aziende del settore legno
Affidabilità del cofinanziamento (citare le fonti e produrre garanzie per certificare le entrate)	Il cofinanziamento è garantito da fondi propri di bilancio

INDICATORI DI EFFICACIA DELL'AZIONE DA PREVEDERE NELLA PROGETTAZIONE	
Fruizione visitatori (se musei o mostre)	80%
Fruizione pubblico (se eventi gratuiti)	Mostre e spettacoli prevalentemente gratuiti.
Vendita biglietti e abbonamenti SIAE (se eventi a pagamento)	Possibilità di alcuni ingressi a pagamento (nella misura massima del 20% sul totale) con un costo contenuto fra i 5 e 10 euro.
Numero spettacoli ed eventi culturali (rispetto alle edizioni precedenti)	Raddoppio di mostre e spettacoli annualmente in programmazione
Soggetti coinvolti nella produzione e organizzazione dell'evento	Associazioni culturali e aziende cittadine.
Numero delle discipline artistiche che compongono l'iniziativa	Musica, teatro, illuminotecnica, video arte
Nuovi target a cui viene proposta l'iniziativa	Target cittadino che normalmente non accede ai Musei del capoluogo di provincia e di regione.
Numero dei contatti digitali e modello di gestione del CRM	Con l'azione specifica si suppone un aumento del 25%. Gestione a cura dell'ufficio cultura e ufficio rapporti col pubblico con servizio di newsletter e messaggistica.
Addetti per valorizzare e promuovere l'azione o il bene in ottica di sostenibilità gestionale	Associazioni culturali (al momento circa 150 quelle iscritte all'albo Comunale).
Nuove sponsorizzazioni	Nuovi sponsor potranno affluire dalla realtà imprenditoriale interessata al rilancio del settore legno.