



AMICI del MUSEO CIVICO ARCHEOLOGICO ESAGONO

Anno 6 - Numero 12

Gennaio Febbraio
Marzo 2013



La torta della nostra Associazione in occasione
dell'inaugurazione del nuovo allestimento della Sezione Etrusco-Italica
del Museo Civico Archeologico di Bologna

L'Associazione augura un Buon 2013 a Soci ed Amici

In Evidenza



- Rassegna "Italia antica, di molte genti" pag. 2
- Programmazione Gennaio 2013 pag. 3
- Programmazione Febbraio 2013 pag. 4
- Programmazione Marzo 2013 pag. 5
- Marketing e Comunicazione culturale. Parte prima: la realtà museale pag. 6-7

Patrocinio della



Il Museo Civico Archeologico organizza la Rassegna “Italia antica, di molte genti” con il contributo dell’Associazione Amici del Museo - Esagono



Un ciclo di incontri per scoprire e riscoprire popolazioni e culture materiali dell’Italia centrale prima della conquista di Roma, in occasione della riapertura al pubblico, avvenuta il 17 novembre 2012, della Sezione Etrusco-Italica, completamente riallestita e arricchita di nuovi apparati didascalici e informativi.

Sabato 12 gennaio, ore 16

**La collezione etrusco-italica dal marchese Ferdinando Cospì
al professor Edoardo Brizio**

A cura di Cristiana Morigi Govi e Anna Dore



Il museo cospiano

Sabato 19 gennaio, ore 16

**La storia prima della scrittura: territorio, società, politica e
leader a Roma e nel Lazio antico verso il 1000 a. C.**

A cura di Anna Maria Bietti Sestieri



Urna a capanna

Sabato 26 gennaio, ore 16

Alle origini della storia etrusca

A cura di Gilda Bartoloni



Vaso cinerario

Sabato 2 febbraio, ore 16

**I popoli italici dell’Abruzzo: dalla formazione alla romanizzazione
(XI-I secolo a. C.)**

A cura di Vincenzo d’Ercole



Ansa in bronzo dal Piceno

Sabato 9 febbraio, ore 16

Archeologia chiusina fra vecchie e nuove scoperte

A cura di Giulio Paolucci



Canopo chiusino

Le Conferenze si terranno presso la Sala del Risorgimento, con accesso dall’entrata principale del Museo Civico Archeologico, in Via dell’Archiginnasio 2

**Domenica 6
ore 17**

**Spettacolo di Burattini
“Balanzoneide, ovvero gli Etruschi tornano a Bologna”**

A cura del Gruppo Burattini Amici Esagonali

E' gradita la prenotazione in Segreteria



**Venerdì 11
ore 21**

Ciclo di conferenze

***Arte e archeologia della Mesopotamia nel III e II
millennio a. C.: aspetti critici e metodologici***

5° Incontro - Ur: storia di una città

A cura di Giacomo Benati

Ingresso riservato ai Soci e ai loro invitati

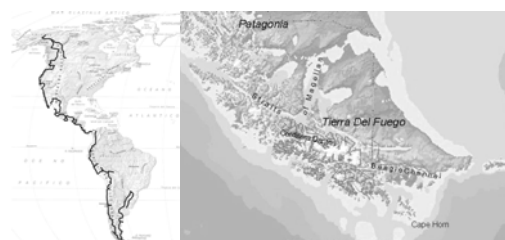


**Martedì 15
ore 17**

**La (ri)scoperta delle Americhe: dalla Terra del Fuoco
all'Alaska in camper 4x4**

A cura di Pino Rivalta

Ingresso libero



**Venerdì 25
ore 21**

Introduzione alla Mostra “Costantino 313 d. C.”

A cura di Giandomenico Belvederi

Ingresso riservato ai Soci, ai loro invitati e agli iscritti alla gita

Domenica 27

Gita a Milano

Visita alla Mostra “Costantino 313 d. C.”

Visita al Museo Archeologico

Informazioni ed iscrizioni in Segreteria



**Banca popolare
dell'Emilia Romagna**



GRUPPO BANCARIO Banca popolare dell'Emilia Romagna

I MAYA ALLE ORIGINI DEL TEMPO

La civiltà maya ha trasmesso attraverso la sua poesia le inquietudini principali che incombevano sulla vita della comunità. I miti, le orazioni agli dei, il teatro e i canti sacri hanno comunicato durante secoli aspirazioni, valori ancestrali, insegnamenti e riflessioni per poter offrire alle future generazioni punti di riferimento spirituali e un cammino su cui transitare, secondo l'esempio degli antenati. Così, lo studio della poesia maya ci permette di comprendere la profonda e ricca spiritualità di questa civiltà, sopravvissuta alla violenza della conquista e della colonizzazione. Anche l'originale organizzazione retorica della poesia maya e la sua versificazione ci permettono di capire il valore sacro che la parola poetica aveva nel mondo maya classico, coloniale e moderno e il suo ruolo di affermazione dell'identità etnica.

Michela Craveri

**Venerdì 1
ore 21**

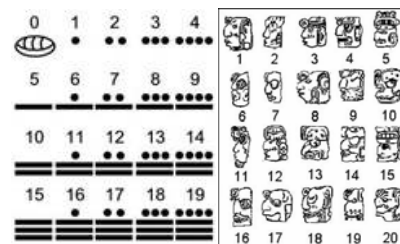
Ciclo di conferenze

I Maya alle origini del tempo

1° Incontro - La matematica e l'astronomia maya

A cura di Fabrizio Mazzucconi

Ingresso riservato ai Soci e ai loro invitati



**Venerdì 8
ore 21**

Ciclo di conferenze

I Maya alle origini del tempo

2° Incontro - Proiezione commentata del documentario "Il mistero dei Maya. I segreti di una civiltà, il linguaggio delle immagini"

A cura di Maria Longhena

Ingresso riservato ai Soci e ai loro invitati



**Venerdì 15
ore 21**

Ciclo di conferenze

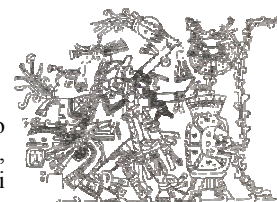
I Maya alle origini del tempo

3° Incontro - Miti e canti della civiltà maya

A cura di Michela Craveri

Ingresso riservato ai Soci e ai loro invitati

Tamburo e sonaglio
del Katun,
dio dei mercanti



**Venerdì 22
ore 21**

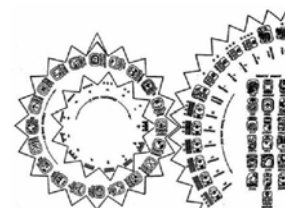
Ciclo di conferenze

I Maya alle origini del tempo

4° Incontro - Calendari e almanacchi sacri dagli Olmechi ai Maya

A cura di Maria Longhena

Ingresso riservato ai Soci e ai loro invitati



Domenica 24 Visita guidata al Museo Internazionale delle Ceramiche in Faenza, nella sua sezione precolombiana

Visita guidata al Museo degli Sguardi di Rimini

Informazioni ed iscrizioni in Segreteria



Vaso ritratto di antenato
Cultura Moche

Figura di divinità (cariatide) in terracotta.
Messico orientale, Veracruz centro-meridionale, III-X secolo d.C.
Proprietà riservata del Museo Internazionale delle Ceramiche in Faenza



**Martedì 26
ore 17**

I da Correggio. Potere ed arte nel secolo dei Canossa

A cura di Alberto Ponti Sgargi

Ingresso libero



Stemmi del casato

**Sabato 2
ore 16**

Inaugurazione dei due Milari di Marco Emilio Lepido

Restaurati a cura degli Amici del Museo Civico Archeologico di Bologna - Esagono
Saranno presenti alcuni responsabili della Soprintendenza per i Beni Archeologici dell'Emilia Romagna

Informazioni sul sito del Museo Civico Archeologico, nella sezione Eventi ed in Segreteria

**Martedì 5
ore 17**

La malaria nell'Agro Pontino nel 1943-44. Effetto collaterale di una guerra totale o bio-terrorismo pianificato?

A cura di Sergio Sabbatani

Ingresso libero



**Venerdì 15
ore 21**

Ciclo di conferenze

Uno sguardo sul paese delle nevi : il Tibet, la sua storia e la sua cultura
1° parte

A cura di Chiara Bellini

Ingresso riservato ai Soci e ai loro invitati



**Venerdì 22
ore 21**

Ciclo di conferenze

Uno sguardo sul paese delle nevi : il Tibet, la sua storia e la sua cultura
2° parte

A cura di Chiara Bellini

Ingresso riservato ai Soci e ai loro invitati



Domenica 24

Gita a Treviso per la Mostra "Tibet - Tesori dal tetto del mondo"

Informazioni ed iscrizioni in Segreteria



**Chiusura per le feste pasquali
dal 27 marzo al 3 aprile 2013 compresi**



Tutte le iniziative, ove non diversamente indicato, si svolgono presso il Museo Civico Archeologico di Bologna nella Sala Risorgimento con ingresso in Via de' Musei, 8

L'Associazione ha stipulato convenzioni riservate ai Soci con esercizi qualificati :

**Farmacia del Pavaglione, Via dell'Archiginasio, 2
Libreria Nanni, Via de' Musei, 8
Libreria delle Arti "Il Leonardo", Via Guerrazzi, 20**

Informazioni in Segreteria

MARKETING E COMUNICAZIONE CULTURALE

Parte prima: la realtà museale*

Nel momento nel quale cercano soci o visitatori, i musei, le fondazioni e le associazioni culturali devono come qualsiasi società sottostare alle leggi di mercato, che condizionano la proposta e la vendita di ogni cosa voglia essere fruita da qualcuno. Le regole sono sempre le stesse: capire quale è il Mercato al quale ci si rivolge; conoscere i Concorrenti; definire la Mission; valutare i propri Punti di Forza e di Debolezza; stabilire gli Obiettivi (Target) che si vogliono raggiungere; definire la Strategia; definire come utilizzare i 4 strumenti del Marketing Mix, ovvero le 4 P: Product (prodotto), Price (prezzo), Place (posto, localizzazione) e Publicity (comunicazione).

Esiste una netta differenziazione tra i musei e le fondazioni o le associazioni culturali. In questo articolo affronteremo i primi.

Per un museo il Mercato è in generale quello molto ampio di ogni attività culturale. In altri termini ci si rivolge ad un pubblico, che nel nostro caso si divide inizialmente tra turisti e bolognesi (a loro volta divisibili tra ragazzi, studenti ed adulti, ecc.) e che può scegliere tra andare a teatro, ad un concerto di musica, ad una conferenza, ad un'escursione guidata in città, alla visita di una chiesa o di un monumento e ovviamente di un altro museo.

I Concorrenti del Museo Archeologico di Bologna coprono di conseguenza un ampio spettro: vanno dagli spettacoli teatrali alle conferenze delle associazioni culturali, dal museo Genus Bononiae alle visite guidate ai canali sotterranei della città, dalle raccolte degli strumenti musicali alle chiese di principale interesse.

La Mission rappresenta la rotta che ogni attività dovrebbe seguire. Per un museo italiano potrebbe essere definita in questa forma: conservare e divulgare il patrimonio storico del museo.

Sembrerebbe una definizione scontata, ma a guardarci bene, stabilisce già delle delimitazioni. Non è previsto (e perciò non si può) vendere pezzi minori per investire in altri reperti o in una ristrutturazione degli ambienti, mentre i musei privati (penso a quelli statunitensi) se lo possono permettere, perché hanno di solito un'altra mission, cioè quella di avere una collezione di reperti sempre più allettante per il pubblico, in modo da aumentare il numero dei visitatori.

Nel caso del Museo Archeologico i Punti di Forza sono il fatto di avere una tra le più importanti collezioni etrusco-italiche ed egizie, di essere il museo più visitato della città (circa 90.000 visitatori paganti), di attirare molti visitatori con numerosi eventi: da Archeopolis romana del 2011 alla mostra Il Vero e il Falso.

Tra i Punti di Debolezza: l'esposizione nelle sale troppo concentrata e con pochi cartelli esplicativi (basta confrontare la nuova esposizione della raccolta egizia con quella vecchia degli etruschi per farsene subito un'idea), la mancanza di un bar e di un shop più organizzato.

Al di là di un generico desiderio di avere un museo sempre più bello e con sempre più visitatori, gli Obiettivi che si possono stabilire sono vari: migliorare la conservazione e l'esposizione dei reperti, aumentare il numero dei visitatori (scegliere se avere più turisti, più bolognesi, più ragazzi, più studenti, più adulti, ecc.), migliorarne la fedeltà (cioè farli ritornare, grazie al richiamo di un nuovo evento o di un nuovo allestimento delle opere), far conoscere maggiormente il grande patrimonio storico-artistico oltre i confini dell'area bolognese.

La definizione di obiettivi precisi e dettagliati è fondamentale per poter individuare il modo per poterli raggiungere, cioè la strategia.

La Strategia è rappresentata da tutte quelle azioni che si vogliono intraprendere per raggiungere gli obiettivi e che, si declinano nell'utilizzo dei 4 strumenti del marketing mix. Dovendo dettagliare e soprattutto quantificare le attività che si vogliono sviluppare, si parlerà di budget sempre più definiti e come sempre si dovranno fare delle scelte (spesso dolorose), perché la coperta delle risorse disponibili è sempre corta e, se la si tira da una parte (rinnovare un'ala del museo, per esempio), si scopre di risorse un'altra (affissioni pubblicitarie per le strade di Bologna, ad esempio).

Altro aspetto fondamentale del marketing culturale è la ricerca degli sponsor, che permettano di implementare le scelte strategiche. Un buon piano di marketing (che definisca tutti gli aspetti che abbiamo appena visto: mercato, concorrenti, mission, ecc.) è già un ottimo strumento per convincere i benefattori che si hanno le idee chiare su cosa si vuol fare con i loro soldi.

Gli strumenti del Marketing Mix sono 4: prodotto, prezzo, comunicazione e localizzazione. Vediamoli.

Il Prodotto è tutto quello che offri al visitatore a fronte del pagamento del biglietto d'ingresso. Oltre alla normale attività museale, gli eventi culturali speciali (Archeopolis, per esempio) sono fondamentali per cogliere l'interesse del potenziale visitatore e stimolare la sua visita al museo.

segue nella pagina successiva

segue dalla pagina precedente

Il Prezzo è un elemento essenziale: dopo i fondi comunali, che per intenderci pagano gli stipendi, l'importo dei biglietti è la principale fonte di introito del museo. Per aumentare il numero dei visitatori si può articolare il prezzo del biglietto per tipologia, per evento, per abbonamento o in associazione ad altre realtà museali.

La Localizzazione nel caso dei musei vuol dire considerare i mezzi pubblici o privati che il visitatore può prendere per arrivare all'esposizione, vuol dire gli orari di apertura, la presenza di bar o shop interni, ecc.)

La Comunicazione comprende: il sito web e la rete internet, gli sms, le P.R. (Pubbliche Relazioni per apparire in evidenza su cataloghi, guide, riviste, trasmissioni televisive, ecc.), la Pubblicità classica (affissioni, locandine, giornali, pieghevoli, stampa quotidiana e periodica, tv locale, ecc.), le Promozioni (offerte del genere: presentando questo tagliando avrai diritto a un gadget o ad uno sconto sul biglietto d'ingresso).

E' necessario definire e quantificare il rapporto costo-benefici di ogni attività. Prendiamo in considerazione un progetto per comunicare un nuovo evento museale agli studenti delle medie bolognesi con la scelta di mandare dei pieghevoli alla presidenza delle varie scuole. In questo caso è fondamentale definire gli obiettivi: quanti ragazzi si vuol raggiungere, il costo dell'operazione, il costo di ogni contatto (per poter scegliere tra le alternative) e fare il calcolo di break-even (punto di pareggio) ovvero sapere quanti studenti devono pagare il biglietto per coprire l'investimento dell'operazione.

E' bene ricordare che la pubblicità lavora sugli atteggiamenti (mi ricordo dell'evento, ma non è detto che poi ci vada), mentre le promozioni lavorano principalmente sui comportamenti (compro effettivamente il biglietto d'ingresso).

La pubblicità lavora sul lungo periodo (mi ricordo del museo e prima o poi lo visiterò), mentre la promozione sul breve periodo (sfrutto l'offerta che mi viene fatta e poi non ci penso più). La pubblicità crea la brand-image (immagine di marca) e la promozione l'atto di acquisto. La pubblicità si misura con ricerche che danno le percentuali di ricordo e le promozioni in ricavi in euro. La promo-comunicazione assomma i due aspetti (l'esempio più diffuso sono quelle delle compagnie di telefonia mobile).

Con questo abbiamo terminato una sintetica e veloce introduzione al marketing culturale delle realtà museali. Nel prossimo articolo tratteremo invece del marketing di una associazione come la nostra degli Amici del Museo Archeologico di Bologna – Esagono.

Maurizio Pedrinella

*= la seconda parte dell'articolo sarà pubblicato sul prossimo notiziario

PROSSIMAMENTE

→ Nel mese di aprile si terrà l'incontro a più voci su **Ville e giardini storici della collina di Bologna: Villa Guastavillani fra passato e futuro**. Seguirà la visita guidata alla Villa

→ Il **viaggio di fine anno** sarà effettuata in **Grecia** e sarà preceduta, come consuetudine, da un ciclo di conferenze sul tema

→ Si effettuerà nel prossimo mese di ottobre la **gita a Roma con visita della Necropoli Vaticana**. Prenotazione e acconto entro giugno

→ Come nella passata edizione del 2011, gli Amici del Museo collaboreranno con la Direzione alla realizzazione del progetto **Archeopolis: Bologna Etrusca**



Amici del Museo Civico Archeologico – Esagono

Redazione e Segreteria

Via de' Musei, 8 - Bologna

Telefono: 051-6569058 e 051-6594596

Martedì e Venerdì dalle ore 17.00 alle ore 19.00

Email: amicimuseo.esagono@alice.it

Sito Internet: <http://www.amicimuseo-esagono.it>

Cod. Fisc. 80076410374 - P. Iva 03173220371

Riconoscimento Personalità Giuridica

Decreto Presidente della Giunta Regionale dell'Emilia Romagna n.669 del 14/10/1991

Associazione no-profit

Proprietà dell'Associazione **Amici del Museo Civico Archeologico di Bologna - Esagono**

Presidente: Giandomenico Belvederi

Realizzazione Grafica: Simona Benfenati e Simone Zanetti

Notiziario periodico fuori commercio diffuso esclusivamente tramite le associazioni

Diventare Soci

Sostenere e intervenire da un osservatorio privilegiato
alle attività del Museo Civico Archeologico mediante :

- ingresso gratuito alle conferenze dell'Associazione
- partecipazione a programmi e manifestazioni sociali con trattamento di riguardo

Informazioni ed iscrizioni in Segreteria

E' possibile seguire le attività dell'Associazione tramite

Sito Internet : www.amicimuseo-esagono.it

Facebook : Amici Museo Civico ArcheologicoBo

Twitter : AmiciMuseoBO



Biglietteria Aerea - Ferroviaria - Marittima
Viaggi e crociere - Soggiorni

CONSULENZA TURISTICA

Orario continuato 09,00 - 19,00
Sabato solo mattino

Sasso Marconi
Via Porrettana, 385
tel. 051-840185 r.a.