

Assemblea Ordinaria dei Soci
**RELAZIONE DI MISSIONE
AL BILANCIO 2017**

Forte di Bard, 19 aprile 2018

Sig.ri Soci,

Si è concluso il dodicesimo esercizio dell'Associazione di cui oggi approviamo il Bilancio consuntivo. I risultati conseguiti sono da considerarsi soddisfacenti in termini di flussi di visitatori, di entrate economiche e di riscontri da parte dei media di settore e non.

Un ringraziamento va doverosamente fatto ai Soci per la costante attenzione dimostrata verso l'Associazione, a tutto il Consiglio di Amministrazione e Collegio dei Revisori dei Conti, all'Organismo di Vigilanza e allo staff del Forte di Bard.

Il numero di visitatori delle aree espositive nel 2017 è stato pari a 280.445, con una riduzione rispetto al 2016 (312.057) ma un incremento rispetto al 2015 (252.085) e a tutti gli altri anni precedenti. Il 2016 è stato infatti un anno eccezionale in quanto, rispetto alla normale programmazione, è stata allestita e aperta al pubblico una mostra in più legata alle riprese del film "Avengers: Age of Ultron" che da sola ha registrato 49.519 ingressi.

L'esercizio 2017 è stato caratterizzato da eventi espositivi di importante valore artistico-culturale: la conclusione della mostra "Avengers" (iniziata nel 2016 e con 3.979 visitatori nel 2017), World Press Photo 2016 (parziale 2017: 4.465 visitatori), la mostra "Robert Doisneau, Icones" (23.201 visitatori) "Wildlife Photographer of the Year" (21.095 visitatori), l'esposizione dell'opera di Tiziano "Deposizione di Gesù Cristo al sepolcro" (da marzo a giugno 2017 nella Cappella del Forte di Bard con ingresso libero e circa 5.500 passaggi registrati), "Da Raffaello a Balla, i capolavori dell'Accademia di San Luca" (24.812 visitatori), la mostra fotografica "Steve McCurry Mountain Men" (49.249 mila visitatori), il debutto di World Press Photo 2017 (parziale 2017: 4.097 visitatori) e la mostra "un'estate di artigianato" con le opere vincitrici della 64esima mostra concorso svoltasi presso lo spazio espositivo "le Scuderie".

Oltre al mantenimento dei principali format del Forte di Bard, quali ad esempio "I Colloqui del Forte", "Meteolab", "Napoleonica" e la linea dei "Workshop" (Master di fotografia naturalistica, Master Forma Design and Image) il "MWTrail", la gara podistica "Forteight" nella nuova versione "ForTen", "Capodanno al Forte", "San Valentino" e "Estate al Forte", la programmazione ha visto la prima edizione di Yoga Festival, evento diffuso su tutto il territorio regionale in collaborazione con la Convention and Visitors Bureau Valle d'Aosta, e la Celtic Mud Race. Inoltre, in collaborazione con l'Assessorato all'Agricoltura e Risorse Naturali e la Camera di Commercio Valdostana, si è svolta la quattordicesima edizione di Marché au Fort e la seconda edizione di Vins Extrêmes.

Alla fine del mese di aprile 2017 è stato inaugurato il museo de "Il Ferdinando, Museo delle Fortificazioni e delle Frontiere", con l'integrazione nelle zone temporanee di una mostra sul tema delle Frontiere dal titolo "Paolo Pellegrin Frontiers". Il nuovo Museo ha registrato nei primi otto mesi di apertura 31.905 ingressi mentre gli altri spazi museali permanenti hanno fatto registrare i seguenti ingressi: Museo delle Alpi 49.504, Le Prigioni del Forte 62.045, Le Alpi dei Ragazzi 6.093.

Durante l'esercizio è proseguita l'attività di networking finalizzata a sviluppare relazioni e far conoscere il Forte di Bard a livello nazionale e internazionale oltre a avviare lo sviluppo di nuovi progetti.

Le iniziative del Forte di Bard hanno mantenuto un elevato interesse da parte dei media Radio, TV ed articoli di stampa.

Nel corso dell'esercizio è stata predisposta la programmazione delle attività espositive per l'anno 2018 con la previsione di due mostre d'arte ("Luci dal Nord - Impressionisti in Normandia" e "Henry Matisse - Sulla scena dell'arte"), quattro mostre di fotografia e alcune esposizioni di artisti valdostani.

Attività svolta per la comunicazione ai media per il Forte di Bard

Nel 2017 è proseguita la collaborazione con l'Ufficio stampa Equipe International che ha concluso il suo incarico il 31 dicembre scorso. L'incarico di Ufficio stampa per il Forte di Bard svolto da Equipe International ha prodotto il risultato di oltre 1500 articoli/servizi radiotv, con una copertura pressoché totale delle principali testate nazionali e locali.

Nel corso dell'anno sono stati realizzati e inviati a oltre 3000 giornalisti sul territorio nazionale 60 comunicati stampa (alcuni dei quali mandati più volte, come nel caso delle mostre, per mantenere viva l'attenzione per tutta la durata dell'esposizione) con i seguenti risultati:

QUOTIDIANI NAZIONALI

Gli oltre mille articoli/segnalazioni pubblicati dalle più prestigiose testate nazionali e locali hanno raggiunto milioni di lettori. Nella maggior parte dei casi non si tratta di semplici trafiletti, ma di articoli approfonditi di

mezza pagina, corredati da fotografie.

SEGNALAZIONI SUL WEB

A questi numeri già molto significativi bisogna sommare i lettori dei servizi pubblicati sulle testate web per i quali non è possibile fare stime precise anche se si tratta sicuramente di centinaia di migliaia di utenti. Alle testate nazionali web legate ai principali organi di informazione (Stampa, Repubblica, Corriere) si affiancano altre testate web più di nicchia ma autorevoli e molto seguite dagli appassionati di arte e cultura, come Artribune, Sky Arte, Art World, Arte Magazine, Artemagazine, CultArt.

PAGINE SOCIAL

Sono stati incrementati gli investimenti, sia in termini di contenuti che di spazi a pagamento, sulle pagine dei social network del Forte di Bard. A fine 2017 gli utenti Facebook hanno superato le 95.000 unità, gli utenti Instagram le 5.500 unità mentre si mantengono stabili gli utenti Twitter (oltre 2.300) in linea con il trend discendente di utilizzo di questo canale da parte del pubblico. In netto incremento invece gli utenti e le interazioni della pagina Instagram.

SITO INTERNET

Nel mese di novembre 2017 è stato pubblicato il nuovo portale del Forte di Bard con una grafica completamente rinnovata e ottimizzata per la visualizzazione dei contenuti sui principali device. In contemporanea è stato lanciato anche il sito web dedicato all'Hotel Cavour et des Officiers.

Flussi programmati

Nell'esercizio i flussi programmati sono rappresentati da 785 gruppi ripartiti tra gruppi laboratori didattici, gruppi Alpi dei Ragazzi, visite guidate, visite integrate fortezza/Museo delle Alpi, visite alle mostre temporanee e visite integrate fortezza/mostra. Per quanto attiene alle sole scolaresche il numero totale di alunni in visita al Forte nel corso del 2017 è stato di 14.845 unità (18.337 nel 2016). Ammontano invece a circa 16.142 gli adulti che hanno acquistato servizi di visita assistita (14.384 nel 2016).

Attività di comarketing

Sono proseguite le collaborazioni di co - marketing con diversi enti (Skyway Monte Bianco, Fondation Grand Paradis, Vicolungo Outlets, MAV, Acquario di Genova, FAI, Touring Club Italiano, Camera Centro Italiano per la Fotografia, Associazione Valdostana Maestri di Sci per l'Aosta Valley Tourist Card) e le convenzioni con ADAVA, l'Office du Tourisme e con l'Associazione Torino Musei (che ha riguardato nel 2017 oltre 58.000 ingressi).

E' stato inoltre sottoscritto un Protocollo d'intesa con SEA Aeroporti per la promozione di iniziative in ambito artistico e culturale all'aeroporto di Milano Malpensa in base al quale è stato allestito, nel febbraio 2017, uno "showcase" con una selezione di opere del progetto FdB Modern; lo spazio è stato poi riallestito nel mese di novembre 2017, in occasione dell'evento Book City Milano, con opere fotografiche di Yann Arthus-Bertrand legate al progetto *Vu du ciel Val d'Aoste*.

Importanti sponsorizzazioni hanno accompagnato il progetto espositivo Steve Mc Curry Mountain Men (Banca Sella Holding e Tasci/Montura)

Tra gli accordi commerciali si segnalano quelli con Maison Bertolin e Caves Cooperatives de Donnas relativo alla "brandizzazione" dei biglietti del parcheggio pluripiano.

A fine esercizio è stata avviata una collaborazione con la Soprintendenza ai Beni Culturali e l'Assessorato regionale all'Istruzione e Cultura per la sottoscrizione di un accordo di co-marketing - con decorrenza dal 1° gennaio 2018 - che prevede sconti e riduzioni sui titoli di ingresso dei visitatori del Forte di Bard che visiteranno una delle sedi espositive e castelli della Regione. L'obiettivo è favorire la permanenza dei turisti sul territorio e promuovere i beni monumentali ivi presenti.

Attività connesse e commerciali

Nel 2017 i ricavi derivanti da museo, visite guidate e laboratori didattici ammontano a circa euro 1.377.500 e permangono in leggera crescita rispetto ai due esercizi precedenti così come quelli derivanti dalla gestione dell'Hotel Cavour et des Officiers (euro 74.700 circa). Quelli derivanti dalla vendita di libri, gadgets e pubblicazioni (euro 291.100 circa), dalla caffetteria (euro 387.000 circa), dagli eventi (euro 123.000 circa) e dal parcheggio (euro 99.000 circa) sono caratterizzati da una leggera flessione rispetto a quanto registrato nell'anno 2016 (caratterizzato come detto dalla mostra Avengers. Age of Ultron la quale era corredata di una ricca linea di merchandising) ma risultano in netto incremento rispetto all'esercizio 2015.

Sintesi principali attività culturali e promozionali

- Apertura del museo de "Il Ferdinando, Museo delle Fortificazioni e delle Frontiere";
- Potenziamento area MICE (meetings, incentive, congress, events);

- Marché au Fort 2017
- Quarta edizione di Napoleonica
- Prima edizione di Yoga Festival
- Eventi di musica, intrattenimento, danza, divulgazione (Estate al Forte);
- Eventi sportivi: Forten, MonterosaWalserUltraTrail;
- Prima edizione Celtic Mud Race
- Festeggiamenti natalizi, mercatino di Natale e eventi natalizi nel Borgo;
- San Valentino e Capodanno al Forte;
- Organizzazione attività di canoa e rafting sulla Dora Baltea nel tratto Arnad-Bard;
- Ricognizioni con enti culturali al fine di sviluppo progetti;
- Ideazione e realizzazione ottava edizione de "I colloqui del Forte di Bard";
- Ideazione e realizzazione ottava edizione Meteolab;
- Partecipazione a MAISON e LOISIRS;
- Seconda edizione Master FORMA e ottava edizione del Master di Fotografia naturalistica;

Sintesi principali attività di manutenzione

In termini di interventi di manutenzione ordinaria effettuati in proprio e straordinaria effettuati dall'Associazione per conto della Regione sulla base dei finanziamenti stanziati, si segnalano gli interventi di seguito riportati:

attività	descrizione
Fognatura ->	Intervento di riparazione perdita sotto strada interna nel tratto Mortai/Ferdinando della tubazione fognaria.
Interventi straordinari impianti termotecnici e idrici ->	Interventi di ripristino perdite circuito caldo verso il Carlo Alberto. Sostituzione quadro elettrico e pompa del pozzo alimentazione idrica. Sostituzione vasi espansione, inserimento contatori litri ricarica acqua. Manutenzione straordinaria su sistema climatizzazione sale espositive Cannoniere
Uffici ->	Sostituzione di tutti i PC delle postazioni di lavoro / uffici.
Museo delle Alpi ->	Sostituzione monitor, videoproiettori e sorgenti luminose. Installazione/sostituzione dispositivi di riproduzione video
Serramenti ->	Sostituzione del portale accesso alla piazza d'Armi lato ovest. Revisione di tutti i portali delle piazze Gola/d'Armi. Revisione delle porte dei servizi a uso del pubblico
Sistemi impianti speciali ->	Revisione di tutti gli UPS – Gruppi di continuità. Implementazione storage del CED.
Edifici del borgo ->	Hotel Stendhal: miglioramento climatizzazione sala ristorante con installazione di porta scorrevole collegamento corridoio ingresso e destratificatori a soffitto per il ricircolo dell'aria calda.
->	
Ascensori del Forte ->	Installazione dispositivo di manovra elettrica di riporto al piano su ascensore koala. Manutenzioni straordinarie degli ascensori inclinati.
Automezzi ->	Acquisizione furgone per attività logistica

Attività societaria

L'azione gestionale è stata improntata nella prosecuzione delle attività programmate con la ricerca di efficienze e economicità dal punto di vista dei costi e di mantenimento dei ricavi. Forte attenzione è stata posta nella focalizzazione dell'attività dell'Associazione e nella ricerca di possibili adeguamenti organizzativi.

Il risultato economico è positivo e pari a euro 31.195,00 con il conseguimento di ricavi per complessivi euro 5.462.388 attribuibili ad attività tipiche ed istituzionali per euro 2.968.895 (54,35%) e ad attività connesse e commerciali per euro 2.493.493 (45,65%). I costi della produzione ammontano a euro 5.395.199, derivanti principalmente da servizi (euro 2.939.000 circa), personale (euro 1.554.000 circa) e materie (euro 436.000 circa), con il conseguimento di un utile operativo, prima dei proventi finanziari e delle imposte, di euro 67.189.

Il Consiglio di Amministrazione ha ritenuto opportuno avviare un processo di modifica delle modalità di

governo dell'Associazione che si sono concretizzate nell'avvio di una procedura di selezione del Direttore e nella predisposizione di una proposta di modifica dello statuto da sottoporre all'Assemblea dei soci che vede, sostanzialmente, il mutamento della composizione del Consiglio di Amministrazione (denominato Comitato di indirizzo), la previsione della figura del Direttore e l'istituzione del Comitato scientifico.

Ai sensi dell'articolo 14 dello statuto l'utile di esercizio sarà impiegato per la realizzazione delle attività istituzionali.

Il Presidente
Laurent Viérin