

AZIONE 5. MUSEO DEL CICLISMO MADONNA DEL GHISALLO – LOMBARDIA MUSICA - Il cinema, la storia, il territorio con il museo del Ghisallo

1	REFERENTE OPERATIVO (indicare mail e mobile)	Lombardia Musica – Direttore Artistico M° Rossella Spinosa (e20musica@outlook.it – mp 333.3621250)	DATA COMPILAZIONE	26.10.2019	
DENOMINAZIONE E LOCALIZZAZIONE COMUNE					
2	BENI MATERIALI	DENOMINAZIONE	3	BENI IMMATERIALI	DENOMINAZIONE
2a	MUSEO E/O RACCOLTA	Museo del Ghisallo	3b	ITINERARIO TEMATICO	IL CINEMA, LA STORIA, IL TERRITORIO, IL TURISMO NEL / CON IL MUSEO DEL GHISALLO: una rassegna di eventi dedicati al cinema e alla musica (live in sincrono con le immagini) e masterclass di composizione applicata alle immagini
4	PROFILO BENE			DESCRIZIONE	
4a	UBICAZIONE- Indirizzo, descrizione del territorio nel quale è insediato		<p>Museo del Ciclismo Madonna del Ghisallo, Via Gino Bartali 4 22030 Magreglio (CO) - Il Museo del ciclismo Madonna del Ghisallo di Magreglio, sorge in provincia di Como nel Comune di Magreglio, accanto al Santuario dedicato alla Madonna, protettrice di tutti i ciclisti del mondo.</p>		
4b	DESCRIZIONE - Tipologia collezione, mission, vision, finalità e obiettivi, storia		<p>Carico di memorie, questo colle, che gode di panorami bellissimi, è uno dei luoghi più noti per i ciclisti di tutte le età e di tutte le categorie, agonistiche e non. Infatti è in cima a questa salita che si sono decise o si sono concluse alcune delle competizioni più famose della storia del ciclismo: dal Giro d'Italia al Giro di Lombardia, dalla Coppa Agostoni alla Giornata della Bicicletta.</p> <p>Per questo il Ghisallo è meta ogni anno di migliaia di sportivi che salgono fin qui anche per fare visita al Santuario, che risale al XVII secolo, dove si conserva un dipinto della Beata Vergine Maria, detta la Madonna del Ghisallo, proclamata Patrona dei Ciclisti dal 1949, con una bolla papale di Pio XII. Ma come si propone questo Museo del Ciclismo-Madonna del Ghisallo? Innanzitutto un museo del ciclismo, e non solo un museo della bicicletta. Quindi un museo dedicato agli uomini e alle donne che hanno usato e usano la bicicletta nella vita quotidiana e nelle competizioni sportive; ma anche impegnato a fare conoscere coloro che attorno al mondo delle due ruote, ed a quello agonistico in particolare, lavorano: gli atleti, i produttori del mezzo, gli organizzatori, i dirigenti di società, i giornalisti e altre figure forse meno note ma altrettanto importanti.</p> <p>Non ci sarebbe, infatti, un luogo più significativo di questo, in una regione dove si contano quasi 700 società ciclistiche, più di 12.000 tesserati e circa 1200 gare nel corso dell'anno. Dunque un'istituzione che vuole collaborare con i vari musei realizzati in Italia e nel mondo, andando al di là delle collezioni imperniate sul nome di un atleta e sulle sue imprese, per quanto importanti. Il Museo del Ciclismo-Madonna del Ghisallo, da parte sua, intende invece raccogliere, conservare e valorizzare, a partire dalle donazioni spontanee da appassionati, sodalizi sportivi e campioni di varie epoche, le vicende di un mezzo tecnico, di uno sport e dei suoi attori, degli avvenimenti principali che hanno fatto la storia del ciclismo, nonché di una società che con la bicicletta è passata alla modernità.</p> <p>Qui, anche attraverso l'ideazione del presente progetto, il Museo si vuole far conoscere e studiare il passato ed il presente del ciclismo, dello sport, riflettendo sui valori, sui problemi e sul futuro della pratica ciclistica e dello sport, usando esempi del passato rivissuti attraverso filmati storici presenti nell'Archivio museale e non solo e creando appuntamenti e occasioni di visita del Museo stesso.</p>		
4c	CANALI DI COMUNICAZIONE - Web, strumenti cartacei, pubblicizzazioni		<p>Il servizio di comunicazione e ufficio stampa continuativo, promosso in maniera sinergica dalle tre associazioni costituenti Lombardia Musica – ente promotore del progetto per il Museo, quale associazione di secondo livello - consente di superare i normali confini di una comunicazione limitata nel tempo e nello spazio, anche perché garantisce l'utilizzo di una banca dati professionale che coinvolge gran parte dei giornalisti di settore. Inoltre, saranno appositamente realizzate partnerships con le testate giornalistiche più rilevanti per ogni tipologia diversa di manifestazione. Grande anche l'attenzione dedicata al web e ai social, con la gestione di pagine appositamente dedicate alla manifestazione del Ghisallo.</p>		
5	MODELLO GESTIONALE			DESCRIZIONE	
5a	PERSONALITÀ GIURIDICA GESTORE - Pubblica, privata o mista		LOMBARDIA MUSICA – Associazione di secondo livello		
5c	FONTI DI FINANZIAMENTO - Tipologia delle entrate primarie e secondarie		Quote di iscrizione Masterclass di composizione applicata alle immagini		
5d	STRUTTURA ORGANIZZATIVA- Soci, personale dipendente, volontari ecc.		Volontari, dipendenti e collaboratori del Museo e dell'Associazione gerente		
5e	NATURA DELLE ATTIVITÀ - Gratuite o a pagamento, miste		Eventi con cine-concerto ad ingresso libero – Masterclass con quota di iscrizione		
5f	SINERGIE - Collaborazioni con soggetti del territorio		Comune di Magreglio		
5h	SOSTENIBILITÀ DI GESTIONE - Descrivere i dati di bilancio del 2018 e criticità di gestione		Prima edizione nel 2020		
5i	POTENZIALE INESPRESSO - Descrivere quali strategie allo studio per migliorare l'attrattività del bene		<ol style="list-style-type: none"> 1) Riscoperta del Museo attraverso il materiale filmico d'archivio dello stesso; 2) Eventi con sinestesia di cinema e musica; 3) Coinvolgimento di appassionati di sport, ma anche di cinema storico e musica live; 4) Creazione di un pubblico di affiliazione a sua volta portatore della conoscenza del Museo all'esterno. 		
6	FRUIBILITÀ DEL BENE			DESCRIZIONE	
6a	PERIODO DI APERTURA - Stagionale, annuale, saltuaria...		Dal primo sabato del mese di Marzo, alla prima domenica del mese di Novembre: aperto tutti i giorni, orario continuato, dalle ore 9,30 alle ore 17,30.		

6b	GIORNI DI APERTURA - <i>indicare i giorni totali su anno solare</i>	240 giorni all'anno
6c	PREZZO D'INGRESSO - <i>costo dei biglietti/eventuali convenzioni/incasso medio annuo</i>	Biglietto intero: 6 Euro - Biglietto ridotto: 5 euro Studenti universitari, Ciclisti (visitatori giunti in bicicletta al Ghisallo), Membro di associazioni ciclistiche con tessera, Membro Touring Club Italiano: 3 euro - Ragazzi dai 9 ai 17 anni, Gruppi, Scolaresca: 3 Euro - Gruppi (min 10 persone): 5 Euro / Gratuito per Bambini fino a 8 anni, Diversamente Abili e Accompagnatore, Residenti in Magreglio, Stampa, Soci ICOM
6d	NUMERO VISITATORI - Descrivere il trend del triennio 2016-18	Nel triennio 2016-2018 il Museo ha registrato una costante crescita di ingressi, per una media di circa 12.000 visitatori all'anno.
6e	TARGET FRUITORI DEL BENE - %: bimbi (fino a 12 anni), adolescenti (fino a 18 anni), giovani (fino a 35 anni), adulti (fino a 65 anni), anziani (sopra i 65 anni)	3% bimbi + 7% adolescenti + 40% giovani + 30% adulti + 20% sopra 65 anni
6f	PROVENIENZA VISITATORI - Indicare origine-destinazione	55% di provenienze da 78 Stati diversi, da tutti i continenti; 45% italiani
6g	EVENTI PROPOSTI - Numero mostre/eventi temporanei (media annuale)	Gli eventi spaziano da: eventi sportivi, mostre fotografiche, mostre di pittura, concerti, conferenze tematiche, presentazione libri, eventi per ragazzi per una media di 10 eventi all'anno
6h	GRADO DI RAGGIUNGIBILITA' - Facilità collegamenti viari (indicare linee di TPL e scorrevolezza strade)	Magreglio è raggiungibile comodamente in auto, oppure con le ferrovie Trenord fino a Canzo-Asso e autolinee tratta Asso-Bellagio.
6i	GRADO DI NOTORIETA' - Descrivere esito indagini di customer se esistenti e se previste come nuove azioni	Dalle interviste effettuati costantemente all'ingresso e dai questionari di gradimento (anno 2018) emerge una diffusa notorietà del Museo soprattutto all'estero. Articoli dedicati al Museo sono pubblicati su riviste specializzate di tutto il mondo, è ottimamente posizionato nella restituzione delle ricerche sul web, le brochure vengono proattivamente collocate sul territorio tramite gli hotel e agenzie di soggiorno; tuttavia il <i>passa-parola</i> è il canale attraverso il quale la maggior parte degli intervistati ha dichiarato di essere venuto a conoscenza del Museo.

Il cinema, la storia, il territorio con il museo del Ghisallo

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

Coinvolgimento e conoscenza del luogo anche da parte di un pubblico più trasversale e generico, con l'interazione con vere e proprie *communities* di interesse. Qui l'interazione tra cinema, musica, sport, paesaggistica, recupero di pellicole e materiali storici, riscoperta di materiali di archivio, consentirà di evidenziare la particolarità dell'offerta, la sua unicità e al contempo incentiverà la conoscenza del luogo.

DESCRIZIONE DEL PROGETTO (max. 3.000 battute)

Il nuovo progetto del Museo del Ghisallo vuole prevedere la valorizzazione di una risorsa territoriale importante, quale appunto è il Museo collocato nel Comune di Magreglio; in particolare l'attività si concentrerà nella sala cinematografica in essa presente, con la realizzazione di una serie di appuntamenti dedicati alla riscoperta di un patrimonio filmico speciale, ovvero non sonoro, musicato dal vivo, nonché con la riscoperta di documentari (sempre della prima parte del 900) presenti negli Archivi del Museo del Ghisallo e aventi ad oggetto la riscoperta del nostro territorio, delle sue modifiche nel tempo, con uno speciale focus sullo sport (il ciclismo naturalmente in maniera prioritaria). Questi materiali saranno affiancati ad una programmazione che vedrà la presenza di spezzoni e filmati realizzati personalmente da Attilio Prevost, figura presente su Magreglio in modo importante nel 900 storico. La progettualità consentirà di scoprire nuove risorse culturali, innalzando il livello culturale e di immagine in tutta Europa del Museo, di Magreglio e del Lago di Como in genere. Un vero e proprio progetto turistico-culturale in grado di rendere il Museo non solo tappa per i ciclisti ma anche per gli appassionati di cinema e cultura in genere, nonché destinazione speciale per voraci turisti interessati alla scoperta di un territorio ancora non colpito dal turismo di massa. L'effetto indotto sarà quello di creare appuntamenti che attraggano pubblico e visitatori, con la possibilità di creare convenzioni speciali con alberghi e case vacanze per i periodi di maggiore densità della programmazione. Tra le novità anche un corso di composizione per la musica applicata al cinema non sonoro, appositamente realizzato con filmati del Museo del Ghisallo, nel luglio 2020 che vedrà l'adesione di studenti di composizione interessati a lavorare nel settore. Il programma si svolgerà da aprile a settembre 2020, con 10 appuntamenti e il corso di composizione nella terza settimana di Luglio 2020.

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

Utilizzo di nuovi strumenti di comunicazione digitale, piattaforme e dispositivi tecnologici	Inserzioni, sponsorizzazioni social, inserimento di apposita sezione dedicata al progetto nel sito del Museo e social Invio news a data base giornalisti nazionali Ufficio stampa specializzato nella comunicazione eventi di Lombardia Musica e del Museo del Ghisallo
Potenziamento dell'attrattività turistica (indicare le azioni specifiche)	La Masterclass di composizione applicata alle immagini, consentirà anche l'arrivo di studenti e cultori della materia da parte di tutto lo stivale e non solo. La programmazione continuativa degli eventi, poi, creerà un pubblico stabile per il Museo ed una operazione divulgativa della presenza dell'ente sul territorio.
Adesione o ulteriore promozione dell'Abbonamento Musei Lombardia	Gli ingressi tramite Abbonamento Musei, accordo stipulato da oltre quattro anni, è in netto aumento negli ultimi due e rimane la maggior fonte di ingressi tra quelli registrati tramite convenzione. Tra queste, si segnalano quelle con il TCI e Gite in Lombardia.
Fruizione per le fasce più fragili, dei cittadini lombardi con disabilità e culturalmente più svantaggiati	Il Museo è totalmente privo di barriere architettoniche ed aperto gratuitamente a tutti i visitatori con qualsiasi tipo di disabilità.
Facilitazione per la raggiungibilità attraverso l'uso del TPL e accordi con le agenzie di trasporto locale	Non previste (sarebbe auspicabile l'incremento delle corse delle autolinee da Asso a Bellagio e ritorno).

PREMIALITA' PER INTERVENTI MATERIALI A TUTELA E VALORIZZAZIONE DI BENI CULTURALI	
Riconoscimento, catalogazione e monitoraggio del bene	Il Museo è riconosciuto come Museo regionale e presente sul Catalogo Nazionale del codice dei beni culturali
INNOVAZIONE DEL MODELLO DI GESTIONE E ORGANIZZAZIONE	
Modello a rete per favorire scambi sinergici e interdisciplinari	L'affidamento della gestione organizzativa a Lombardia Musica, associazione di secondo livello, che vede la presenza all'interno di altre realtà associative forti e con una lunga esperienza nella gestione degli eventi di tipologie diverse a livello nazionale, consente di accedere ad un know-how, nonché ad un data base di esperienza e contatti che garantisce scambi sinergici ed interdisciplinari tra realtà diverse.
Intensità del livello di integrazione tra gli ambiti	Appassionati del cinema; Appassionati del mondo del cinema non sonoro; Intellettuali attratti dalla riscoperta di materiali storici; Musicisti e compositori attratti dal mondo della musica applicata alle immagini; Cineteche nazionali; Appassionati e cultori della materia storico-filmica legata ad Attilio Prevost
QUALITÀ DEL BUDGET DELL'AZIONE PROGETTUALE	
Capacità di attrarre investimenti da parte di sponsor	Il luogo, la bellezza, la specialità dei materiali di archivio riscoperti e presentati in prima assoluta, l'interesse internazionale del workshop/masterclass sulla musica applicata alle immagini, rappresenteranno una valenza aggiunta per l'attrattività di sponsor e sostenitori.
Capacità di generare sviluppo economico sui territori coinvolti	Nuove presenze alberghiere da parte di pubblico (ad esempio studenti della masterclass) che – in quanto non specificamente sportivo – difficilmente avrebbe scoperto il luogo; attrattività per pubblico generico e trasversale
INDICATORI DI EFFICACIA DELL'AZIONE DA PREVEDERE NELLA PROGETTAZIONE	
Fruizione visitatori (se musei o mostre)	Previsto un incremento di circa il 12% sul valore assoluto iniziale
Fruizione pubblico (se eventi gratuiti)	Almeno un migliaio di persone
Vendita biglietti e abbonamenti SIAE	Quote di iscrizione masterclass
Numero spettacoli ed eventi culturali	10 eventi, oltre alla masterclass di composizione applicata alle immagini
Soggetti coinvolti nella produzione e organizzazione	Esperti di cinema (2), musicisti (8), giornalisti di settore (2)
Numero delle discipline artistiche dell'iniziativa	Cinema, Musica, Didattica della Musica
Nuovi target a cui viene proposta l'iniziativa	Appassionati del cinema; Appassionati del mondo del cinema non sonoro; Intellettuali attratti dalla riscoperta di materiali storici; Musicisti e compositori attratti dal mondo della musica applicata alle immagini; Cineteche nazionali; Appassionati e cultori della materia storico-filmica legata ad Attilio Prevost
Numero dei contatti digitali e modello di gestione del CRM	Indicare la % di aumento sul valore assoluto iniziale
Addetti per valorizzare e promuovere l'azione o il bene in ottica di sostenibilità gestionale	Sinergia con i contatti e gli enti già facenti parte del circuito di Lombardia Musica