

Sannio Europa Scarl

AMMINISTRATORE UNICO

avv. Giuseppe Sauchella

Benevento, 03 giugno 2020

Indice

PREMESSA.....	4
OGGETTO SOCIALE ED ATTIVITA'.....	5
Pianta organica E ORGANIGRAMMA.....	9
Proposta attività per aree di competenza.....	11
Area Pianificazione e Programmazione Territoriale.....	11
Area Rendicontazione, Progetti e Servizi Generali alla PAREA.....	14
Area Museale e Marketing Territoriale.....	15
BOZZA BILANCIO AL 30/12/2019.....	17
BUDGET ANNO 2020.....	20

PREMESSA.

Sannio Europa è una Società consortile per Azioni, costituita dalla Provincia di Benevento nell'aprile del 2001, con lo scopo di:

- ✓ fornire supporto tecnico - operativo nei processi di pianificazione territoriale ed ambientale;
- ✓ fornire consulenza alla promozione e alla gestione di programmi integrati territoriali;
- ✓ accompagnare le politiche di sviluppo locali promosse da Regione Campania, Governo Italiano e Unione Europea;
- ✓ fornire, con continuità, supporto ai Settori della Provincia di Benevento, mettendo a disposizione dell'Ente professionalità dotate di particolare attitudine e con competenze adeguate al pieno raggiungimento di obiettivi strategici ed alla risoluzione di criticità tecnico/ operative nonché funzionali.
- ✓ attività di supporto alla direzione del Settore Cultura, alla riorganizzazione generale dei musei provinciali, alla loro gestione e alle attività di promozione e valorizzazione dei siti culturali, anche attraverso iniziative di didattica museale rivolte al target scolastico.

Dal febbraio 2006 la Società opera nel rispetto del regime normativo dell'*in house providing*, per cui la propria attività è svolta esclusivamente nei confronti della Provincia di Benevento, che detiene la totalità del capitale sociale (100%); l'Ente proprietario esercita sulle attività della Società il *controllo analogo* a quello esercitato sui propri servizi.

OGGETTO SOCIALE ED ATTIVITA'

La società ha ad oggetto la produzione di beni e di servizi strumentali alla Provincia di Benevento ed agli altri Enti Pubblici soci, non solo in termini economici, per i quali opera come ente strumentale, e, in particolare:

- a) la promozione dello sviluppo economico del sistema locale;
- b) la valorizzazione e l'integrazione delle risorse e delle relazioni locali;
- c) l'attivazione delle procedure e delle modalità di programmazione e di progettazione integrata secondo i criteri dello sviluppo sostenibile;
- d) la predisposizione del supporto tecnico-organizzativo all'informazione e la promozione di programmi e di progetti comunitari, e/o finanziati tramite i fondi comunitari, al fine di innalzare la quota di acquisizione dei finanziamenti europei a favore della Provincia di Benevento e degli altri enti locali e territoriali;
- e) la realizzazione e la gestione di sistemi informativi territoriali in grado di acquisire, elaborare e diffondere esperienze e dati a supporto delle politiche locali di sviluppo, dando anche vita ad una rete civica interprovinciale, finalizzata a creare connessione permanente da e per l'insieme dei soggetti territoriali (Comuni e servizi pubblici in primo luogo);
- f) la progettazione e la realizzazione di iniziative di formazione finalizzate alla qualificazione delle funzioni pubbliche e delle risorse umane ed in sintonia con le indicazioni comunitarie, nazionali e regionali relative all'intervento nelle aree depresse o in ritardo di sviluppo;
- g) la realizzazione di iniziative per la promozione delle opportunità di investimento e finanziamento dei progetti di interesse collettivo promossi dalle comunità locali, tramite azioni di comunicazione e di marketing territoriale e supportando l'analisi economico-finanziaria e di fattibilità gestionale;
- h) la realizzazione di attività di assistenza tecnica, di monitoraggio e valutazione dei programmi comunitari, nazionali e regionali e delle iniziative pubbliche;

- i) l'esecuzione delle attività di pianificazione territoriale ed urbanistica, di progettazione, di direzione dei lavori (e delle attività connesse) degli interventi infrastrutturali di qualsiasi tipo in tutti i settori di competenza della Provincia di Benevento, ovvero di supporto alle medesime attività;
- j) l'esecuzione delle attività di supporto alla programmazione;
- k) l'esecuzione delle attività di gestione ed amministrazione dei beni mobili ed immobili di proprietà della Provincia di Benevento, ovvero il supporto alle medesime attività;
- l) l'esecuzione delle attività tecnico-amministrative per il rilascio di autorizzazioni o concessioni in nome e per conto dell'ente Provincia;
- m) l'esecuzione e la gestione del servizio di riscossione dei canoni di competenza dell'Ente;
- n) la progettazione e la realizzazione di studi conoscitivi e valutativi a supporto delle decisioni relative alle scelte di programmazione dello sviluppo e di riorganizzazione della Provincia di Benevento e degli altri enti locali e territoriali;
- o) la progettazione e la realizzazione di azioni di marketing territoriale finalizzate alla promozione turistica ed allo sviluppo competitivo in ambito internazionale delle attività e dei sistemi produttivi presenti nel territorio della Provincia di Benevento ed all'attrazione di investimenti produttivi esogeni al fine di estendere e rafforzare la base produttiva ed occupazionale locale;
- p) la progettazione, la riorganizzazione e la gestione dei servizi dell'Amministrazione locale, con particolare attenzione alla diffusione dell'ICT;
- q) l'ideazione, la progettazione e la gestione di eventi e di manifestazioni finalizzati alla promozione del territorio, nonché alle attività di studio, di ricerca e di consulenza da divulgare anche attraverso specifiche iniziative editoriali;
- r) la commercializzazione di prodotti legati alla promozione ed alla diffusione delle iniziative intraprese;

- s) la gestione delle attività culturali e museali relative ai siti di appartenenza della Provincia di Benevento;
- t) la promozione e la valorizzazione del patrimonio provinciale di interesse ambientale e culturale;
- u) la promozione e la gestione dell'offerta turistica mirata alla rete museale provinciale;
- v) la promozione, in maniera mirata e coordinata, del territorio e delle tradizioni del Sannio, anche per il tramite di forme di collaborazione con associazioni, enti e privati, che concorrono al medesimo obiettivo, e dell'organizzazione di campagne stampa, di eventi, di fiere e di congressi, ecc.;
- w) l'organizzazione e la gestione di iniziative, di eventi e di manifestazioni pubbliche in genere, quali presentazioni, convegni, seminari, mostre, conferenze, congressi, esposizioni, viaggi, mostre, fiere, spettacoli, proiezioni, dibattiti e tutte le iniziative pubbliche mirate alla conoscenza, all'approfondimento ed alla discussione sulle tematiche culturali, sociali, ambientali, energetiche, economiche, produttive e turistiche del territorio provinciale;
- z) la produzione di un servizio di interesse generale, ivi inclusa la realizzazione e la gestione delle reti e degli impianti funzionali ai servizi medesimi;
- x) la progettazione e la realizzazione di un'opera pubblica sulla base di un accordo di programma fra le amministrazioni pubbliche, ai sensi dell'articolo 193 del decreto legislativo n.50 del 2016;
- y) l'autoproduzione in generale di tutti i beni o servizi strumentali all'ente o agli enti pubblici partecipanti o allo svolgimento delle loro funzioni, nel rispetto delle condizioni stabilite dalle direttive europee in materia di contratti pubblici e della relativa disciplina nazionale di recepimento;
- Z) l'erogazione di servizi di committenza, ivi incluse le attività di committenza ausiliarie, apprestati a supporto di enti senza scopo di lucro e di amministrazioni aggiudicatrici di cui all'art.3, comma 1, lettera a), del decreto legislativo n.50 del 2016.

I servizi predetti, ovvero lo svolgimento delle loro funzioni, dovranno essere affidati alla società dalla Provincia di Benevento e dagli altri soggetti giuridici soci e dovranno essere svolti, in via principale, nell'ambito del territorio della Provincia di Benevento medesima.

In particolare negli anni si è acquisiti un particolare know-how come:

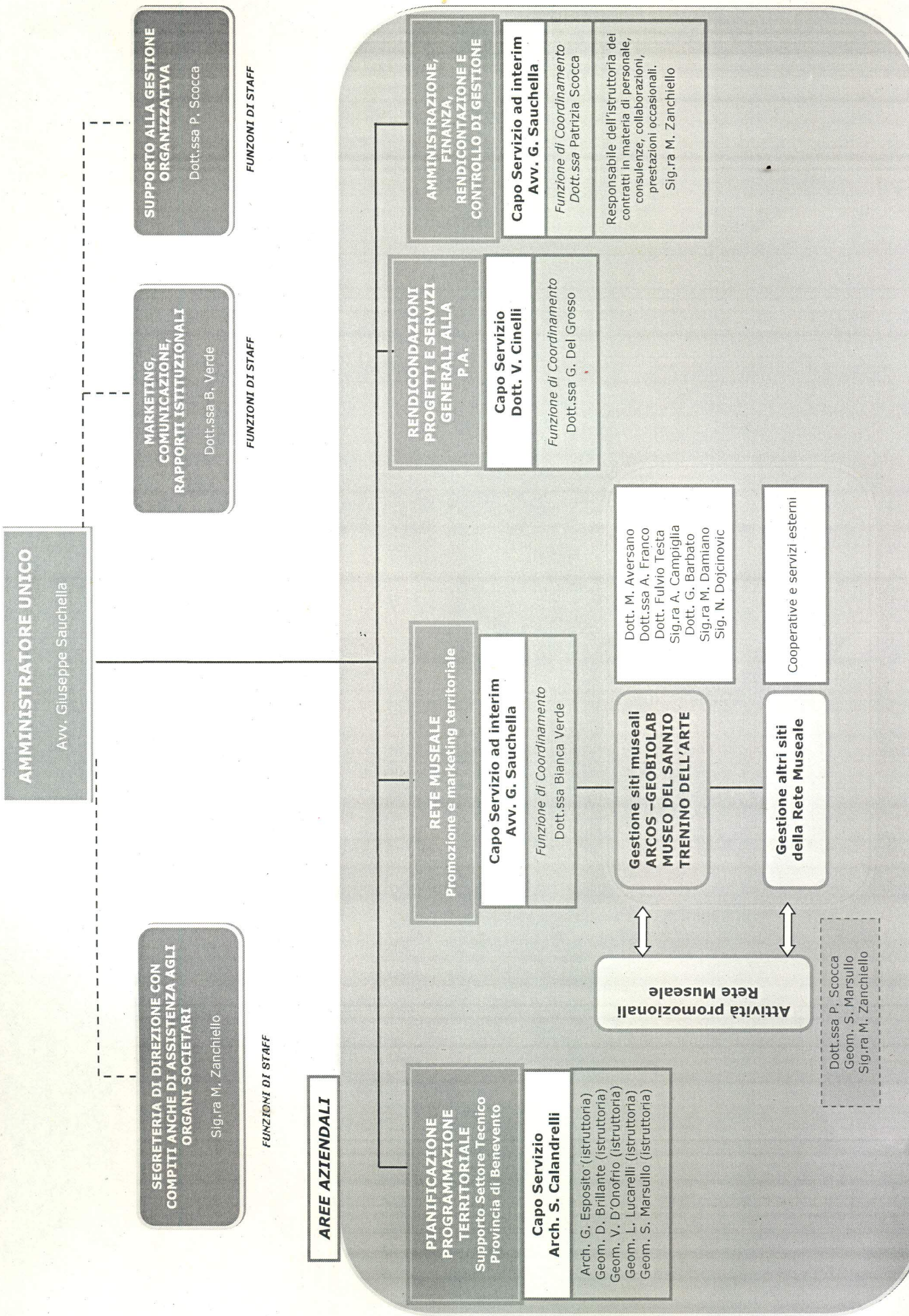
- esperienze in materia di progettazione, gestione e monitoraggio delle opportunità di finanziamento a valere sui fondi europei, rendicontazione finanziaria dei vari fondi nazionali e comunitari;
- competenze sviluppate in materia di raccolta, elaborazione e sistematizzazione di dati relativi a diversi ambiti tematici (Ambiente, Infrastrutture, Politiche Sociali, Politiche del Lavoro) in formato GIS;
- esperienze e competenze in materia di pianificazione, programmazione e progettazione territoriale provinciale di coordinamento, progettazione architettonica, edilizia scolastica, progettazione di interventi di riqualificazione e messa in sicurezza dei corpi idrici, rilievi plano-altimetrici di infrastrutture viarie, progettazione di interventi per la messa in sicurezza della viabilità provinciale, gestione osservatorio rifiuti, realizzazione e implementazione di sistemi GIS;
- esperienze e competenze maturate attraverso l'attività di supporto alla direzione del Settore Cultura, alla riorganizzazione generale dei musei provinciali, alla loro gestione e alle attività di promozione e valorizzazione dei siti culturali, anche attraverso iniziative di didattica museale rivolte al target scolastico.

PIANTA ORGANICA E ORGANIGRAMMA

Le attività affidate sono lavorate prevalentemente dalle 18 risorse umane, contrattualizzate a tempo indeterminato con il CCNL commercio, di seguito elencate e distinte per «livelli e funzioni» con relativo organigramma:

DIPENDENTI	LIVELLI CCNL COMMERCIO	MANSIONE
Samantha Calandrelli	I	Responsabile Area Pianificazione e Programmazione
Vincenzo Cinelli	I	Responsabile Area rendicontazione progetti e servizi generali alla PA
Patrizia Scocca	II	Coordinamento Area amministrazione, finanza, rendicontazione e controllo di gestione
Bianca Verde	II	Coordinamento Area Rete museale e attività di marketing territoriale e comunicazione
Gisella Del Grosso	II	Coordinamento attività di progettazione area, servizi alla Pubblica Amministrazione.
Mariapia Zanchiello	III	Attività di segreteria della direzione aziendale con compiti di assistenza all'Organo Amministrativo. Istruttoria dei contratti di assunzione e collaborazioni.
Donato Brillante	III	Geometra con compiti di istruttoria di progetti dell'area Pianificazione e Programmazione territoriale
Serena Marsullo		
Vittorio D'Onofrio		
Leonardo Lucarelli		
Giuliana Esposito	III	Architetto Area Pianificaz e Programmaz territoriale
Marcellino Aversano	III	accoglienza e accompagnamento utenza presso i musei
Giuseppe Barbato	III	accoglienza e accompagnamento utenza presso i musei
Antonietta Campiglia	IV	accoglienza e accompagnamento utenza presso i musei
Alessandra Franco	IV	accoglienza e accompagnamento utenza presso i musei
Fulvio Testa	IV	accoglienza e accompagnamento utenza presso i musei
Michela Damiano	IV	accoglienza e accompagnamento utenza presso i musei
Nicolas Dojcinovic	V	Operaio con compiti di accoglienza e accompagnamento utenza presso i musei

Organigramma



PROPOSTA ATTIVITÀ PER AREE DI COMPETENZA.

AREA PIANIFICAZIONE E PROGRAMMAZIONE TERRITORIALE.

Dal 2001 l'area tecnica della Sannio Europa, ha svolto attività di pianificazione e progettazione per l'Ente Provincia, le procedure amministrative ad esse connesse, i relativi processi di concertazione e condivisione delle scelte e delle azioni implementate. L'attività si è concretata in **un supporto costante e continuo** che ha configurato l'Area Tecnica come efficace ed efficiente strumento operativo dell'ente Provincia nonché, importante referente nei temi della pianificazione territoriale per gli enti territoriali. A completezza ed esaustività di quanto precedentemente riportato si elencano le attività svolte dall'area tecnica finanziate, esclusivamente, con fondi provinciali:

- coordinamento e sovrintendenza dei progetti;
- elaborazione e redazione di cartografie e di relazioni, di analisi e di progetto nell'ambito della pianificazione territoriale, urbanistica e faunistica venatoria;
- definizione e gestione di processi di consultazione con associazioni ed Enti interessati;
- partecipazione attiva a tavoli tecnici istituiti presso la Regione Campania;
- progettazione architettonica;
- catalogazione dell'edilizia scolastica;
- progettazione interventi di riqualificazione e messa in sicurezza dei corpi idrici;
- rilievi plano-altimetrici di infrastrutture viarie;
- progettazione interventi di messa in sicurezza della viabilità provinciale;
- creazione WebGis ambiente relative alle tematiche: impianti trattamento rifiuti, discariche, risorse idriche, vincoli ambientali e autorizzazioni AUA;
- implementazione, manutenzione e gestione di sistemi GIS.

Definizione delle attività

Sulla base delle esperienze consolidate negli anni scorsi le attività, che di seguiti si riportano, riguardano il supporto tecnico-amministrativo in campi diversi quali la progettazione architettonica, l'edilizia scolastica, la progettazione di interventi su infrastrutture viarie, rilievi plano-altimetrici, implementazione di sistemi Gis, la pianificazione territoriale:

- *Attività di supporto nella progettazione e programmazione complessiva con l'istituzione di una struttura stabile a supporto dei RUP alle dirette dipendenze del vertice della Provincia, ai sensi dell'art.31, comma 9 D.Lgs. 50/2016.*
 - ✓ Supporto tecnico-amministrativo ai servizi "Viabilità e connesse infrastrutture - Servizi Viabilità 1 e 2 e connesse infrastrutture", per la redazione degli studi preliminari, dei progetti definitivi ed esecutivi relativi agli interventi di messa in sicurezza della viabilità provinciale attraverso l'elaborazione tavole grafiche, relazioni tecniche e paesaggistiche, computi metrici, esecuzioni di rilievi plano-altimetrici, piani particellari di esproprio, verifiche di vincoli urbanistici e paesaggistici, implementazione di Db formato Gis.
 - ✓ Supporto tecnico-amministrativo al servizio "Edilizia scolastica" e Programmazione Edilizia Pubblica - Espropri" - Servizio Edilizia scolastica - Servizio Programmazione Edilizia Pubblica/Espropri per la elaborazione di progetti, definitivi ed esecutivi per interventi di manutenzione straordinaria e nuova di costruzione di edilizia scolastica.
 - ✓ Implementazione dell'Anagrafe Edilizia attraverso Sopralluoghi, rilievi e Valutazioni tecniche delle strutture scolastiche di competenza provinciale.

- ✓ Supporto tecnico-amministrativo al Servizio Appalti - Assistenza Amm.va EE.LL per gli affidamento in materia di lavori pubblici forniture di beni e servizi anche tramite l'implementazione di una nuova piattaforma digitale. Trasferimento dei dati relativi alle opere pubbliche in corso di realizzazione, programmate e da realizzare alla BDAP e/o al MEF .
- *Attività di supporto tecnico-amministrativo per l'attuazione del Ptcp della Provincia di Benevento e per la gestione della legge regionale sul governo del territorio (L.R. 16/2004 e s.m.i.).*
 - ✓ Supporto tecnico al servizio Urbanistica-VIA-VAS-SCA, per l'elaborazione e produzione di cartografie tematiche riferite agli elementi conoscitivi del territorio per ricerche, analisi e valutazioni di competenza del servizio urbanistica ed in generale del settore tecnico dell'Ente, per la verifica di coerenza dei piani urbanistici comunali (P.U.C./P.R.G.), e loro varianti, al Ptcp e alla normativa statale e regionale vigente, per l'esame dei Pua comunali, per le conferenze di pianificazione, per la redazione di contributi e analisi richiesti dai tavoli tecnici regionali, per la gestione e aggiornamento del Data Base informatico dei dati territoriali comunali e per la redazioni di pareri richiesti all'ente provincia nell'ambito delle procedure di VAS.
- *Attività di supporto tecnico-amministrativo per l'attuazione del piano di coordinamento strategico delle politiche e degli strumenti di sviluppo locale attivi sul ciclo di programmazione 2014/2020 ed attivabili su ciclo di programmazione 2021/2027.*
 - ✓ La Sannio Europa scarl propone un servizio di assistenza tecnica specialistica all'Ufficio di Presidenza per l'attivazione e gestione della unità di piano che possa supportare la Presidenza nelle attività di pianificazione territoriale provinciale di coordinamento, nonché tutela e valorizzazione dell'ambiente, per gli aspetti di competenza. In

particolare, Sannio Europa dovrà fornire servizi di assistenza tecnica specialistica, di carattere interdisciplinare all'Ufficio di Presidenza per attività di pianificazione territoriale di coordinamento, nonché tutela e valorizzazione dell'ambiente.

AREA RENDICONDAZIONE PROGETTI E SERVIZI GENERALI ALLA PA.

Ad oggi le attività che vengono svolte ordinariamente presso il Servizio Forestazione sono:

- *Attività di RENDICONTAZIONE* dei progetti di Forestazione e Bonifica montana a valere sui Fondi europei, relativamente alle annualità 2016-2017-2018-2019, pari a € 5.809.673,47 di spesa ed elaborazione di possibili azioni correttive e risolutive.
- *Attività di ASSISTENZA E SUPPORTO AL RUP e AL RESPONSABILE DEL SERVIZIO DI FORESTAZIONE* (Ing. Panarese e Arch. Cuoco). Tale attività oltre ad essere garantita per tutte le attività relative al punto precedente (elaborazione bozze atti amministrativi, predisposizione di Quadri economici), afferiscono anche a nuove esigenze del RUP/Responsabile del Servizio (generazione del CUP Codice Unico di Progetto; generazione del CIG_Codice Identificativo di Gara; gestione degli affidamenti attraverso la piattaforma MEPA).
- *Attività di SUPPORTO AL RESPONSABILE DEL SERVIZIO FORESTAZIONE (Arch. Cuoco) NELLA ELABORAZIONE E REDAZIONE DI PROPOSTE TECNICO-AMMINISTRATIVO-CONTABILE CORRELATE ALLA GESTIONE DELLA DELEGA REGIONALE SULLA FORESTAZIONE.*

Tale attività si sostanzia in:

- un rapporto diretto e costante con i competenti Uffici regionali sia per l'adempimento delle procedure afferenti l'annualità in corso (per esempio la redazione del *Piano stralcio degli interventi di forestazione 2020*) sia per la risoluzione di problematiche tecnico amministrative (quindi non

solo legate alla specifica attività di rendicontazione) afferenti le annualità pregresse.

- monitoraggio costante dei dati economici e finanziari dell'annualità in corso quale preconditione imprescindibile per una corretta gestione della fase di rendicontazione e valutazione della spesa da effettuarsi.

L'esperienza pregressa dell'*Area rendicontazione progetti e Servizi generali alla PA* della Sannio Europa (anno 2016-2017: gestione, monitoraggio e rendicontazione di progetti su fondi europei per conto del Lead Partner/Provincia di Benevento; rendicontazione di progetti dell'Ente a valere su fondi FERS sottoposti ad avvio di revoca del finanziamento per un importo di € 1.393.000,00) e quella attuale (anno 2019: chiusura della rendicontazione di 3 progetti del Settore Tecnico provinciale non afferenti il Servizio Forestazione ovvero *Diagnostica Ambientale, Museo delle Streghe e Cascina Panari*) fanno emergere uno stringente bisogno da parte dei diversi Servizi dell'Ente (da riscontrare evidentemente con i rispettivi Responsabili) di avere un supporto qualificato al pari di quello attualmente garantito al Servizio Forestazione e per tale motivo sarebbe opportuno e conveniente per l'Ente estendere il servizio alla rendicontazione progettuale afferente ai diversi servizi della Provincia di Benevento.

AREA MUSEALE E MARKETING TERRITORIALE

La società dal 2012 ha maturato esperienze e competenze nella gestione di alcuni siti museali dell'Ente, dal 2018 ha valorizzato e promosso la rete museale anche attraverso iniziative di didattica museale rivolte al target scolastico, convegni, concerti, interventi in programmi sulle principali reti televisive nazionali, eventi. Dal 2019 gestisce e coordina i tutti i siti della rete museale.

Solo a titolo esemplificativo si riportano alcuni dei principali servizi erogati:

- Ideazione, progettazione e realizzazione del brand della rete museale con un sotto brand fascia kids.
- Progettazione e realizzazione di una brochure della rete museale

- Progettazione, realizzazione e attivazione del portale della rete museale.
- Tools kids (fumetti, giochi...).
- Accordi con le scuole per attività di alternanza scuola/ lavoro e altri progetti.
- Accordi e costruzione di una rete di contatti con Università del territorio, Musei nazionali ed esteri ed altri Istituti/Associazioni culturali per la promozione delle collezioni museali.
- Concerti ad Arcos o al Museo del Sannio, alla Rocca dei Rettori o al Musa.
- Convegni tematici con ospiti nazionali ed internazionali.
- Eventi kids realizzati presso le varie strutture museali
- Eventi adulti.
- Riorganizzazione dei percorsi di visita e delle attività didattiche proposte presso le strutture museali in un programma organico e unitario.
- Gestione del Trenino dell'arte.
- Accordi con agenzie di viaggio, alberghi e ristoranti di Benevento finalizzati alla migliore fruibilità logistica della rete museale.
- Maggiore inclusione.
- Didattica museale (caccia al tesoro, laboratori dedicati etc.).
- Gestione Bookshop del Museo del Sannio.
- Centro unico di prenotazione presso Sannio Europa.
- Elaborazione testi ed acquisto di n. 10 audioguide per il Museo del Sannio ed il Museo Arcos.
- Coordinamento dei servizi di custodia e giardinaggio dei siti della rete museale

Per la proposta di gestione relativa all'anno 2020, si rimanda al documento "La Rete Museale della Provincia di Benevento – Proposta di gestione unica di tutti i siti museali" allegato 4).

Le restanti attività che rientrano nel marketing territoriale la Sannio Europa ha organizzato per la Provincia di Benevento:

- la *Convention Sannio Falanghina Città del Vino 2019*, che si è tenuta a Benevento dal 18 al 20 ottobre 2019. Un evento che ha visto la partecipazione dei Sindaci, Amministratori e Ambasciatori delle Città del Vino provenienti da tutte le Regioni italiane, nonché i maggiori produttori, imprenditori e Cooperative sannite del settore vitivinicolo, gli amministratori dei comuni coinvolti, rappresentanti della Regione Campania. La Sannio Europa, coinvolgendo anche associazioni di categoria, Istituti scolastici ed Enti del territorio, ha coordinato, promosso e organizzato tutte le attività previste della Convention

- il treno storico *Sannio Express* tratta Benevento-Pietrelcina-Assisi per le date 6/7 settembre e 6/7/8 dicembre 2019 che ha avuto come obiettivo la promuovere le "Strategia delle Aree Interne" finalizzata alla rinascita dell'Appennino e del Mezzogiorno». La Sannio Europa ha coordinato, organizzato e promosso l'iniziativa, cogliendo anche l'occasione per valorizzare le eccellenze e la diffusione della conoscenza del patrimonio culturale e paesaggistico delle aree interne, organizzando anche incontri istituzionali, l'accoglienza dei passeggeri alle varie stazioni, degustazioni di prodotti tipici locali.

BOZZA BILANCIO AL 30/12/2019

La bozza di bilancio, di seguito riportata in formato abbreviato CEE, evidenzia che la gestione economica ha registrato una perdita di esercizio, prima delle imposte e delle scritture di assestamento, di € 42.350.

Tale perdita è dovuta ad eventi imprevisti come:

- la trattativa firmata il giorno 02/12/2019 con una ex dipendente della Società ArtSannio, che ha condotto all'esborso differito del risarcimento dovuto da Sannio Europa pari ad euro 46.000 oltre le spese legali;
- le spese legali dei relativi giudizi della società e trattative con consulenti esterni per attività pregresse;
- il mancato trasferimento da parte dell'Ente di alcune attività programmate e proposte durante l'anno 2019.

STATO PATRIMONIALE ATTIVO

	Totali 2019
B) Immobilizzazioni	
I - Immobilizzazioni immateriali	443.204
II - Immobilizzazioni materiali	1.171
<i>Totale immobilizzazioni (B)</i>	444.375
C) Attivo circolante	
II - Crediti	629.090
esigibili entro l'esercizio successivo	629.090
esigibili oltre l'esercizio successivo	
Imposte anticipate	
IV - Disponibilita' liquide	599
<i>Totale attivo circolante (C)</i>	629.689
D) Ratei e risconti	
<i>Totale attivo</i>	1.074.064

STATO PATRIMONIALE PASSIVO

	Totali 2019
A) Patrimonio netto	
I - Capitale	53.000
IV - Riserva legale	65
VI - Altre riserve	199.327
VIII - Utili (perdite) portati a nuovo	1.308
IX - Utile (perdita) dell'esercizio	42.350-
<i>Totale patrimonio netto</i>	211.350
C) Trattamento di fine rapporto di lavoro subordinato	295.706
D) Debiti	567.008
esigibili entro l'esercizio successivo	567.008
esigibili oltre l'esercizio successivo	
<i>Totale passivo</i>	1.074.064

CONTO ECONOMICO

	Totali 2019
A) Valore della produzione	
1) ricavi delle vendite e delle prestazioni	1.137.807
5) altri ricavi e proventi	
altri	35.963
<i>Totale altri ricavi e proventi</i>	35.963
<i>Totale valore della produzione</i>	1.173.770
B) Costi della produzione	
7) per servizi	381.687
8) per godimento di beni di terzi	6.180
9) per il personale	
a) salari e stipendi	561.743
b) oneri sociali	153.639
c/d/e) trattamento di fine rapporto, trattamento di quiescenza, altri costi del personale	40.313
c) trattamento di fine rapporto	37.073
e) altri costi	3.240
<i>Totale costi per il personale</i>	755.695
10) ammortamenti e svalutazioni	
a/b/c) ammortamento delle immobilizz.immateriali e materiali, altre svalutazioni delle immobilizz.	17.509
a) ammortamento delle immobilizzazioni immateriali	17.041
b) ammortamento delle immobilizzazioni materiali	468
<i>Totale ammortamenti e svalutazioni</i>	17.509
14) oneri diversi di gestione	40.000
<i>Totale costi della produzione</i>	1.201.071
Differenza tra valore e costi della produzione (A - B)	27.301-
C) Proventi e oneri finanziari	
17) interessi ed altri oneri finanziari	
altri	9.807
<i>Totale interessi e altri oneri finanziari</i>	9.807
<i>Totale proventi e oneri finanziari (15+16-17+-17-bis)</i>	9.807-
Risultato prima delle imposte (A-B+-C+-D)	37.108-
20) imposte sul reddito dell'esercizio, correnti, differite e anticipate	
imposte correnti	
imposte differite e anticipate	5.242
<i>Totale delle imposte sul reddito dell'esercizio, correnti, differite e anticipate</i>	5.242
21) Utile (perdita) dell'esercizio	42.350-

Al fine di una migliore leggibilità e comprensione del Conto Economico, prima delle imposte e delle scritture di assestamento, le voci sono state suddivise tra i costi fissi di gestione e costi variabili legati alle commesse lavorate

Allegato 2 - RIEPILOGO BOZZA CONTO ECONOMICO AL 30/12/2019

BUDGET ANNO 2020

Le previsioni per l'anno 2020 sono suddivise, per una migliore leggibilità e comprensione, tra i costi fissi di gestione e costi variabili legati alle commesse lavorate (allegato 3).

Allegato 3 - BUDGET ANNO 2020

L'AFFIDAMENTO IN HOUSE

Da quanto sopra, emerge, ai sensi dell'affidamento in *house*, chiaramente non solo la congruità economica dell'offerta basata sui costi effettivi (costi personale, costi servizi e spese generali), ma anche la necessità dell'affidamento in house degli stessi ad una "società pubblica", longa manus della P.A., con riferimento proprio all'oggetto (supporto al Settore Tecnico ed amministrativo, gestione siti museali, promozione della cultura e del territorio) al valore della prestazione, determinandone dei benefici per la collettività della predetta forma di gestione. Il tutto in ossequio agli obiettivi di universalità e socialità, di efficienza, di economicità e di qualità del servizio, nonché di ottimale impiego delle risorse pubbliche.

Allega c.s.

SANNIO EUROPA SCARL
L'AMMINISTRATORE UNICO
(Avv. Giuseppe SAUCHELLA)

AGENZIA SANNIO EUROPA

RIEPILOGO CONTO ECONOMICO ANNO 2019 PRIMA DELLE IMPOSTE E DELLE SCRITTURE DI ASSESTAMENTO

COSTI DI GESTIONE		IMPONIBILE/ COMPENSO LORDO
DIPENDENTI	n. 18 dipendenti Sannio Europa	715.173,00
ORGANI SOCIALI	Amministratore Unico lordo	24.000,00
	Collegio Sindacale/Revisore Unico	13.492,00
CONSULENZE	consulente del lavoro, fiscale, spese CCIAA, sicurezza sul lavoro	13.500,00
TRATTATIVE DIPENDENTI	ex-dipendenti ArtSannio	46.000,00
SPESE GENERALI E AMMINISTRATIVE	spese generali	18.183,15
	IMU	3.560,00
	consulenze legali	14.760,00
IVA INDETRAIBILE		30.991,00
ONERI FINANZIARI	commissioni interessi passivi su fido	10.540,00
AMMORTAMENTO	materiali	468,20
	ammoramento usufrutto	15.481,17
	immateriali	1.559,81
ONERI FISCALI E DIVERSI DI GESTIONE	oneri fiscali e vari	5.214,60
TOTALE COSTI DI GESTIONE		912.922,93

COSTI RELATIVI A COMMESSE			RICAVI	
FORNITORE	IMPONIBILE/ COMPENSO	TOTALE	COMMESSA	IMPONIBILE
affidamenti esterni - cooperative al netto dell'IVA	198.802,29	199.895,29	GESTIONE RETE MUSEALE	712.792,04
spese generali	1.093,00			
spese generali	45.558,06	45.558,06	Promozione rete museale	94.664,84
spese gestione	30.099,20	30.099,20	Promozione del treno storico	34.690,16
spese gestione	18.144,10	18.144,10	Supporto organizzativo Convention città del vino	20.000,00
consulenze esterne	4.500,00	5.500,00	ATC ambito territoriale caccia (Piano Faunistico)	20.000,00
spese generali	1.000,00			
spese generali	2.151,87	2.151,87	Supporto Settore Tecnico Provincia 2018/2019	65.500,00
spese generali	1.848,00	1.848,00	Supporto Settore Tecnico Provincia 2019/2020	190.160,00
			Sopravvenienze	35.962,18
TOTALE COMMESSE		303.196,52		1.173.769,22
TOTALE COSTI FISSI+COSTI COMMESSE		1.216.119,45		1.173.769,22

- 42.350,23

AGENZIA SANNIO EUROPA

BUDGET ECONOMICO ANNO 2020

COSTI DI GESTIONE		IMPONIBILE/ COMPENSO LORDO
DIPENDENTI	n. 18 dipendenti Sannio Europa al netto della cassa integrazione	720.173,00
ORGANI SOCIALI	Amministratore Unico	24.000,00
	Revisore Unico	8.320,00
CONSULENZE	consulente del lavoro, fiscale, sicurezza del lavoro + spese Covid	16.000,00
SOPRAVVIVENENZE PASSIVE	trattative, spese legali e contenziosi relativi ad attività pregresse	34.518,83
SPESE GENERALI E AMMINISTRATIVE	spese generali	20.000,00
	spese legali	6.000,00
	IMU	3.560,00
ONERI FINANZIARI	commissioni interessi passivi su fido+spese bancarie	12.000,00
AMMORTAMENTO	materiali	468,00
	ammortamento usufrutto	15.481,17
	immateriali	1.560,00
ONERI FISCALI E DIVERSI DI GESTIONE	oneri fiscali e vari	35.000,00
TOTALE COSTI DI GESTIONE		897.081,00

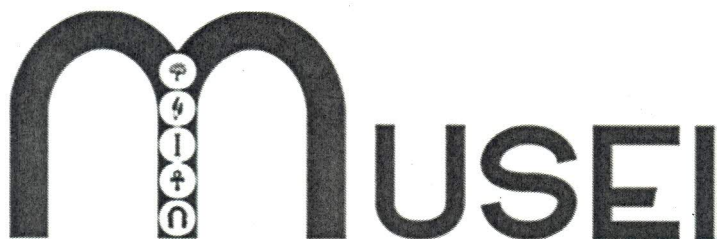
COSTI RELATIVI A COMMESSE			RICAVI	
FORNITORE	IMPORTO	TOTALE	COMMESSA	IMPONIBILE
affidamenti servizi esterni	354.642,59	463.642,59	Gestione Rete Museale	1.187.383,59
manutenzione ordinaria	20.000,00			
stampa biglietti	500,00			
attività promozionali	80.000,00			
costi del servizio	8.500,00			
costi del servizio	2.000,00	2.000,00	Supporto attività rendicontaz-Forestazione	80.000,00
affidamenti esterni	9.500,00	14.500,00	SUPPORTO AI RUP DEL SETTORE TECNICO	100.000,00
costi del servizio	5.000,00			
affidamenti esterni	40.000,00	40.000,00	Piano di coordinamento strategico delle politiche e degli strumenti di sviluppo locale attivi sul ciclo di programmazione 2014/2020 ed attivabili su ciclo di programmazione 2021/2027	40.000,00
costi del servizio	500,00	500,00	Supporto Settore Tecnico Provincia 2019/2020	9.840,00
TOTALE COMMESSE		520.642,59		1.417.223,59
TOTALE COSTI FISSI+COSTI COMMESSE		1.417.723,59		1.417.223,59



sannioeuropa

sapere e saper fare

AGENZIA PER LO SVILUPPO LOCALE SOSTENIBILE



Rete museale della Provincia di Benevento

PROPOSTA DI GESTIONE UNICA DI TUTTI I SITI MUSEALI

INDICE

1. Premessa.....	3
2. Lo Stato dell'Arte della Rete Museale.....	5
3. Principali criticità rilevate nell'attuale gestione operativa e possibili soluzioni.	10
4. Rilancio della Comunicazione e della Promozione della Rete Museale nella nuova visione unica ed integrata.....	14
5. La nuova governance della Rete Museale.....	15
6. Il rilancio delle Rete e la nuova concezione di Museo.....	19
7. Ruolo strategico del web.....	30
8. Ipotesi di riorganizzazione.....	33

1. Premessa

La Provincia di Benevento, con Deliberazione del Presidente n.418 del 28/12/2018 formulava indirizzi in merito all'affidamento dei Servizi connessi alla gestione delle strutture museali dell'Ente. Con determina n.621 del 05/03/2019 venivano affidate alla Sannio Europa, sulla base della proposta le attività promozionali della rete museale e della gestione dei siti già affidati a cooperative/cooperative sociali. Veniva, con la stessa determina, richiesto un programma delle attività fino al 31 dicembre 2019.

Considerati tutti i servizi erogati dalle cooperative in essere e fino a scadenza, si è proposto un programma delle attività di promozione e di riorganizzazione dei servizi museali in conformità alla proposta di Riorganizzazione presentata da codesta società conforme agli indirizzi formulati dal Presidente nella Delibera n.418 del 28/12/2018.

Le attività previste da programma inviato agli uffici della Provincia, in data 2 agosto 2019, prot n. U115 e fino al 31 dicembre e puntualmente realizzate erano le seguenti:

1. Ideazione, progettazione e realizzazione del brand della rete museale con un sotto brand fascia kids.
2. Progettazione della brochure della rete museale
3. Restyling, sulla base del nuovo brand, e attivazione del portale della rete museale.
4. Tools kids (fumetti, giochi...).
5. Accordi con le scuole per attività di alternanza scuola/ lavoro e altri progetti.
6. Concerti ad Arcos o al Museo del Sannio, alla Rocca dei Rettori o al Musa.
7. Convegni.
8. Eventi kids realizzati presso le varie strutture museali
9. Eventi adulti.
10. Riorganizzazione dei percorsi di visita e delle attività didattiche proposte presso le strutture museali in un programma organico e unitario.
11. Trenino dell'arte.
12. Accordi con agenzie di viaggio, alberghi e ristoranti di Benevento finalizzati alla migliore fruibilità logistica della rete museale.

13. Maggiore inclusione.
14. Didattica museale (caccia al tesoro, laboratori dedicati etc.).
15. Bookshop interno al Museo del Sannio e Bookshop presso Arcos.
16. Centro unico di prenotazione presso Sannio Europa.
17. Integrazione nelle audioguide di testi per il Museo del Sannio

Alla luce delle attività completate e delle criticità rilevate (non tutti i musei sono gestiti direttamente dalla società) si è riscontrata la necessità di una gestione unitaria dei siti.

Il presente documento rappresenta la **Proposta di una gestione completa e unica di tutti i siti della Rete Museale e del sito monumentale della Rocca dei Rettori** perché solo partendo da una visione unitaria rafforzata, però, ad una gestione unitaria è possibile garantire la massima fruibilità dei siti a favore dei visitatori, l'ottimizzazione delle risorse in questi impiegate, la valorizzazione del know-how interno all'Ente (ed alla sua partecipata), una promozione più efficace, grazie anche all'utilizzo di strumenti innovativi di comunicazione ed alla organizzazione di eventi mirati di grande profilo culturale/mediatico e costruire accordi strategici con altri importanti istituti culturali.

2. Lo Stato dell'Arte della Rete Museale

La Rete Museale della Provincia di Benevento, ad oggi, è così composta:

- ✓ **Museo del Sannio;**
- ✓ **Museo Arcos** – Sezione Egizia e Sezione di arte contemporanea;
- ✓ **Complesso di Sant'Ilario** a Port'Aurea;
- ✓ **Musa-** Polo della tecnica e del lavoro in agricoltura;
- ✓ **Geobiolab** - Laboratorio europeo della naturalità;
- ✓ **Meg-** Museo Enogastronomico di Solopaca;
- ✓ **Paleolab** - Museo geopaleontologico di Pietraroja.

Si aggiungono, a completamento del sistema museale della Provincia di Benevento, la **Biblioteca Provinciale** "Antonio Mellusi", il **Punto Informativo** presso il Terminal degli autobus, il **Trenino dell'arte** ed infine, di proprietà della Provincia, il sito monumentale della **Rocca dei Rettori Pontifici**.

Ad eccezione del **Meg** e del **Paleolab**, che sono affidati direttamente ai Comuni di riferimento, i servizi museali sono attualmente affidati alla Sannio Europa Scarl che li gestisce direttamente o tramite cooperative.

I **servizi al pubblico** includono un'ampia gamma di servizi di ospitalità e assistenza culturale, fondamentali per la valorizzazione del patrimonio e per la promozione della conoscenza culturale.

Essi comprendono tra gli altri:

- **servizi di informazione e di accoglienza del pubblico;**
- **servizi di biglietteria, anche on line;**



- **servizi di guida, assistenza didattica, centri di incontro;**
- **organizzazione di mostre, manifestazioni culturali e iniziative promozionali;**
- **servizio editoriale, negozi museali, vendita in e-commerce;**
- **servizi di caffetteria e ristorazione.**

Gli *orari di apertura e chiusura* coincidono per tutti i musei della rete ubicati nel centro storico. Musa - Polo della tecnica e del lavoro in agricoltura, Geobiolab - Laboratorio europeo della naturalità - sono aperti solo su prenotazione.

Di seguito riportiamo la tabella riassuntiva dei servizi museali richiesti dalla Provincia di Benevento ed attualmente affidati alla Sannio Europa scarl direttamente o attraverso cooperative.

Tab.1

SITO	AFFIDAMENTO SERVIZIO	SERVIZI
BIBLIOTECA PROVINCIALE	COOP. EPSILON	SEZIONE MEDIATECA E SERVIZI GENERALI (Front office, Back office); SERVIZI BIBLIOTECARI E COLLABORAZIONE ISTITUZIONALE, (Inventariazione e catalogazione informatizzata, archiviazione delle collezioni speciali, consulenza e assistenza agli utenti, collaborazione istituzionale, prestito inter bibliotecario, segreteria, sezione ragazzi, front office, back office); SEZIONE EMEROTECA (Front office, Back office)
COMPLESSO DI SANT'ILARIO	COOP. ARECA	<ul style="list-style-type: none"> • APERTURA, CUSTODIA E CHIUSURA, • BIGLIETTERIA, RECEPTION, ACCOGLIENZA ED INFORMAZIONE TURISTICA, • PULIZIA DEGLI SPAZI INTERNI ED ESTERNI AL SITO • VISITE GUIDATE, ASSISTENZA E PROIEZIONI MULTIMEDIALI • REALIZZAZIONE ED AGGIORNAMENTO DEL SITO WEB, • IDEAZIONE, REALIZZAZIONE E PROMOZIONE DI ATTIVITA' DIDATTICHE RIVOLTE ALLE SCUOLE E AL PUBBLICO ADULTO, • PRODUZIONE DI MATERIALE PROMOZIONALE, MODULISTICA, REPORT, STRUMENTI INFORMATICI MESSI A DISPOSIZIONE DELLA PROVINCIA, • PRIMO INTERVENTO DI RIPRISTINO IMPIANTI AUDIO/VIDEO E ATTREZZATURE
PUNTO INFORMATIVO	COOP. IDEAS	<ul style="list-style-type: none"> • APERTURA, CHIUSURA E PULIZIA, • ACCOGLIENZA ED INFORMAZIONE TURISTICA, • PRENOTAZIONI, • DISTRIBUZIONE MATERIALE INFORMATIVO, • PROMOZIONE MANIFESTAZIONI SVOLTE SUL TERRITORIO PROVINCIALE, • GESTIONE NUMERO VERDE
MUSA	COOP. SOCIAL LAB 73	<ul style="list-style-type: none"> • APERTURA, CHIUSURA,

		<ul style="list-style-type: none"> • PULIZIA SPAZI INTERNI ED ESTERNI, • SORVEGLIANZA DURANTE ORARIO DI CHIUSURA
<p>SEZIONE SARCOFAGHI, BOOKSHOP E INFOPOINT DEL MUSEO</p>	<p>COOP. MEDIATEUR</p>	<ul style="list-style-type: none"> • APERTURA, CUSTODIA E CHIUSURA, • BIGLIETTERIA, RECEPTION, ACCOGLIENZA ED INFORMAZIONE TURISTICA, • MODULISTICA E REPORTISTICA, • GESTIONE ATTIVITA' CONNESSE AGLI SPAZI MUSEALI, • PROGETTAZIONE ATTIVAZIONE E GESTIONE DI ATTIVITA' TURISTICO PROMOZIONALI, • MARKETING E PROMOZIONE TURISTICO CULTURALE, • AGGIORNAMENTO SITO INTERNET, • IDEAZIONE REALIZZAZIONE E PROMOZIONE ATTIVITA' DIDATTICHE, • EVENTI CULTURALI, • UTILIZZO DI TECNOLOGIE INNOVATIVE PER LA FRUIZIONE DEL MUSEO, • SOMMINISTRAZIONE QUESTIONARI, • GESTIONE BOOKSHOP MATERIALI PROMOZIONALI
<p>MUSEO DEL SANNIO</p>	<p>SANNIO EUROPA</p>	<p>SUPPORTO AI DIPENDENTI PROVINCIALI PER: APERTURA, CHIUSURA, ACCOGLIENZA ED INFORMAZIONE TURISTICA, ORGANIZZAZIONE EVENTI DI ESTERNI PRESSO IL MUSEO, SUPERVISIONE DEI REPERTI</p>
<p>MUSEO ARCOS</p>	<p>SANNIO EUROPA</p>	<ul style="list-style-type: none"> • APERTURA, CUSTODIA E CHIUSURA, • BIGLIETTERIA, RECEPTION, ACCOGLIENZA ED INFORMAZIONE TURISTICA, • MODULISTICA E REPORTISTICA, • GESTIONE ATTIVITA' CONNESSE AGLI SPAZI MUSEALI, • PROGETTAZIONE ATTIVAZIONE E GESTIONE DI ATTIVITA' TURISTICO PROMOZIONALI, • MARKETING E PROMOZIONE TURISTICO CULTURALE, • CREAZIONE E AGGIORNAMENTO SITO INTERNET, • GESTIONE DELLE PAGINE SOCIAL DEL MUSEO, • IDEAZIONE REALIZZAZIONE E



		<p>PROMOZIONE ATTIVITA' DIDATTICHE,</p> <ul style="list-style-type: none">• EVENTI CULTURALI, MATERIALE DIDATTICO• UTILIZZO DI TECNOLOGIE INNOVATIVE PER LA FRUIZIONE DEL MUSEO
<p>MUSEO GEOBIOLAB</p>	<p>SANNIO EUROPA</p>	<ul style="list-style-type: none">• APERTURA, CUSTODIA E CHIUSURA,• BIGLIETTERIA, RECEPTION, ACCOGLIENZA ED INFORMAZIONE TURISTICA,• MODULISTICA E REPORTISTICA,• GESTIONE ATTIVITA' CONNESSE AGLI SPAZI MUSEALI,• PROGETTAZIONE ATTIVAZIONE E GESTIONE DI ATTIVITA' TURISTICO PROMOZIONALI,• MARKETING E PROMOZIONE TURISTICO AMBIENTALE,• GESTIONE DELLE PAGINE SOCIAL DEL MUSEO,• IDEAZIONE REALIZZAZIONE E PROMOZIONE ATTIVITA' DIDATTICHE,• EVENTI CULTURALI, MATERIALE DIDATTICO,• UTILIZZO E PRIMO INTERVENTO DI TECNOLOGIE INNOVATIVE PER LA FRUIZIONE DEL MUSEO
<p>TRENINO DELL'ARTE</p>	<p>SANNIO EUROPA</p>	<ul style="list-style-type: none">• PROMOZIONE• GESTIONE APPUNTAMENTI• BIGLIETTERIA• ACCOGLIENZA E INFORMAZIONE TURISTICA DEL CENTRO STORICO• SEGNALAZIONE MANUTENZIONE
<p>ROCCA DEI RETTORI</p>	<p>COOP. SOCRATE</p>	<p>APERTURA, CUSTODIA E CHIUSURA. PULIZIA GIARDINI (su richiesta pulizia giardini laterali Museo Arcos e pulizia spazi esterni Museo del Sannio)</p>

3. Principali criticità rilevate e possibili soluzioni.

Di seguito sono presentate le principali criticità.

CRITICITA' 1: Sono previsti *biglietti d'ingresso* solo per Museo del Sannio, Chiostro di Santa Sofia, Museo Arcos - Sezione Egizia, Complesso di Sant'Ilario, Trenino dell'arte, e un *biglietto unico*, valido due giorni, che comprende l'ingresso a Museo del Sannio e Chiostro di Santa Sofia, Museo Arcos - Sezione Egizia (l'ingresso all'arte contemporanea è gratuito) e Complesso di Sant'Ilario Museo dell'Arco di Traiano. **Per Geobiolab e Musa**, che a differenza degli altri siti si trovano lontani dal centro storico della città di Benevento - e comunque sono aperti solo su prenotazione - sono previsti biglietti d'ingresso separati.

CRITICITA' 2: Tutte le strutture museali sono provviste di *biglietteria*. I biglietti d'ingresso al Museo del Sannio si fanno presso il Book Shop. È l'unica ubicata all'esterno del museo. L'esperienza di questi ultimi anni di gestione di siti museali della Provincia di Benevento ci ha dimostrato che **tale scelta logistica ha spesso scoraggiato il visitatore** il quale, immaginando di trovare presso il museo la biglietteria, per non perdere tempo rinuncia all'ingresso.

CRITICITA' 3: Fatta eccezione per un distributore di bevande presso il Museo del Sannio **non sono presenti punti di ristoro nel resto dei siti**. Si segnala l'esistenza di un Bar attrezzato - ma non funzionante - presso il museo Arcos.

CRITICITA' 4: Essendo presenti in città il sito monumentale della **Rocca dei Rettori**, sede e proprietà della Provincia di Benevento, e situato proprio accanto al Museo Arcos ed al Museo del Sannio e il **Museo Diocesano**, unico altro museo presente in città e di grande interesse storico culturale, ubicato comunque nelle vicinanze, sarebbe opportuno includere nel processo di

promozione questi due siti per completare il percorso museale in città e potenziare l'offerta.

CRITICITA' 4: Manca ancora una visione unitaria (data l'attuale gestione separata dei siti) che preveda la costruzione di accordi strategici con i principali musei della Campania e con i principali musei nazionali ed europei. La mancanza di accordi relativi sia all'organizzazione di mostre ma anche di convegni scientifici a tema, o per la redazione di testi che valorizzino la ricchezza delle collezioni, **penalizza**, soprattutto al di fuori del territorio provinciale, **la visibilità dei musei della rete.**

Segue una Tabella schematica che mette in relazione servizi, criticità e possibili soluzioni.

Tab. 2

FUNZIONE	SERVIZIO	CRITICITA'	SOLUZIONE
Accoglienza	Informazioni sui musei della rete	Manca l'informazione organica sulla rete museale , su ciò che i musei offrono, sugli orari di apertura e chiusura, sui prezzi dei biglietti e soprattutto la prima informazione che il visitatore in genere utilizza: quella via web.	Sannio Europa ha già realizzato un sito web della rete museale con pagine dedicate ai singoli musei ed una brochure light della rete museale, il prossimo passo potrebbe essere l'attivazione dei social network e la realizzazione di un depliant della rete oltre che la realizzazione delle rispettive versioni in lingua inglese
	Biglietteria	Qui si evidenziano due problemi: la questione dell'infelice scelta logistica della biglietteria esterna al museo del Sannio e la manca di biglietti per percorsi tematici .	Biglietteria interna al Museo del Sannio e realizzazione di biglietti unici anche per i musei della natura .(UNICO NATURA)
	Bookshop	Come per la biglietteria l'unico bookshop attualmente esistente è esterno al museo del Sannio.	Bookshop anche presso Arcos e presso gli altri musei, se possibile, e internalizzazione del bookshop del Museo del Sannio
	Servizio ristoro- bar	Ad eccezione di distributore al Museo del Sannio non ci sono altri punti ristoro	Attivazione bar ad Arcos e previsione spazio bar al Museo del Sannio (da esternalizzare)
Didattica	Programmazione percorsi	La programmazione dei percorsi risente della mancanza di una visione organica.	La programmazione da parte di Sannio Europa di tutti i percorsi da proporre alle scuole con i relativi laboratori
Conservazione delle opere	Monitoraggio delle opere	Manca un monitoraggio annuale sullo stato dei reperti per i musei storico-archeologici	Report annuale sullo stato dei reperti da restaurare.
	Restauro opere	Le attività di restauro sono in carico alla sola Provincia di Benevento.	Attività di ricerca finanziamenti
Manutenzione	Monitoraggio e manutenzione ordinaria	Manca monitoraggio trimestrale delle attrezzature e tempestivi interventi di ripristino	Report semestrale sullo stato dei siti utile per la programmazione degli interventi
Promozione	Programmazione promozione	Pur esistendo una programmazione della promozione per tutta la rete museale questa non trova piena attuazione a causa della gestione separata di alcuni siti	Centralizzazione della governance delle attività di promozione in capo a Sannio Europa attraverso la gestione museale unitaria
	Accordi di valorizzazione in sinergia con i più importanti siti museali e associazioni culturali nazionali e internazionali	Non sono attualmente in essere accordi valorizzazione in sinergia con i più importanti siti museali e associazioni culturali nazionali e internazionali	Nuova visione dei musei che dialogano con i più importanti siti museali e associazioni culturali nazionali e internazionali attraverso la stipula di accordi.



	Partecipazione a fiere	Non c'è presenza della rete museale alle principali fiere nazionali ed internazionali	Programmare la presenza alle principali fiere nazionali ed internazionali
	Accordi strategici per la promozione turistica	Mancano accordi unitari per la rete museale con tour operator, agenzie di viaggio e strutture ricettive	Azioni di coinvolgimento di tour operator, agenzie di viaggio e strutture ricettive
	Rapporti con la stampa	Manca un ufficio stampa per l'intera rete museale	Attivazione di un ufficio stampa dedicato alla rete museale
Pulizia ordinaria e giardinaggio	Gestione pulizia	Non c'è una gestione unitaria della tenuta di pulizia dei vari siti	Affidamento unico della pulizia interna, affidamento unico per il giardinaggio dei siti che hanno il giardino



4. Comunicazione e Promozione della Rete Museale nella nuova gestione unica ed integrata.

Le attività più propriamente di comunicazione, di promozione turistico-culturale e didattiche fino a pochi mesi fa, gestite in modo differenziato dai soggetti delegati alla gestione dei singoli musei della Provincia di Benevento, sono oggi in capo alla Sannio Europa scrl che ha messo in campo una **visione unica ed integrata**, una **strategia di marketing della rete museale nella sua unità** ed, ancora, una **politica armonica dell'offerta**.

Prendendo spunto dalla proposta di riorganizzazione dei servizi museali, Sannio Europa scrl ha realizzato delle azioni di comunicazione e promozione del sistema museale, che tengono conto delle identità - in termini artistici e culturali - dei singoli musei, ma - al tempo stesso - considerano i singoli siti museali come elementi di un reticolo storico-culturale organico al territorio a cui appartengono.

Tale funzione, in verità, dovrebbe operare in sinergia anche con siti museali non di proprietà dell'Ente, perché i percorsi culturali che testimoniano la storia dei popoli non dovrebbero mai essere "disallineati" ma - piuttosto - dovrebbero interagire per consentire l'organizzazione di tour tematici, legati alle differenti epoche storiche, di cui i vari musei spesso rappresentano solo singole tappe.

Quindi, come primo elemento di rilancio e potenziamento delle azioni di Comunicazione e Promozione, è stata delineata la **nuova visione della Rete Museale dell'Ente**, intesa non solo come insieme di siti di proprietà, ma soprattutto come **reticolo invisibile che comunica un'immagine unitaria** e potente del luogo in cui insiste, creando - evidentemente - un grande valore per l'utente.

Essendo presenti, infatti, in città il sito monumentale della **Rocca dei Rettori**, sede e proprietà della Provincia di Benevento, e situato proprio accanto al Museo Arcos ed al Museo del Sannio e il **Museo Diocesano**, unico altro museo presente in città e di grande interesse storico culturale, ubicato comunque nelle vicinanze, si dovrebbe cominciare a includere nel processo di promozione proprio questi due siti per completare il percorso museale in città e potenziare l'offerta.

5. La nuova governance della Rete Museale.

Uno dei fattori più importanti per realizzare - in tempi rapidi e con professionalità e competenza - il rilancio dell'immagine unitaria della Rete Museale della Provincia di Benevento è rappresentato dalla possibilità di capitalizzare lo straordinario know how presente all'interno dell'Ente e della sua Agenzia in house Sannio Europa, che appare come il soggetto naturalmente deputato a gestire, in collaborazione e con la supervisione dei vertici della Provincia di Benevento, la nuova strategia unitaria ed in grado di poter ricoprire - naturalmente per conto dell'Ente proprietario - quel ruolo strategico e di coordinamento nella nuova organizzazione e gestione dei musei. Infatti il ruolo di Sannio Europa, società in house della Provincia di Benevento, sia come soggetto responsabile della gestione delle strutture museali, sia come soggetto responsabile della promozione della rete museale, garantirebbe l'unitarietà dell'azione strategica ed una efficiente ed efficace valorizzazione della suddetta rete.

Sannio Europa è inoltre - in grado di avviare- in tempi rapidissimi - il nuovo progetto di promozione della rete museale che, attraverso la riorganizzazione dei servizi ed una comunicazione integrata dell'immagine unica del sistema museale, possa "innovare e migliorare" la percezione della conoscenza del patrimonio culturale dell'Ente e suggerire al pubblico percorsi di fruizione dei musei, delle raccolte storiche, artistiche e naturalistiche.

Alcuni degli strumenti di comunicazione già sviluppati, in quest'ottica, dalla Sannio Europa per l'Ente sono:

- **Studio e Design del nuovo logo identitario della Rete Museale;**
- **Studio ed elaborazione di un'immagine coordinata del Sistema di Rete;**
- **Attivazione del Portale web della Rete e dei relativi canali Social;**
- **Studio e Design della nuova Brochure della Rete Museale;**
- **Armonizzazione degli standard di servizio tra i diversi siti Museali.**

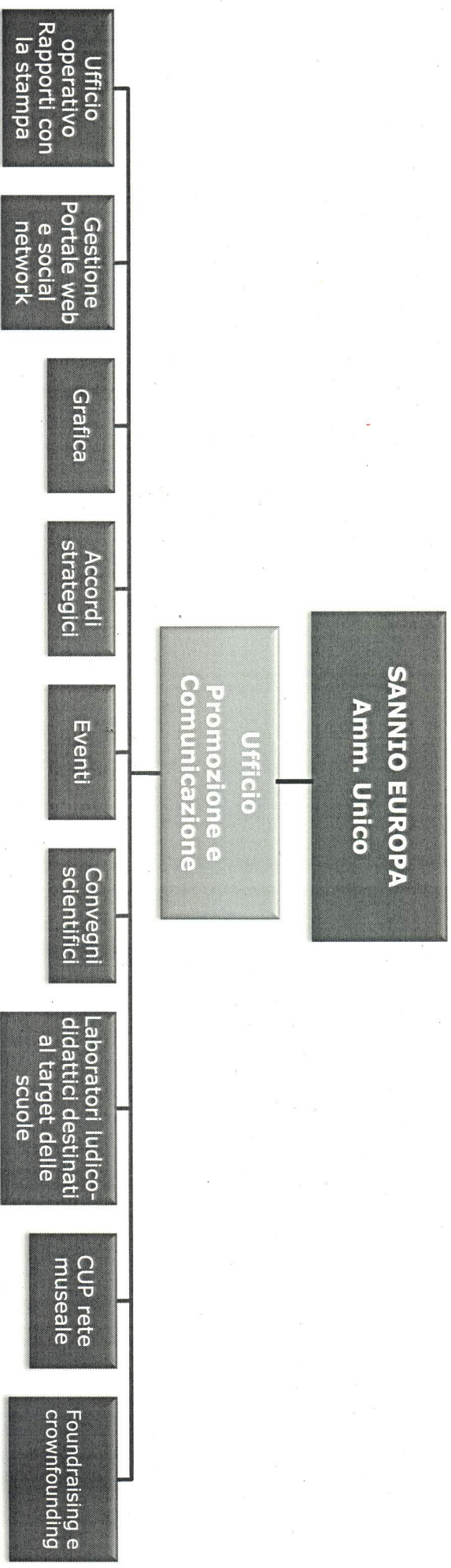


Tali strumenti di comunicazione forniranno nozioni di servizio ma anche spunti di approfondimento agli utenti, per accrescere la conoscenza dell'offerta museale e per incentivare lo scambio di informazioni e la cooperazione tra le singole realtà.

**LA PROMOZIONE DELLA RETE MUSEALE
INTEGRATA**



**ORGANIZZAZIONE DELLE PRINCIPALI
ATTIVITA' DI COMUNICAZIONE DELLA
RETE MUSEALE**



6. Il rilancio delle Rete e la nuova concezione di Museo

Secondo Kotler (2004), le trasformazioni che i musei stanno mettendo in pratica, reinventandosi e adattandosi alle nuove condizioni dell'ambiente, possono essere considerate come la risposta a situazioni che ai manager e agli esperti dei musei appaiono come sfide. Egli individua quindi tre macro-sfide di diverso genere da fronteggiare: la prima riguarda la creazione, da parte del museo, di una *missione* in grado di suscitare interesse, offrendo *un'identità* ben precisa al museo. La seconda sfida consiste nella **creazione di un pubblico stabile** e nel sostegno della collettività dei clienti. La terza sfida infine è quella di cercare di concepire *un metodo di sostentamento* del museo a lungo termine.

6.1 L'identità

La condivisione e il perseguimento di un'idea-guida che accomuni le attività interne ed esterne alla rete museale, necessiterà di un'impostazione organizzativa unitaria e coerente.

Come è composta la rete museale? A chi appartiene? Come è tematicamente strutturata? Cosa bisogna promuovere? In che modo? Quali sono le possibili interazioni tra musei? *Queste domande devono trovare risposte chiare per tutti affinché nessuno possa più creare confusione d'immagine della rete con azioni volte scoordinate tra i musei che la compongono.*

La creazione di un'identità permette di identificare le finalità dell'istituzione e di comunicarla.

Un tema importante e ancora carente nella definizione dell'identità della rete è quello dei tematismi.

Per una corretta comunicazione sarà necessaria poi la definizione di un'identità anche visiva attraverso un brand dell'intera rete museale chiara e riconoscibile per l'utenza.

Si tratta del ricorso a *un brand* (logo grafico della rete di musei) che rispecchi l'identità della rete museale e di sottobrand dei singoli musei coerenti con l'immagine madre ed in linea con quella dei maggiori musei europei per dare organicità e riconoscibilità alle azioni che i musei vorranno mettere in campo. Tutti gli strumenti di comunicazione, infatti,

necessitano di comunicare un'immagine la cui prima veste è data da un segno grafico che, se coerente con il settore nel quale si agisce, rappresenta il primo elemento che si posiziona nella mente dell'utente e rende riconoscibili e unitarie tutte le altre azioni di promozione.

Il brand della rete museale dovrebbe essere lineare, pulito facilmente comunicabile attraverso i media tradizionali e il web. La purezza delle linee, infatti, comunica modernità, la semplicità del carattere ne facilita il ricordo e la coerenza d'immagine con i maggiori musei europei genera nella mente dell'utente potenziale un'identificazione positiva.

Il brand va poi adeguatamente diffuso attraverso gli strumenti di comunicazione. Perfino chi è addetto al front office e per garantire la percezione dell'immagine unica della rete dovrebbe avere una maglia che riporta il brand unico differenziato per colore a seconda del sito museale.

6.2 Creazione di un pubblico e stabile sostegno della collettività dei clienti.

Il secondo punto per Kotler riguarda la *creazione di un pubblico stabile*.

«La sfida che i musei devono affrontare non è solo offrire un'esperienza positiva a coloro che li visitano, ma migliorare le proprie tecniche di marketing al fine di attirare coloro che ancora non l'hanno fatto» (Kotler, 2004).

Le sfide sono:

- *Escogitare dei metodi per attrarre i non visitatori;*
- *Diversificare il pubblico e raggiungere nuovi segmenti;*
- *Coinvolgere maggiormente i visitatori per portarli a compiere visite più frequenti;*
- *Creare nuovi programmi e servizi che possano offrire un'esperienza divertente ed appagante;*
- *Stringere accordi con operatori turistici e amministrazioni locali per offrirsi come destinazione turistica.*

Dobbiamo pensare però che il museo di nuova concezione non è più un luogo chiuso in se stesso, statico e cristallizzato nella logistica delle sue opere e nella visione privilegiata ed esclusiva degli studiosi, ma aperto al mondo esterno attraverso un rapporto di osmosi continua che genera processi culturali aperti e migliorativi della società stessa.

A conferma di ciò basta richiamare la definizione di museo data dall'International Council of Museum (ICOM), dalla quale emerge come il ruolo del museo si sia trasformato, passando da attore deputato esclusivamente alla conservazione dell'heritage di un territorio, a promotore di cultura e di valore aggiunto per l'intera società attraverso la divulgazione del patrimonio racchiuso al suo interno.

Il museo moderno guarda al pubblico che entra all'interno delle sue mura come stakeholder che partecipa al processo culturale e genera percorsi nuovi e condivisi.

In quest'ottica il marketing dei musei non può più essere concepito come processo di marketing orientato all'offerta ma come processo orientato alla domanda. Domanda di un pubblico sempre più consapevole del ruolo partecipativo e pro attivo che può svolgere anche alla luce dell'interconnessione global creata dal web e dai social, in particolare.

Nel mondo in cui viviamo, non è più possibile ignorare i processi di partecipazione dal basso che pervadono ormai la società.

Del resto la necessità di condividere la cultura, una cultura che è di tutti e deve appartenere a tutti, richiede approcci più comprensibili anche al largo pubblico che oggi è oltretutto multiculturale e i musei non possono ignorarlo.

I musei moderni non sono più templi della cultura per pochi, luoghi fermi nel tempo ma si aprono al mondo attraverso linguaggi nuovi volti ad avvicinare pubblici prima restii e pubblici ora nuovi.

Il marketing così, rispondendo alle nuove esigenze, si evolve proponendo strumenti più adatti a coinvolgere i nuovi pubblici. Il museo tradizionale, in altre parole, deve evolvere da una struttura product-oriented, preoccupata principalmente a conservare, studiare, ricercare, inventariare, catalogare e tutelare oggetti, opere e collezioni, al museo market-oriented, in cui l'erogazione del servizio museale avviene basandosi sui bisogni del visitatore, in un'ottica di orientamento al consumatore propria della disciplina del marketing, finalizzata a favorire l'incontro tra domanda ed offerta.

Il cosiddetto marketing dei servizi ha grandi potenzialità poiché il consumatore ha sempre più bisogno di sentirsi unico, coccolato e ascoltato; i suoi bisogni sono sempre più immateriali (quelli che Maslow poneva al vertice della famosa piramide) e si concentrano in particolare nel bisogno di sicurezza e di relazione.

Considerato in una prospettiva di ricerca, questo rinnovato approccio alla gestione dei musei ha generato negli anni un significativo aumento di studi e analisi empiriche interessate a comprendere il comportamento del "consumatore" all'interno del museo



(consumer behaviour) e il valore dei servizi a questo dedicati (service marketing) (Ferraro, 2011). In sostanza, sia le pratiche manageriali che la ricerca si sono via via concentrate sulla definizione e adozione di azioni che riguardassero la gestione dei flussi di utenza (Visser Travagli, 2012).

Le organizzazioni museali possono essere concepite come organizzazioni di servizi (Pencarelli e Splendiani, 2011; Camarero e Garrido, 2011), knowledge intensive, all'interno delle quali il visitatore considera gli addetti al servizio non come semplici erogatori che offrono una prestazione, bensì come parte integrante e inscindibile del servizio stesso (Bowene Lawler, 1992; Gummesson, 2002). In questo tipo di organizzazioni è strategica la professionalità del personale (Swailles, 2003) poiché impatta significativamente sul valore percepito da chi usufruisce del servizio (Hoffman et al., 2007; Kotler e Keller, 2006; Bonfanti e D'Allura, 2014). Le professioni che prestano servizio all'interno del museo sono infatti deputate ad acquisire, conservare, organizzare e rendere accessibile tutto ciò che racconta la storia e l'evolversi della società, rendendo il visitatore parte attiva nel processo di costruzione e trasmissione del sapere (Visser Travagli, 2012).

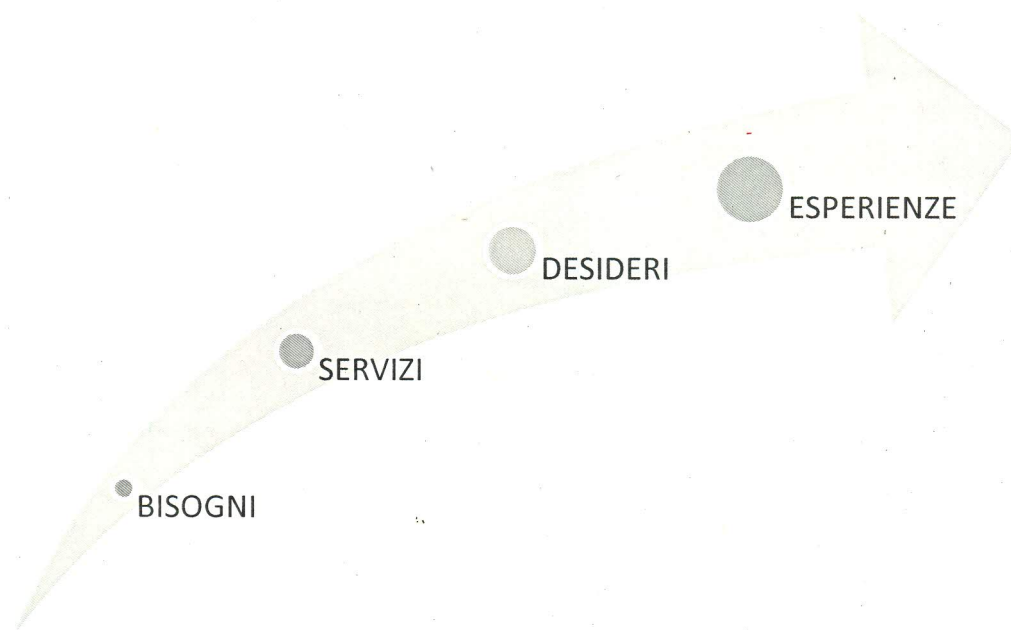
L'orientamento al cliente all'interno dei musei si sostanzia, infatti, nel mettere in atto azioni orientate sia alla qualità del servizio per il visitatore che alla custodia del patrimonio artistico racchiuso al suo interno (Camarero e Garrido, 2011). In aggiunta, gli studiosi (Camarero e Garrido, 2008; Woodside, 2005; Pelham e Wilson, 1996) hanno dimostrato che l'orientamento al cliente all'interno del museo, ovvero la capacità di intercettare i bisogni, gli interessi e le preferenze dei visitatori e conseguentemente il riuscire a sviluppare programmi, attività ed esperienze che siano in grado di soddisfarli, conducono ad una performance economica superiore.

Ne deriva che sviluppare valori e cultura orientati al cliente significa, innanzitutto, veicolare il messaggio che il nuovo orientamento non minaccia la naturale vocazione di tale istituzione (Gainer e Padanyi, 2005). Per far ciò è fondamentale che l'organizzazione museo sia in grado di mettere in atto efficaci politiche di comunicazione interna che possano sostenere il personale durante questo cambiamento, e di rimarcare che una rinnovata gestione, maggiormente orientata all'utente, non danneggia il tradizionale ruolo del museo quale custode della tradizione culturale di un territorio.

Dunque, la riconfigurazione dei servizi museali richiede innanzitutto un'unitarietà della

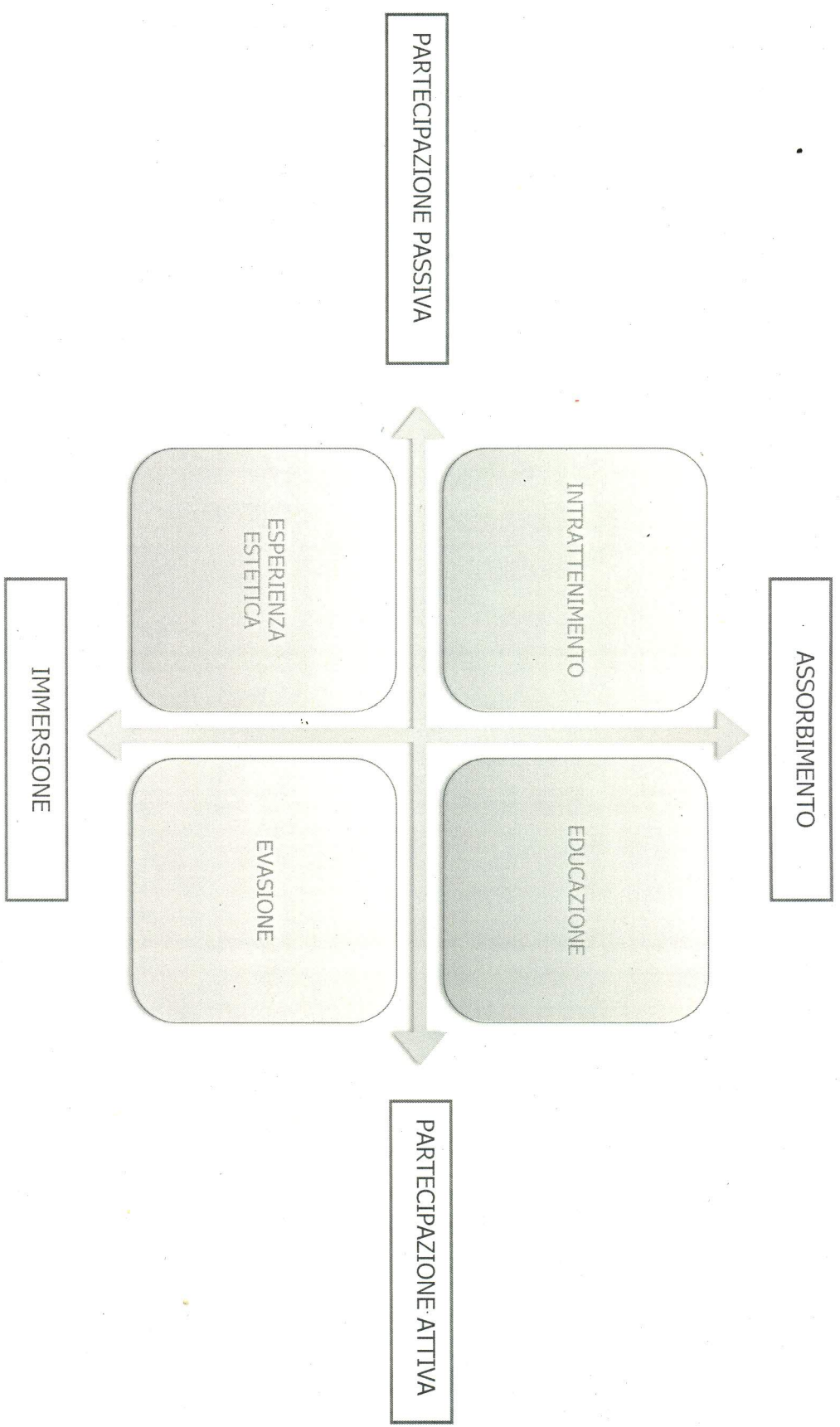
visione strategica, orientata al cliente, che sia condivisa da tutti gli operatori del sistema museo.

Va però aggiunto che, nell'era attuale, i beni e i servizi non bastano più e, da soli, non sono sufficienti per fare in modo che i consumatori siano soddisfatti e gratificati. C'è bisogno di produrre delle esperienze che derivino dagli atti di consumo.



Per Pine e Gilmore, le esperienze possono essere:

- di intrattenimento: si assorbe passivamente ciò che accade attraverso i sensi (ascoltare la musica);
- educative: si vivono gli eventi partecipandovi attivamente con il corpo o con la mente (ambito della formazione);
- estetiche: ci si immerge fisicamente in un evento ma restano passivi (visitare una mostra);
- di evasione: si partecipa in modo attivo (il casinò).



Elementi da considerare nella progettazione di esperienze memorabili:

- Tematizzare l'esperienza;
- Progettare e armonizzare le impressioni;
- Coinvolgere i cinque sensi;
- Integrare con oggetti ricordo

Secondo B. Schmitt esistono 5 diversi tipi di esperienza che lui definisce SEM (Strategic Experiential Modules):

- Sense: esperienze che smuovono l'apparato sensoriale dei clienti (gusto, olfatto, tatto, udito e vista)
- Feel: creare o rievocare esperienze affettive legate al brand stimolando i sentimenti interiori del consumatore
- Think: creare stimoli ed esperienze per la mente stimolando le capacità intellettive e creative dell'uomo e le sue abilità di problem solving
- Act: esperienze che coinvolgono la fisicità, gli stili di vita e le interazioni
- Relate: esperienze che risultano dal porsi in relazioni con altri individui e altre culture.

Sannio Europa intende riconfigurare i servizi della rete museale e riprogettarne la promozione in ottica customer oriented servendosi anche degli strumenti del marketing esperienziale e dell'event marketing.

Attraverso il cosiddetto marketing strategico relazionale si utilizza l'evento per promuovere il museo e ci si avvicina e si crea un'integrazione più sentita del brand con utente.

L'evento si trasforma in vera e propria strategia di branded entertainment.

L'obiettivo è sviluppare un coinvolgimento totale, ed emotivamente intenso, al fine di fidelizzare l'utente del museo e renderlo a sua volta promotore del sito museale.

Un'esperienza molto positiva di marketing esperienziale, in ambito didattico, è stata quella sperimentata, alla Sezione Egizia di Arcos, con la *Caccia al tesoro* teatralizzata che rende i ragazzi protagonisti di un'avventura e permette giocando di imparare la storia. Si tratta di un'esperienza museale di forte coinvolgimento emotivo: luce soffusa, statue che si animano, personaggi del mito che accompagnano, enigmi da risolvere, gioco di squadra. Il mix proposto ha avuto un tale successo che, per questo tipo di attività, si è potuto verificare che ha funzionato addirittura il passaparola fuori regione. I laboratori creativi rappresentano un altro esperimento riuscito: lo sbalzo in particolare, benché concepito per

bambini della scuola primaria, è ora molto richiesto dalle classi liceali.

Per quanto riguarda strategia di branded entertainment, i concerti tra i reperti, con l'enorme successo riscosso, hanno rappresentato uno straordinario veicolo di promozione del brand museale.

Fondamentale è dunque interagire con il lato emozionale del visitatore.

Tuttavia puntare sull'event-marketing tout court può essere fuorviante perché si rischia la deriva verso un settore diverso da quello di interesse; pertanto una strategia efficace di marketing relazionale esperienziale legata ai musei non dovrebbe mai prescindere dal veicolare, usando come piattaforma l'evento, quello che è il vero obiettivo della campagna di promozione: il museo.

L'idea è che l'evento faccia da traino portando le persone a conoscere l'inestimabile patrimonio storico-archeologico.

Del resto soprattutto attraverso la gestione dei servizi e della promozione della Sezione Egizia di Arcos è stato possibile fotografare la situazione attuale e sperimentare come i nuovi approcci di marketing museale possano, non solo risvegliare l'interesse della collettività territoriale per il museo, ma anche coinvolgere nuovi stakeholders.

6.3 Massima fruibilità e Musei inclusivi

L'attrazione di pubblici passa necessariamente anche per l'organizzazione logistica dei servizi.

A titolo esemplificativo: tra i **problemi** particolarmente evidente è quello della collocazione della **biglietteria e del bookshop** del museo del Sannio all'esterno della struttura e comunque fuori del cortile d'ingresso.

Chi entra nel perimetro del museo deve essere accolto e facilitato. In ottica di massima fruibilità, deve trovare subito tutte le informazioni, poter effettuare l'ingresso, e poter vivere l'atmosfera del museo, all'interno, attraverso un punto ristoro ed il bookshop. Non di rado condizioni meteo sfavorevoli infatti creano disagio al visitatore del sito museale.

Sannio Europa ha attivato un **Centro Unico di Prenotazione (CUP rete museale)** per garantire coordinamento e massima fruizione dei siti museali.

I musei devono anche essere quei luoghi che «consentono ai visitatori *con bisogni speciali* di fruire del tempo libero in modo appagante, senza ostacoli né difficoltà, e quindi in condizioni di autonomia, sicurezza, comfort» (Presidenza del Consiglio dei Ministri, 2013).

È importante evidenziare che l'*accessibilità* museale si inserisce nel contesto dell'*audience engagement* – AE – definito dall'Unione Europea proprio come un «*processo strategico, dinamico ed interattivo per rendere le arti più accessibili. Nello specifico l'AE ha l'obiettivo di coinvolgere i singoli individui e le comunità in momenti legati al mondo culturale anche attraverso esperienze di volontariato, co-creazione artistica e di utilizzo di nuove tecnologie*».

I musei devono essere inclusivi coerentemente con un "nuovo" approccio, conscio del ruolo attivo del pubblico nella costruzione dell'esperienza museale, devono riflettere sulle modalità migliori per attrarre un pubblico diversificato e, soprattutto, non escludere (fisicamente, cognitivamente, intellettualmente), ma anzi, possibilmente, fidelizzare, coloro che varcano la soglia del museo.

Va garantita al pari delle altre la medesima qualità nelle esperienze di fruizione del museo attraverso una accessibilità fisica, culturale e sensoriale che permetta la massima inclusione con particolare attenzione a persone più fragili, con abilità e necessità diverse.

Valutare la qualità dell'offerta accessibile implica l'analisi di aspetti fortemente correlati fra loro che vanno dall'attivazione concreta di strategie per l'inclusione (ad esempio, percorsi specifici o soluzioni multisensoriali) all'adozione di un approccio accogliente, insieme ad una comunicazione chiara e puntuale.

Ipotizzare un museo aperto all'inclusione della disabilità significa, d'altronde, rispondere a una molteplicità di pubblici le cui esigenze, per quanto reali, non sempre sono dichiarate: mamme con il passeggino, anziani che hanno bisogno di soste frequenti, sordi, persone ipovedenti, etc.

Aprire il museo alla disabilità, inoltre, ci offre l'opportunità di riformulare la complessità delle nostre strategie educative. Omogenee, troppo spesso verbali e basate su approcci visivi. L'accessibilità ci obbliga a considerare le differenze di ognuno anche solo nell'accettazione della varietà degli stili di apprendimento di cui anche i pubblici già fedeli sono portatori.

Per quanto detto, la riorganizzazione e gestione unitaria di tutti i siti museali, immaginata da Sannio Europa, prevedrà un approccio inclusivo attraverso la messa in campo strumenti (ad esempio: audio guide per ipovedenti), tecniche utili (visita guidata con esperto del linguaggio dei segni, laboratori tattili) e cura e accompagnamento dell'utente nel rispetto dell'approccio customer oriented, per coinvolgere pubblici con esigenze diverse.

A tale scopo sarà previsto un momento di formazione anche per il personale addetto ai musei (custodi, accompagnatori, guide turistiche, addetti ai laboratori, archivisti ...), al fine di armonizzare i comportamenti e garantire a tutti visitatori dei siti museali lo stesso livello di servizio.

6.4 Metodo di sostentamento

Per quanto riguarda il terzo punto e forse il più delicato, cioè la ricerca di finanziamenti alcune opportunità potrebbero essere le seguenti:

- il turismo: Collaborare con le agenzie turistiche ed i tour operators può apportare grandi benefici ai musei in termini di biglietti venduti.
- Partnership, sponsorizzazioni e accordi di marketing: creare alleanze tra imprese e musei o altre aziende non-profit è un'importante leva per aumentare la visibilità reciproca e facilitare l'attività promozionale.
- Attività di marketing tout cour.

E naturalmente il fundraising e il crowdfunding.

Ambrogetti, Coen Cagli e Milano definiscono il fundraising come "Un'attività strategica di reperimento di risorse finanziarie volte a garantire la sostenibilità di un'organizzazione nel tempo e a promuovere il suo sviluppo costante, affermando, verso una molteplicità di interlocutori, la verità sociale dell'organizzazione stessa".

Il fundraising è anche e soprattutto gestione efficace ed efficiente dei legami tra un'organizzazione ed i soggetti (individuali e collettivi) presenti nell'ambiente in cui essa opera; ha a che fare non tanto con il chiedere denaro alle persone quanto piuttosto nel generare rapporti duraturi che predispongano al dono.

Il crowdfunding è quel processo mediante il quale una moltitudine di persone collabora donando piccole o grandi somme di denaro attraverso il web, al fine di sostenere e finanziare progetti, idee e imprese.

7. Ruolo strategico del web

L'utilizzo dei nuovi media di comunicazione digitale nella loro complessità e interazione appare come una scelta di vivere la contemporaneità, rivendicando per la propria istituzione culturale un ruolo attivo, in cui si può assumere la duplice funzione sia di, "attrattore culturale (unendo diverse comunità e offrendo loro un terreno comune) che attivatore culturale (stimolando attivamente l'interpretazione, l'esplorazione e la rielaborazione)", per parafrasare Pierre Levy.

7.1 IL PORTALE INTERNET

L'utilizzo della rete Internet a scopi informativi costituisce per il Piano di comunicazione una scelta strategica estremamente significativa, in quanto si tratta di uno strumento moderno, flessibile, di facile uso e in forte espansione anche presso le pubbliche amministrazioni.

Il nuovo portale web strutturato prevede diverse sezioni relative ad i singoli siti museali in cui i principali reperti saranno presentati in tecnologia 3D e corredati di fiche informativa descrittiva così come già avviene nei principali musei del mondo. Con la realizzazione su web della sezione "Musei virtuali" si punta ad estendere on-line i contenuti del museo reale attraverso nuove forme di offerta quale la visita virtuale in funzionalità remota o contenuti virtuali in presenza.

Con l'utilizzo delle tecnologie e metodologie innovative, soprattutto grazie agli strumenti che Internet mette a disposizione (siti web istituzionali, social network, mondi virtuali, aggregatori di contenuti, blogosfera), si mira ad avvicinare nuovi pubblici, per fornire modalità aggiuntive di accesso ai contenuti dei musei, per preparare e migliorare l'esperienza di visita, per favorire l'approfondimento e agevolare le diverse necessità di apprendimento.

In tale ambito si segnalano molte esperienze di eccellenza sia nazionali che internazionali. Per esempio, Il Museo dell'Hermitage di San Pietroburgo, consente, tra le opzioni di visualizzazione virtuale, le virtual visit per le sale.

Altro esempio è rappresentato dal progetto X3D del Museo Smithsonian, il più grande complesso museale al mondo. Grazie alle nuove tecnologie di scansione 3D, che permettono di ricreare rapidamente una versione virtuale di qualsiasi oggetto, che può poi

essere ri-fisicizzata attraverso le sempre più diffuse tecnologie di stampa tridimensionali, l'intera collezione sarà a disposizione di qualunque scuola, museo o istituto di ricerca, in ogni parte del globo.

7.2 IMMAGINE ATTRAVERSO I SOCIAL NETWORK E STRUMENTI WEB 2.0.

I social network oggi sono i siti web più visitati al mondo. Permettono agli utenti iscritti di condividere informazioni e contatti tra di loro. Ad oggi molte informazioni o news vengono apprese direttamente dai social network piuttosto che da altri siti web o dai media tradizionali.

Per un museo, avere una pagina attiva sui social attraverso la quale offrire informazioni ai clienti può essere un gran valore aggiunto. I principali social e strumenti Web 2.0 che si potrebbero utilizzare per valorizzare la rete museale sono:

- Wiki è «un particolare tipo di sito Web che consente a più utenti di crearne e modificarne le pagine.
- Tagginge folksonomia è la tecnica con la quale si associa a un contenuto una sorta di “etichetta” che lo identifica e classifica all'interno della rete.
- Podcasting: questo neologismo inglese deriva dalla fusione di due termini: il primo è iPod, il celebre lettore mp3 portatile prodotto dalla Apple che consente la fruizione di file audio e video ovunque ci si trovi; il secondo è broadcasting, che letteralmente significa trasmissione.
- Flickr è un sito web multilingua che permette ai propri iscritti di condividere fotografie personali con chiunque abbia accesso a internet.
- Social Networking una serie di tecnologie e servizi disponibili in rete che consentono ai singoli di partecipare a vere e proprie comunità virtuali, basate unicamente sugli strumenti d'interazione disponibili online,
- Facebook
- YouTube
- Foursquare: social network basato sulla geo-localizzazione, tramite web e

applicazioni GPS per dispositivi mobili, facendo check-in in una delle strutture registrate la persona iscritta può accedere ad un sistema di premi virtuali. L'iscritto può esprimere dei giudizi e dare dei voti attraverso un sistema di rating.

- Tripadvisor, social network di viaggiatori, che si scambiano foto, impressioni e recensioni su attrazioni turistiche.
- Tecnologia 3D e musei virtuali ingloba tutte quelle apparecchiature in grado di far uscire l'immagine dal limite bidimensionale di uno schermo per far percepire il volume tridimensionale delle figure.
- Instagram consente di condividere immagini (e link connessi alle immagini) prevedono uno spazio per l'inserimento di testi e contenuti,
- Spotify: servizio musicale che offre lo streaming on demand di una selezione di brani di varie case discografiche ed etichette indipendenti

Naturalmente la scelta degli strumenti va pensata, di volta in volta, in rapporto alle esigenze e peculiarità della struttura museale.

8. Ipotesi di riorganizzazione e necessità di gestione unica

8.1 PERSONALE

Il personale in servizio nei musei della Provincia di Benevento è, al momento, costituito da:

- dipendenti di ruolo dell'Ente, in numero ridotto e con previsione - nei prossimi anni - di vari pensionamenti;
- da dipendenti a tempo indeterminato della Società in house Sannio Europa Scarl;
- da personale facente capo a varie cooperative di cui ci si avvale per la copertura di alcuni servizi.

Con la presente ipotesi si intende mirare ad ottimizzare la presenza stabile - nei musei - di **personale esterno** all'Ente ed alla Sannio Europa, limitandolo all'erogazione di **servizi** quali: custodia, guardiana, biglietteria, gestione ingressi, ecc (vedi tabella n.1), **potenziando** contestualmente le funzioni dei **dipendenti di ruolo dell'Ente e dei dipendenti di Sannio Europa**, legando questi ultimi soprattutto alla gestione, alla promozione unitaria dei principali servizi della Rete museale, come si può vedere nello schema seguente.

In questo modo l'Amministrazione Provinciale, per il tramite della propria società in house, si riserva la gestione ed il controllo della conservazione delle opere e delle attrezzature insieme alle azioni strategiche di promozione e comunicazione integrata, mentre le eventuali unità esterne si occuperanno solo delle attività più legate alla guardiana, al controllo degli ingressi ed alle attività di base straordinarie.

La divisione dei compiti fra i dipendenti di ruolo dell'Ente e della Sannio Europa, e quelli delle eventuali ditte esterne, dovrebbe interessare i vari aspetti delle attività che vengono svolte nei musei e potrebbe essere ripartita secondo lo **schema esemplificativo seguente**:

Tab. 4

FUNZIONE	SERVIZIO	OPERATORI ADDETTI AL SERVIZIO	FREQUENZA	NR RISORSE Ipotesi
Accoglienza	Informazioni sul museo	Dipendenti Ente (Museo del Sannio) / Dipendenti SE/Esterni (altri siti)	Quotidiana	Min 1 per ogni sito
	Informazioni turistiche	Dipendenti Ente (Museo del Sannio) / Dipendenti SE/Esterni (altri siti)	Quotidiana	Min 1 per ogni sito
	Centro Unico Prenotazioni (CUP della rete museale)	Dipendenti SE (Numero telefonico dedicato)	Quotidiana	Min2 per tutta la rete museale
Sorveglianza in sala	Cassa	Dipendenti SE/Esterni (altri siti)	Quotidiana	Min 1 per ogni sito
	Controllo accessi	Dipendenti Ente (Museo del Sannio) /Esterni (altri siti)	Quotidiana	Min 2 per ogni sito
	Controllo visitatori	Dipendenti Ente (Museo del Sannio) /Esterni(altri siti)	Quotidiana	Min2 per ogni sito
	Informazioni sulle opere esposte	Dipendenti SE/Esterni(altri siti)	Quotidiana	Min2 per ogni sito
Servizi aggiuntivi	Visite guidate gruppi/Accompagnamento	Servizio Esterno/ Dipendenti SE	Quotidiana	Min 1 per ogni gruppo
	Bookshop	Dipendenti Ente / SE/ Esterni	Quotidiana	Min2
	Audioguide per singoli visitatori	Dipendenti SE	Quotidiana	Min 1

Didattica	Programmazione percorsi	Dirigente Ente/ Coordinamento SE	Occasionale	Min 3
	Promozione operativa	Dipendenti SE	Stagionale	Min 3
	Attività didattiche	Dipendenti SE / Studenti (Alternanza scuola-lavoro)	Stagionale	Almeno 10
Conservazione delle opere	Controllo degli impianti di climatizzazione	Dipendenti Ente (Museo del Sannio) / Dipendenti SE/Esterni (altri siti)	Quotidiana	Min 1 per ogni sito
	Controllo ambientale	Dipendenti Ente (Museo del Sannio) / Dipendenti SE/Esterni(altri siti)	Quotidiana	Min1 per ogni sito
	Monitoraggio opere esposte	Dipendenti Ente (Museo del Sannio) / Dipendenti SE/Esterni(altri siti)	Quotidiana	Min 1 per ogni sito
	Monitoraggio opere magazzini	Dipendenti Ente (Museo del Sannio) / Dipendenti SE/Esterni(altri siti)	Mensile	Min 1 per ogni sito
	Primo intervento impianti	Dipendenti Ente (Museo del Sannio) / Dipendenti SE/Esterni(altri siti)	Se necessario	Min 1 per ogni sito
Sicurezza	Controllo allarme antintrusione	Dipendenti Ente/Esterni	Quotidiana	Min 1 per ogni sito
	Controllo allarme antincendio	Dipendenti Ente/Esterni	Quotidiana	Min 1 per ogni sito
	Controllo visitatori a rischio	Tutti	Se necessario	Min 1 per ogni sito
	Primo soccorso	Tutti	Se necessario	Min 1 per ogni sito



Ricerca	Esame delle richieste di studio	Dirigente Ente/ Coordinamento SE	Se necessario	Min2
	Autorizzazione Fotografie e riprese	Dirigente Ente/ Coordinamento SE	Se necessario	Min2
	Assistenza fotografi / giornalisti	Dipendenti Ente / Dipendenti SE	Se necessario	Min 1
	Assistenza per lo studio di opere esposte	Dipendenti Ente / Dipendenti SE	Se necessario	Min 1
	Accesso magazzini	Dipendenti Ente/ Dipendenti SE	Se necessario	Min2
	Controllo e assistenza operai	Dipendenti Ente (Museo del Sannio) / Dipendenti SE/Esterni (altri siti)	Se necessario	Min 1
Manutenzione	Segnalazione guasti	Dipendenti Ente (Museo del Sannio) / Dipendenti SE/Esterni (altri siti)	Se necessario	Min 1
	Programmazione promozione	Dirigente Sannio Europa / Coordinamento SE	Annuale	Min 2
	Workshop /Seminari e Convegni	Dipendenti SE /esterni	Stagionale	Min 4
	Accordi di valorizzazione con le più importanti istituzioni culturali nazionali e internazionali	Dirigente Ente/ Dirigente Sannio Europa/ Coordinamento SE	Occasionale	Min2
Promozione	Eventi	Dipendenti SE/Esterni	Periodici	Min6
	Partecipazione a fiere	Dipendenti SE/Esterni	Occasionale	Min 4
	Coinvolgimento di T.O., A.D.V. e strutture ricettive	DG/ Coordinamento/ Dipendenti SE	Annuale	Min 3
	Rapporti con la stampa	Dirigente Sannio Europa / Coordinamento S.E./Dipendenti SE e/o collaboratori esterni	Periodici	Min3

8.2 PRINCIPALI SERVIZI INTERNI RISERVATI AL PERSONALE DELL'ENTE E DI SANNIO EUROPA

Attività di valorizzazione del sistema museale: Si tratta delle azioni per il miglioramento dei servizi già esistenti e lo sviluppo della promozione e delle attività svolte nell'intero circuito museale. C'è la disponibilità di più di un sito, come quello della Sala Conferenze del Museo del Sannio o dei locali di Arcos, o della sala convegni presso il Musa e la relativa arena, che si presta molto ad ogni tipo di iniziativa, dalla conferenza allo spettacolo alla cena. Si tratta di progettare, programmare e svolgere attività all'interno di questi edifici. Altri tipi di eventi potrebbero essere previsti in tutte le strutture, una certa capacità organizzativa e di programmazione consente di superare tutte le difficoltà logistiche che si possono presentare.

A titolo esemplificativo, di seguito si riportano alcune attività di comunicazione e promozione che possono coinvolgere una o più strutture del sistema museale:

1. Promozione dei musei e delle attività

- realizzazione di materiale informativo per la promozione dei siti della rete museale (depliant, cartine, ecc.);
- distribuzione di materiale promozionale dei musei al di fuori del territorio provinciale;
- partecipazione a borse turistiche nazionali ed internazionali accreditate;
- presso le strutture ricettive presenti sul territorio, coinvolgimento dei tour operator e agenzie di viaggio nazionali ed esterne, ecc.

2. Comunicazione delle attività svolte nei musei

- Messa a disposizione di personale che segua le attività di comunicazione dei musei (utilizzo di siti internet, distribuzione materiale informativo on line e cartaceo, ufficio stampa, grafica, ecc.);

3. Piccoli eventi organizzati all'interno dei musei (concerti, conferenze, presentazioni di libri, attività varie)



- Si tratta di iniziative di breve durata o di aspetto occasionale da svolgersi a totale carico di spese da parte dell'Ente, da programmare in accordo con il Dirigente dell'Ente Provincia, possono essere anche eventi non gratuiti da parte del pubblico, in questo caso le entrate vanno autorizzate da parte del Responsabile.

4. Organizzazione di mostre in spazi espositivi

- Dovranno essere organizzate esposizioni d'arte o di archeologia in appositi spazi espositivi.

5. Piano di aggiornamento professionale, con corsi di formazione aperti anche al personale dipendente della Provincia o di Sannio Europa

6. Attività innovative nel campo della valorizzazione museale

Per questo tipo di servizi Sannio Europa potrà liberamente svolgere attività di fundraising, con il solo obbligo di tenere aggiornato sui risultati l'Amministrazione Provinciale per evitare sovrapposizioni di richieste.

8.3 NECESSITA' DI UNA GESTIONE UNICA DI TUTTI I SITI MUSEALI

Le attività più propriamente di comunicazione, di promozione turistico-culturale e didattiche fino a pochi mesi fa gestite in modo differenziato dai soggetti delegati alla gestione dei singoli musei della Provincia di Benevento sono oggi in capo alla Sannio Europa scarl che ha cominciato a mettere in campo una **visione unica ed integrata**, una **strategia di marketing della rete museale nella sua unità** ed, ancora, una **politica armonica dell'offerta**.

Una gestione unitaria consentirebbe di superare eventuali ostacoli che rallentano o frenano il processo di promozione museale generato da una visione unitaria perché questa va, allo stato attuale, a scontrarsi con una gestione strategica ed operativa separata.

Ad oggi risultano ancora non gestiti direttamente da Sannio Europa il Museo del Sannio e la Biblioteca provinciale così come risultano ancora escluse dalla gestione unitaria le autorizzazioni per i *prestiti delle opere museali* che però, ad esempio, rappresentano per la strategia di marketing un'importante opportunità di comunicazione della rete al di fuori del contesto territoriale e di *endorsement* per i musei provinciali.

È intuitivo che ridurre il numero di livelli decisionali e burocratici facilita e rende tempestivi ed efficaci gli interventi della strategia gestionale e di marketing, così come prevedere l'attuazione strategica delle misure **su un arco temporale almeno triennale** garantirebbe una più efficace programmazione.

Sannio Europa ha già realizzato in termini di *primi interventi* per la definizione di un'immagine museale forte e unitaria:

- un brand museale che identifichi la rete nel suo complesso e la diversità dei siti che la compongono
- un brand kids che permetta ai musei di rivolgersi anche ad un pubblico più giovane
- una brochure light che rappresenti una prima informazione di base chiara ed intuitiva di ciò che la rete può offrire, tenendo anche conto degli altri siti museali presenti sul territorio e con cui poter completare l'offerta

- un sito della rete museale con una forte brand immagine ed una chiara esposizione di quanto la rete può offrire, gli strumenti di pianificazione e geolocalizzazione per facilitare la visita, strumenti innovativi come la realizzazione della sezione "virtual visit" delle sale.
- Un CUP (Centro Unico di Prenotazione) che promuove i percorsi e attività museali integrate trasmettendo l'idea di un network museale come organismo unico identificativo di un territorio e della sua storia.
- Percorsi esperienziali diversificati per i diversi siti e per i diversi target di utenza
- Altre attività di marketing tout cour.

Ma se la creazione di un'identità forte ed unitaria permette di identificare le finalità dell'istituzione e di comunicarla, *la necessaria e conseguente condivisione e il perseguimento di un'idea-guida che accomuni le attività interne ed esterne alla rete museale ha bisogno di un'impostazione gestionale unitaria e coerente con la visione identitaria.*

Come sopra evidenziato, la gestione separata di alcuni siti non ha reso possibile pienamente la gestione unica. Attualmente, al fine di non creare problematiche di sovrapposizione gestionale dei servizi, la società in house Sannio Europa eserciterà la gestione unica di tutti i siti museali con il coordinamento permanente della struttura dell'Ente, con specifico riferimento ai siti in cui vi sono dipendenti della Provincia che resteranno gerarchicamente e funzionalmente subordinati all'Ente di appartenenza.

Sarebbe infine auspicabile nell'ottica di una gestione unitaria e coerente, che Sannio Europa avesse la disponibilità dei fondi per:

- *la manutenzione ordinaria degli immobili della rete museale sia per una equa distribuzione delle risorse tra i vari siti, sia soprattutto per la tempestività degli interventi assicurata dal costante monitoraggio dei plessi;*
- *la pulizia almeno di alcuni siti museali (Museo del Sannio, Sezione sarcofaghi, Museo Arcos, Sant'Ilario Geobiolab, Musa).*

In via puramente esemplificativa, per dare il senso dell'idea progettuale, proponiamo un possibile gantt delle attività di promozione, salve restando tutte le attività di gestione quotidiana ordinaria, che potrebbero essere messe in campo fino al 31/12/20, se la proposta divenisse operativa.

ATTIVITA'	APRILE	MAGGIO	GIUGNO	LUGLIO	AGOSTO	SETTEMBRE	OTTOBRE	NOVEMBRE	DICEMBRE
1. ATTIVITA' DI PROMOZIONE GRAFICA									
Realizzazione depliant descrittivo unico con cartina per la promozione dei siti della rete museale									
Realizzazione depliant descrittivo con cartina tradotto in lingua inglese per la promozione dei siti della rete museale									
Realizzazione brochure light unica tradotta in lingua inglese per la promozione dei siti della rete museale									
Realizzazione brochure descrittiva dei laboratori didattici per la promozione dei siti della rete museale									
2. ATTIVITA' DI PROMOZIONE SU WEB									
Realizzazione versione sito internet in lingua inglese per la promozione dei siti della rete museale ;									
Realizzazione pagina Facebook e Instagram della rete museale brandizzata MUSEI									
Canale Youtube della Rete Museale									
3. ATTIVITA' DI PROMOZIONE DI EVENT MARKETING									
Convegni									
Concerti									
Eventi kids									
Eventi adulti									

Organizzazione di mostre																			
4. ATTIVITA' DI PROMOZIONE-LABORATORI DIDATTICI																			
Ideazione e realizzazione laboratori didattici per i diversi siti museali																			
5. ATTIVITA' DI PROMOZIONE - FIERE																			
Partecipazione a borse turistiche nazionali ed internazionali accreditate;																			
6. ATTIVITA' DI PROMOZIONE - RACCORDO CON LE GUIDE TURISTICHE																			
Incontri periodici con le guide turistiche per programmare attività																			
7. ATTIVITA' DI PROMOZIONE - CARTA STAMPATA E SU WEB																			
Articoli su riviste specializzate																			
8. ACCORDI CON UNIVERSITA' E CENTRI DI RICERCA																			
Protocollo d'intesa con Università degli Studi L'Orientale di Napoli per nuovo catalogo Sezione EGIZIA																			
9. ACCORDI CON ALTRI MUSEI																			
Accordo con il Museo Diocesano per la promozione congiunta																			
Accordo con il Museo Nazionale delle Antichità di Leida																			
Programmazione accordo con il Museo Egizio di Torino																			
10. FOUNDRASING E CROWDFUNDING																			
Promozione tramite sito web																			



sannioeuropa

sapere e saper fare

AGENZIA PER LO SVILUPPO LOCALE SOSTENIBILE

In allegato proposta economica.

L'Amministratore Unico
Avv. Giuseppe Sauchella