



Corso di Laurea magistrale in Valorizzazione del patrimonio culturale materiale e immateriale

PROGETTAZIONE CULTURALE

Slide a cura di *Silvia Tarassi*



LEZIONE 8



Ideazione

Output: idea- strategia -obiettivi

Strumento: 6 W

Il ciclo di vita del progetto

1. Ideazione– sviluppo concept (fase di analisi, ricerca)



2. Attivazione – studio di fattibilità



3. Pianificazione



5. Esecuzione (Attuazione-Completamento)



5. Valutazione

La drammaturgia di progetto: 6 W

1.

CHI E CON CHI? ATTORI

Quali soggetti? Chi è il titolare?
Quale forma giuridica?
Committente? Quale struttura
organizzativa? Stakeholder?
Partner?

2.

PERCHE' E PER CHI?

- Istanze culturali espresse
- Istanze politiche
- Istanze di business, di comunicazione
- Istanze di partecipazione a network (progetti UE)

3.

CHE COSA? OGGETTI

Quali sono i contenuti e il tema? Titolo, sottotitolo, descrizione, logo

4

COME?

Come si svolge ? Con quali modalità?
Bottom up/Top down? Quali linguaggi
utilizza?

5

DOVE? TERRITORI

Dove si realizza? Singola venue,
venue diffuse?

6

QUANDO

Quando? Si sovrappone ad altro?
C'è il tempo per pianificarlo e
realizzare gli obiettivi?



3. Dove? Il territorio della progettazione

**Cosa significa
coinvolgere un
territorio?
Quali sfide?**



Un progetto culturale trasforma lo spazio in un luogo

"Pianocity riscoperta dei luoghi nascosti della città
Fuori salone <https://www.locationamilano.it/>



Il luogo arricchisce il progetto

In una bulimia di eventi la location arricchisce l'evento
«Location esclusiva»



Funzioni dell'evento- territorio

FUNZIONI DEGLI EVENTI	
<i>Funzioni</i>	<i>Sottofunzioni</i>
Immagine del territorio	promozione, rilancio, consolidamento, affermazione, posizionamento/ri-posizionamento, percezione del "genius loci" della località,, miglioramento know how di marketing territoriale, creazione e consolidamento del valore del brand
Valorizzazione del territorio	patrimonio urbanistico, storico-artistico, ambientale, paesaggistico, prodotti/culture tipiche, patrimonio popolare/folclorico
Trasformazione del territorio	infrastrutturazione mirata e generica, trasporti, logistica, servizi, recupero/restauro, destinazione/modifica destinazione
Ricostruzione identità locali	riconciliazione fra valori, riaffermazione valori, tradizione (rilancio, rinnovo), riequilibrio valori, determinazione nuovi equilibri valoriali, rafforzamento di identità deboli
Sviluppo culturale	aumento <i>appeal</i> dell'area per talenti creativi, affinamento nell'audience attiva, generazione di nuova audience, offerta culturale innovativa e sperimentale, elevamento del gusto e della sensibilità estetica diffusa

Funzioni del progetto/evento- territorio

FUNZIONI DEGLI EVENTI	
<i>Funzioni</i>	<i>Sottofunzioni</i>
Sviluppo turistico	rilancio, de-stagionalizzazione, ampliamento tipologico dell'offerta, modificazione, consolidamento, diversificazione, ampliamento e consolidamento quantitativo dell'offerta, infrastrutturazione connessa alla/e offerta/e
Sviluppo socio economico	relazioni industriali, insediamenti industriali, attrazione investimenti diretti, creazione impiego permanente creazione impiego momentaneo/stagionale valorizzazione/formazione professionalità locali modificazione sistema manifatturiero/terziario, generazione di best practice gestionali, minore isolamento del cittadino, maggiore solidarietà sociale, partecipazione collettiva all'evento
Finalità politico istituzionali	ampliamento/consolidamento rapporti e relazioni, rilancio centralità regionale/nazionale, legittimazione nazionale/internazionale, strumento di politica nazionalistica, strumento per valorizzazione nazionale

Eventi come occasione di rigenerazione urbana



Eventi come occasione di rigenerazione urbana



Gli eventi come strumenti di marketing territoriale

Eventi come piattaforme di comunicazione di eventi e di realtà presenti sul territorio in grado di:

- Mobilitare i potenziali di sviluppo di un luogo
- Favorirne il rinnovamento infrastrutturale
- Rafforzarne l'immagine e l'identità
- Modificarne l'immaginario e la comunicazione

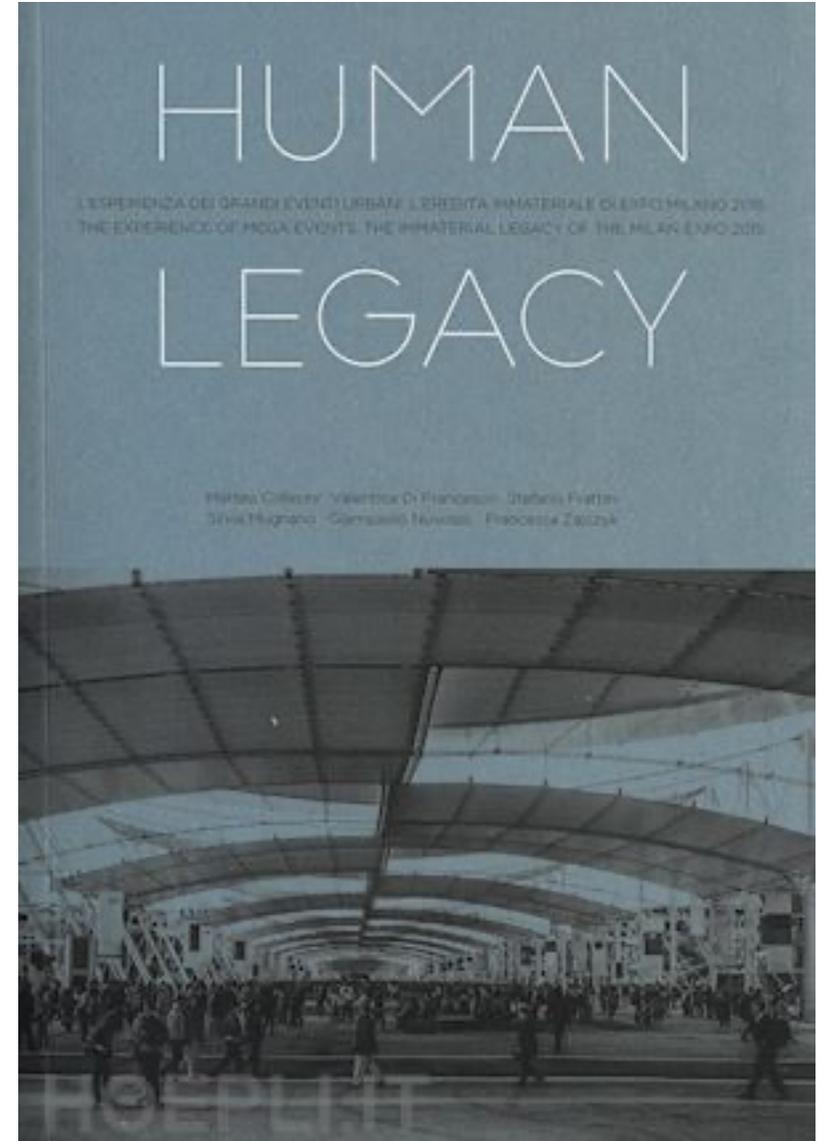


Eventi e legacy

Gli eventi e in particolare i grandi eventi e mega eventi (expo, olimpiadi, capitali della cultura) lasciano nelle città ospitanti un'eredità materiale (landmark) e immateriale (human legacy)



Evento di successo non nel risultato di pubblico ma nella capacità di costruire un nuovo processo di coprogettazione tra le amministrazioni comunali e le realtà culturali e di collaborazione tra Bergamo e Brescia





LEZIONE 9



BGBS2023 E IL RAPPORTO CON IL TERRITORIO

Incontro Università di Bergamo
28 novembre 2023

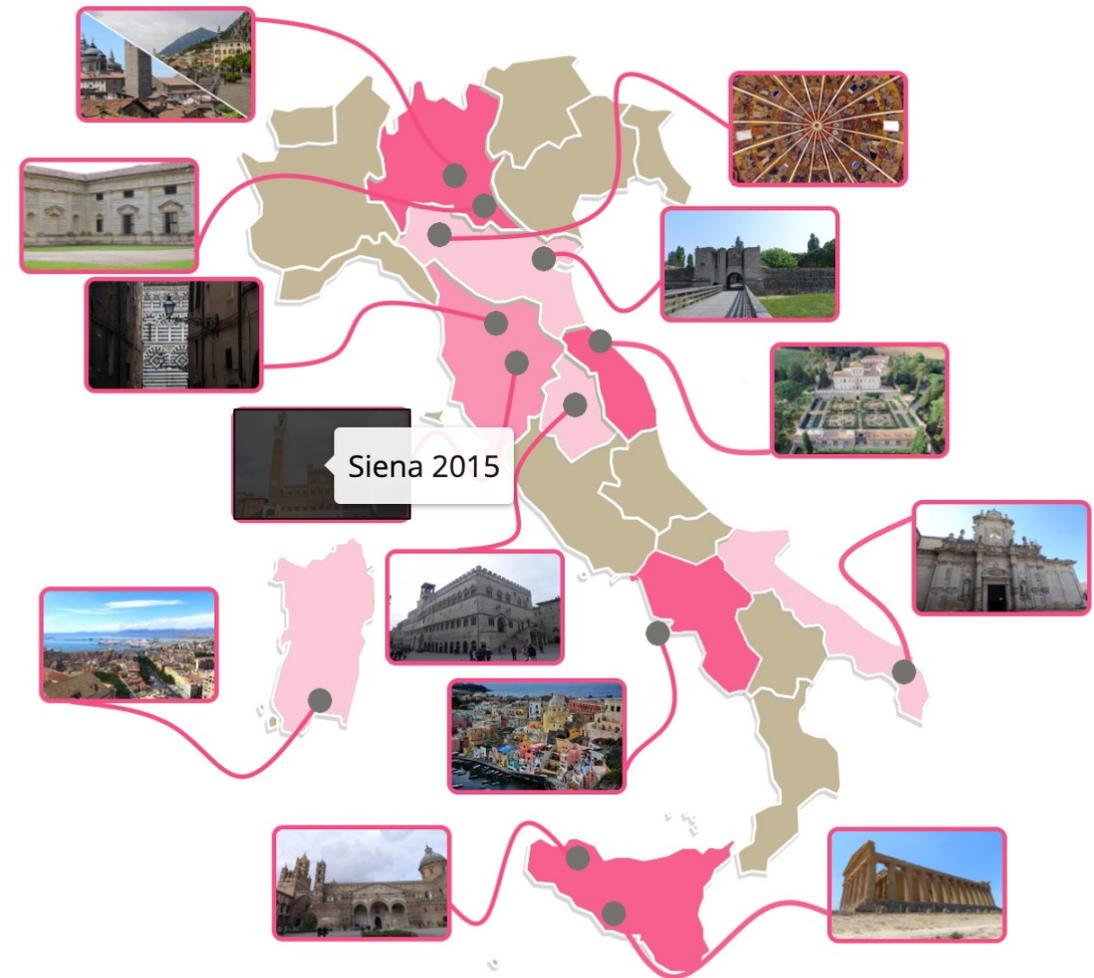


Capitali italiane della cultura

L'iniziativa [Capitale italiana della cultura](#) è stata istituita nel 2014, dietro proposta del Ministro dei beni e delle attività culturali e del turismo, sulla scorta della partecipazione delle città italiane alla selezione per la Capitale europea della cultura 2019 cinta da Matera.

Il titolo viene conferito annualmente a una città. Ad oggi, hanno ricevuto il riconoscimento: Cagliari, Lecce, Perugia, Ravenna e Siena (2015); Mantova (2016); Pistoia (2017); [Palermo](#) (2018); Parma (2020-21); [Procida](#) (2022); [Bergamo/Brescia](#) (2023); [Pesaro](#) (2024); Agrigento (2025).

Attualmente è in corso la selezione per il 2026.



Il dossier di candidatura

La candidatura avviene attraverso la risposta a un [bando](#) e la presentazione di un dossier.

Il dossier di candidatura deve contenere:

- a) il titolo del dossier di candidatura;
- b) il progetto culturale della durata di un anno, inclusivo del cronoprogramma e delle singole attività previste;
- c) l'organo incaricato dell'elaborazione e promozione del progetto, della sua attuazione e del monitoraggio dei risultati, con l'individuazione di un'apposita figura responsabile;
- d) la valutazione di sostenibilità economico-finanziaria del progetto culturale proposto;
- e) gli obiettivi perseguiti, in termini qualitativi e quantitativi, e gli indicatori che verranno utilizzati per la misurazione del loro conseguimento.

Soggetti ammissibili Comuni e Unioni di Comuni indipendentemente dalla dimensione



**BERGAMO
BRESCIA**
Capitale Italiana
della Cultura

**“LA CITTÀ ILLUMINATA”
Dossier di programmazione**

RACCONTA LA TUA CAPITALE

NOME DELLA CITTÀ

SE FOSSE UNA CAPITALE SAREBBE PIENA DI...

SE FOSSE UNA METAFORA SAREBBE...

KUBLAI

IL PODCAST | SULLE CAPITALI | DELLA CULTURA

DESIGN YOUR CAPITAL OF CULTURE

COME SAREBBE LA TUA CITTÀ SE FOSSE UNA

CAPITALE DELLA CULTURA? RACCONTALA!

COME NEL PODCAST KUBLAI, OGNI CAPITALE

NASCONDE SEGRETI, METAFORE, LUCI E OMBRE.

OGNI CITTÀ VA OLTRE I SUOI EDIFICI.

Project work

1. Individuazione un città o un territorio a vostro piacere
2. Individuazione del titolo, tema e della strategia
3. Analisi di contesto (potenzialità e criticità di quel territorio in termini di offerta culturale e turistica, risorse paesaggistiche, mobilità)
4. Presentazione di un esempio di attività di co-progettazione partecipata
5. Presentazione del programma culturale (solo inaugurazione e conclusione)
6. Presentazione della governance, dell'organigramma, e dei partner e stakeholder

Project work

1. Suddivisione in gruppi da 2-3 persone entro 5/12/2023
2. Presentazioni (canva o ppt o altro): 19/12/2023
3. 15 min presentazione + 5 min domande
4. Gruppo impegnato nella presentazione e nella domanda a altro progetto
5. Ordine di presentazione e di domanda a sorteggio
6. Valutazione della presentazione e della domanda in 30/30 a gruppo (farà media con l'esame scritto)