

AZIONE 20.LUMINANDA - ACCESSIBILITA E GIOVANI ARTISTI

1	REFERENTE OPERATIVO (indicare mail e mobile)	Anna Buttarelli buttarelli.anna@gmail.com 3387872193	DATA COMPILAZIONE	20-10-19
DENOMINAZIONE E LOCALIZZAZIONE COMUNE				
2	BENI MATERIALI	DENOMINAZIONE		
2g	DIMORA E/O GIARDINO STORICO	Chiostrino di Sant'Eufemia		
4	PROFILO BENE		DESCRIZIONE	
4a	UBICAZIONE- <i>Indirizzo, descrizione del territorio</i>		<i>Piazzolo Terragni 4, Città di Como</i>	
4b	DESCRIZIONE - <i>Tipologia collezione, mission, vision, finalità e obiettivi, storia</i>		Il chiostrino di Sant'Eufemia sorge sul retro dell'area un tempo occupata dal convento omonimo, soppresso nel 1785. Esso costituisce l'unica porzione superstite di un palazzetto di proprietà della famiglia Lambertenghi, poi venduto ai Natta all'inizio del 1600. In base ad alcuni caratteri stilistici (decoro dei capitelli), l'edificio potrebbe essere attribuito ai primi decenni del XV secolo. Negli ultimi anni lo spazio ha ospitato esposizioni d'arte contemporanea, soprattutto di artisti comaschi.	
4c	CANALI DI COMUNICAZIONE - <i>Web, strumenti cartacei, pubblicizzazioni</i>		<i>Immagine coordinata basata sull'illustrazione; sito web, social, news letter. Ampia copertura mediatica. Stampa materiale cartaceo per approfondimento didattico e contenuti.</i>	
4d	ATTIVITA' DI CRM - <i>Descrivere strumenti per la gestione di mailing list e/o contatti di altra natura</i>		<i>Raccolta dati dal sito internet e dai partecipanti agli eventi; lista e dati dei corsisti</i>	
5	MODELLO GESTIONALE		DESCRIZIONE	
5a	PERSONALITÀ GIURIDICA GESTORE - <i>Pubblica, privata o mista</i>		<i>Convenzione con il Comune di Como (in studio modalità di affidamento pluriennale)</i>	
5b	GOVERNANCE - <i>Organi di governo del bene</i>		<i>Organigramma interno a Luminanda</i>	
5c	FONTI DI FINANZIAMENTO - <i>Tipologia delle entrate primarie e secondarie</i>		<i>Primarie: Entrate da privati (formazione); Bandi pubblici o di Fondazioni. Incarichi legati ad attività didattiche e artistiche con soggetti pubblici e privati</i>	
5d	STRUTTURA ORGANIZZATIVA- <i>Soci, personale dipendente, volontari ecc.</i>		<i>Luminanda è costituita come associazione di promozione sociale; il lavoro è svolto principalmente da personale strutturato e assunto con la collaborazione di professionisti e volontari.</i>	
5e	NATURA DELLE ATTIVITA' - <i>Gratuite o a pagamento, miste</i>		<i>Miste (60% pagamento, 40% gratuite)</i>	
5f	SINERGIE - <i>Collaborazioni con soggetti del territorio</i>		<i>reti culturali e sociali territoriali; con aziende, terzo settore, associazioni e privati..</i>	
5h	SOSTENIBILITÀ DI GESTIONE - <i>Descrivere i dati di bilancio del 2018 e criticità di gestione</i>		<i>Il bilancio di Luminanda si chiude circa in pari; la principale criticità è data dai costi di personali alti soprattutto in ambito amministrativo</i>	
6	FRUIBILITÀ DEL BENE		DESCRIZIONE	
6a	PERIODO DI APERTURA - <i>Stagionale, annuale, saltuaria...</i>		<i>Annuale</i>	
6b	GIORNI DI APERTURA - <i>indicare i giorni totali su anno solare</i>		<i>Circa 280 giorni anno</i>	
6c	PREZZO D'INGRESSO - <i>costo dei biglietti/eventuali convenzioni/incasso medio annuo</i>		<i>L'ingresso alle mostre e alle attività culturali è gratuito; il costo della formazione è mediamente di 10 € all'ora per partecipante</i>	
6d	NUMERO VISITATORI - <i>Descrivere il trend del triennio 2016-18</i>		Annualità 2017 visitatori attività culturali: 4000 corsisti: 100; Annualità 2018 visitatori attività culturali: 6000 corsisti: 120;	
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>		30% dai 5 ai 19 anni per formazione e laboratori, 60% adulti per formazione e iniziative culturali; circa 10% anziani	
6f	PROVENIENZA VISITATORI - <i>Indicare origine-destinazione</i>		70% provinciale; 30% extra provinciale	
6g	EVENTI PROPOSTI - <i>Numero mostre/eventi temporanei (media annuale)</i>		10 mostre annuali, 40 iniziative culturali con il coinvolgimento di realtà del territorio (ad esempio reading con Ass. Casa della Poesia)	
6h	GRADO DI RAGGIUNGIBILITÀ - <i>Facilità collegamenti viari (indicare linee di TPL e scorrevolezza strade)</i>		Situato al centro di Como; raggiungibile a piedi. Possibilità di accesso in auto per diversamente abili	
6i	GRADO DI NOTORIETÀ - <i>Descrivere esito indagini di customer se esistenti e se previste come nuove azioni</i>		Il bene è molto noto per motivi storici nel centro cittadino; negli anni è stato potenziato come centro culturale grazie alla copertura mediatica e al passaparola	

ACCESSIBILITA' E GIOVANI ARTISTI

ANALISI DEL CONTESTO E OBIETTIVI CHE SI VOGLIONO RAGGIUNGERE (max 1.000 battute)

Il contesto territoriale soffre la presenza di un pubblico distratto e poco attento alle proposte culturali che risultano poco accessibili per le modalità di racconto dei contenuti .

Obbiettivi del progetto sono i seguenti:

- nuove narrazioni che includano il pubblico rendendole protagoniste dell'esplorazione dei contenuti attraverso l'arte;
- formare nuovi comunicatori, artisti e performers che restituiscano i contenuti in chiave contemporanea
- favorire un dialogo con i depositari culturali del passato e i giovani artisti per restituire il patrimonio culturale del territorio con uno sguardo transgenerazionale e multidisciplinare
- accessibilità e inclusione di segmenti di pubblico con differenti caratteristiche di fruizione.

DESCRIZIONE DEL PROGETTO (max. 3.000 battute)

Gli itinerari culturali diventano accessibili ad un pubblico fragile grazie ad installazioni creati da giovani artisti. L'Associazione Luminanda realizzerà percorsi accessibili e inclusivi per segmenti di pubblico con fragilità. Per sviluppare questi percorsi creerà installazioni artistiche che, dialogando con il paesaggio circostante, offrano una chiave di interpretazione non consueta e interattiva con la natura e il patrimonio.

Queste installazioni, create per un pubblico fragile specifico, vogliono coinvolgere multisensorialmente ed emotivamente un pubblico più ampio. Performance ed interventi di *Land Art and Street Art* saranno sviluppati da giovani artisti che svilupperanno queste opere a seguito di un percorso formativo. Questo gruppo di talenti residenti sul territorio, ha un rapporto continuativo con l'Associazione e porterà nel progetto le seguenti competenze: creatività, comunicazione, arte visuale, illustrazione e arti plastiche. Luminanda affiancherà gli artisti visuali a giovani performers, al fine di creare una comunicazione interdisciplinare nell'ottica del coinvolgimento del pubblico secondo principi partecipativi e inclusivi. Tale percorso formativo prevederà incontri tematici con i *ciceroni*, depositari della cultura del territorio, che sappiano trasmettere le radici antropologiche, artistiche e storiche nonché il vissuto degli itinerari proposti e con *pedagogisti, formatori* ed esperti di didattica museale. Questi itinerari culturali accessibili sono principalmente rivolti a fasce fragili e a cittadini e turisti che non frequentano abitualmente gli spazi adibiti alla fruizione della cultura in un'ottica di maggiore inclusione e divulgazione dei contenuti a nuovi segmenti di pubblico.

Il metodo e le esperienze pregresse; L'Associazione ha sviluppato negli anni **dispositivi di conoscenza ed esperienziali** volte a coinvolgere diversi pubblici in un approccio non solo cognitivo ma multi-sensoriale ed emotivo, di volta in volta adattabile a gruppi integrati od omogenei a seconda dell'occasione. Dispositivi ed installazioni create ad hoc per raccontare i diversi percorsi culturali, verranno proposti all'interno di visite guidate come esperienze per le scuole, le famiglie per esplorare nuove modalità di conoscenza. Questi dispositivi di conoscenza sono progettati per trasmettere i contenuti accompagnando il fruitore in un percorso di narrazione, approfondimento, esperienza estetica e divertimento. Il valore aggiunto di un itinerario esperienziale accessibile, rivolto a gruppi, promuoverà la co-creazione di un'esperienza culturale comune, in un ambiente non formale.

L'associazione si confronta da molti anni con il mondo dei diversamente abili attraverso progetti di accompagnamento e rafforzamento dell'identità in un'ottica inclusiva e creativa.

INNOVAZIONE PER LA FRUIZIONE DELL'EVENTO O BENE CULTURALE (se presente descrivere nell'apposita voce)

Potenziamento dell'attrattività turistica (indicare le azioni specifiche)	Il potenziamento degli itinerari con opere d'arte e installazioni rende più visibile e appetibile il singolo percorso anche rispetto a materiale fotografico, video ecc
Fruizione per le fasce più fragili, dei cittadini lombardi con disabilità e culturalmente più svantaggiati	Focus del progetto è proprio quello di ampliare la fruizione degli itinerari alle persone con diverse disabilità fornendo degli strumenti per aumentare la percezione dei contenuti e del paesaggio. Gli itinerari e le stesse opere sono fruibili gratuitamente e quindi diventano, anche solo per la curiosità che generano, esse stesse generatori di pensiero e attrattività di livello basico rispetto alle tematiche artistiche.
Facilitazione per la raggiungibilità attraverso l'uso del TPL e accordi con le agenzie di trasporto locale	Rientra nel piano generale del PIC

INNOVAZIONE DEL MODELLO DI GESTIONE E ORGANIZZAZIONE

Modello a rete per favorire scambi sinergici e interdisciplinari	La realizzazione delle opere prevede la messa in rete di formatori su discipline estremamente eterogenee; siano esse artistiche che legate ai temi dell'accessibilità e della disabilità. Frutto di questo lavoro di ricerca scientifica è la formazione erogata ai giovani artisti che saranno accompagnati nella realizzazione delle opere.
--	---

QUALITÀ DEL BUDGET DELL'AZIONE PROGETTUALE

Capacità di attrarre investimenti da parte di sponsor	Attività con lo stesso carattere hanno già attivato sinergie e risorse da parte delle associazioni interessate a queste tematiche; in particolare i gruppi Lions presenti nella provincia di Como che hanno sostenuto un percorso analogo sperimentato nella pinacoteca di COmo
Capacità di generare sviluppo economico sui territori coinvolti	Il potenziamento degli itinerari ha principalmente una ricaduta sui soggetti che operano in ambito turistico e ricettivo in genere
Affidabilità del cofinanziamento (citare le fonti e produrre garanzie per certificare le entrate)	Il cofinanziamento è principalmente garantito dal pagamento e dalla collaborazione in essere con la rete dei professionisti esterni. Le entrate sono invece legate alla più generica attività di vendita degli itinerari a gruppi di turisti, scolaresche o associazioni che trattano le tematiche di fragilità

INDICATORI DI EFFICACIA DELL'AZIONE DA PREDERE NELLA PROGETTAZIONE

Fruizione pubblico (se eventi gratuiti)	10 visite gratuite per promuovere le opere; circa 40 persone per visita; tot 400
Vendita biglietti e abbonamenti SIAE (se eventi a pagamento)	Gestito da Fondazione Volta (capire eventuale coproduzione)
Soggetti coinvolti nella produzione e organizzazione dell'evento	5 formatori; 10 artisti; 5 personale strutturato
Numero delle discipline artistiche che compongono l'iniziativa	Pittura, Scultura, Recitazione, Danza, Musica, Illuminotecnica, Video arte
Nuovi target a cui viene proposta l'iniziativa	Principalmente marginalità; quindi persone che vengono da situazioni di fragilità familiare, sociale, contesti periferici. Target primario le persone con disabilità e le loro famiglie
Numero dei contatti digitali e modello di gestione del CRM	Circa 2000 contatti in essere