



AREA ARTE  
E PROMOZIONE DELLA CULTURA



2019



BANDO  
CULTURA



LINEE  
GUIDA



FONDAZIONE  
*Cariverona*



## AREA ARTE E PROMOZIONE DELLA CULTURA

ANNO **2019**

# **BANDO CULTURA**

LINEE GUIDA ALLA PREDISPOSIZIONE  
DEL PROGETTO

### INDICE

	pag.
PREMESSA	3
TITOLO	3
DESCRIZIONE DEL PROGETTO	3
AMBITO	4
OBIETTIVI	4
FORME DI COMUNICAZIONE	5
ATTIVITÀ	5
RISULTATI ATTESI E SISTEMA DI VALUTAZIONE	6
DESTINATARI	7
BUDGET	8

---

# PREMESSA

Di seguito vengono riportati suggerimenti, informazioni funzionali e linee guida di utilità per la predisposizione delle candidature a partire dalle disposizioni del bando. A supporto della definizione della proposta progettuale, le linee guida sono state organizzate seguendo l'impostazione del formulario on line (ROL) al fine di agevolare - almeno per le sezioni principali - la stesura dei

progetti caratterizzati da un significativo livello di complessità.

Ad ulteriore supporto dell'attività di elaborazione progettuale, in ogni sezione tematica sono stati riportati i criteri che saranno utilizzati durante le fasi di istruttoria e di selezione delle proposte progettuali.

---

# TITOLO

Inserire il titolo del progetto presentato.

---

# DESCRIZIONE DEL PROGETTO

In questa sezione è importante fornire la descrizione generale del progetto, rimandando la trattazione dettagliata delle singole attività alla successiva sezione "Attività".

Nell'illustrare il progetto che si intende realizzare, è importante che la descrizione sottolinei i suoi tratti di specificità rispetto al sistema complessivo di offerta (servizi, attività, iniziative, etc.) già sviluppato dal soggetto proponente.

Si ricorda, infatti, che le risorse messe a disposizione dal bando sono finalizzate a sostenere progetti nella loro complessiva articolazione e non specifiche sue componenti (es. la comunicazione di un evento/festival, gli allestimenti di uno spazio museale, la logistica di una mostra temporanea). Nel caso di iniziative di grande dimensione, è possibile candidare al finanziamento loro singole parti solo nel caso in cui esse si configurino come un progetto dotato di una propria autonomia coerenza e unitarietà.

In particolare, la descrizione del progetto presentato dovrà risultare chiara e puntuale in relazione ai seguenti punti:

- gli obiettivi di breve e medio/lungo periodo. Qui si tratta di riportare una descrizione di carattere generale in quanto gli eventuali ulteriori approfondimenti dovranno essere riportati nella sezione successiva dedicata in modo specifico alla descrizione degli "Obiettivi".
- i fabbisogni del territorio, o del settore di riferimento, cui il progetto risponde, i fattori critici e gli elementi di debolezza su cui, con l'iniziativa

presentata, si intende intervenire. Se possibile, **indicare le fonti** (dirette e/o indirette) utilizzate per l'individuazione dei fabbisogni e delle criticità indicate (indagini o ricerche, interviste a testimoni privilegiati, esperienza diretta del problema, etc).

- le attività in cui si articola il progetto: progettazione, produzione, comunicazione, audience development, etc. Per agevolare la comprensione del progetto, si suggerisce di evidenziare quali sono le **azioni considerate "core"** ovvero centrali/indispensabili e quali, invece, svolgono più una **funzione di ulteriore arricchimento e potenziamento** (se esistenti).
- i risultati previsti entro l'anno e nei mesi/anni successivi, nel caso di iniziative che rilasceranno i loro effetti in un arco di tempo più ampio. Nella descrizione dei risultati attesi, occorre tenere in considerazione la loro **effettiva tangibilità e "misurabilità"** perché sarà oggetto di specifica descrizione nelle sezioni dedicate (nella sezione "Risultati attesi e Piano di valutazione").
- le risorse (umane, economiche etc.) messe in gioco dal proponente, ovvero l'entità e la qualità dell'investimento sostenuto direttamente dall'organizzazione in termini di lavoro retribuito e volontario, di occupazione, etc.
- le strategie messe in atto per garantire la sostenibilità del progetto oltre all'eventuale contributo concesso dalla Fondazione Cariverona: vendita di servizi, sponsorizzazioni, crowdfunding, artbonus, etc.).

### Criteria di valutazione

1. Livello di concretezza del progetto presentato. Per concretezza si intende la capacità di intervenire sui fattori critici (interni all'organizzazione, relativi ai settori o mercati di riferimento, relativi al territorio e alle sue specificità, etc.) e di differenziare le forme di entrata in modo da aumentare la propria autonomia economico-finanziaria.
2. Livello di coerenza del progetto presentato. Per coerenza si intende la capacità di fornire delle soluzioni progettuali e organizzative che siano coerenti e adeguate agli obiettivi prefissati e ai fabbisogni/criticità su cui si intende intervenire.
3. Grado di innovazione che caratterizza il progetto, sia dal punto di vista dei prodotti/servizi erogati, sia dei processi organizzativi/gestionali attivati. L'innovazione può riguardare anche il coinvolgimento di nuovi pubblici o categorie di utenza, le forme e gli strumenti della comunicazione utilizzata, l'utilizzo di soluzioni che agevolino nuove forme di fruizione dell'offerta culturale o di collaborazione/integrazione con altri attori territoriali.
4. Coerenza complessiva tra a) le azioni che si prevede di realizzare, b) gli obiettivi di breve, medio e lungo periodo, c) la rispondenza tra gli obiettivi e le criticità/fabbisogni del territorio su cui si intende intervenire.

## AMBITO

In questa sezione occorre indicare a quale ambito di intervento fa riferimento il progetto presentato tra

1. "Eventi, iniziative e manifestazioni"
2. "Valorizzazione beni culturali"

Nel caso in cui il progetto presentasse connessioni

con entrambe le tipologie di azione (ad esempio, nel caso di eventi organizzati dentro siti di interessi culturali), **si dovrà individuare la categoria principale** sulla base della **descrizione degli ambiti** fornita nel documento di bando e in **relazione agli obiettivi che il progetto** intende perseguire.

## OBIETTIVI

In questa sezione gli obiettivi del progetto, già descritti in precedenza in modo generale (cfr. "Descrizione generale del progetto") devono essere definiti con maggior precisione e, eventual-

mente, declinati su una scala di priorità. In modo da far emergere quali rappresentano le finalità "centrali" e imprescindibili rispetto a quelle di carattere secondario o accessorio.

### Criteria di valutazione

1. Chiarezza e completezza nella descrizione degli obiettivi.
2. Qualità degli obiettivi che si intende raggiungere. Per qualità si intende la capacità di porsi obiettivi che siano non solo **significativi**, ma anche **sostenibili ed effettivamente raggiungibili**. Saranno valutati negativamente tanto gli obiettivi difficilmente sostenibili quanto quelli che, in senso opposto, risulteranno poco ambiziosi per configurare un reale salto di qualità per il progetto e l'organizzazione.
3. Rispondenza tra gli obiettivi, i fabbisogni del territorio su cui si intende intervenire e le risorse effettivamente investite dall'organizzazione/istituzione (in termini di impegno lavorativo e di competenze coinvolte).

# FORME DI COMUNICAZIONE

La comunicazione è una componente importante di un progetto culturale perché rivela come il soggetto proponente intende attivarsi non solo per **promuovere le sue iniziative**, ma anche per **veicolare i contenuti e stimolare la condivisione, l'interesse e la partecipazione da parte dei diversi** pubblici. In questa sezione, quindi, si richiede di riportare il piano della comunicazione del progetto presentato, con una **puntuale articolazione**

**relativa ai diversi mezzi e strumenti utilizzati, della tipologia di destinatari** (che dovrà essere ripresa e approfondita nella sezione successiva "Destinatari"). Potranno essere impiegati strumenti e modalità differenti a seconda della tipologia di target che si intende raggiungere e del contenuto della comunicazione: dal materiale cartaceo e le affissioni stradali, a internet e i social network.

## Criteri di valutazione

1. Coerenza tra il piano di comunicazione che si intende realizzare, gli obiettivi del progetto e il profilo dei destinatari.
2. Qualità, efficacia e – dove presente – carattere innovativo della comunicazione prevista.

# ATTIVITÀ

Si richiede in questa sezione di produrre una **descrizione puntuale delle attività** in cui il progetto si articola corredata dalla corrispondente tempistica di realizzazione. Il piano di attività che si richiede di descrivere in questa sezione dovrà presentare, nel suo complesso, le seguenti caratteristiche:

- a) essere **coerente ed efficace rispetto agli obiettivi previsti dal progetto**.
- b) dimostrarsi **sostenibile per l'organizzazione** dal punto di vista economico, organizzativo e gestionale.
- c) essere capace di **apportare un valore aggiunto per la crescita dell'organizzazione e l'efficacia delle attività culturali caratteristiche**.

Dovrà essere riportata una descrizione con relativo cronoprogramma delle principali linee di attività, con particolare riferimento a:

- la produzione vera e propria dell'iniziativa (es. individuazione location, realizzazione allestimenti/disallestimenti, trasporti opere, ospitalità, comunicazione, etc.).
- le eventuali azioni di audience development, ovvero le attività finalizzate a rafforzare il coinvolgimento del proprio pubblico o ad avvicinare pubblici nuovi: ad esempio, forme di incentivazione diretta a determinate categorie di utenti/spettatori particolarmente svantaggiate/sfavorite; promozione di eventi e iniziative culturali attraverso forme particolarmente originali di incentivazione della partecipazione; sostegno alla mobilità del pubblico, specie in territori particolarmente periferici; etc.
- le azioni di fundraising attivate: contributi istituzionali, sponsorizzazioni, vendita servizi a mercato, biglietti di ingresso, vendita servizi aggiuntivi per il pubblico, etc.

## Criteri di valutazione

1. Coerenza del piano di attività e delle tempistiche di realizzazione con gli obiettivi del progetto e i risultati attesi.
2. Contributo delle singole attività rispetto al concorso degli obiettivi generali del progetto.
3. Grado di innovazione delle attività previste rispetto a quanto realizzato in precedenza dall'organizzazione.
4. Coerenza del piano di attività con il budget del progetto.

# RISULTATI ATTESI E SISTEMA DI VALUTAZIONE

In questa sezione si richiede di riportare i **risultati attesi dal progetto e il sistema di monitoraggio/valutazione** che sarà applicato **per verificare il raggiungimento degli obiettivi previsti** o registrare eventuali scostamenti. I risultati attesi, naturalmente, dovranno evidenziare la loro diretta correlazione con gli obiettivi descritti nella sezione apposita: di conseguenza, dovranno riferirsi a scale temporali differenti ovvero al breve e al medio-lungo periodo: a titolo di esempio, risultati attesi potranno riguardare un certo tasso di incremento del pubblico complessivo o di una specifica tipologia di visitatore/spettatore su cui si è deciso di realizzare delle attività di coinvolgimento e di comunicazioni particolari; l'incremento del numero di un certo tipo di eventi, iniziative o laboratori prodotti in uno specifico territorio; l'aumento del numero di partner coinvolti; la variazione positiva dell'entità di risorse economiche aggiuntive ottenute attraverso opportune strategie di fundraising; il rafforzamento del proprio posizionamento nel territorio o alla scala sovra-locale (regionale, nazionale, internazionale, etc.). Viene lasciata al soggetto proponente la facoltà di individuare quali siano i risultati più importanti da raggiungere. Si suggerisce, tuttavia, di:

- a. distinguere tra i **risultati che si ritiene perseguire attraverso le singole attività** in cui si articola il progetto (es. un certo numero di spettatori per una particolare iniziativa) e **quelli di carattere generale** (crescita del numero di visitatori che è ritornato a visitare il museo/bene culturale a seguito del progetto realizzato).
- b. distinguere tra **risultati che si ritiene di raggiungere alla conclusione del progetto**, e quelli di **medio-lungo periodo** che si ipotizza saranno ottenuti successivamente, nell'arco dell'anno successivo o su periodi di tempo più ampi.
- c. privilegiare i **risultati che possano essere misurati attraverso parametri e indicatori precisi**. "L'arricchimento culturale del visitatore" rappresenta certamente un obiettivo auspicabile ma, in termini di risultati, non rappresenta un indicatore facilmente misurabile.

d. dove possibile, fornire una **soglia di riferimento che possa essere utilizzata come indicatore per "misurare" l'entità del risultato raggiunto**: a titolo di esempio, se si prevede di raggiungere un certo numero di ingressi paganti nel 2019, riportare il dato dell'anno precedente (o il più recente possibile).

In generale, si raccomanda di **non sottovalutare l'importanza di tale informazione ai fini della valutazione complessiva** della proposta e, di conseguenza, di **dedicare la giusta attenzione e cura alla definizione dei risultati e alla individuazione degli indicatori** che saranno utilizzati per la loro misurazione/valutazione.

Il tema del monitoraggio e della valutazione dei progetti finanziati, infatti, riveste un'importanza centrale per la Fondazione Cariverona in quanto solo attraverso l'acquisizione di dati puntuali consente di mettere a disposizione della comunità di riferimento e dei propri stakeholders informazioni sempre più approfondite riguardo gli obiettivi, le modalità e i risultati dei propri interventi sia definire in maniera sempre più precisa ed incisiva la propria programmazione prevedendo, laddove necessario ed opportuno, specifiche azioni correttive e di miglioramento delle strategie di intervento.

Nella presentazione della proposta progettuale, quindi, viene richiesto di non limitarsi all'elencazione dei risultati previsti e di produrre una descrizione chiara e completa dell'approccio, le modalità e le azioni che saranno messe in atto per acquisire tutti gli elementi conoscitivi necessari a valutare:

- il raggiungimento degli obiettivi previsti e dei risultati ottenuti
- eventuali scostamenti rispetto alle previsioni
- fattori di criticità riscontrati
- le reazioni e i contributi da parte del pubblico, dei visitatori, degli spettatori o dei fruitori dei servizi culturali realizzati attraverso il progetto
- le ricadute generate sul territorio dalle attività realizzate

### Criteri di valutazione

1. Chiarezza e completezza nella descrizione dei risultati, degli indicatori che saranno utilizzati per la loro valutazione e del modo in cui i dati saranno raccolti, elaborati e comunicati.
2. Qualità e pertinenza degli indicatori, ovvero la capacità di fornire dati e informazioni sui fenomeni più rilevanti generati dagli interventi realizzati.
3. Coerenza tra i risultati previsti, gli obiettivi del progetto e le risorse messe in gioco per la sua realizzazione.
4. Dimensione e realistica dei risultati previsti (in relazione alle attività che si intendono realizzare e dei fabbisogni del territorio cui il progetto si rivolge).

## DESTINATARI

La scelta dei servizi da attivare e delle attività da intraprendere, naturalmente, non deve essere fatta a caso ma, al contrario, basarsi su una quanto più precisa conoscenza dei diversi profili di utente a cui ci si rivolge: le sue caratteristiche principali, i suoi comportamenti di visita o le modalità con cui fruisce di contenuti culturali, le sue aspettative, i bisogni espressi, etc. Ad esempio, stabilire contatti con le comunità locali è diverso dall'intercettare l'attenzione di turisti o di visitatori in vacanza nel proprio territorio; rivolgersi alle famiglie con bambini, agli adolescenti e agli anziani richiede necessariamente l'attivazione di strategie di azione calibrate sulle peculiarità di ciascun target dal punto di vista dei comporta-

menti di fruizione, della capacità di spesa, delle esigenze in termini di servizi alla persona, e così via.

In questa sezione, quindi, si richiede di riportare la descrizione del profilo o dei profili di pubblico a cui il progetto si rivolge, facendo attenzione a mantenere una coerenza tra i target, il piano di attività (in particolare le azioni di audience development) e il piano di comunicazione.

Se il progetto intende rivolgersi a una pluralità di profili di utenza, si richiede di indicare quali sono i principali, ovvero quelli giudicati "immancabili" e le ragioni alla base di questo riconoscimento.

### Criteri di valutazione

1. Puntualità e completezza dell'analisi dei target.
2. Coerenza tra le tipologie di destinatari, gli obiettivi del progetto e il piano di attività.
3. Coerenza tra le tipologie di destinatari e il piano di comunicazione.

---

# BUDGET

La valutazione terrà conto della **congruità tra le voci di budget e il progetto presentato**. Si raccomanda pertanto di **fornire nella relazione descrittiva del piano economico ogni elemento utile per evidenziare la coerenza e la congruità del budget esposto** a partire dai razionali e dai criteri di imputazione utilizzati per la formazione delle singole voci di spesa. È altresì importante **allegare, in particolare per le voci di spesa di**

**particolare rilevanza, preventivi ed offerte.**

In coerenza con gli obiettivi del bando, particolare attenzione verrà dedicata alle previsioni di entrata e alla capacità di creare un funding mix efficace attraverso l'attivazione di altri canali di finanziamento come: sponsorizzazioni, entrate derivanti da attività proprie, iniziative di crowdfunding, finanziamenti europei, bandi, etc.

## Criteri di valutazione

1. Chiarezza, coerenza (con il progetto presentato) e completezza del budget in relazione alle stime di entrata e uscita e il valore aggiunto apportato dalle attività previste.
2. Coerenza del budget di progetto con la dimensione economico-finanziaria complessiva dell'organizzazione, così come desumibile dal bilancio consuntivo dell'ultimo anno e da quello previsionale.
3. Impatto generato dalle azioni intraprese dal punto di vista della diversificazione delle fonti di entrata e del grado di autonomia rispetto ai contributi pubblici/privati di natura istituzionale.