



Itacaeventi.it

*vademecum per organizzare
mostre itineranti*

*Alcuni anni fa Itaca ha prodotto la mostra **Il Vangelo secondo Giotto. La cappella degli Scrovegni**, allestita finora in oltre 70 città.*

Ogni volta si è rinnovato lo stupore degli organizzatori per la soddisfazione propria e dei visitatori.

Sono così giunto alla convinzione che le mostre siano uno strumento particolarmente efficace per una presenza culturale nella città, per incontrare le persone e ridestare in loro il gusto del vero e del bello.

Dalla ormai consolidata esperienza di Itaca nell'organizzazione e allestimento di mostre itineranti ho tratto alcune indicazioni operative e di metodo, ampiamente verificate in 139 allestimenti della mostra su san Paolo, che ho voluto raccogliere in una sorta di "vademeccum", utile a chi intende prenotare una mostra.

Eugenio Dal Pane
direttore editoriale di Itaca

1. Il responsabile-regista

In primo luogo occorre individuare il responsabile dell'evento, che ha il compito di curarne la regia e di coordinare le diverse funzioni.

In particolare il responsabile deve avere cura dello scopo dell'iniziativa in modo che possa essere fatto proprio da quanti più direttamente collaborano: non si può comunicare se non ciò che si sente vero per sé.

2. Il segretario organizzativo

È altrettanto indispensabile una persona che abbia doti organizzative e che si occupi - direttamente o indirettamente - di tutti gli aspetti operativi.

3. Le prime azioni.

La scelta del luogo, della data e la prenotazione della mostra

Costituito il gruppo che si assume la responsabilità dell'iniziativa occorre definire luogo e data. Laddove sia possibile e opportuno, è preferibile l'utilizzo di strutture pubbliche, specie se solitamente destinate a mostre, che diventa già un modo di entrare in comunicazione con la città e le sue istituzioni.

Una volta scelto il luogo occorre individuare la data. Se si intende proporre la mostra anche alle scuole, bisogna scegliere date compatibili col calendario scolastico. Occorre poi verificare l'effettiva disponibilità sia dei locali individuati sia della mostra. A tal fine è necessario contattare subito Itacalibri per verificare i periodi in cui è disponibile il noleggio.

Itaca mette a disposizione

Una persona per verificare i periodi disponibili

4. La durata della mostra

Per una piccola città possono bastare 10 giorni.

Per una città media è consigliabile un periodo di 3 o 4 settimane per due ragioni:

- a) la mostra ha un inevitabile avvio lento; poi nasce il "passaparola" e crescono i visitatori;
- b) supponendo una adesione di 100 classi, occorrono circa 25 giorni per consentire a tutte di accedere.

5. Il bilancio preventivo

È necessario fare una previsione di spesa. Indico alcune voci puramente esemplificative: noleggio mostra, affitto spazio, pubblicità, organizzazione, rimborsi spese e compensi ai relatori...

È importante prestare attenzione alle uscite effettive in modo che non ci si discosti in maniera significativa da quanto preventivato.

Itaca mette a disposizione

Il modello della lettera per la richiesta di sponsorizzazione

6. La ricerca degli sponsor

Le spese possono essere coperte tramite contributi degli sponsor, che devono essere coinvolti nell'iniziativa, ad esempio nell'incontro di presentazione oppure offrendo la possibilità di visite riservate.

Ovviamente lo sponsor deve essere presente in tutta la comunicazione.

Itaca mette a disposizione

Il modello della lettera per la richiesta di patrocinio

7. Patrocini e collaborazioni

Il patrocinio è una modalità attraverso la quale coinvolgere altre realtà: assessorato alla cultura del comune, istituzioni scolastiche...

Analogamente possono essere contattate realtà culturalmente affini, disposte a firmare l'evento, a collaborare alla sua realizzazione e a promuoverlo presso i propri aderenti.

Mentre il patrocinio ha una valenza istituzionale, la proposta di collaborazione va attuata in un dialogo personale.

Itaca mette a disposizione

Lettere per dirigenti scolastici e insegnanti

Lettere per sacerdoti e insegnanti di religione

Lettere per gruppi culturali, aziende, istituzioni

Cartella stampa

Spazio informativo su itacaeventi.it

8. Promuovere l'evento

Appena vi sia la certezza del luogo e delle date è opportuno iniziare a dare notizia dell'iniziativa per creare attenzione e interesse attorno ad essa.

In particolare occorre informare docenti, insegnanti di religione, sacerdoti, gruppi ecclesiali e culturali attraverso una specifica comunicazione che può essere fatta tramite e-mail o per posta cui far seguire, dove possibile, il contatto diretto e personale.

Al tempo stesso vanno individuati i canali di comunicazione dell'evento (a tal fine risulta importante la collaborazione con l'ufficio per le comunicazioni sociali della diocesi): tv e

radio locali, stampa locale, cartelloni di enti pubblici (regione, provincia, comune, azienda di promozione turistica etc.), siti internet. Un ruolo particolare può svolgere il settimanale diocesano o altri strumenti analoghi.

Itaca mette a disposizione

Cartella stampa (articoli inerenti l'allestimento locale esclusi)

9. La cartella stampa

Va utilizzata nei contatti coi giornalisti e particolarmente in occasione della conferenza stampa laddove sia possibile organizzarla.

Essa deve contenere:

- il comunicato stampa
- una scheda di presentazione della mostra e dei curatori
- articoli scritti dai curatori
- il programma
- materiale fotografico
- eventuali articoli inerenti l'allestimento locale.

Durante tutta la manifestazione è importante raccogliere gli articoli pubblicati sia a stampa sia su internet.

Itaca mette a disposizione

Grafica personalizzata di tutti gli strumenti pubblicitari che gli organizzatori possono scegliere: manifesto, locandina, depliant, invito, inserzioni pubblicitarie.

Agli organizzatori è inviato il file PDF pronto per la stampa.

10. Grafica e comunicazione

Itaca realizza direttamente il materiale pubblicitario e di comunicazione di ogni allestimento per assicurare la coerenza dell'immagine dell'evento ovunque essa venga allestita.

11. Le guide

Le guide sono indispensabili. Molte mostre si riducono a pure esposizioni di pannelli che vengono guardati velocemente. Così non avviene il fenomeno dell'incontro da persona a persona che costituisce lo scopo principale della mostra.

Le guide hanno il compito di studiare e fare propri i contenuti della mostra, rivivendoli in sé e comunicandoli poi ai visitatori. Per fare la guida non occorrono particolari competenze, ma la disponibilità a prepararsi sul catalogo della mostra e a partecipare ad una o due serate di formazione. Il requisito fondamentale è la passione comunicativa, il gusto di comunicare ad altri ciò che si sente vero per sé.

Fare la guida è una grande occasione di cambiamento per sé e di incontro con altre persone.

Itaca mette a disposizione

Strumento formativo per le guide

Itaca mette a disposizione

Selezione libraria e catalogo in c/ vendita. A fine mostra il non venduto è ritirato e viene riconosciuto il 15% sul prezzo di vendita al pubblico.

Itaca mette a disposizione

Trasporto dei pannelli e delle strutture portanti

Persone esperte che guidano il corretto allestimento

Itaca mette a disposizione

Elenco di relatori da contattare

12. Il bookshop

Un aspetto fondamentale è il bookshop dove porre in vendita il catalogo e altri libri dedicati all'argomento. In tal modo la mostra diventa anche la proposta di letture che possano proseguire in altra forma il dialogo iniziato. Occorre, pertanto, individuare una o più persone che gestiscano la vendita dei libri.

13. L'allestimento

È bene allestire un giorno o due prima dell'inaugurazione. L'allestimento è stato progettato per facilitare trasporto, montaggio e smontaggio. Per questo richiede poche ore e impegna 3 o 4 persone che collaborino con gli incaricati di Itaca.

14. Inaugurazione e presentazione

L'apertura della mostra deve fare notizia al fine di destare l'interesse della città.

Può prevedere due momenti distinti:

a) Incontro di presentazione che ne approfondisca i contenuti. Si possono invitare come relatori persone del luogo, i curatori o altre persone in base a proprie conoscenze e relazioni.

b) Inaugurazione. Si suggerisce la visita guidata alla mostra cui fare seguire i saluti delle autorità e degli sponsor. Tale soluzione - visita guidata e successivamente gli interventi - evita il formalismo dei saluti perché mette in condizione di esprimere "a caldo" ciò da cui si è stati colpiti.

15. Eventi collaterali

Il programma può essere arricchito da eventi collaterali che dovranno essere valutati in base alle forze, al budget, alle eventuali risorse locali.

16. Il sito itacaeventi.it

Il sito itacaeventi.it è stato concepito come uno spazio dove fornire notizie sulle mostre a livello culturale e operativo, mettere a disposizione materiali di lavoro, dare notizia degli eventi a livello locale, pubblicare la rassegna stampa, comunicare le esperienze più significative, offrire esempi, opportunità, in modo che ciò che accade in una città possa costituire un esempio e al tempo stesso fornire materiali di lavoro da utilizzare altrove.

Come prenotare

Contattare l'ufficio eventi di Itacalibri (tel. 0546 656188) e chiedere della dott.ssa Gaia Aulino (eventi@itacalibri.it).

Cosa comprende il costo del noleggio

- Trasporto A/R per località fino a 350 km da Castel Bolognese. Per distanze superiori saranno addebitati Euro 0,40 al km.
- Montaggio e smontaggio della mostra, cura dell'allestimento (gli organizzatori dovranno mettere a disposizione 2 persone)
- Progetto grafico e personalizzazione degli strumenti di comunicazione. Vengono forniti files PDF pronti per la stampa.
- Consulenza organizzativa.
- Cartella stampa.