

Domenica 6 gennaio si è conclusa la mostra *Courbet e la natura* organizzata dalla Fondazione Ferrara Arte e dalle Gallerie d'Arte Moderna e Contemporanea del Comune di Ferrara.

La rassegna, a cura di Maria Luisa Pacelli, Dominique de Font-Réaulx, Barbara Guidi, Isolde Pludermacher e Vincent Pomarède, ha riportato l'attenzione della critica e del pubblico italiani sull'opera di un grande maestro francese che seppe interpretare e trascendere le correnti dominanti dell'Ottocento, dal romanticismo al realismo. In particolare, il percorso espositivo si è incentrato sul suo rivoluzionario modo di dipingere e celebrare il paesaggio e la natura.

La scelta di concentrarsi su questi temi deriva, da una parte, dall'importanza che essi rivestirono nell'arte di Courbet, dall'altra, dalla volontà di continuare una linea di lavoro dedicata alla pittura di paesaggio che la Fondazione Ferrara Arte porta avanti da oltre vent'anni con le rassegne dedicate ad alcuni dei più importanti artisti europei che consacrarono la loro arte al genere, da Constable a Sisley a Dahl e Munch, da Turner a Corot.

Grazie all'imprescindibile collaborazione di musei europei e americani e di importanti collezioni private, la mostra ha riunito a Ferrara non solo un'eccezionale selezione di paesaggi, ma anche una serie di opere "manifesto" che hanno sancito la grandezza del pittore, come *Buongiorno Signor Courbet*, *Le fanciulle sulle rive della Senna*, *L'uomo ferito*. L'allestimento, progettato da INOUTarchitettura, ha evidenziato i nessi tra i dipinti esposti, la geografia dei luoghi cari a Courbet e celebri fotografie contemporanee.

La rassegna *Offside* ha costituito un'ulteriore opportunità di approfondimento e riflessione con le mostre personali di Flavio de Marco ed Eva Jospin, due artisti che s'interrogano da tempo su aspetti centrali dell'opera di Courbet. I loro lavori, in parte realizzati per questa occasione, sono stati esposti in una sala adiacente al percorso espositivo, con lo scopo di ampliare la prospettiva critica offerta da questo progetto attraverso il filtro della ricerca contemporanea.

Il pubblico e gli addetti ai lavori hanno risposto in modo estremamente positivo alla proposta di Palazzo dei Diamanti, apprezzamento confermato non solo dall'affluenza, ma anche dal fatto che la tiratura del catalogo si è esaurita il giorno prima della chiusura e dall'attenzione riservata alla mostra sulla stampa.

Recensioni e approfondimenti sono apparsi su quotidiani e riviste come, tra gli altri, *Il Sole 24 Ore*, *La Repubblica-Robinson*, *Il Resto del Carlino*, *Il Venerdì di Repubblica*, *Il Corriere della Sera-La lettura*, *Avvenire*, *Famiglia Cristiana*, *Il Giornale dell'Arte*, *Il Giornale*, *Il Mattino di Padova*, *La Gazzetta del Mezzogiorno*, *Chi*. *Courbet e la natura* ha avuto spazio anche in radio e televisione con servizi nei telegiornali e approfondimenti specifici. Ricordiamo in particolare Rai2, Rai3, Rai News, Rai Radio 1, Rai Radio 2, Rai Radio 3, Radio Monte Carlo, TGcom24.

Per aver dato particolare risalto alla mostra e alle iniziative ad essa collaterali desideriamo ringraziare i media locali: *Il Resto del Carlino* - Redazione di Ferrara, *La Nuova Ferrara*, *Estense.com*, *Radio Dolcevita*, *Ferrara Italia* e *Telestense Cultura* che, in questa occasione, ha voluto essere al fianco della Fondazione Ferrara Arte nel ruolo di media partner.

Un riscontro molto positivo hanno avuto anche le iniziative didattiche e culturali, da quelle organizzate direttamente dalla Fondazione Ferrara Arte, come il ciclo di conferenze «Il bello è nella natura», che, oltre ai curatori, ha visto la presenza a Ferrara di nomi prestigiosi del mondo della musica, della filosofia e dell'arte, così come i molteplici progetti realizzati da istituzioni e associazioni cittadine che, come di consueto, hanno voluto creare una positiva sinergia con le esposizioni di Palazzo dei Diamanti.

Com'è andata

Risultato: **76.053 visitatori** in 107 giorni di apertura con una media giornaliera di **711** biglietti staccati.

L'andamento economico della mostra è stato il seguente:

Bilancio provvisorio preconsuntivo

1. Costo della mostra: € 1.125.472,82
2. Entrate nette di mostra: € 1.024.680,43
3. Sponsorizzazioni: € 200.000,00

Attività editoriale

Si conferma anche in questa occasione il successo delle pubblicazioni di Ferrara Arte, una delle pochissime istituzioni italiane che si avvale della propria struttura interna per editare cataloghi, libri per bambini e ragazzi, guide e strumenti didattici in accordo ai contenuti delle mostre.

Il catalogo, riccamente illustrato, costituisce di fatto la prima pubblicazione scientifica moderna in italiano dedicata a Courbet. Ottimo il successo della pubblicazione, *sold out* prima della fine della mostra, con una media di acquisto pari a 1 copia ogni 32 visitatori per un totale di 2.338 copie vendute.

Alto è stato anche il gradimento degli altri materiali realizzati in occasione della mostra: sia la guida, che ha l'ottima media di vendita di 1 copia ogni 15 visitatori per un totale di quasi 4.763 copie vendute, sia le pubblicazioni dedicate a Flavio de Marco ed Eva Jospin, strumenti utili per inquadrare le iniziative della rassegna *Offside* in relazione a Courbet.

Social network e promozione

In occasione di *Courbet e la natura* si è deciso di implementare il lavoro sui social network, in particolare su Instagram, per veicolare i contenuti della mostra secondo modalità interattive che consentono di avvicinare il pubblico in maniera più coinvolgente e immediata.

I profili Facebook, Twitter e Instagram di Palazzo dei Diamanti hanno continuato a crescere con costanza e a raggiungere un pubblico sempre più vasto, residente in tutta Italia con interessi legati agli ambiti dell'arte/turismo/cultura.

- Instagram: si è puntato molto alla crescita di questo social che ora ha 8.582 follower e di cui il 3.54% apprezza o commenta i post. Le opere più fotografate e condivise dai visitatori sono state *Volpe nella neve* del Dallas Museum of Art (è stata anche l'opera che ha generato l'8.7% di *engagement* nel profilo di Palazzo dei Diamanti), *L'onda* della National Galleries of Scotland di Edimburgo e *Giovane bagnante* proveniente dal Metropolitan Museum of Art di New York. Inoltre con l'hashtag #courbetnatura sono stati pubblicati 2.675 post.

- Facebook: dall'apertura della mostra i fan della pagina dei Diamanti (facebook.com/PalazzoDiamanti) sono aumentati dell'8%, raggiungendo un totale di 51.156 di cui circa il 90% provenienti da fuori provincia; il picco massimo giornaliero di persone che hanno visualizzato un contenuto della pagina è stato di 165.018; il post di massima visibilità ha raggiunto 1.357.503 persone, ha avuto 943.388 interazioni ed ha generato 2.855.522 impressioni totali.

- Twitter: il profilo Twitter di Palazzo dei Diamanti (twitter.com/PalazzoDiamanti) ora ha 5.487 follower, con una portata stimata di 12.121.050 utenti.

Come di consueto, grande attenzione è stata riservata alla campagna *teaser* di avvicinamento alla mostra che ha preso il via in giugno, attraverso una serie di clip animate aventi lo scopo di dare il senso del racconto della mostra. Questi video sono stati utilizzati prevalentemente sui social network e sul sito di Palazzo dei Diamanti e da qui condivisi dagli utenti, ma anche in una campagna promozionale nei cinema, a disposizione degli operatori turistici e dei giornalisti per l'inserimento in servizi televisivi.

Alcuni dati ricavati dalle interviste al pubblico (n. 3620 pari al 4,75% su 76.053 visitatori)

a. è molto significativo il dato del giudizio sulla mostra: tra gli intervistati solo lo 1,10% non l'ha apprezzata, mentre il 98,54% dei visitatori ha espresso un giudizio positivo.

b. La provenienza del pubblico: la percentuale più rilevante è quella dell'Emilia-Romagna, con il 54,12% dei visitatori, seguita dal Veneto con il 15,72% e, più a distanza, da Lombardia e Toscana (rispettivamente 6,30% e 5,06%). Buona la percentuale dei visitatori stranieri intervistati, pari al 2,40%. Tra di loro molti di nazionalità francese.

c. Città di provenienza, le prime in classifica: Bologna con il 20,19% che ha superato Ferrara e Provincia che assieme hanno raggiunto il 15,28%; seguono con una buona percentuale Ravenna 5,86%, Modena 5,80%, Padova 4,50%, Venezia 2,73%, Roma 2,51% e Rovigo 2,46%.

d. Come è venuto a conoscenza della mostra?

16,85%	internet (non sito mostra)
15,44%	pubblicità su quotidiani e riviste
13,51%	newsletter di Palazzo dei Diamanti
12,71%	manifesti, locandine
12,54%	segnalazione di conoscenti
10,83%	articoli e recensioni su quotidiani e riviste

e. Un pubblico molto fedele: il 54,45% delle persone intervistate viene abitualmente a vedere le mostre a Palazzo dei Diamanti; 21,19% risulta la percentuale dei visitatori venuti per la prima volta ai Diamanti, mentre il 22,73% ha dichiarato di essere venuto almeno una volta in passato.

f. La mostra e i musei ferraresi: Il 70,06% degli intervistati ha dichiarato di aver visitato i musei della città, il 27,27% di non averli mai visitati; mentre il 40,47 ha espresso l'intenzione di farlo.

g. La mostra e il turismo: tra gli intervistati non ferraresi il 75,29% è venuto (o tornato) in città appositamente per la mostra. Tra questi il 19% dei visitatori ha deciso di pernottare in città e in provincia per una o più notti. Tra le strutture ricettive, l'opzione preferita degli intervistati è quella degli alberghi (50,48%), seguiti dai bed & breakfast (28,37%), dalle case private (15,38%), camper (3,37%) e infine dagli agriturismi (2,40%).

Prenotazioni e prevendite

In totale i biglietti venduti in prevendita, tra singoli e gruppi, sono stati 22.874 di cui 17.598 prevenduti telefonicamente tramite addetti alle prenotazioni.

Ad usufruire di questo servizio sono state 16.985 persone organizzate in gruppi, di cui 7.225 adulti e 9.760 studenti delle scuole.

La mostra è stata visitata dagli istituti scolastici di ogni ordine e grado, della città, della provincia e di altre città, per un totale di circa 9.760 studenti, quasi 500 classi prenotate, di cui 321 classi ferraresi con quasi 6.000 studenti, dato veramente molto importante.

Gli studenti provenienti dalle altre città sono stati comunque tantissimi: 3.768. La mostra ha interessato in modo particolare gli studenti delle scuole superiori e delle scuole primarie.

Le prevendite dei singoli visitatori sono state in totale 5.889, di cui 5.276 acquistate on-line e 613 telefonicamente tramite addetti alle prenotazioni. Da questa mostra è stato attivato un altro importante canale di vendita che consente l'acquisto del biglietto ai singoli visitatori sul sito e nei punti vendita di Vivaticket.

Anche per questa esposizione è continuata la collaborazione con gli hotel e le strutture ricettive di Ferrara e provincia che hanno avuto la possibilità di acquistare, sempre online, i biglietti per i propri clienti con tariffa scontata e l'intesa promozionale per i pacchetti turistici con il consorzio Visit Ferrara.

Sempre a partire da questa mostra è stata attivata la vendita del biglietto integrato con la Pinacoteca Nazionale, che consentiva l'ingresso a prezzo scontato a entrambe le gallerie. I biglietti venduti sono stati 2.020.

Le visite guidate organizzate per gruppi alla mostra prenotate tramite l'Ufficio Informazioni e prenotazioni di Palazzo dei Diamanti sono state 388 per un totale di quasi 8.000 persone interessate, tra gruppi scolastici di ogni ordine e grado e di adulti sia di Ferrara e provincia che di altre città. Molto apprezzate anche le visite guidate per singoli visitatori "Raccontare l'arte" organizzate per tutti i weekend e per le aperture straordinarie della mostra.