

CARTELLE STAMPA

Sono state realizzate in occasione di conferenze stampa e dedicate quindi ad eventi o progetti di rilievo (es. Leonardo da Vinci Parade e i.lab Leonardo).

Hanno contenuto documenti e informazioni approfondite relative a ciò che è stato presentato, oltre alle schede dei partner coinvolti e al link per scaricare foto e video. Sono state composte in modo diverso a seconda dell'occasione per cui sono state realizzate. In copertina, l'immagine del progetto.

NOTE PER LA STAMPA

Solitamente diffuse per comunicazioni di carattere istituzionale come ad esempio i dati di affluenza, nel 2018 ne è stata inviata una in occasione del weekend di Pasqua e pasquetta.

SCHIAPARELLI / PRESS KIT



Venerdì 29 settembre 2017 • ore 19.00

IL TELESCOPIO MERZ-REPSOLD DI SCHIAPARELLI

Museo Nazionale Scienza e Tecnologia Leonardo da Vinci

Musealizzazione del telescopio Merz-Repsold utilizzato da Giovanni Virginio Schiaparelli alla fine dell'800 per i suoi studi del pianeta Marte. È il telescopio riflettore più grande che abbia mai operato in Italia e uno dei più grandi al mondo.

Con questo strumento, Schiaparelli, astronomo e direttore dell'Osservatorio Astronomico di Brera, ha segnato un punto di svolta nella planetologia moderna e contribuito a creare il mito di marziani ed extraterrestri.

Segue, nell'ambito di Meet Me Tonight, l'incontro in Sala delle Colonne:
**150 ANNI CON IL NASO ALL'INFINITO: DAL TELESCOPIO DI SCHIAPARELLI
AGLI STRUMENTI ASTRONOMICI DI PROSSIMA GENERAZIONE**

INTERVENZIONI

Fierozzo Galli • Direttore Generale Museo Nazionale Scienza e Tecnologia Leonardo da Vinci
Niccolò D'Amico • Presidente INAF (Istituto Nazionale di Astrofisica)
Roberto Tassi • Programme Manager di ESO (European Southern Observatory)
Giuseppe Tagliaferri • Direttore INAF - Osservatorio Astronomico di Brera
John Robert Brucato • INAF - Osservatorio Astronomico di Arcetri

MODERA

Giovanni Caprara • Corriere della Sera



07.3

COMUNICAZIONE CORPORATE, DIGITAL E MEDIA

FOTO E VIDEO

Essendo cambiato il contesto in cui operano i media, l'ufficio Stampa ha spinto molto sulla produzione di foto e video che i giornalisti potessero utilizzare per realizzare servizi sul Museo anche non essendo sempre presenti. Sia le foto che i video sono resi disponibili in formato digitale all'interno dell'area stampa sul sito web del Museo.

Per le immagini, in particolare, l'ufficio Stampa collabora con l'ufficio Comunicazione Corporate e l'ufficio Digital, per realizzare in anticipo servizi dedicati a nuove esposizioni o attività, utilizzando comparse convocate attraverso un casting, come è stato nel caso dell'i.lab Leonardo.

I.LAB LEONARDO / SHOOTING



I TOP MEDIA 2018

Di seguito alcune delle iniziative relative all'offerta culturale che si sono svolte nel 2018 su cui l'ufficio Stampa è stato maggiormente impegnato e che hanno ottenuto maggiore e migliore copertura mediatica.

PROGETTI ESPOSITIVI E I.LAB

- » Leonardo 39. La costruzione di un mito
n° uscite totali: 86
- » i.lab Leonardo
n° uscite totali: 63
- » Leonardo da Vinci Parade
n° uscite totali: 190.

OFFERTA CULTURALE**GLI APPUNTAMENTI SPECIALI**

- » Cult Night XVIII sec. edition featuring Maria Gaetana Agnesi
n° uscite totali: 5
- » Cult Night 2001 Odissea nello Spazio
n° uscite totali: 53
- » Open Night. A tu per tu con la ricerca
n° uscite totali: 80
- » Campus al Museo (vacanze natalizie, pasquali ed estive)
n° uscite totali: 90.

FESTIVAL AL MUSEO

- » Festival Focus Live
n° uscite totali: 185.

**PARTECIPAZIONE DEL MUSEO
A RASSEGNE TEMATICHE**

- » Il Museo a Bookcity Milano
(da giovedì 16 a domenica 19 novembre)
n° uscite totali: 29.

**EVENTI TEMATICI NEI WEEKEND E PERIODI
FESTIVI ORGANIZZATI DAL MUSEO**

- » Weekend speciali Everest VR,
The Martian VR Experience
n° uscite totali: 47
- » Weekend speciali Pasqua, 25 aprile e 1°
maggio
n° uscite totali: 42
- » Museoestate
n° uscite totali: 25
- » Il Museo non è una palla
speciale Sant'Ambrogio
n° uscite totali: 6
- » MuseoNatale
n° uscite totali: 11.

EVENTI E INCONTRI CON ISTITUZIONI

- » Settimana Italia-Cina della scienza, della
tecnologia e dell'innovazione
n° uscite totali: 56.

**INCONTRI E CONFERENZE ORGANIZZATI
DAL MUSEO**

- » La spedizione del Dirigibile Italia e la ricerca
scientifica in Artico
n° uscite totali: 90
- » Fase finale delle Olimpiadi di robotica
(martedì 23 maggio)
n° uscite totali: 25.

**CONFERENZE E ALTRI INCONTRI DURANTE
LA SETTIMANA OSPITATI AL MUSEO**

- » Graphene: revolution is coming to earth...
and space
n° uscite totali: 21.

MOSTRE TEMPORANEE

- » I Colori del Motomondiale
n° uscite totali: 102.

ALTRO

- » Vivienne Westwood per il Museo
n° uscite totali: 11.

08

AZIONI DI FUNDRAISING E STRATEGIA DI SOSTENIBILITÀ

CAMPAGNE DI FUNDRAISING 2018

Nel 2018 l'attività di fundraising del Museo si è concentrata in primo luogo sul grande progetto delle Nuove Gallerie Leonardo al fine di garantirne la fattibilità economica attraverso una strategia che mira a coinvolgere:

- » **istituzioni pubbliche**
(tra cui il Ministero dei Beni Culturali tramite il Comitato Nazionale per le Celebrazioni dei 500 anni dalla morte di Leonardo da Vinci e il MIUR attraverso il Fondo Integrativo Speciale per la Ricerca);
- » **enti territoriali**
(Regione Lombardia e Comune di Milano);
- » **fondazioni italiane**
(tra cui Fondazione Cariplo attraverso il bando Cultura Sostenibile);
- » **fondazioni straniere**
(tra cui Stavros Niarchos Foundation);
- » **grandi imprese e imprenditori italiani.**

L'altro progetto per cui il Museo ha lavorato sul fronte del fundraising nel 2018 è la mostra "Dream Beasts" dedicata all'opera dell'artista olandese Theo Jansen.

Per questa esposizione temporanea sono state coinvolte istituzioni (Ambasciata e Consolato Generale del Regno dei Paesi Bassi), fondazioni internazionali (Mondriaan Fund e Fondazione IBSA per la ricerca scientifica) e imprese (Audemars Piguet e KLM Royal Dutch Airlines).

THEO JANSEN / STRANDBEEST



STRATEGIA GENERALE

Negli anni il Museo ha sviluppato e continua a implementare un modello economico-gestionale che si pone l'obiettivo di garantire la sostenibilità dell'Istituzione.

Il modello di sostenibilità della Fondazione è caratterizzato da 5 fattori:

- 1 / processo continuo di sviluppo mission-based e project-driven;
- 2 / pianificazione strategica su base triennale;
- 3 / mix di fonti di finanziamento pubblico-privato;
- 4 / investimento su una struttura organizzativa con professionalità e competenze chiave;
- 5 / dialogo e partnership con gli stakeholder.

Il concetto di sostenibilità guida le decisioni del Museo, ispirando il processo di sviluppo e contribuendo a rendere coerente e organica la gestione nelle dimensioni culturale-educativa ed economico-finanziaria.

Lo sviluppo culturale del Museo, che ha l'obiettivo di aumentare l'impatto sulle comunità servite, è reso possibile dallo sviluppo economico (aumentare i fondi per poter agire) e rende costantemente necessario uno sviluppo organizzativo (migliorare le competenze e i processi organizzativi per una delivery sempre più efficace ed efficiente).

Allo stesso modo, lo sviluppo economico può avvenire soltanto attraverso lo sviluppo culturale, perché sono i progetti culturali, asset distintivo e competitivo del Museo, a offrire opportunità di fundraising e a generare visite e vendita di servizi.

Infatti, il lavoro di sviluppo nella dimensione culturale rende l'Istituzione più attrattiva e interessante per stakeholder diversi e questo permette di auto-generare entrate dalle seguenti fonti: biglietteria, attività educative, fundraising per progetti, attività e servizi con approccio commerciale, consulenze e progettazioni per esterni.

Per il Museo, il processo di sviluppo è continuo ed è caratterizzato da queste fasi:

- 1 / identificazione del bisogno sociale;
- 2 / scelta del ruolo e del punto di vista del Museo rispetto a quel bisogno;
- 3 / ideazione del progetto per soddisfare quel bisogno;
- 4 / costruzione di relazioni e fundraising attraverso il dialogo con gli stakeholder per rendere possibile il progetto;
- 5 / delivery, monitoraggio e valutazione.

La strategia di stakeholder engagement risulta quindi cruciale e determinante. Infatti, le risorse provengono da coloro che hanno o vogliono assumere una responsabilità nei confronti della società, siano esse istituzioni, aziende, fondazioni o associazioni.

Un attore determinante per il Museo è Fondazione Cariplo che, con approccio filantropico e attraverso lo strumento dei bandi, eroga fondi per progetti relativi al rinnovamento delle infrastrutture, dell'offerta culturale e dei servizi, rappresentando un'importante fonte di finanziamento per musei, teatri, associazioni e imprese creative del territorio regionale. Negli ultimi anni il Museo ha ottenuto contributi da Fondazione Cariplo attraverso diversi bandi: nel 2017, dal Bando Cultura Sostenibile, per la realizzazione delle Nuove Gallerie Leonardo; nel 2016, dal Bando Patrimonio culturale per lo sviluppo, per il completamento delle Cavallerizze; nel 2015, dai Bandi Territoriali, per la progettazione delle Nuove Gallerie Leonardo; nel 2013, dal Bando Cultura Sostenibile, per il progetto #FoodPeople; nel 2010, dal Bando Divulgare contenuti culturali, per il progetto Voci della Scienza.

Nella strategia di fundraising del Museo l'equilibrio economico-finanziario è delicato e instabile. La funzione dei contributi pubblici da istituzioni nazionali e locali è essenziale ed imprescindibile. Essa deve andare di pari passo con il livello di responsabilità che il Museo ha nei confronti della società e che si concretizza attraverso finalità e compiti specifici quali:

- » la salvaguardia e lo studio del patrimonio storico tecnico-scientifico;
- » l'educazione delle future generazioni e le attività per la costruzione di cittadinanza scientifica.

Per i propri progetti, il Museo prepara application per bandi aperti da istituzioni pubbliche o fondazioni italiane e straniere, monitora i programmi di Corporate Social Responsibility e di sponsorship delle aziende potenzialmente affini per tematiche ed interessi ai progetti in preparazione.

In generale questo implica un dialogo continuo con stakeholder della società potenziali sostenitori del Museo, una programmazione di medio periodo che con anticipo identifichi e definisca le tipologie di progetti del Museo, una progettazione che vada oltre la fase di pura ideazione. Tutto ciò deve avvenire in un quadro di azioni che permetta di allineare gli obiettivi reciproci del Museo e delle controparti interessate a supportarne economicamente lo sviluppo.

Negli anni questa modalità di lavoro ha portato al rinnovamento costante delle sezioni espositive e dei laboratori interattivi e ha permesso di realizzare progetti di forte impatto che hanno arricchito l'offerta culturale ed educativa del Museo.

MODELLO DI GESTIONE E SISTEMA DI FINANZIAMENTO ANALISI DEI RICAVI DEL 2018

Il modello gestionale della Fondazione (o modello di sostenibilità economica), a lungo inedito nel panorama delle istituzioni culturali italiane, prevede una forte spinta sulla auto-generazione di risorse, per compensare l'insufficienza dei contributi per il funzionamento dei Partecipanti alla Fondazione.

Il mix di risorse auto-generate dalla Fondazione consiste in:

- » proventi da attività tipica (general admission, visite guidate, servizi educativi);
- » progetti (sponsorizzazioni, contributi privati e da istituzioni pubbliche);
- » ricavi da attività accessoria (progettazione e produzione di mostre temporanee, attività di formazione, prestiti di beni di valore storico-museale);
- » ricavi da attività commerciale (affitto spazi per eventi, bookshop).

Questo modello è stato chiamato a contribuire alla sostenibilità economica della Fondazione attraverso una quota annua media di risorse auto-generate pari al 75% del valore della produzione, permettendo:

- » un rinnovamento graduale del Museo;
- » il funzionamento e in particolare la copertura dei costi fissi della Fondazione;
- » lo sviluppo organizzativo con risorse professionali giovani e motivate.

Negli anni 2014-2018 in media i contributi dei Partecipanti hanno rappresentato il 28% del bilancio, mentre il restante 72% è stato coperto dalle risorse auto-generate. I valori annui medi sono stati:

25% proventi da attività tipica;
23% progetti;
6% ricavi da attività accessoria;
18% ricavi da attività commerciale.

La Fondazione, vigilata dal MIUR (DG Ordinamenti Scolastici), riceve dallo Stato un contributo annuo per il funzionamento (circa il 18% del totale del bilancio annuale) tramite due strumenti:

- 1 / il contributo annuo dallo Stato a valere sul capitolo 1261 del MIUR / legge 105/84 nel 2018 pari a 809.374 €;
- 2 / il contributo per inserimento nella tabella triennale ex legge 6/2000 nel 2018 pari a 1.250.000 €.

All'importo complessivo del sostegno pubblico concorrono anche, in misura minore, finanziamenti di altri partecipanti alla Fondazione (Regione Lombardia, Comune di Milano e Camera di Commercio, Industria e Artigianato di Milano, MiBAC):

- » il contributo della Regione Lombardia nel 2018 è stato di 250.000 €;
- » il contributo del Comune di Milano nel 2018 è stato di 258.200 €;
- » il contributo della Camera di Commercio nel 2018 è stato di 250.000 €;
- » il contributo del MiBAC nel 2018 è stato di 25.000 €.

I contributi pubblici su progetti specifici nel 2018 ammontano a circa 919.750 €.

IL MUSEO NEL 2018

Della quota di risorse auto-generate il 28% deriva da attività tipica, il 24% da progetti, il 3% da attività accessoria e il 19% da attività commerciale.

Nel 2018 i ricavi derivanti dalla biglietteria ammontano a 2.578.816 €, quelli derivanti dalle attività educative a 593.561 €. Le entrate generate dall'attività di organizzazione eventi/centro congressi nel 2018 sono state di 1.791.184 €, quelle derivanti dallo shop (vendita di merchandising e prodotti editoriali) di 277.304 €.

A queste fonti di ricavo devono aggiungersi le entrate generate dalla progettazione e produzione di mostre e dai prestiti che nel corso del 2018 hanno portato circa 302.944 €. I ricavi da partnership con soggetti privati ammontano a circa 661.979 €.

85 dipendenti full time
20 dipendenti part time
53 job on call
117 volontari
532.084 visitatori

Circa 11,4 M€ di budget totale
 (circa 4,65 M€ di costi di staff)

Circa 2,8 M€ di finanziamenti pubblici

Circa 7 M€ di finanziamenti propri
 e privati di cui:

- » 3,7 M€ di biglietteria e attività educative;
- » 2,2 M€ di attività commerciali;
- » 0,4 M€ mostre e prestiti;
- » 0,7 M€ di partnership.



180150130970