

REGIONE SICILIANA

ASSESSORATO REGIONALE DEI BENI
CULTURALI E DELL'IDENTITÀ SICILIANA

BANDO DI GARA DDG N. 1435

Linea di intervento 3.1.3.3.

Sviluppo di servizi culturali al territorio e alla produzione artistica e artigianale (documentazione, comunicazione e promozione) che opera nel campo dell'arte e dell'architettura contemporanea

CREATIVE LAB ALCAMO

UNA CENTRALITÀ "CREATIVA" PRESSO L'EX
COLLEGIO DEI GESUITI DI ALCAMO COME
POLO CULTURALE DI RIFERIMENTO DEL
TERRITORIO

PROGETTO ESECUTIVO

FEBBRAIO 2013

1. Finalità del Creative Lab Alcamo (CLA)

La finalità del *Creative Lab Alcamo* è interpretare, valorizzare con creatività e comunicare con efficacia l'identità siciliana – in generale – e del territorio di Alcamo – in particolare.

Il CLA è un **sistema integrato di servizi culturali** che funziona da dispositivo di riqualificazione urbana e di sostegno allo sviluppo territoriale: attraverso una progettualità culturale incentrata sull'accostamento tra l'arte contemporanea e l'identità del territorio, una riorganizzazione dei servizi al cittadino e agendo sugli elementi cardine del tessuto storico urbano di Alcamo e sulle emergenze storico-produttive del territorio extraurbano, utilizza il fattore cultura come volano di qualità e motore di sviluppo locale.

Il progetto individua il suo centro operativo nel **Convento dei Gesuiti** (vedi allegato 1), ampio e articolato complesso architettonico strategicamente posizionato all'interno del centro storico, di proprietà comunale, recentemente restaurato. Esso è il centro operativo sede principale e cuore pulsante del progetto è anche il luogo in cui partines si riuniscono per lavorare su tutte le attività previste dal progetto (redazione delle guide, organizzazione eventi ecc, giunoni e step informativi cu l' amministrazione in cui relazionano l' andamento dell'attività progettuale Il progetto prevede anche l'interazione con un più articolato sistema di contenitori architettonici, spazi aperti e luoghi pubblici e il coinvolgimento degli operatori culturali ed economici per l'attivazione di un network di animazione e fruizione intensa e diffusa che possa favorire processi di rigenerazione urbana.

I luoghi cardine dell'intervento sono (vedi allegato 2):

1. il Collegio dei Gesuiti
2. i luoghi individuati nel MAPS, Museo Alcamese per i Percorsi del Sacro
3. il sistema di piazze del centro storico entro la città murata
4. il Castello dei Conti di Modica
5. il Teatro *Cielo d'Alcamo*
6. il Centro Congressi *Marconi*

7. la Cittadella dei Giovani con l'Anfiteatro in zona Orto di Ballo.

2 Contenuti del progetto CLA

Il fulcro su cui agisce la leva per il raggiungimento delle finalità descritte è l'innesto tra **promozione e diffusione della conoscenza dell'armatura culturale della città di Alcamo e del suo territorio e produzione di forme di arte contemporanea site specific**, ovvero in relazione con il contesto culturale e territoriale. L'obiettivo è il raggiungimento di differenti target di fruitori dal cui incontro si possano attivare azioni capaci di alimentare concrete trasformazioni materiali e immateriali, sociali ed economiche e promuovere sviluppo locale, nuovo senso di comunità, visibilità internazionale e attrattività turistica.

La progettualità culturale si pone al servizio della riqualificazione urbana, economica e sociale della città di Alcamo in quanto contesto significativo per la sua unicità storica, paesaggistica e ambientale. Il rapporto tra luoghi ed eventi è la base fondativa del progetto: **la produzione artistica è pensata a partire dal territorio e in relazione ai luoghi** che diventano spunti di creatività artistica, sedi di spettacolo, ambienti di performance artistiche, sedi espositive, auditorium di convegni e seminari e reti di connessione tra i nodi del sistema.

Il CLA prevede prioritariamente la **messa a sistema delle risorse territoriali e del capitale urbano** attraverso un più efficiente sistema di **comunicazione**, ideato sia per la popolazione locale in termini di riconoscibilità e identificazione nel proprio patrimonio culturale, sia per i fruitori ed i turisti in termini di offerta sistematica e organizzata di eventi culturali, di itinerari di visita, di conoscenza e apprezzamento del sistema dei beni culturali materiali e immateriali che caratterizza l'identità di Alcamo. Per raggiungere tale obiettivo prioritario, è prevista l'articolazione del CLA in tre sezioni parallele e complementari: la "Sezione educational", la "Sezione interpretazione" e la "Sezione comunicare".

- La **"Sezione educational"** cura la promozione degli eventi artistici attraverso l'organizzazione, all'interno dei contenitori individuati, di convegni, seminari didattici e workshop condotti da esperti del settore artistico e della comunicazione. Sono previste, in aggiunta, altre attività integrative, tra cui laboratori, *work experiences* e stage organizzati in collaborazione con il Master in *Marketing Territoriale. Progetti, programmi e strategie per l'identità e il patrimonio culturale*¹ dell'Università di Palermo. Le attività culturali saranno incentrate sull'esercizio delle diverse forme di espressione artistica (in particolare: arti visivo-tattili, letteratura, teatro, cinematografia) declinate a partire dall'identità locale (con particolare riferimento a Ciullo d'Alcamo, alla cultura della legalità, al patrimonio storico-artistico).

L'organizzazione degli eventi artistico-culturali prevede la realizzazione di 3 convegni e di 3 seminari: saranno organizzati **3 convegni** in occasione dell'evento di apertura di ciascuna delle 3 mostre; gli eventi promozionali prevedono la partecipazione di grandi esperti di settore nel panorama internazionale - *speaker* - (esperti in arte contemporanea, storici dell'arte, critici dell'arte, artisti, galleristi, etc.) affiancati e introdotti da animatori operanti presso i principali canali di comunicazione - *chairman* - (giornalisti, presentatori, attori, protagonisti dei media del cinema, TV, canali satellitari, radio, giornali, riviste, etc.). Si prevede una partecipazione media di 7 ospiti per convegno.

I **3 seminari** saranno condotti *in itinere* da esperti nel settore delle diverse espressioni artistiche contemporanee, con applicazioni laboratoriali, *workshop* e *work experiences* condotte e animate dai docenti e dagli studenti del Master in *Marketing Territoriale. Progetti, programmi e strategie per l'identità e il patrimonio culturale* dell'Università di Palermo, per l'approfondimento della conoscenza e la sperimentazione pratica dei diversi linguaggi artistici contemporanei (arti visivo-tattili, arti cinematografiche, arti teatrali, etc., con riferimenti culturali all'identità locale). Si prevede una partecipazione media di 2 ospiti per seminario.

- La **"Sezione interpretare"** cura l'aggiornamento continuo della conoscenza del territorio, delle risorse che si rendono disponibili, dei bisogni espressi dalla comunità insediata, della domanda turistica e di fruizione, delle dinamiche culturali in atto a livello locale e internazionale.

Con la finalità di raggiungere il più vasto pubblico, e per la sistematizzazione della conoscenza e la

¹ Il Master è attualmente in fase di istituzione. Le attività didattiche integrative saranno fornite se il Master sarà effettivamente attivato.

promozione del patrimonio culturale e dell'identità di Alcamo, sarà elaborata a cura dell'Università di Palermo una **Guida dei beni culturali, paesaggistici e ambientali**, sia a stampa che digitale, con un sistema di itinerari di visita per la fruizione colta e integrata della città e del territorio. Per la produzione della Guida è prevista la realizzazione di apposite campagne fotografiche e la conduzione, attraverso operatori esperti, di analisi storico-iconografiche del patrimonio culturale urbano ed extraurbano. Nella Guida saranno pubblicati anche gli itinerari con le relative mappe, cartografie e planimetrie (elaborati dal Piano di comunicazione/interpretazione).

I testi, le fotografie, le immagini, le mappe e le cartografie della Guida serviranno anche per la produzione di pieghevoli, brochure e mini-guide.

La sezione *interpretare* fornisce inoltre il concept per la costruzione del Sito WEB del CLA.

- La **“Sezione comunicare”** costituisce il Centro Operativo che cura la comunicazione del complesso delle attività del progetto, dalla fase della sua ideazione per la condivisione con gli operatori coinvolti, all'implementazione nel corso dello svolgimento degli eventi verso il target di riferimento, fino alla più ampia diffusione degli esiti presso il più vasto pubblico.

Sarà messo a punto un piano di comunicazione, attuato attraverso un apposito ufficio stampa, articolato in prodotti differenziati in relazione ai mezzi di comunicazione ed al target di riferimento. Sarà progettato e realizzato un apposito **Sito WEB** e verranno prodotti **materiali promo-pubblicitari** (guide, brochure, pieghevoli, cartelle stampa, gadget, manifesti pubblicitari, banner per l'individuazione dei luoghi sede di eventi, etc.) realizzati secondo l'ideazione di una **immagine coordinata e di un logotipo** affidati a professionalità esperte in grafica e comunicazione.

La sezione *comunicare* del CLA funge, in particolare, da:

- base operativa del Piano di Comunicazione, per l'espletamento delle funzioni di coordinamento delle attività culturali e delle manifestazioni (elaborazione di un calendario coordinato degli eventi distribuiti nei diversi periodi dell'anno per destagionalizzare il turismo);
- sportello informativo delle attività in atto e in programma rivolto al più vasto pubblico (turisti, cittadini, scuole, studiosi, etc.);
- nodo di reti locali, sovralocali, regionali, nazionali e internazionali di valorizzazione culturale, diffusione dell'arte contemporanea, promozione turistica;
- centro di consultazione per l'attivazione e il finanziamento di progetti di trasformazione e sviluppo;
- centro di ricerca per l'aggiornamento e l'accrescimento della conoscenza del territorio, delle dinamiche economiche e sociali;
- struttura di back-office all'interno del quale vengono messe in atto tutte le strategie necessarie a costruire trama tra le risorse culturali locali e le attività creative del CLA.

3 Manifestazioni artistiche previste: il Progetto Ottocelle

Sostenuto dall'attività di messa a sistema della conoscenza e della comunicazione del patrimonio culturale, il CLA prevede l'organizzazione di **eventi relativi alle arti contemporanee**, con il coinvolgimento di artisti affermati nel più ampio panorama culturale a cui affiancare giovani artisti emergenti (in via prioritaria provenienti da Paesi dell'area MEDA e MENA² con principale attenzione ai Paesi con indice ISU³ più basso), nonché operatori culturali di rilievo nazionale e internazionale nei settori artistici, teatrali, cinematografici, della letteratura e della critica artistica, affiancati da operatori nel settore dei media nazionali e internazionali (cinema, TV, canali satellitari, radio, quotidiani, riviste specializzate, etc). Gli eventi sono finalizzati ad incrementare l'interesse verso le forme di espressione artistica contemporanea presso la popolazione locale, ad attrarre operatori del settore e classe creativa, a potenziare l'offerta turistica ampliando il target di riferimento, ad integrare il calendario delle manifestazioni artistiche e culturali che animano la città Alcamo.

La macchina organizzativa del Creative Lab Alcamo si mette in moto avviando il progetto culturale concepito a partire dal Convento dei Gesuiti, un evento *demo* rispetto alle potenzialità della struttura.

L'evento si svolgerà secondo un programma articolato in cinque *step*:

² Area MEDA: Algeria, Egitto, Giordania, Israele, Libano, Marocco, Palestina, Siria, Tunisia, Turchia. Area MENA (Nord Africa e Medio Oriente): Algeria, Arabia Saudita, Bahrein, Djibuti, Egitto, Emirati Arabi Uniti, Iran, Iraq, Israele, Giordania, Kuwait, Libano, Libia, Malta, Marocco, Oman, Qatar, Siria, Tunisia, Yemen, Autorità Palestinese.

³ Indice di sviluppo umano secondo i dati compilati dal rapporto ONU

1. Avvio delle attività (settembre 2013) con la **Opening Exhibition/Art on Loan**, mostra di apertura delle attività allestita presso il Convento dei Gesuiti con opere d'arte contemporanea prese in prestito temporaneo da Istituzioni museali e/o culturali operanti in Sicilia nel settore delle arti contemporanee. La mostra ha la funzione di divulgare e far circolare i linguaggi dell'espressione artistica contemporanea (con particolare riferimento alla produzione degli artisti dei Paesi mediterranei), di dare visibilità all'intero progetto e favorire la circolazione delle opere d'arte come mezzo di potenziamento della conoscenza e dell'accesso alla cultura artistica contemporanea. Saranno stipulati appositi accordi con Fondazioni, Musei e Istituti culturali, secondo le direttive suggerite dall'amministrazione comunale e dal direttore artistico, per il prestito delle opere.
2. Realizzazione del **Progetto Ottocelle** per la promozione della creatività artistica e dell'identità locale: il progetto consiste nel coinvolgimento di otto artisti, di cui quattro di rinomanza internazionale (due donne e due uomini, per conferire rispettivo spazio all'espressione artistica contemporanea nell'interpretazione al femminile e al maschile) e altri quattro appartenenti alla nuovissima generazione, per la realizzazione di opere *site specific* ad Alcamo. Gli artisti di chiara fama saranno individuati dall'amministrazione comunale e dall'organizzazione artistica. Particolare attenzione sarà rivolta al rapporto tra gli artisti e le maestranze locali che saranno coinvolte per la realizzazione delle opere. I quattro artisti di chiara fama invitati al progetto *Ottocelle* lavoreranno nel territorio e per il territorio presso gli spazi del primo piano del Collegio dei Gesuiti. Le opere realizzate saranno acquisite dal realizzando *Museo civico di arte contemporanea* che avrà sede presso lo stesso Collegio.
3. Realizzazione del **Progetto Ottocelle/Fabbrica** per il confronto tra i quattro artisti affermati del progetto *Ottocelle* e quattro giovani artisti esordienti, provenienti da Paesi che si affacciano sul Mediterraneo e selezionati in base a criteri stabiliti dall'amministrazione comunale e dal direttore artistico, per la produzione di opere *site specific* dedicate, in particolare, alla figura di Cuiullo d'Alcamo e alla cultura della legalità. Anche i giovani artisti opereranno presso il Collegio dei Gesuiti, in stretto rapporto con gli artisti affermati. Il progetto prevede il coinvolgimento attivo della cittadinanza e dei fruitori nell'espressione artistica contemporanea non soltanto nei confronti del prodotto finito, ma anche dell'atto del suo compiersi: gli artisti lavoreranno all'interno degli spazi del Collegio dei Gesuiti in contatto tra loro e con il pubblico, offrendo a chiunque la possibilità di fruire del prodotto artistico non soltanto alla fine della sua esecuzione, ma nel corso del suo concepimento e realizzazione.
4. Realizzazione del **Progetto Fabbrica** per il coinvolgimento dell'imprenditoria artigianale locale: il progetto prevede il confronto tra gli artisti e gli artigiani che operano nel territorio alcamese, finalizzato alla produzione di prodotti artigianali ispirati alle opere *site specific* e destinati alla vendita presso *museum shop* e *book shop* per il *merchandising* della produzione artistica.
5. Allestimento della **Mostra Ottocelle** (giugno-luglio 2014) e della **Mostra Ottocelle/Fabbrica** (agosto-settembre 2014): le mostre presenteranno al pubblico le opere *site specific*, realizzate ad Alcamo e per Alcamo dai grandi e dai giovani artisti, nonché delle riproduzioni degli artigiani locali; i *vernissage* e gli *opening* delle mostre saranno accompagnati dall'organizzazione di incontri internazionali con esperti del settore tra cui artisti, critici dell'arte, storici, semiologi, etc. (*speaker*) e operatori nel settore dei media nazionali e internazionali, tra cui giornalisti, attori, presentatori, etc. (*chairman*) (vedi punto 2, Sezione "educational").

Le iniziative culturali saranno sostenute e coordinate dal Centro operativo del CLA per la gestione delle azioni di supporto alla conoscenza, alla valorizzazione e alla comunicazione degli eventi nonché per l'attivazione di collaborazioni con gli operatori locali del settore turistico ed economico e il collegamento con reti sovralocali di promozione e valorizzazione. Gli eventi culturali vengono concepiti anche come occasione per attrarre **nuova classe creativa**, artisti, architetti, musicisti, attori, registi coinvolti nella creazione del progetto, immettendo la città di Alcamo e il suo territorio in un processo virtuoso di internazionalizzazione.

4 Attori del progetto

Per l'attuazione del progetto CLA è costituita una **ATS** (Associazione temporanea di scopo) composta dai seguenti partner pubblico/privati:

- Soggetti pubblici:

1. Comune di Alcamo
2. Università di Palermo

- Soggetti privati (operanti nel territorio di Alcamo):

3. Consorzio Cento
4. Cooperativa Nido d'Argento
5. Cooperativa Agrigest

Funzioni attribuite ai partner:

1. Comune di Alcamo:
 - Organizzazione artistica. Rendicontazione e coordinamento del progetto. Disponibilità dei locali individuati dal progetto per le attività previste. Organizzazione eventi artistici. Allestimento spazi espositivi, di consultazione e informazione. Invito artisti e operatori culturali. Organizzazione di convegni. Animazione culturale. Stampa dei prodotti culturali e pubblicitari. Grafica coordinata. Attività di ufficio stampa.
2. Università di Palermo:
 - Progettazione esecutiva. Redazione di guide originali illustrate con iconografie, fotografie e planimetrie. Organizzazione di convegni e seminari. Conduzione di laboratori, *workshop* e *work experiences* (in collaborazione con il Master in *Marketing Territoriale. Progetti, programmi e strategie per l'identità e il patrimonio culturale*). Ideazione e attuazione Piano di Comunicazione/interpretazione. Produzione di itinerari tematici. Concept del sito web del CLA. Produzione di strumenti di divulgazione on-line (magazine multimediali, guide elettroniche, blog, presenza sui principali social network – FB, Twitter, etc.).
3. Consorzio Cento:
 - Documentazione fotografica e riprese audio/video delle manifestazioni. Animazione culturale e promozione pubblicitaria.
4. Cooperativa Nido d'Argento:
 - Assistenza alla visita delle mostre per portatori di handicap. Visite guidate. Assistenza e accompagnamento bambini. Accoglienza e guida alle scolaresche.
5. Cooperativa Agrigest:
 - Coinvolgimento degli operatori locali per la promozione dei prodotti agroalimentari ed enogastronomici del territorio. Coinvolgimento degli artigiani locali nel progetto "Fabbrica". Merchandising dei prodotti artistici.

Nello specifico, le funzioni attribuite ai singoli Partner, e le relative frazioni del budget economico, articolate in WP e sub Azioni, sono meglio dettagliate nell'allegato quadro economico.

5 Articolazione del progetto Creative Lab Alcamo in Work Package e Azioni

Articolazione del progetto in 3 Work Package (WP) e sub articolazione in Azioni (A, B, C).

Le azioni che prevedono lavori, servizi e forniture sono conformi ai requisiti richiesti dal Decreto del Presidente della Repubblica 5 ottobre 2010, n. 207, che detta la disciplina esecutiva ed attuativa relativa alla materia dei contratti pubblici di lavori, servizi e forniture di cui al decreto legislativo 12 aprile 2006, n. 163, e successive modificazioni, recante il «Codice dei contratti pubblici relativi a lavori, servizi e forniture in attuazione delle direttive 2004/17/CE e 2004/18/CE».

Per il reclutamento di personale esterno si provvederà attraverso bandi di evidenza pubblica. Per i servizi messi a bando, si fa riferimento al criterio dell'offerta economicamente più vantaggiosa.

WP 1. PROGETTAZIONE ESECUTIVA, DIREZIONE ARTISTICA, ORGANIZZAZIONE DEGLI EVENTI ARTISTICI ASSISTENZA TECNICO/LOGISTICA, RENDICONTAZIONE, ALLESTIMENTO CLA, STUDI SCIENTIFICI E ACQUISIZIONE DATI INFORMATIVI

A1. Progettazione esecutiva del CLA. Progettazione esecutiva del CLA. Elaborazione progetto esecutivo comprensivo di quadro economico. **Soggetto attore:** Università di Palermo. Costo previsto € 15.000.

A2. Organizzazione eventi artistici. Organizzazione degli eventi artistici e delle attività di animazione culturale:

selezione degli artisti senior e junior del progetto Ottocelle e Ottocelle/Fabbrica; indicazione delle caratteristiche delle produzioni artistiche; organizzazione dell'allestimento delle 3 mostre previste dal progetto (Opening Exhibition/Art on Loan, Mostra Ottocelle, Mostra Fabbrica); redazione del catalogo delle mostre (produzione testi e immagini); partecipazione all'individuazione di esperti nel settore delle arti contemporanee per la conduzione di seminari tematici. **Soggetto attore:** Organizzazione artistica selezionata con bando di evidenza pubblica. Costo previsto € 25.000.

- A3. Assistenza in loco.** Collaboratore junior all'organizzazione artistica per logistica e assistenza in loco per tutta la durata del progetto. **Soggetto attore:** Collaboratore selezionato con bando di evidenza pubblica. Costo previsto € 8.000.
- A4. Attività di rendicontazione e coordinamento.** Rendicontazione e coordinamento per tutta la durata del progetto. **Soggetto attore:** Commercialista esperto per rendicontazione. Collaboratore per rendicontazione selezionato con bando di evidenza pubblica. Costo previsto € 5.000.
- A5. Allestimento CLA – "Sezione educational".** Organizzazione e realizzazione di eventi artistico-culturali. Allestimento locali per eventi. Organizzazione di 3 convegni e di 3 seminari di promozione degli eventi artistici. Organizzazione di 3 convegni in occasione dell'evento di apertura di ciascuna delle 3 mostre; gli eventi culturali-promozionali prevedono la partecipazione di grandi esperti di settore nel panorama internazionale - speaker - (esperti in arte contemporanea, storici dell'arte, critici dell'arte, artisti, galleristi, etc.) affiancati e introdotti da animatori operanti presso i principali canali di comunicazione - chairman - (giornalisti, presentatori, attori, protagonisti dei media del cinema, TV, canali satellitari, radio, giornali, riviste, etc.). Organizzazione di 3 seminari didattici in itinere con applicazioni laboratoriali, workshop e work experiences per l'approfondimento della conoscenza e la sperimentazione pratica dei diversi linguaggi artistici contemporanei (arti visivo-tattili, arti cinematografiche, arti teatrali, etc.); le attività di animazione dei seminari saranno curate dal Master in Marketing Territoriale dell'Università di Palermo. Soggetti responsabili della individuazione degli esperti: Università di Palermo. **Soggetto attore:** Agenzia di allestimento eventi culturali selezionata con bando di evidenza pubblica. Costo per allestimento locali per la conduzione di 3 convegni e 3 seminari: impianti di amplificazione, illuminazione e videoproiezione; arredo delle sale messe a disposizione dal Comune di Alcamo (arredi per conferenze, arredi floreali, etc.); servizio hostess. Spostamento e logistica degli ospiti invitati ai convegni (in media 7 ospiti per ciascun convegno + 2 ospiti per ciascun seminario= 27 ospiti. Budget forfettario per viaggio, vitto, alloggio e gettone di presenza per ospite €900). Spese per 6 allestimenti €4.700. Spese invito 27 ospiti €24.300; totale €29.000.
- A6. Allestimento CLA – "Sezione interpretare".** Redazione della "Guida del patrimonio culturale, paesaggistico e ambientale di Alcamo". Individuazione dei beni culturali del territorio di Alcamo con cui costruire gli itinerari tematici e i relativi percorsi. Redazione dei testi scientifici per la Guida. Impaginazione di testi (A6), immagini (A8), fotografie (A7), planimetrie e cartografie che comporranno la Guida. Elaborazione del concept e dei contenuti del Sito WEB del CLA per la divulgazione on-line della conoscenza e della fruizione dei beni culturali di Alcamo e per la promozione turistico-culturale. **Soggetto attore:** Università di Palermo. Costi per: redazione dei testi della Guida; impaginazione della Guida; sopralluoghi sul territorio; acquisizione documentazione informativa (consultazione archivi, biblioteche); definizione e trasmissione dei contenuti del Sito WEB del CLA. Calcolo forfettario ore/uomo 250 per €80; totale € 20.000.
- A7. Rilievo fotografico digitale dei beni culturali** di Alcamo individuati dal CLA – "Sezione comunicare". **Soggetto attore:** Rilievo fotografico dei beni culturali di Alcamo individuati dal CLA – "Sezione comunicare" per l'arredo e la pubblicazione della Guida e degli itinerari (A6). Campagna fotografica finalizzata alla promozione pubblicitaria concepita dal Piano di Comunicazione (C1). **Soggetto attore:** Fotografo di beni culturali da selezionare con bando di evidenza pubblica. Costo previsto per il rilievo fotografico digitale dei beni culturali presi in esame dalla Guida, facenti parte degli itinerari e necessari alle campagne pubblicitarie. Previsione forfettaria di 500 scatti utili e cessione dei diritti € 4.000.
- A8. Analisi storico-iconografiche dei beni culturali** di Alcamo individuati dal CLA – "Sezione comunicare". **Soggetto attore:** n. 3 operatori esperti in analisi storico-iconografiche dei beni culturali da selezionare con bando di evidenza pubblica. Costo previsto per la produzione di analisi storico-iconografiche dei beni culturali presi in esame dalla guida e facenti parte degli itinerari tematici € 5.000 per operatore, per un totale di € 15.000.
- A9. Allestimento CLA – "Sezione comunicare".** Acquisto n. 10 postazioni pc all-in-one con software precaricato e specifici software anche *GNU licence* per la gestione della struttura di osservatori, sportello

informativo, centro di ricerca e back-office e acquisto arredi complementari e strumentazione funzionale. Consultazione sito web, banche dati, guide e itinerari virtuali. **Soggetto attore:** Operatore per la fornitura e la messa in opera delle postazioni pc selezionato con bando di evidenza pubblica. Costo previsto per l'acquisto di n. 10 postazioni pc + arredi complementari e strumentazione funzionale € 20.000.

WP 2. PRODUZIONE ESECUTIVA DEL CLA E DELL'EVENTO DI START-UP: OTTOCELLE E FABBRICA

- B1. Compenso** previsto per 4 artisti senior e 4 artisti junior per la realizzazione di eventi artistici *site specific* per Alcamo secondo le direttive suggerite dall'organizzazione degli eventi artistici (compreso spese di spostamento, vitto e alloggio e acquisto materiale per la produzione delle opere). Costo previsto forfettariamente € 65.000.
- B2. Realizzazione e allestimento Mostre.** Realizzazione e allestimento delle 3 Mostre previste: "Opening Exhibition/Art on Loan", "Ottocelle" e "Ottocelle/Fabbrica" secondo le direttive dell'amministrazione comunale e dell'organizzazione artistica. **Soggetto attore:** Agenzia di allestimento mostre selezionata con bando di evidenza pubblica. Costi di allestimento mostre € 33.000 (€ 11.000 per mostra).

WP 3. COMUNICAZIONE INTEGRATA DEL CLA E DEGLI EVENTI. ATTUAZIONE PIANO DI COMUNICAZIONE

- C1. Progettazione esecutiva del piano di comunicazione.** Produzione del Piano di Comunicazione: definizione degli obiettivi strategici della comunicazione del CLA; programmazione delle attività di informazione e pubblicità; selezione degli strumenti e dei media per la comunicazione; ideazione dei contenuti e comunicabilità visuale (communication design); coordinamento delle attività dell'ufficio stampa; immissione nei principali canali di informazione turistica; iniziative promozionali delle attività culturali; regesto degli eventi culturali di Alcamo e dei contesti territoriali di area vasta per il coordinamento, la valorizzazione e il posizionamento regionale, nazionale e internazionale dell'offerta turistico-culturale. Elaborazione della grafica coordinata e ideazione del logotipo del CLA per tutte le manifestazioni artistiche, le mostre, gli allestimenti di convegni e seminari, la pubblicità, le cartelle stampa, la comunicazione. **Soggetto attore:** Agenzia di comunicazione e grafica selezionata con bando di evidenza pubblica. Costo per la produzione del piano di comunicazione per la promozione degli eventi, delle mostre, dei convegni e dei seminari previsti dal progetto. Indirizzo e coordinamento delle attività dell'Ufficio Stampa. Elaborazione di un calendario coordinato dell'offerta culturale di Alcamo, del contesto territoriale e delle manifestazioni artistiche correlate alle finalità del progetto (promozione dell'espressione artistica contemporanea). Immissione nei canali di promozione turistica e culturale. Ideazione e realizzazione grafica coordinata e del logotipo. Calcolo forfettario ore/uomo 200 per €60; totale € 12.000.
- C2. Produzione di Itinerari tematici** per la conoscenza, la comunicazione e la fruizione dell'armatura culturale del territorio di Alcamo e il potenziamento dell'offerta turistica: creazione di percorsi di visita tematici nella città e nel territorio di Alcamo (itinerario del Sacro, itinerari storico-archeologici, itinerari naturalistici, Vie del Vino, itinerari enogastronomici, itinerari letterari, itinerari artistici, etc.). **Soggetto attore:** Università di Palermo. Costo per produzione degli Itinerari tematici del territorio di Alcamo: mappa degli itinerari; produzione di planimetrie e cartografie; concept della segnaletica; elaborazione di visite virtuali; individuazione della matrice dei tematismi; mappa delle esperienze naturali e culturali di Alcamo; individuazione delle tematiche interpretative. Redazione di schede per ogni itinerario contenenti: le migliori esperienze naturalistiche e culturali; il messaggio derivante dalla visita all'itinerario; la storia interpretativa dell'itinerario. Calcolo forfettario ore/uomo 130 per €61,50; totale €8.000
- C3. Coinvolgimento degli operatori locali** per la promozione dei prodotti agroalimentari ed enogastronomici del territorio. Coinvolgimento degli artigiani locali nel progetto "Fabbrica". Merchandising dei prodotti artistici. **Soggetto attore:** Cooperativa Agrigest. Costo per allestimento di stand promozionali dei prodotti del territorio e delle produzioni artistico/artigianali in occasione degli eventi previsti dal progetto € 10.000.
- C4. Documentazione fotografica e riprese audio/video** delle manifestazioni. Animazione culturale e promozione pubblicitaria. **Soggetto attore:** Consorzio Cento. Costo riprese fotografiche digitali e registrazioni audio/video degli eventi previsti dal progetto € 10.000.
- C5. Assistenza alla visita** delle mostre per portatori di handicap, visite guidate, accompagnamento bambini, accoglienza e guida alle scolaresche. **Soggetto attore:** Cooperativa Nido d'Argento. Costo personale di

assistenza alle visite per la durata di apertura delle 3 mostre previste dal progetto € 13.000.

- C6. Spese tipografiche.** Stampa della guida degli itinerari culturali. Stampa del catalogo delle mostre. Stampe pubblicitarie. **Soggetto attore:** Tipografia selezionata con bando di evidenza pubblica. Costo per Stampa di n. 1.200 copie della guida e degli itinerari culturali di Alcamo e di n. 800 copie del catalogo della Mostra "Ottocelle" e "Fabbrica" (stampa a colori, 204 pp., formato 20x27, copertina rigida, fogli interni in carta patinata grammatura 150, rilegatura in brossura filo refe) = €8.000. Entrambe le pubblicazioni saranno fornite alla ditta impaginate e in file esecutivi per la stampa. Stampe: n. 50 manifesti grandi formati 200x400 a colori in carta grammatura 115 = €900; n. 15 banner in PVC a colori formato 100x300 = €3.000; n. 5.000 manifesti pubblicitari a colori 100x70 grammatura 170 plastificazione lucida = €1.500; n. 10.000 pieghevoli a colori in carta patinata lucida grammatura 170, 4 ante, formato chiuso cm 10x21, piega a fisarmonica (o simile) = €600; n. 50.000 volantini a colori carta patinata lucida grammatura 100 formato 10,5x14,8 = €200; n.10.000 inviti a colori in carta patinata opaca grammatura 150 formato 21x9,8 = €100. Realizzazione di segnaletica e targhe per i beni storico-architettonici e culturali individuati al punto C2, messa in opera compresa (fissaggio su pali o su idonei supporti) = €5.800. Totale € 20.000.
- C7. Progettazione realizzazione e gestione del sito WEB** del CLA e degli strumenti di divulgazione on-line (magazine multimediali, guide elettroniche, blog, presenza sui principali social network – FB, Twitter, etc.). **Soggetto attore:** Progettista Web engineering, Web designer e Web management da selezionare con bando di evidenza pubblica. Costo per progettazione, grafica, programmazione e posizionamento nei motori di ricerca del sito web € 13.000.
- C8. Ufficio stampa** per la pubblicizzazione degli eventi sui mezzi di comunicazione locali, nazionali e internazionali. Divulgazione delle informazioni presso le comunità scientifiche, artistiche e di settore. Coinvolgimento del pubblico. Promozione turistica. Promozione media. **Soggetto attore:** Agenzia ufficio stampa da selezionare con bando di evidenza pubblica. Costo per ricerca dei contatti con i soggetti da coinvolgere. Produzione di mailing list per la divulgazione del progetto. Produzione di comunicati stampa, cartelle stampa, interviste agli artisti e agli ospiti di convegni e seminari, produzione di articoli culturali e pubblicitari da pubblicare sulle principali testate giornalistiche regionali e nazionali, etc. (minimo n. 12 uscite pubblicitarie di almeno 4 moduli). Acquisto spazi pubblicitari su media, quotidiani nazionali, impianti di affissione statica e dinamica, aeroporti, stazioni, porti. € 30.000.

6. Cronoprogramma

[illegible]