

## FAVORIRE L'ACCESSO ALLA CULTURA E LA PARTECIPAZIONE DEL PUBBLICO

# INCREMENTARE LA PRESENZA DI PUBBLICO NEI "LUOGHI DELLA CULTURA"

### IL PROBLEMA

I frequentatori abituali dei luoghi tradizionalmente deputati alla cultura (musei, biblioteche e archivi, monumenti e aree archeologiche, teatri, sale da concerto, cinema, ecc.) rappresentano anche nella nostra regione una minoranza della popolazione. E in Lombardia, come nel resto del paese, esistono ampi margini di crescita delle presenze del pubblico.

La scarsa consuetudine con i cosiddetti "luoghi della cultura" non può essere unicamente ricondotta alla carenza di offerta culturale o all'assenza di un'offerta culturale sufficientemente articolata e qualificata sul territorio. La scelta di "prodotti culturali", infatti, è influenzata da molteplici fattori e l'intensa concorrenza delle nuove forme di intrattenimento rende sempre più difficile la sopravvivenza delle forme più tradizionali di cultura: i consumatori, di fronte all'esistenza di numerosi canali informativi e di offerte differenziate, se non addirittura personalizzate, di impiego del tempo libero, sono spesso spinti o indotti a un consumo di proposte nelle quali il contenuto culturale è accessorio e contingente; mentre la partecipazione a eventi artistici o culturali, così come la fruizione del patrimonio, prevede generalmente un comportamento attivo e consapevole da parte di coloro ai quali l'offerta è rivolta.

Inoltre, pur non mancando i riferimenti alla "domanda di cultura" e alcune indicazioni orientate a favorire la partecipazione e la fruizione, i finanziamenti al settore della cultura, soprattutto quelli statali, si sono storicamente sempre indirizzati verso l'offerta, anche se alcune valide iniziative promosse in particolare dalle regioni e degli enti locali hanno, in anni più o meno recenti, sperimentato forme originali di promozione della partecipazione.

Si ritiene pertanto necessario restituire centralità e protagonismo al pubblico e operare per un'estensione della domanda di cultura che punti su fattori qualitativi e innovativi di fruizione, condivisione e partecipazione, nella convinzione che ciò rappresenti anche un fattore fondamentale di stimolo sul versante dell'offerta, sia perché favorisce una produzione e una diffusione ancor più qualificata e articolata, sia perché spinge alla ricerca di un rapporto più equilibrato fra sostenibilità economica e qualità.

### OBIETTIVI DEL BANDO

La Fondazione si propone di incentivare, presso le organizzazioni che gestiscono od operano a vario titolo nei "luoghi della

cultura" (musei, biblioteche e archivi, monumenti e aree archeologiche, teatri, sale da concerto, cinema, ecc.), una più incisiva sensibilità per il pubblico, sostenendo l'ideazione e la realizzazione di progetti a forte carattere innovativo, direttamente finalizzati a:

- 1) favorire la crescita quantitativa del pubblico;
- 2) orientare, qualificare ed equilibrare la partecipazione, favorendo l'incontro/integrazione fra diversi pubblici;
- 3) rimuovere le eventuali barriere (economiche, sociali, culturali, di orario, ecc.) che ostacolano l'accesso.

L'attenzione della Fondazione si concentrerà, in particolare, sui progetti rivolti a precisi target di popolazione, possibilmente destinati a territori geograficamente definiti e preferibilmente realizzati in partenariato tra più enti del settore.

Il contributo della Fondazione Cariplo non sosterrà l'offerta culturale o il suo sviluppo/miglioramento/qualificazione bensì unicamente l'azione o l'insieme delle azioni previste dai proponenti per favorire l'accesso del pubblico alla cultura e l'incremento della partecipazione, da parte di precise fasce di popolazione e in territori ben individuati, ai progetti e alle iniziative culturali.

### LINEE GUIDA

#### Soggetti ammissibili

Il bando si rivolge a tutti gli enti, di natura pubblica e privata nonprofit, che gestiscono od operano a vario titolo nei "luoghi della cultura".

Le regole relative all'ammissibilità formale degli enti richiedenti sono illustrate nella *Guida alla presentazione*, comune a tutti i bandi della Fondazione.

#### Progetti ammissibili

In molti casi, anche grazie alle diverse opportunità rese oggi possibili dall'innovazione tecnologica, è possibile ideare e realizzare progetti incisivi, di qualità e a costi contenuti, specie se destinati a uno specifico territorio o a una particolare area sociale/fascia di popolazione.

La Fondazione sosterrà un numero limitato di progetti, consistenti in singole azioni di dimensione economica contenuta, anche a carattere sperimentale, o articolati in più azioni integrate e preferibilmente realizzate in partenariato fra due o più organizzazioni del settore culturale.

A titolo esemplificativo, i progetti potranno prevedere una o più azioni di incentivazione della partecipazione del pubblico e riguardanti i seguenti ambiti:

- l'informazione e la promozione, anche tramite il legame e il collegamento con eventi culturali di grande diffusione e/o con servizi turistico-ricettivi;
- la formazione e la qualificazione del pubblico;
- l'organizzazione di servizi tesi a favorire e semplificare la partecipazione/fruizione in qualunque forma;
- l'organizzazione di forme di incentivazione diretta a determinate categorie di utenti/spettatori particolarmente svantaggiate/sfavorite;
- il sostegno alla mobilità del pubblico, specie in territori particolarmente periferici;
- il riequilibrio della partecipazione tra più poli culturali.

I progetti, che potranno contenere anche piccole/specifiche indagini volte alla conoscenza del proprio pubblico di riferimento, effettivo e potenziale, dovranno dimostrare come i proponenti intendono allargare la partecipazione, indicando con precisione i seguenti elementi di strategia operativa:

- il contesto in cui si intende operare;
- gli obiettivi specifici che saranno perseguiti in riferimento all'incremento della partecipazione del pubblico;
- i soggetti destinatari dell'intervento;
- la strategia operativa che sarà adottata per incrementare la partecipazione e per consolidare tale cambiamento;
- i tempi in cui è atteso l'incremento della partecipazione del pubblico;
- i possibili indicatori e fattori osservabili che evidenzino il cambiamento realizzato.

In ogni caso, le proposte dovranno presentare i seguenti requisiti:

- previsione di avvio delle attività in data non precedente l'1 settembre 2010;
- formulazione di una richiesta complessiva di contributo alla Fondazione Cariplo non superiore a 50.000 € e comunque non superiore al 50% dei costi totali del progetto.

Relativamente ai progetti in partenariato, come riportato nella *Guida alla presentazione* (cui si rimanda per approfondimento del tema), per "partner" deve intendersi un'organizzazione che:

- risulta ammissibile al contributo della Fondazione Cariplo;
- apporta al progetto componenti di proventi e oneri (costi e ricavi);
- si candida a divenire destinataria di una quota del contributo complessivamente richiesto per il progetto.

La formalizzazione della relazione fra i soggetti ai fini della realizzazione congiunta del progetto dovrà avvenire attraverso specifici "accordi di partenariato", cioè documenti sottoscritti dai Rappresentanti legali (o loro delegati) di tutti i partner, volti a precisare:

- l'ambito, l'oggetto e la durata dell'accordo;
- gli impegni, anche di carattere finanziario ed economico, rispettivamente assunti;
- i ruoli assegnati ai componenti dell'accordo.

#### **Criteri**

Fatto salvo il valore culturale delle attività o dei beni gestiti dai proponenti, in fase di valutazione saranno tenuti in considerazione i seguenti aspetti:

- la capacità dei proponenti di analizzare l'ambito territoriale e/o sociale di intervento;
- il carattere innovativo, sperimentale e replicabile dell'iniziativa;
- il rapporto costi/risultati attesi (facendo riferimento alla partecipazione prevista);
- la capacità di prefigurare e misurare gli esiti del progetto;
- l'efficacia/ricaduta potenziale nel tempo;
- i criteri di definizione dei prezzi;
- la presenza di rapporti di partenariato con altre organizzazioni del settore culturale;
- la coerenza dell'iniziativa con l'attività dell'organizzazione (o delle organizzazioni);
- la coerenza dell'iniziativa nel quadro di eventuali piani di sviluppo territoriali;
- la presenza di un investimento economico da parte degli enti locali;
- la presenza di sponsor privati;
- il manifesto consenso/interesse da parte della comunità cui il progetto si rivolge.

#### **Progetti non ammissibili**

- iniziative già in atto o abitualmente promosse dai proponenti;
- campagne pubblicitarie e promozionali istituzionali o legate all'attività ordinaria anche quando prevedano l'uso delle nuove tecnologie.

#### **BUDGET DISPONIBILE**

Il budget a disposizione del presente bando con scadenza ammonta a 1 milione di euro.