



**Fondazione
della Comunità**
della Provincia di Pavia - Ente Filantropico



LINEE DI INDIRIZZO PER LO SVILUPPO DI PROGETTI IN PARTNERSHIP NELL'AMBITO DEL SETTORE CULTURALE IN PROVINCIA DI PAVIA

DOCUMENTO DI SINTESI DEL PERCORSO DI COPROGRAMMAZIONE
SVOLTO TRA NOVEMBRE 2023 E FEBBRAIO 2024

Quaderno della Fondazione
della Comunità della Provincia di Pavia - Ente Filantropico
N. 1 Anno 2024

Fondazioni
di **Comunità**





Linee di indirizzo per lo sviluppo di progetti in partnership nell'ambito del settore culturale in provincia di Pavia

Documento di sintesi del percorso di coprogrammazione
svolto tra novembre 2023 e febbraio 2024

Collana “Quaderni della Fondazione della Comunità della Provincia di Pavia”

N. 1 Anno 2024

FONDAZIONE DELLA COMUNITÀ DELLA PROVINCIA DI PAVIA - ENTE FILANTROPICO

Via Perelli, 11

27100 PAVIA

www.fondazionepv.it

Questo Quaderno è l'esito di un percorso di coprogrammazione realizzato tra il novembre 2023 e il febbraio 2024, ideato e facilitato da Marco Cau di Pares (www.pares.it).

Il percorso è stato proposto e coordinato da Anna Tripepi e Matteo Colombo del gruppo di lavoro della Fondazione della Comunità della Provincia di Pavia - Ente Filantropico, insieme ad Alberto Lolli, Rettore dell'Almo Collegio Borromeo di Pavia e Alice Moggi e Maria Piccio del CSV Lombardia Sud ETS.

Ha collaborato Simona Marin.

Finito di stampare il 21 marzo 2024 da Industria Grafica Pavese - Pavia

Questo Quaderno è scaricabile dal sito www.fondazionepv.it

Può essere citato - Quote as:

Quaderno della Fondazione della Comunità della Provincia di Pavia - Ente Filantropico

N. 1 Anno 2024. Pavia: Fondazione della Comunità

Is licensed under a Creative Commons



Sommario

Introduzione di Giancarlo Albini	pag. 9
Abitare la vita insieme di Alberto Lolli	“ 11
1. Il percorso di coprogrammazione	“ 13
1.1. Contesto	“ 13
1.2. Oggetto e obiettivi del processo di coprogrammazione	“ 13
1.3. Modalità di realizzazione del processo di coprogrammazione	“ 14
1.4. Invitati al processo di coprogrammazione	“ 14
1.5. Sede del processo di coprogrammazione	“ 14
1.6. Metodo di lavoro	“ 15
1.7. Esito del processo di coprogrammazione	“ 15
2. I filoni tematici	“ 17
2.1 Costruiamo distretti culturali	“ 17
Immaginario condiviso	“ 17
Prospettive di futuro	“ 17
Risorse necessarie	“ 18
Idee progettuali di massima	“ 18
Per approfondire	“ 18
2.2. Coinvolgiamo nuovi pubblici	“ 18
Immaginario condiviso	“ 18
Prospettive di futuro	“ 19
Risorse necessarie	“ 19
Idee progettuali di massima	“ 20
Per approfondire	“ 20
2.3. Sviluppiamo nuovi centri culturali	“ 20
Immaginario condiviso	“ 20
Prospettive di futuro	“ 20
Risorse necessarie	“ 21
Idee progettuali di massima	“ 21
Per approfondire	“ 21
2.4. Apriamo i luoghi culturali tradizionali	“ 22
Immaginario condiviso	“ 22
Prospettive di futuro	“ 22
Risorse necessarie	“ 22
Idee progettuali di massima	“ 22
Per approfondire	“ 22
2.5. Promuoviamo la partecipazione culturale dei giovani	“ 23
Immaginario condiviso	“ 23
Prospettive di futuro	“ 23

2.6. Ricerchiamo la sostenibilità di organizzazioni e progetti	“ 23	3.6. Giovani. A noi la parola	“ 32
Immaginario condiviso	“ 23	Idea in sintesi	“ 32
Prospettive di futuro	“ 23	Attività per avviare il progetto	“ 33
Risorse necessarie	“ 24	Attività di contenuto	“ 33
Idee progettuali di massima	“ 24	Rete progettuale	“ 33
Per approfondire	“ 25	Comunicazione e promozione	“ 33
3. Le schede progetto	“ 26	Risorse necessarie	“ 33
3.1. Arte altrove. Proposte artistico culturali in luoghi insoliti e alternativi	“ 26	3.7. Pavia Capitale della Cultura 2030. Sistema provinciale di relazioni culturali	“ 34
Idea in sintesi	“ 26	Idea in sintesi	“ 34
Attività per avviare il progetto	“ 26	Attività per avviare il progetto	“ 34
Attività di contenuto	“ 26	Attività di contenuto	“ 34
Rete progettuale	“ 27	Rete progettuale	“ 34
Comunicazione e promozione	“ 27	Risorse necessarie	“ 35
3.2. L’hub che non c’era. Dalla mappatura degli spazi da rigenerare al primo progetto pilota	“ 27	3.8. Appavia. www.appavia.it	“ 35
Idea in sintesi	“ 27	Idea in sintesi	“ 35
Attività per avviare il progetto	“ 27	Attività per avviare il progetto	“ 35
Attività di contenuto	“ 27	Attività di contenuto	“ 35
Rete progettuale	“ 28	Rete progettuale	“ 36
Comunicazione e promozione	“ 28	Comunicazione e Promozione	“ 36
Risorse necessarie	“ 28	Risorse necessarie	“ 36
3.3. Laboratori diffusi e permanenti. Benessere individuale e sociale attraverso l’arte e la cultura	“ 29	3.9. CollArte. Collisioni artistiche per l’inclusione sociale	“ 37
Idea in sintesi	“ 29	Idea in sintesi	“ 37
Attività per avviare il progetto	“ 29	Attività per avviare il progetto	“ 37
Attività di contenuto	“ 29	Attività di contenuto	“ 37
Rete progettuale	“ 30	Rete progettuale	“ 37
Risorse necessarie	“ 30	Risorse necessarie	“ 37
3.4. Fame di spazi e fame di cultura. Una rete museale cittadina che colleghi le diverse istituzioni museali	“ 30	3.10. Festival diffuso	“ 38
Idea in sintesi	“ 30	Idea in sintesi	“ 38
Attività per avviare il progetto	“ 30	Attività per avviare il progetto	“ 38
Attività di contenuto	“ 30	Attività di contenuto	“ 38
Rete progettuale	“ 31	Rete progettuale	“ 39
Comunicazione e promozione	“ 31	3.11. Il gusto delle cultura	“ 39
Risorse necessarie	“ 31	Idea in sintesi	“ 39
3.5. Matchraising. Enti e imprese si incontrano	“ 31	Attività per avviare il progetto	“ 39
Idea in sintesi	“ 31	Attività di contenuto	“ 40
Attività per avviare il progetto	“ 31	Rete progettuale	“ 40
Attività di contenuto	“ 32	Comunicazione e Promozione	“ 40
Rete progettuale	“ 32	Risorse necessarie	“ 40
Comunicazione e promozione	“ 32	3.12. Itinerarte - Cultura on the road	“ 40
Risorse necessarie	“ 32	Idea in sintesi	“ 40
		Attività per avviare il progetto	“ 40
		Comunicazione e Promozione	“ 41
		Risorse necessarie	“ 41

3.13. Mappamondo di cultura. Una Casa delle culture	“ 41
Idea in sintesi	“ 41
Attività per avviare il progetto	“ 41
Attività di contenuto	“ 41
Rete progettuale	“ 42
Comunicazione e Promozione	“ 42
Risorse necessarie	“ 42
3.14. Sport in Mente. Festival dello Sport	“ 42
Idea in sintesi	“ 42
Attività di contenuto	“ 42
Rete progettuale	“ 43
Risorse necessarie	“ 43
3.15. Pavia Capitale della Cultura 2030. Una visione comune	“ 43
Conclusioni di Marco Cau	“ 45
Hanno partecipato al percorso	“ 47

Introduzione

Giancarlo Albini

Presidente della Fondazione della Comunità della Provincia di Pavia - Ente Filantropico

In Italia la sottostima della spesa per la cultura, sia da parte del settore pubblico sia da parte delle famiglie, rispetto alla media europea, comporta inevitabili conseguenze sulla vitalità e sulla diversificazione dell’offerta culturale. **La cultura è un bene primario e non un lusso**, e un’offerta culturale accessibile e variegata rappresenta un fattore importante per l’arricchimento individuale e il benessere sociale.

Questa carenza ha inevitabili ripercussioni sulla qualità dell’offerta stessa, limitando il suo rinnovamento, la sua diversificazione e, talvolta, mettendone addirittura a rischio la sopravvivenza. Per contro, una cultura ricca, differenziata e accessibile è cruciale per promuovere la consapevolezza del valore della diversità, favorire la crescita delle persone e migliorare la qualità della vita. Tutto questo non solo sostiene lo sviluppo economico ma crea anche nuove opportunità di formazione, di acquisizione di competenze professionali e di occupazione lavorativa.

Inoltre la pandemia da Covid-19 ha profondamente influenzato le abitudini culturali, spingendo molte persone a fruire della cultura in modalità individuale, principalmente attraverso le piattaforme digitali. **Ma la cultura è soprattutto un contesto condiviso di significato** ed è pertanto importante riconoscere il valore precipuo delle esperienze culturali vissute in contesti pubblici, in quanto favoriscono la coesione sociale, il legame tra le persone e il senso di appartenenza alla comunità.

Gli eventi culturali, che fungono da catalizzatori di aggregazione sociale, facilitando la formazione e il rafforzamento dei legami tra gli individui, assumono così una rilevanza sociale e comunitaria; infatti queste esperienze non solo educano al rispetto reciproco e allo scambio, ma promuovono anche un senso di identità e solidarietà, che sono fondamentali per il “fare comunità”.

In questo senso, **l’offerta culturale di qualità, che non è solo un aspetto estetico o di intrattenimento, diventa un vero e proprio “capitale sociale”**, essenziale per favorire e stimolare la coesione e la solidarietà nella società, contribuendo significativamente a promuoverne il benessere.

La cultura, inoltre, rappresenta un fattore di tenuta democratica in quanto la democrazia ha bisogno di essere fondata su abitudini di pensiero e sentimenti condivisi coltivati attraverso la cultura.

Tutto ciò ha indotto la Fondazione della Comunità della Provincia di Pavia a dare **priorità al contrasto alle disuguaglianze di accesso alla cultura**.

Per queste ragioni nella primavera del 2023 la Fondazione ha promosso due importanti eventi: il laboratorio “Sguardi sulla cultura”, tenutosi il 4 maggio in collaborazione con il Centro Servizi Volontariato Lombardia Sud, e l’apertura della “Call cultura” il 25 maggio, conclusasi il 29 giugno.

Infine, il 16 novembre, nei suggestivi Horti del Collegio Borromeo di Pavia, è stato avviato il percorso di coprogrammazione culturale, in collaborazione con la cooperativa interdisciplinare “Pares”.

Questo percorso ha previsto quattro incontri mensili, da novembre 2023 a febbraio 2024, focalizzati sulla definizione e lo sviluppo di collaborazioni e reti. I partecipanti, più di 40 persone, provenivano da altrettante organizzazioni senza scopo di lucro, enti religiosi, enti pubblici e varie associazioni culturali, tutti attivi da tempo nella promozione di eventi e iniziative culturali sul territorio della provincia.

Con questa iniziativa la Fondazione della Comunità della Provincia di Pavia ha convocato gli operatori culturali per partecipare a un processo di collaborazione volto a definire le Linee Guida per lo sviluppo di progetti culturali nel territorio provinciale. L'intento è stato quello di individuare tematiche e approcci innovativi al fine di promuovere iniziative culturali capaci di coinvolgere attivamente le comunità locali. La Fondazione della Comunità si propone in tal modo di identificare i bisogni culturali del territorio pavese, di offrire suggerimenti per bandi di finanziamento innovativi e di coinvolgere una pluralità di attori culturali al fine di arricchire le competenze e stimolare la partecipazione. L'obiettivo ultimo è creare reti di collaborazione e costruire progetti significativi che possano ricevere finanziamenti tramite bandi messi a disposizione dalla Fondazione stessa o da altre organizzazioni.

Il risultato di questo percorso è questo documento di *“Linee di indirizzo per lo sviluppo di progetti in partnership nell'ambito del settore culturale in provincia di Pavia”* che sottoponiamo alla attenzione delle istituzioni e a tutta la comunità del territorio con l'auspicio di raccogliere adesioni alle linee progettuali individuate.

La Fondazione della Comunità aspira così a diventare sempre più attivatore di iniziative, un vero e proprio laboratorio di costruzione di reti fra associazioni ed enti, e a stimolare la diffusione della cultura a strati sempre più ampi di popolazione.

La parola *“comunità”* rimane al centro di ogni nostra iniziativa, consapevoli dell'importanza che assumono la collaborazione e l'interconnessione di tutti gli attori presenti in provincia di Pavia.

Abitare la vita insieme

Alberto Lolli

Rettore Almo Collegio Borromeo di Pavia

Si può abitare in molti modi la vita, ma io ne conosco uno solo: **farlo insieme**. E non perché *l'unione fa la forza*. *Vivere insieme* è una necessità che nasce dall'umile evidenza che siamo parte della stessa umanità. **Così anche lavorare insieme, soprattutto per chi fa cultura, è una necessità. Perché si è parte della stessa comunità e si serve la stessa comunità.** Soggetto e oggetto devono coincidere.

È stato decisivo, allora, il tavolo promosso dalla Fondazione della Comunità della Provincia di Pavia per sviluppare progetti di partnership culturale, un'occasione di confronto fondamentale tra enti, istituzioni, soggetti del settore pubblico e privato, che hanno a cuore il tempo presente, quello futuro e anche quello radicato nella lunga storia di questa città.

Ogni città ha un duplice volto: si manifesta in una realtà concreta e dà vita a un immaginario. Come si è fatto, occorre anzitutto capire quale sia l'idea che abbiamo del nostro territorio e quale traccia vorremmo che lasciasse nell'immaginario, individuale e collettivo, di chi la abita, di chi la visita, di chi la amministra.

Un immaginario non è un'astrazione evanescente, ma il frutto di un insieme complesso di percezioni, che germinano dal tessuto materiale, vitale di una città, di un territorio: dalle sue strade e dai suoi edifici, dalle sue aree verdi e dai suoi monumenti, dai luoghi dei servizi, dalle azioni quotidiane, dalle professioni e dagli spazi *“altri”*, destinati alla tutela e promozione culturale, alla valorizzazione del patrimonio storico e artistico, alla risposta a un bisogno variegato di benessere. Soprattutto, è un tessuto fatto di persone.

Una realtà così composita e sfaccettata accoglie e produce molte voci, è oggetto di molti sguardi e può – questa è la sfida – divenire essa stessa soggetto di una presentazione unitaria e di un'offerta consapevole di sé, non superficiale, non scontata, non effimera.

La *“co-elaborazione”* progettuale che – si auspica – si tradurrà in collaborazione fattiva, ha sollecitato la messa in comunione di esperienze differenziate e di energie creative, di istanze e desideri, nella convinzione che un'offerta culturale solida, ricca e coinvolgente per il nostro territorio possa nascere solo dalla conoscenza e dall'ascolto reciproco, dal dialogo attento, dalla condivisione e valorizzazione di competenze, in una logica di feconda circolarità della cultura.

In questo contesto progettuale e operativo, si sono incrociate esperienze secolari, come quelle del Collegio Borromeo di cui sono Rettore, e istituzioni appena sbocciate. Poco importa. Ciascuno ha potuto seguire la propria vocazione di agente culturale del territorio, confrontandosi con realtà differenti e mettendo a fattore comune le proprie peculiarità e ricchezze.

Il lavoro di confronto promosso dalla Fondazione della Comunità è stato perciò un acceleratore straor-

dinario, che ha accolto e integrato esperienze e risorse specifiche del territorio, valorizzato le migliori energie creative, offrendo loro l'opportunità di organizzarsi, di compiere un ulteriore passo sulla strada dell'impegno per una programmazione sempre più coordinata delle iniziative culturali, per la costruzione di una rete operativa efficace, fatta non della somma di interessi singolari ma della armonizzazione di singolarità interessanti, per ri-creare l'immaginario di una città ricca di passato nell'orizzonte della modernità presente e futura.

Auguriamoci che sia soltanto il primo passo che inauguri non solo una nuova proposta culturale per il territorio, ma un nuovo modo di essere comunità.

1. Il percorso di coprogrammazione

1.1. Contesto

Contesti in evoluzione, comunità articolate, recenti bisogni chiedono anche alle organizzazioni attive nel settore culturale di ricercare nuovi ambiti e nuove modalità d'azione, originali modalità di coinvolgere le persone e i pubblici, inedite modalità di collaborazione. Le imprese culturali, le imprese sociali, le organizzazioni non profit, le associazioni di volontariato attive nella cultura, le scuole, le università, le biblioteche, i musei, i parchi, i teatri, le università delle tre età possono dare vita a partenariati cross-settoriali, favorire cooperazioni originali, sostenere la realizzazione di progetti realmente trasformativi. In particolare, gli attori della cultura sono chiamati a **co-promuovere alleanze** che coinvolgono i settori dell'educazione, della cittadinanza attiva, del neomutualismo, del welfare culturale, dell'intrattenimento, dell'uso positivo e ri-generativo degli spazi pubblici e privati, della cura dei beni comuni. Per questo, occorre promuovere percorsi di **coprogrammazione locale**, nell'ambito dei quali i diversi attori possono esprimere il loro punto di vista e grazie ai quali si possano elaborare piani e indirizzi per poi sviluppare e realizzare progetti coerenti.

In questo quadro, la Fondazione della Comunità della Provincia di Pavia - Ente Filantropico ha emanato nell'autunno del 2023 un **avviso di coprogrammazione** per prendere parte al processo collaborativo e partecipativo di redazione delle **Linee di indirizzo per lo sviluppo di progetti in partnership nell'ambito del settore culturale in provincia di Pavia**.

1.2. Oggetto e obiettivi del processo di coprogrammazione

Anche al fine di realizzare la propria mission di **costruttrice di comunità e di promotrice di sviluppo locale**, la Fondazione della Comunità della Provincia di Pavia - Ente Filantropico ha invitato gli attori della cultura a prendere parte a un processo di coprogrammazione per individuare, in una logica collaborativa e partecipativa, le **Linee di indirizzo per lo sviluppo di progetti in partnership nell'ambito del settore culturale in provincia di Pavia** e in particolare per:

- delineare filoni tematici e indirizzi progettuali innovativi nel settore culturale;
- prefigurare progetti culturali che promuovano comunità, sul territorio della provincia di Pavia.

Il processo di coprogrammazione risponde ai seguenti **obiettivi**:

- definire **filoni tematici** di bisogni culturali da soddisfare e di conseguenti interventi da realizzare;
- delineare **possibili indirizzi progettuali** in ambito culturale sul territorio pavese;
- fornire alla Fondazione della Comunità della Provincia di Pavia - Ente Filantropico elementi per mettere a punto **bandi innovativi** in ambito culturale;
- mettere a confronto i diversi soggetti attivi in ambito culturale al fine di **arricchire le competenze presenti e diffuse** e avere a disposizione strumenti, metodi e setting per sperimentare la programmazione collaborativa e partecipativa;
- **accrescere il capitale relazionale** delle organizzazioni coinvolte nella coprogrammazione e a cascata il capitale sociale dei loro territori di appartenenza e di riferimento;
- creare le basi per la costruzione di **reti collaborative e partenariati progettuali promettenti** e competenti, che sviluppino gli indirizzi progettuali definiti;
- mettere a punto **idee progettuali di massima**, che potranno essere sviluppate attraverso bandi o percorsi di coprogettazione promossi dalla Fondazione della Comunità della Provincia di Pavia - Ente Filantropico;

- mettere a punto idee progettuali di massima, che potranno essere candidate a valere su bandi e avvisi di altre Fondazioni e di organizzazioni private e pubbliche.

1.3. Modalità di realizzazione del processo di coprogrammazione

Ricalcando lo svolgimento del percorso partecipato e condiviso previsto dalle Linee guida ministeriali (DM 72/2021) per la coprogrammazione tra enti pubblici e enti di terzo settore, il processo di coprogrammazione si è articolato in **quattro incontri di confronto e di lavoro** accompagnati da un facilitatore, nell'ambito dei quali si sono alternate sessioni di introduzione metodologica in plenaria, sessioni in sottogruppi tematici di lavoro, sessioni di restituzione e di condivisione di nuovo in plenaria.

Il primo incontro e il secondo incontro sono stati riservati alla **definizione dei filoni tematici di lavoro**, i due successivi incontri sono stati dedicati allo **sviluppo dei diversi temi individuati**. Proprio come in un procedimento di coprogrammazione regolato dalle Linee guida ministeriali, il percorso promosso dalla Fondazione della Comunità della Provincia di Pavia ha previsto:

- lo sviluppo del processo in **più sessioni** di confronto e di lavoro per favorire coinvolgimento e co-elaborazione;
- la **restituzione** degli esiti degli incontri, per valorizzare gli apporti emersi dalle sessioni in plenaria e dai sottogruppi di lavoro, e per dare continuità e coerenza al percorso di coprogrammazione;
- l'**elaborazione del presente documento di indirizzo** che – riportando quanto emerso dal percorso di coprogrammazione, illustrando i filoni tematici evidenziati, rendendo disponibili le schede di approfondimento dei diversi filoni tematici – potrà guidare in fasi successive di coprogettazione per la realizzazione di progetti culturali innovativi in partnership.

Il processo di coprogrammazione si è sviluppato in quattro sessioni:

- giovedì 16 novembre 2023, dalle ore 9:00 alle ore 13:00 - Definizione di filoni tematici;
- giovedì 14 dicembre 2023, dalle ore 9:00 alle ore 13:00 - Definizione di indirizzi progettuali;
- giovedì 18 gennaio 2024, dalle ore 9:00 alle ore 13:00 - Definizione di idee progettuali di massima;
- giovedì 1° febbraio 2024, dalle ore 9:00 alle ore 13:00 - Definizione di idee progettuali di massima.

1.4. Invitati al processo di coprogrammazione

Il percorso di coprogrammazione è stato aperto a:

- **enti del terzo settore** (ETS);
- **enti privati senza scopo di lucro** differenti dagli ETS;
- **enti ecclesiastici** operanti nel territorio di Pavia e provincia;
- **enti pubblici** impegnati, a vario titolo, nel settore culturale e che dichiarano di avere un'esperienza qualificata e/o un interesse specifico per il percorso;
- **imprese private** attive in ambito culturale che dichiarano di avere un interesse specifico per il percorso.

Complessivamente hanno partecipato al percorso 41 persone, appartenenti a 34 organizzazioni (l'elenco completo è disponibile in calce al Quaderno).

1.5. Sede del processo di coprogrammazione

Le sessioni del percorso di coprogrammazione si sono svolte in un luogo emblematico della città di Pavia, gli Horti del Collegio Borromeo.

“Horti è il parco di 35.000 mq che l'Almo Collegio Borromeo di Pavia ha riqualificato come spazio

pubblico in cui si intrecciano habitat naturali, arte contemporanea, riflessione culturale, impegno etico, equità e inclusione sociale. Quest'area, un tempo dedicata alla coltivazione per gli alunni del Collegio, ora è luogo di socialità, creatività e intreccio di saperi, nella convinzione che la bellezza abbia una forza redentrice e pedagogica” (www.horti.it).

In particolare, i partecipanti si sono confrontati nello Spazio Extraart nel quale, sulle pareti interne dell'ex chiesa, si può ammirare il *wall drawing site specific* dell'artista britannico David Tremlett dal titolo “The chapel drawings”.

I caratteri del luogo che ha ospitato il percorso sono stati certamente fonte di ispirazione per delineare linee di sviluppo culturali cross-settoriali, innovative, capaci di dialogare con la comunità.

1.6. Metodo di lavoro

Il percorso di coprogrammazione, ideato e facilitato da Marco Cau di Pares, si è avvalso di tre strumenti per stimolare confronto, elaborazione collettiva e condivisione dei risultati.

- **OPERA**. Il format OPERA consente di accompagnare un gruppo a elaborare, a partire da una questione definita, un indice collettivo condiviso attraverso cinque passaggi che prevedono riflessioni personali, confronto in piccoli gruppi, condivisione in plenaria, voto vincolato e costruzione di un quadro d'insieme. Nell'ambito del percorso di coprogrammazione, il format OPERA è stato impiegato per definire i filoni tematici di lavoro.

- **Canvas per la progettazione partecipata**. È un indice visuale, un canovaccio per focalizzare il confronto, per favorire il coinvolgimento, per raccogliere osservazioni e proposte, per individuare nuovi temi di confronto e campi di intervento, per fissare idee e spunti di innovazione. Nell'ambito del percorso di coprogrammazione, il canvas per la progettazione partecipata è stato utilizzato come strumento di facilitazione dei momenti di lavoro in sottogruppi.

- **Google Drive**. È uno spazio di lavoro in cloud che permette il lavoro sincrono a più mani e la condivisione di documenti. Nell'ambito del percorso, è stato messo a disposizione uno spazio dedicato per organizzare i documenti via via prodotti così da renderli disponibili nelle diverse fasi.

Per un approfondimento sul metodo di lavoro utilizzato si rimanda a:

- Cau M., Maino G., Fondazioni di comunità: come coprogrammazione e coprogettazione promuovono lo sviluppo locale, in Maino F. (a cura di) (2023), Agire insieme. Coprogettazione e coprogrammazione per cambiare il welfare. Sesto Rapporto sul secondo welfare, Milano, Percorsi di secondo welfare
- Frangi E., Il passaggio dall'io al noi nei processi di partecipazione, Percorsi di Secondo Welfare, 4 gennaio 2024
- Cau M., Maino G., Coprogrammare e coprogettare: alcune considerazioni sugli approcci partecipativi, Impresa Sociale, numero 3/2023
- Maino G., Canvas nella formazione: uno strumento per coinvolgere, Percorsi di Secondo Welfare, 12 gennaio 2022
- Cau M. e Maino G., Strumenti per progettare: miniguide, attrezzi, canvas e istruzioni per l'uso, CSV Trentino, 2016
- Cau M. e Maino G. (a cura di), Progettare in partnership, Maggioli, 2017

1.7. Esito del processo di coprogrammazione

Esito del processo di coprogrammazione è il presente documento: **Linee di indirizzo per lo sviluppo di progetti in partnership nell'ambito del settore culturale in provincia di Pavia**, che delinea ambiti

tematici di sviluppo e bozze di idee progettuali per lo sviluppo di progetti in ambito culturale nella provincia di Pavia.

Come già detto, il documento è il risultato di un lavoro collettivo che si è realizzato in quattro sessioni di confronto e di elaborazione e di un lavoro di editing a cura del facilitatore. Pertanto il documento ricalca la ricchezza di quanto emerso dal confronto, propone l'insieme dei filoni tematici delineati e restituisce tutte le schede progetto messe a punto: si tratta quindi (come previsto dalle indicazioni delle già citate Linee guida ministeriali) di un "verbale di sintesi", che dà conto delle diverse proposte formulate dai partecipanti.

Il documento è diviso in due parti.

La prima parte descrive i sei filoni tematici che sono emersi durante il percorso:

- Costruiamo distretti culturali;
- Coinvolgiamo nuovi pubblici;
- Sviluppiamo nuovi centri culturali;
- Apriamo i luoghi culturali tradizionali;
- Promuoviamo la partecipazione culturale dei giovani;
- Ricerchiamo la sostenibilità di organizzazioni e progetti.

La seconda parte presenta le quindici schede progetto messe a punto durante il percorso:

- Arte altrove. Proposte artistico culturali in luoghi insoliti e alternativi;
- L'hub che non c'era. Dalla mappatura degli spazi da rigenerare al primo progetto pilota;
- Laboratori diffusi e permanenti. Benessere individuale e sociale attraverso l'arte e la cultura;
- Fame di spazi e fame di cultura. Una rete museale cittadina che colleghi le diverse istituzioni museali;
- Matchraising. Enti e imprese si incontrano;
- Giovani. A noi la parola;
- Pavia Capitale della Cultura 2030. Sistema provinciale di relazioni culturali;
- Appavia. www.appavia.it;
- CollArte. Collisioni artistiche per l'inclusione sociale;
- Festival diffuso;
- Il gusto della cultura;
- Itinerarte - Cultura on the road;
- Mappamondo di cultura. Una Casa delle culture;
- Sport in Mente. Festival dello Sport;
- Pavia Capitale della Cultura 2030. Una visione comune.

In calce al documento sono indicate le organizzazioni e le persone che, partecipando al processo, hanno contribuito alla sua redazione.

Il documento viene recepito formalmente dalla Fondazione della Comunità della Provincia di Pavia - Ente Filantropico, che – in seguito e nella sua autonomia – potrà acquisire, bilanciare e sintetizzare i diversi contenuti emersi nelle sessioni e valorizzarli nella definizione delle proprie linee programmatiche e dei propri bandi e avvisi.

2. I filoni tematici

2.1 Costruiamo distretti culturali

Immaginario condiviso

Immaginiamo di costruire **sistemi culturali locali**, concependoli come distretti culturali.

Un distretto culturale si configura come un insieme di relazioni (territoriali o tematiche) che, nel processo di valorizzazione delle dotazioni culturali, considera **sia gli elementi materiali sia quelli immateriali** e li mette in dialogo con altri settori produttivi, con le infrastrutture e con gli attuali progetti in corso.

Secondo Fondazione Cariplo (*Progetto Distretti Culturali, 2004*), un distretto culturale è "un sistema territorialmente definito, coincidente con un'area ad alta densità di risorse culturali, materiali e immateriali, e ambientali di pregio e caratterizzato da un elevato livello di articolazione, qualità e integrazione dei servizi culturali rivolti all'utenza e da un marcato sviluppo delle filiere produttive collegate". La legge regionale 22/2005 della Regione Abruzzo definisce un distretto culturale un "sistema territoriale definito e delimitato di relazioni, che integra il processo di valorizzazione delle dotazioni culturali, siano esse materiali che immateriali, con le infrastrutture e con gli altri settori produttivi che a quel processo sono connessi".

Il distretto può essere definito in termini territoriali o settoriali, potendo essere **provinciale, metropolitano, cittadino o legato a specifici filoni tematici**. La nostra visione di cultura non si limita all'arte o alla creatività umana, ma abbraccia anche il significato e la vocazione del territorio, comprendendo gli aspetti produttivi.

Ci impegniamo a collaborare come reti e sistemi locali nella prospettiva di realizzare distretti culturali: condividendo comuni denominatori, definendo interessi comuni, riconoscendo bisogni e target definiti, costruendo processi evoluti di rete.

Collaborare per la costruzione di un distretto culturale richiede:

- un **network** di organizzazioni che prende forma e si ritrova regolarmente, con un calendario di tavoli di lavoro definito;
- una équipe multidisciplinare da mettere in campo;
- un **piano di lavoro** e un calendario;
- la prospettiva di una **governance comune** e di una cabina di regia;
- un primo **progetto** di produzione culturale con cui cimentarsi e mettersi alla prova.

Prospettive di futuro

È nostra intenzione **mappare le risorse** territoriali o di settore per valorizzare ciò che già esiste e collegarlo in rete, individuando possibili sovrapposizioni o aree scoperte.

Immaginiamo di poter **integrare le risorse** operando in centri cittadini, periferie e aree interne, considerando e rispettando le differenze e le sfide specifiche.

La nostra ambizione è di creare **reti sinergiche reali**, valorizzando il potenziale e le risorse di tutti i soggetti coinvolti per evitare dispersione di energie, risorse e competenze, e per costruire contenitori omogenei di proposte, mirati a obiettivi e target definiti. Vogliamo promuovere interessi, relazioni, partecipazione e collaborazione.

Desideriamo sviluppare **nuove esperienze culturali** che sappiano creare **sinergie tra luoghi e performance**.

Ci impegniamo a costruire sistemi culturali organizzati che rendano la programmazione più coesa e coordinata, la comunicazione più complementare ed efficace e la cultura più accessibile a tutti. Il distretti culturali costituiscono un **punto di riferimento stabile** nel tempo, sono aperti alla rete che li ha generati e ad altri attori desiderosi di contribuire, collaborare o proporre iniziative. Agiscono come **facilitatori autorevoli**, attenti all'evoluzione, alle innovazioni, alle tendenze e ai bisogni della comunità e del territorio.

I distretti culturali fungono da **collettori di idee, energie, competenze e progetti**, raccogliendo i bisogni della comunità. Non solo generano idee e progetti, ma soprattutto giocano da **regista** degli attori coinvolti, mantenendo il filo conduttore tra diverse iniziative.

I distretti culturali coordinano e raccordano **la promozione e la comunicazione**, anche adottando specifici strumenti digitali.

Risorse necessarie

I sistemi e in prospettiva i distretti culturali mirano a raggiungere **autonomia ed equilibrio finanziario** attraverso risorse provenienti da bandi europei, nazionali e locali.

Ricercano stabilità attraverso finanziatori, sponsor e specifiche campagne di fundraising che possano garantire continuità d'azione.

Idee progettuali di massima

- a) Studio di fattibilità per un sistema-distretto culturale;
- b) Evento territoriale, stabile nel tempo, che connoti Pavia (provincia) a livello nazionale;
- c) Festival cittadino diffuso, partecipato, e multi target (contenitore culturale);
- d) Celebrazioni del Cinquecentenario della battaglia di Pavia;
- e) BambInFestival su tutto il territorio provinciale e/o in altre province;
- f) Evento relativo alla storia dei Visconti (grande progetto ombrello);
- g) Organizzazione di una biennale d'arte;
- h) Creazione di un museo diffuso a livello provinciale;
- i) App Cultura.

Per approfondire

- Distretti culturali: esperienze a confronto. Atti del workshop (Fermo, 16 maggio 2014) in Il Capitale culturale, Studies on the Value of Cultural Heritage, Supplementi 03, 2015

- www.certosatourism.it/Parco-Visconteo

2.2. Coinvolgiamo nuovi pubblici

Immaginario condiviso

Operando nella logica e nella prospettiva dei sistemi (e dei distretti) culturali, immaginiamo di interagire con una **vasta gamma di pubblici diversi**.

Cercando di coinvolgerli in modo attivo anziché relegarli al ruolo passivo di spettatori, immaginiamo che questi pubblici diventino **protagonisti sia nell'ideazione sia nella partecipazione attiva alle esperienze culturali**, come parte integrante del processo creativo e anche nello sviluppo di strategie. Per costruire una cultura che sia in grado di dialogare e coinvolgere attivamente una vasta gamma di pubblici, comprese le altre culture e le minoranze, è cruciale sviluppare un network autentico che coinvolga tutti questi soggetti e **sviluppare processi partecipativi adeguati**.

Nella logica dei distretti culturali, l'alleanza tra tutti i soggetti coinvolti consente di mettere in campo team interdisciplinari, valorizzando **competenze differenti**.

Sentendoci tutti parte attiva in questo processo, assumendo responsabilità nella governance, riconoscendo il ruolo della cultura nel creare benessere nella nostra comunità, saremo in grado di **agire per un cambiamento positivo nei nostri contesti**.

Prospettive di futuro

Intendiamo coinvolgere coloro che attualmente non vivono pienamente l'esperienza culturale, ricercando e adottando strumenti e strategie adeguati.

Lavoriamo per superare la contrapposizione "noi-loro", rendendo implicita l'inclusione, **costruendo insieme proposte culturali inclusive e accessibili**: l'arte deve diventare uno spazio nel quale pubblici tradizionali e nuovi possano essere protagonisti.

I diversi pubblici, diventando parte attiva nella produzione culturale e portando avanti i **temi che li riguardano** attraverso percorsi culturali inclusivi e partecipativi e produzioni artistiche, possono rappresentare le disabilità, la migrazione, la terza età, le minoranze, le persone fragili che di solito non hanno voce. Per raggiungere questi diversi pubblici dobbiamo agire nelle periferie, che rappresentano luoghi di svantaggio economico oltre che culturale e nel contempo costruire azioni per accompagnare le persone a frequentare i luoghi culturali istituzionali.

Attraverso un'alleanza con le **scuole** e coinvolgendo le **famiglie**, possiamo dialogare e collaborare con i **giovani**.

In questa prospettiva, dobbiamo anche scoprire e utilizzare **nuovi mezzi e modalità di comunicazione**. In particolare, dobbiamo operare sui **linguaggi**, che sono cruciali: devono essere appropriati e veicolare contenuti stimolanti, in grado di accendere la passione e il coinvolgimento nel processo culturale.

Insieme si possono far emergere e riconoscere i bisogni, costruire e promuovere diverse opportunità culturali, favorendo l'accessibilità e **contrastando la povertà culturale, economica, informativa, educativa**, innescando processi di formazione civica, di informazione e di partecipazione.

Guardando al futuro, tutto questo può avvenire solo se si crea un senso di responsabilità condivisa, anche **coinvolgendo le istituzioni pubbliche**, che possono giocare il loro ruolo politico nella costruzione di una visione comune.

Risorse necessarie

Le risorse per il coinvolgimento dei pubblici sono innanzitutto i diversi luoghi di vita che si trasformano in spazi culturali e gli spazi culturali istituzionali che si aprono a nuovi progetti. Occorre dunque unire le forze per mappare e attivare luoghi culturali diffusi, che vanno oltre le istituzioni culturali tradizionali. Pensiamo per esempio agli ospedali o ad altri contesti nei quali sarebbe possibile vivere esperienze culturali. E al contempo mappiamo i luoghi culturali istituzionali con cui dialogare e costruire percorsi innovativi.

Inoltre, è fondamentale coinvolgere **le imprese**, che possono essere importanti alleate sia per raccogliere sponsorizzazioni, sia per promuovere la cultura d'impresa a un pubblico vasto.

Un'altra risorsa chiave è quella della **natura**: anche gli ambienti naturali possono diventare luoghi culturali per raggiungere nuovi target.

Si può investire sull'uso temporaneo o sulla rifunzionalizzazione strategica dei **luoghi dismessi**, che possono diventare hub culturali, sociali, di comunità.

Tra le risorse necessarie vanno considerate anche le **risorse umane, formate e competenti**. A tal proposito è importante formare figure professionali competenti sia nella produzione culturale sia nella gestione delle imprese culturali. È importante anche formare e cooperare con “mediatori” appartenenti ai diversi pubblici: per esempio, è fondamentale cooperare con i giovani per coinvolgere altri giovani. Lo stesso vale per le persone straniere e per le persone con disabilità.

Infine, è una risorsa fondamentale mettere in comune, in condivisione e in rete **idee** da realizzare insieme.

Idee progettuali di massima

a) Una **Casa delle culture**, un luogo di sperimentazione intorno alla quale può prendere forma un network culturale, che può essere la base per un distretto culturale.

b) **Laboratori diffusi e permanenti**, nell’ambito dei quali praticare tutti i linguaggi performativi (arte, musica, danza, teatro) come strumenti aggregativi. Spazi per svolgere esperienze immersive che permettono a tutti i diversi pubblici di essere coinvolti. Luoghi nei quali sperimentare liberamente. Esperienze di ascolto e dialogo intergenerazionale. Occasioni per praticare musica, rap, arti grafiche, murales, cinema, sartoria.

Per approfondire

Gasca E., I pubblici della cultura: what, who, where, why. un’utile cassetta degli attrezzi, Il Giornale delle Fondazioni, 15 giugno 2025

2.3. Sviluppiamo nuovi centri culturali

Immaginario condiviso

Immaginiamo di **agire nelle aree abbandonate e trascurate**, anche quelle comunemente considerate poco attraenti, come le aree periferiche delle città e le aree interne, nel Pavese, in Lomellina, in Oltrepò.

Per farlo, intendiamo trasformare luoghi non convenzionali in spazi culturali. Non si tratta solo di creare eventi culturali in questi luoghi, ma di **trasformare le periferie e le zone dimenticate delle città in poli culturali attivi**.

In particolare, immaginiamo di **dare nuova vita a spazi già esistenti** ma momentaneamente inutilizzati o completamente abbandonati. Pensiamo soprattutto a luoghi come biblioteche, scuole e teatri dismessi, spesso presenti nei piccoli centri periferici di tutta la provincia.

Le periferie talvolta ospitano centri di aggregazione, laboratori sociali, aree verdi, giardini e orti. Questi luoghi potranno diventare spazi non convenzionali di accesso alla cultura e fucine di cultura, sfruttando appieno la loro **natura polifunzionale**, nella prospettiva del welfare culturale.

Pensiamo sia utile **realizzare alleanze** con le istituzioni e gli spazi della “cultura tradizionale” in modo da portare la cultura “fuori”, nei luoghi di vita, dove ci sono le persone. Immaginiamo che questa azione possa progressivamente portare le persone “dentro”, riavvicinandole ai luoghi della cultura già assodati.

Prospettive di futuro

Intendiamo agire **coinvolgendo gli abitanti delle periferie e delle aree interne**, a partire dai loro bisogni e dai loro desideri.

Riteniamo utile iniziare a operare nei contesti con eventi culturali e con iniziative pilota, ma prefiguriamo evoluzioni più ambiziose, che tengano conto delle esigenze degli abitanti. Le prime iniziative culturali e i primi eventi promozionali **si configurano come “progetti start-up”**, occasioni per misurarsi con la comunità locale, per raccogliere bisogni, idee e feedback, nella prospettiva di mettere in campo un disegno più strategico e ambizioso.

Questo **lavoro dal basso**, questo atteggiamento di ascolto attivo e di progettazione partecipata, possono portare alla scoperta e all’emersione di idee interessanti, di soluzioni che dall’esterno non eravamo in grado di considerare. È fondamentale, a nostro avviso, **non calare dall’alto** iniziative importanti, senza prima essersi confrontati con la comunità, aver svolto esperienze con gli abitanti, averne compreso i desideri e i bisogni.

Attraverso questa modalità d’azione desideriamo costruire **reti locali di sviluppo**, che includano soggetti operativi, istituzioni, fruitori e partecipanti, abituandole a pensare in termini più strategici: con il loro coinvolgimento i “progetti start-up” possono diventare **iniziative più sistematiche**.

Risorse necessarie

Tra le risorse necessarie consideriamo le **mappature condivise dei luoghi** fisici abbandonati, da ri-funzionalizzare o da usare in modo creativo e cross-settoriale (distinguendo tra gli spazi che sono completamente abbandonati, che richiedono una ristrutturazione, che sono immediatamente utilizzabili con interventi minimi).

Un’altra risorsa cruciale è rappresentata dalla **mappatura dei bisogni e dei desideri della comunità**, costruita dal basso (potremmo avere idee su eventi culturali che riflettono i nostri desideri personali, ma dobbiamo riconoscere che questi sono soggettivi: ascoltando le persone si possono ottenere idee più rispondenti e adeguate alle loro esigenze e anche più innovative).

Sono una risorsa anche le **reti locali di sviluppo** (da identificare, fare emergere, sviluppare, costruire) costituite da partecipanti, gruppi informali, attori operativi, organizzazioni di volontariato e del privato sociale, Pro Loco, istituzioni, potenziali finanziatori.

Infine, ma non meno importante, occorre considerare le **risorse finanziarie necessarie** (questo aspetto va considerato e programmato e deve procedere parallelamente alla messa in cantiere del progetto).

Idee progettuali di massima

- a) Progetti pilota e “progetti start-up” itineranti e replicabili;
- b) Calendari di eventi strutturati;
- c) Un laboratorio culturale;
- d) Un hub di comunità.

Per approfondire

- Presidenza del Consiglio dei Ministri, Dipartimento per le Politiche di Coesione, Spazi di comunità. Ricerca valutativa sulle pratiche di riuso di spazi dismessi a fini collettivi, 2023
- che-fare.com/laguida
- luoghidelcontemporaneo.cultura.gov.it
- Cau M., Giovilli G., Petronela A., Piccio M., Sarchi E., Volpato E., I Laboratori Sociali: spazi per il welfare di comunità a Pavia, Working Paper, Percorsi di Secondo Welfare, 3/2023

2.4. Apriamo i luoghi culturali tradizionali

Immaginario condiviso

La promozione dei luoghi culturali tradizionali rappresenta una sfida: si tratta di spazi che da un lato “diamo per scontati” ma dall’altro spesso scopriamo essere **poco conosciuti e poco frequentati** innanzitutto dagli abitanti.

Immaginiamo che cittadine e cittadini si riappropriino di **luoghi ricchi di storia e densi di significato** (istituzioni della città, chiese, musei) e possano viverli come luoghi interessanti.

Lavoriamo per trasmettere il fascino della storia di questi luoghi come punto di partenza per suscitare curiosità.

Creiamo **occasioni per visitare questi luoghi**, mettendo in luce, **raccontando** e comunicando loro il valore artistico, letterario, storico, naturalistico, scientifico.

Narriamo questi spazi facendo riferimento alle **radici** dei luoghi in cui viviamo, alle **tradizioni** da riscoprire.

Narriamo i luoghi per renderli vivi e interessanti.

Non abbiamo, tuttavia, un approccio localistico, non puntiamo al senso di appartenenza: alziamo lo sguardo, **apriamoci, confrontiamoci con altre realtà** affascinanti, con altre storie da raccontare, con persone che vivono nelle nostre comunità e vengono da altri Paesi.

Prospettive di futuro

Lavoriamo per **contrastare la frammentarietà** e la mancanza di sinergia, per costruire reti in grado di implementare progetti più ambiziosi.

Uniamo le risorse sia materiali sia immateriali.

Costituiamo **laboratori di idee** che consentano di trasformare le piste di lavoro in azioni concrete.

Dotiamoci di una **cabina di regia**: confrontiamoci, coordiniamoci, valutiamo le risorse a disposizione.

Coinvolgiamo le **istituzioni cittadine**: la Diocesi, l’Università, i collegi universitari, che giocano un ruolo cruciale nel territorio, soprattutto per i giovani.

Risorse necessarie

Puntiamo sulle risorse delle **persone disponibili**, che possono dare un contributo: docenti delle scuole, docenti universitari, volontari dell’Unitre, giovani, studenti stranieri, studenti Erasmus, migranti.

Consideriamo le **famiglie come una risorsa**, poiché la curiosità e l’interesse per l’apprendimento nascono spesso in famiglia.

Coinvolgiamo le **biblioteche di quartiere** in progetti aperti a Università, famiglie e comunità locale.

Dialoghiamo con le diverse **istituzioni culturali**.

Dotiamoci di **guide turistiche competenti**, in grado di fornire informazioni storiche e culturali sui luoghi.

Idee progettuali di massima

- Una rete museale cittadina che colleghi le diverse istituzioni museali;
- Una rete delle biblioteche, che sono dei presidi di cultura sul territorio;
- Un sito internet per la promozione culturale complessiva della città o del territorio.

Per approfondire

- <http://musei.unipv.eu>
- biblioteche.comune.pv.it/site/home/quartieri.html

2.5. Promuoviamo la partecipazione culturale dei giovani

Immaginario condiviso

Immaginiamo di coinvolgere i pubblici giovanili delle diverse età per promuovere la loro partecipazione culturale. Pensiamo si possa operare per:

- responsabilizzare le giovani generazioni nei confronti dei beni culturali come beni comuni da adottare;
- definire proposte culturali per ragazzi e ragazze di diverse fasce d’età;
- comunicare e promuovere la cultura adottando linguaggi e media giovanili;
- puntare su formazione, educazione, consapevolezza, responsabilità.

Prospettive di futuro

Operiamo per costruire le proposte culturali coinvolgendo direttamente i giovani, con una loro partecipazione attiva sul piano organizzativo ma anche nella definizione dei contenuti e nella promozione. I programmi che prevedono i giovani come fruitori sono organizzati dai giovani, in modo da essere progettati, realizzati e comunicati secondo i loro desideri.

Adottiamo una modalità di lavoro interdisciplinare e cross-settoriale, mescolando linguaggi, modelli espressivi e approcci culturali.

Portiamo la cultura in spazi non culturali, agganciandola allo sport, al sociale. Per esempio si può abbinare un evento sportivo che attrae molti giovani a un evento culturale.

Ci focalizziamo su pubblici di diversa provenienza, con diversi background culturali, con diverse abitudini e stili di vita, considerando le sfumature culturali e le preferenze individuali.

Creiamo alleanze con gli adulti che si occupano di educazione e, in particolare, con gli insegnanti delle scuole.

Utilizziamo spazi istituzionali e spazi informali, per raggiungere tutti i target, anche quelli più distanti (ragazzi e ragazze più vulnerabili o provenienti da famiglie in povertà culturale).

2.6. Ricerchiamo la sostenibilità di organizzazioni e progetti

Immaginario condiviso

Immaginiamo di **costruire le condizioni per la sostenibilità nel tempo** sia delle organizzazioni attive in ambito culturale sia dei progetti culturali, al fine di garantire la qualità della loro azione e delle loro attività. Prefiguriamo la messa a punto di **strategie articolate**, che comprendano ma non si limitino ai bandi, che considerino **diversi strumenti** e che siano in grado sia di sostenere le **attività istituzionali** sia di promuovere **progetti speciali**.

Prospettive di futuro

Riteniamo utile lavorare tutti insieme per:

- costruire le condizioni per disporre di risorse economiche adeguate a sostenere **progetti strategici e a lungo termine**, mirando le risorse, evitando finanziamenti a pioggia;
- **diversificare** le fonti di finanziamento per la cultura, identificando le risorse adatte a sostenere le attività ordinarie rispetto a quelle finalizzate al finanziamento dei progetti sperimentali e innovativi;
- **coinvolgere le aziende**, in particolare con riferimento a progetti innovativi e creativi;
- condividere percorsi di progettazione in un’ottica di creazione di rete e di **sostenibilità economica futura**;
- realizzare interventi finalizzati a rafforzare la **formazione** di volontari ed esperti.

Risorse necessarie

Candidarsi a **bandi** di finanziamento, realizzare campagne di raccolta fondi (**fundraising**), ingaggiare nuovi volontari e volontarie (**people raising**) richiede innanzitutto **risorse umane competenti**: sia esperti ed esperte in grado di ideare e supportare le strategie di ricerca di finanziamenti, fondi e persone volontarie, sia formatori e formatrici che possono accompagnare le organizzazioni, passare loro competenze e progressivamente renderle autonome.

Non si tratta quindi della tradizionale figura del “progettista” che sostiene nella redazione delle proposte ma di **figure professionali in grado di elaborare strategie complessive** adatte alle specifiche esigenze di organizzazioni, reti di organizzazioni, distretti culturali.

Queste figure professionali, nella logica della **condivisione delle risorse**, possono operare per costruire strategie di sostegno alle partnership, alle reti, ai sistemi e ai distretti e non a singoli progetti e iniziative: occorre superare un approccio che vede nell’accesso a un finanziamento un fine ultimo a vantaggio della **costruzione di una strategia complessiva di finanziamento**.

Questa **strategia complessiva** dovrebbe prevedere e comprendere:

- l’analisi e la costruzione di candidature a bandi;
- un’attività di fundraising rivolta a imprese, sponsor, medi e grandi donatori;
- un’attività di crowdfunding rivolta ai diversi pubblici;
- un’attività di people raising per coinvolgere persone volontarie, attivisti e attiviste (con un’attenzione: i volontari non possono sostituire le figure professionali);
- la ricerca di donatori disponibili a mettere a disposizione beni di consumo e attrezzature;
- la condivisione e cogestione di spazi, strutture e strumenti;
- un’attenzione a valorizzare risorse interne costruendo modalità di cofinanziamento intelligenti e sostenibili.

Per questo, può essere utile unire le forze: creando un’**organizzazione strutturata** che unisca le energie e le competenze di diverse organizzazioni, che si assuma la responsabilità di mettere a punto una strategia condivisa.

Idee progettuali di massima

a) **La progettazione di bandi**. Per sostenere le organizzazioni culturali e le loro reti, occorre progettare gli strumenti erogativi tenendo conto di queste indicazioni:

- i bandi dovrebbero sostenere esplicitamente il lavoro di rete e tutte le attività connesse al rafforzamento del partenariato e alla tessitura di relazioni con il territorio;
- il cofinanziamento previsto può valorizzare anche il lavoro dedicato a queste attività anche sostenendo il lavoro volontario;
- gli strumenti erogativi dovrebbero essere di semplice gestione, riducendo la complessità e il carico burocratico a vantaggio di attività di coordinamento e di network.

b) **La formazione**. Per disporre di risorse professionali competenti occorre mettere a disposizione occasioni formative ad hoc. Per farlo si possono coinvolgere formatori ed esperti esterni, oppure organizzare scambi nei quali diverse organizzazioni presentano le loro esperienze. Anche in questo caso è utile agire in partnership, costruire percorsi formativi aperti a tutte le organizzazioni della rete, sia per ottimizzare le risorse sia per creare occasioni di scambio tra operatori, per mettere a confronto diverse esperienze, nella logica della comunità di pratica. Si può mettere a punto un percorso di formazione continua, finalizzato a mettere in rete le risorse umane delle varie organizzazioni, a favorire

lo sviluppo di una cultura comune, a promuovere una visione condivisa, a costruire una strategia comune e una programmazione futura.

c) **Hub tra imprese ed enti**. Immaginiamo di creare un hub dedicato al matching tra le imprese e organizzazioni culturali. Questo hub può essere supportato da un garante istituzionale (per esempio la Fondazione), un soggetto responsabile di raccogliere le disponibilità delle aziende e contestualmente di “certificare” i progetti provenienti dagli enti del territorio. Il sistema può essere strutturato su un modello di domanda-offerta, al fine di favorire la messa a disposizione di competenze, risorse economiche, beni e spazi a vantaggio di iniziative validate.

Per approfondire

- Sacco P. L., (a cura di) Il fundraising per la cultura, Meltemi, 2006

3. Le schede progetto

3.1. Arte altrove. Proposte artistico culturali in luoghi insoliti e alternativi

Idea in sintesi

Il tema è di grande attualità e rappresenta una straordinaria opportunità e una sfida significativa: **portare l'arte "altrove" apre a possibilità inaspettate e può essere sorprendente**. L'obiettivo è catturare l'attenzione di pubblici che di solito non frequentano ambienti culturali, rendendo la cultura **accessibile** e, allo stesso tempo, creando effetti inattesi.

L'idea fondamentale è quella di generare sinergie attraverso la **presenza dell'arte in luoghi insoliti**, sfruttando il vantaggio di promuovere autentiche collaborazioni e **co-marketing**. Quando l'arte si inserisce in ambienti quali negozi, cinema, e persino in contesti inusuali come le banche, si creano sinergie che si traducono in una complementarietà di approcci. Ciò favorisce un'apertura e una vera e propria "ristrutturazione" delle modalità di presentazione artistica. Questo approccio, inoltre, ha l'effetto di intercettare un pubblico meno avvezzo alla cultura, avvicinando quest'ultima a persone inizialmente distanti dall'arte.

Attività per avviare il progetto

Per avviare il progetto occorre:

- **coinvolgere** enti, negozianti, artisti;
- **esporre il progetto**, presentando dettagliatamente il format e integrando le varie competenze;
- **identificare i diversi ruoli**, le sinergie possibili degli attori coinvolti nel progetto e gli "effetti sorpresa" che si possono generare al di fuori dei contesti tradizionali.

Attività di contenuto

Per realizzare il progetto occorre utilizzare luoghi insoliti per rendere l'arte accessibile a diverse fasce di pubblico, creando al contempo un impatto positivo sulle comunità coinvolte:

- utilizzare luoghi già esistenti e facilmente accessibili, come i **negozi**, trasformandoli in una sorta di museo diffuso;
- considerare le **banche** e gli **ospedali** come luoghi nei quali è possibile praticare forme artistiche;
- immaginare eventi nei **centri commerciali** o negli **spazi istituzionali**;
- utilizzare gli **ambienti naturali** e le **rive del Ticino** per organizzare eventi culturali che facciano leva sulle bellezze naturali degli spazi, che potrebbero rappresentare cornici suggestive per eventi musicali, reading e altre iniziative.

Tra i contenuti possibili si possono prevedere:

- **mostre d'arte nelle vie dello shopping**, individuando strade affollate, come Strada Nuova, Corso Garibaldi e Corso Cavour a Pavia, per allestire esposizioni d'arte, utilizzando le vetrine dei negozi disponibili per esporre quadri e dedicando una vetrina a un tema o a un autore specifico;
- **readings in luoghi insoliti**, realizzando letture di opere letterarie in centri commerciali, ristoranti, ospedali e cinema, magari in anticipo rispetto alla proiezione dei film;
- **readings speciali** in occasioni particolari come anniversari o commemorazioni;
- **attività manuali pratiche** in contesti specifici come ospedali, centri diurni, RSA, offrendo tempo di qualità a bambini ospedalizzati o anziani;
- **concerti e performance** corali in spazi aperti quali piazze e cortili delle città;

- **arte dei madonnari** e altre performance analoghe, in collaborazione con le istituzioni, individuando luoghi appropriati;
- espressioni artistiche di tendenza, coinvolgendo i giovani, mirando a riflettere i loro stili e interessi.

Rete progettuale

Questo approccio valorizza la frammentazione e la capillarità. Operando attraverso **reti di collaborazioni leggere e fluide**, un artista può esibirsi – a rotazione – in luoghi diversi. Viceversa, in luoghi differenti, contemporaneamente, si possono realizzare le iniziative più varie, ma in rete tra loro e comunicate complessivamente.

Comunicazione e promozione

Tra i mezzi di comunicazione si possono prevedere:

- **mailing list condivise** (per esempio, un negoziante che ospita un artista può mettere a disposizione la sua lista di contatti, integrandola con quella dell'artista o dell'associazione organizzatrice responsabile del museo diffuso);
- **comunicati stampa**, articoli sulla stampa locale, editoriali in occasione dell'evento;
- **web e social**.

3.2. L'hub che non c'era. Dalla mappatura degli spazi da rigenerare al primo progetto pilota

Idea in sintesi

L'idea è focalizzata sui **luoghi non convenzionali come spazi per la promozione – congiuntamente – del welfare culturale e sociale**, con particolare riferimento alle aree interne e alle periferie. Si vuole creare una **rete provinciale di hub**, a vocazione culturale e sociale, da collocare in luoghi già esistenti, anche se non completamente funzionali, che possono essere rivitalizzati e riutilizzati: scuole abbandonate, locali in disuso o sottoutilizzati.

Il progetto prevede di promuovere la realizzazione di un primo hub, una sorta di numero zero su base provinciale, o di **sperimentazione emblematica**, che possa essere poi replicata.

Inoltre, è prevista la realizzazione di un'attività di crowdmapping per la mappatura dei luoghi e degli spazi che potrebbero diventare hub.

Attività per avviare il progetto

Per avviare il progetto occorre:

- **mappatura** dettagliata dei luoghi e degli spazi;
- elaborazione di una **scheda per ogni luogo**, che ne descriva le principali caratteristiche e potenzialità;
- creazione di una **rete di soggetti** pubblici, privati, sociali, culturali interessati a cooperare;
- individuazione di un luogo e dei partner per lo sviluppo di un **progetto pilota** credibile;
- progettazione del luogo individuato come hub, mettendo a punto un **format di rigenerazione** che potrà essere replicato in altri spazi.

Attività di contenuto

Per realizzare il primo hub occorre la conoscenza e l'alleanza degli attori e una **buona analisi del contesto locale**, dei bisogni e dei punti di forza.

Queste attività di conoscenza e di mappatura sono la base per una progettazione che tenga conto del

contesto. Possono essere svolte attraverso **contatti diretti** con servizi, scuole e altre organizzazioni e istituzioni e anche mediante percorsi di animazione territoriale e **percorsi di progettazione partecipata di quartiere e di comunità**. Tali azioni consentono di far emergere i reali bisogni del luogo, che possono includere la necessità di un ambulatorio di quartiere, una biblioteca, uno spazio per compiti, corsi di italiano per stranieri e così via.

Occorre inoltre **progettare e realizzare l'adeguamento degli spazi** (valutando se servono ristrutturazioni significative o riconversioni o se è semplicemente necessario l'acquisto di arredi) nonché acquistare gli strumenti necessari.

Successivamente bisogna definire un **programma di attività per animare gli spazi**; attività che assumono varie forme in base alla rete coinvolta e alla mappatura dei bisogni. È essenziale garantire una continuità temporale per tali attività e la costruzione di un **calendario**.

I servizi e le attività dell'hub possono essere: mostre, corsi, ambulatori, doposcuola, biblioteca...

Nella prospettiva di una rete di hub distribuiti sul territorio provinciale, si immagina di realizzare un calendario condiviso che contempli tutte le attività e i relativi luoghi.

Rete progettuale

Per la costituzione della rete progettuale è essenziale coinvolgere una **varietà di soggetti**, tra cui gli enti pubblici e le associazioni. La sfida principale consiste nell'identificare chi potrebbe assumere il ruolo di capofila in un'azione di tale portata, soprattutto se si intende partire da un progetto pilota (numero zero) da replicare in diversi contesti.

Occorre una **rete robusta che coinvolga enti locali, enti di terzo settore, potenziali finanziatori, esperti per la ricerca di finanziamenti**.

Comunicazione e promozione

La comunicazione prevede la realizzazione di un **logo**, di un'immagine coordinata, di un sito web, dei canali social.

In prospettiva si tratta di **comunicare la rete degli hub in modo coordinato**, insieme alle diverse iniziative che promuovono.

Risorse necessarie

Le risorse economiche necessarie dipendono dalla portata degli interventi richiesti per la **messa a punto dei diversi spazi**.

Si tratta di costi molto diversi a seconda delle caratteristiche: un ex ospedale psichiatrico richiede un investimento differente rispetto a una sala polifunzionale, una scuola, una biblioteca.

In molti casi gli spazi potrebbero essere già disponibili e la trasformazione in hub potrebbe richiedere interventi poco significativi.

Vanno sempre considerate le risorse per **riempire di contenuti l'hub** e per costruire un calendario completo di iniziative e animazioni da sostenere nel tempo.

Un buon modo di procedere è quello di realizzare un hub numero zero che faccia da apripista e poi di implementare la rete con altri hub. Il format può essere comune, ma **la responsabilità di individuare le risorse per ogni hub locale è assegnata ai singoli partenariati locali** che ricercano le risorse e i finanziamenti tenendo conto degli interventi da realizzare, delle specificità del luogo, dei finanziamenti legati a una certa area territoriale.

Per quanto riguarda i contenuti dell'hub si può agire costituendo un **puzzle di risorse**: competenze,

associazioni che portano contributi, gruppi informali che sviluppano attività auto organizzate, finanziamenti per iniziative speciali... in modo da redigere un calendario che renda fruibile lo spazio su più giorni settimanali, in diversi orari per diverse attività artistiche, culturali, sociali, ricreative, orientate al benessere della comunità.

3.3. Laboratori diffusi e permanenti. Benessere individuale e sociale attraverso l'arte e la cultura

Idea in sintesi

Il progetto si propone di istituire una **serie di laboratori diffusi e permanenti**, dedicati all'arte, all'espressione e alla cultura, sul territorio provinciale. Questi laboratori sono coordinati tra loro, creando un dialogo fluido e **mettendo in connessione aree periferiche con luoghi istituzionali della cultura**.

Al cuore dell'iniziativa c'è la volontà di promuovere una cultura che si estende al di là degli ambiti tradizionalmente culturali, aspirando a un percorso reciproco di influenze tra **spazi informali e spazi istituzionali**.

L'obiettivo implicito del progetto è **generare benessere a livello sia individuale sia sociale**, attraverso la cultura e l'arte. L'ambizione è di coinvolgere il pubblico in modo attivo: non solo vogliamo che le persone diventino fruitori, ma aspiriamo a trasformarle in veri e propri protagonisti fin dalla fase di ideazione e poi nella **produzione culturale**. In questo modo, le persone coinvolte diventano parte integrante e motrice del processo creativo.

Attività per avviare il progetto

Per avviare il progetto occorre:

- costituire un **tavolo di coordinamento**, una cabina di regia, composto da vari soggetti che rappresentano le diverse parti della rete;
- declinare il tavolo di coordinamento in una serie di **sottotavoli tematici**, coinvolgendo rappresentanti dei vari target, spesso i più difficili da raggiungere;
- coinvolgere i **diversi target** nel percorso, mirando a trasformarli da semplici partecipanti a veri e propri protagonisti;
- realizzare una serie di **attività formative**, una sorta di academy, per accompagnare il cambiamento e preparare le persone a dare il loro contributo;
- coinvolgere i **giovani**, inizialmente supportandoli con forme di tutoraggio, mirando a creare una cultura diffusa sulla gestione di questi laboratori anche con il contributo di ragazze e ragazzi;
- coinvolgere **diverse categorie di persone**, compresi giovani, anziani e individui con background migratorio, offrendo loro l'opportunità di partecipare attivamente alle attività formative;
- dare vita a una **Casa delle culture** (può essere oggetto di un progetto ad hoc), che funga da punto di riferimento per tutte le attività di laboratorio diffuse in modo permanente sul territorio, facilitando un **dialogo costante** e diventando un luogo di incontro e condivisione; questo spazio permetterebbe scambi significativi e contribuirebbe a una comunicazione reale tra tutte le attività, evitando sovrapposizioni e promuovendo una **complementarietà** efficace.

Attività di contenuto

Per realizzare il progetto occorre:

- mettere a punto una varietà di laboratori che abbracciano **diverse forme creative**, tra cui laboratori di arte terapia, teatro sociale, danzaterapia, scrittura creativa, utilizzo della luce, pittura, podcast e laboratori di arti grafiche;

- immaginare questi laboratori come spazi che non siano limitati a un pubblico specifico, ma **luoghi intergenerazionali e interculturali**;
- realizzare i laboratori che utilizzino la **natura** come risorsa fondamentale, sia come spazio fisico sia come fonte di ispirazione: la natura come uno strumento prezioso, un contesto che offre opportunità per esprimersi e scoprire nuove forme creative;
- progettare i laboratori come esperienze di **fruizione allargata di beni culturali e artistici**.

Rete progettuale

La rete è estesa e coinvolge una vasta gamma di attori, come le istituzioni culturali, le Province, la Regione. Coinvolgendo le istituzioni pubbliche, si semplifica il processo di reperimento delle risorse necessarie. Questa rete abbraccia anche tutte le associazioni, i Centri di Servizio per il Volontariato (CSV), le scuole, l'università, la Fondazione della Comunità, gli Horti Borromaici e molti altri soggetti.

Risorse necessarie

Tra le risorse da considerare:

- **luoghi** per lo svolgimento dei laboratori: sedi delle associazioni, biblioteche, comitati di quartiere, scuole, laboratori sociali;
- la **Casa delle culture**, da noi concepita con tre sedi distribuite a Pavia, in Oltrepò e in Lomellina, che potrebbero diventare il fulcro culturale del territorio;
- **spazi suggestivi** e ancora poco noti o spazi documentati in diversi film, di cui è ricco il territorio;
- **risorse umane**;
- risorse per i **trasporti** delle persone, per una partecipazione inclusiva.

3.4. Fame di spazi e fame di cultura. Una rete museale cittadina che colleghi le diverse istituzioni museali

Idea in sintesi

L'idea progettuale prevede la creazione di una **rete museale cittadina** che connetta diverse istituzioni museali e sia capace di aprire i tradizionali luoghi culturali alla comunità. Il progetto si propone di raggiungere pubblici diversi e variegati, coinvolgendoli e rispondendo alle diverse esigenze. Questo coinvolgimento diretto implica la condivisione e la costruzione dell'offerta culturale con la partecipazione attiva dei beneficiari.

Attività per avviare il progetto

Per avviare il progetto occorre:

- stabilire contatti con le diverse istituzioni e **organizzare la rete**;
- **incontrare i potenziali fruitori** e costruire con il loro coinvolgimento un'offerta variegata.

Attività di contenuto

Per realizzare il progetto occorre:

- accogliere le **persone** e le loro istanze, valutare l'adeguatezza delle richieste, costruire soluzioni condivise;
- migliorare, attrezzare e rendere attraente gli **spazi** disponibili;
- promuovere l'**offerta** attraverso app dedicate, social o tramite il coinvolgimento diretto di potenziali fruitori.

Rete progettuale

La rete è variegata, composta da istituzioni pubbliche e private e da musei, chiese, teatri.

Comunicazione e promozione

La rete gestisce in proprio la sua comunicazione, **promuovendo i propri valori e la propria identità** e prestando attenzione a dialogare con un pubblico diversificato. La rete si organizza in uno **spazio digitale** in cui luoghi e servizi culturali sono descritti secondo matrici condivise.

Risorse necessarie

Tra le risorse da considerare:

- **professionalità diverse**, tra le quali guide, figure in grado di coinvolgere altre persone, personale amministrativo, esperti;
- **spazi** che soddisfino i requisiti di sicurezza, restaurati e mantenuti;
- adeguati **supporti tecnologici**.

3.5. Matchraising. Enti e imprese si incontrano

Idea in sintesi

Le risorse economiche che le aziende rendono disponibili sono sempre più limitate e pertanto per gli enti del terzo settore, soprattutto per quelli di dimensioni più piccole, è sempre più difficile intraprendere attività di raccolta fondi. Il **processo di fundraising è complesso** e dispendioso in termini di tempo ed energie: richiede un impegno considerevole nella **mappatura delle imprese** e nella costruzione dei contatti. A fronte di molte risposte negative, gli enti meno strutturati si scoraggiano e di fatto **trascurano questa modalità di raccolta di risorse** per lo sviluppo delle loro attività.

L'idea progettuale consiste nell'affrontare in rete la sfida del fundraising. Concretamente si tratta – attraverso una piattaforma online ma anche mediante incontri in presenza (sportello) – di fare incontrare e di **creare relazioni (matching) tra le imprese e gli enti di terzo settore attraverso la mediazione di un soggetto autorevole** (per esempio la Fondazione della Comunità della Provincia di Pavia). La Fondazione svolge già un notevole lavoro di istruttoria a valere sui bandi, conosce gli enti: il ruolo della Fondazione può quindi essere capitalizzato ampliando le opportunità di raccolta fondi.

In questo modo, enti di terzo settore accreditati dal soggetto autorevole (con un buon rating di affidabilità) e imprese disponibili e desiderose di dare un contributo alla comunità possono costituire una rete di scambio di risorse, promuovendo una collaborazione più efficiente e proficua.

Il meccanismo, da definire, potrebbe prevedere che la Fondazione individui i dieci enti con il rating più elevato (o i dieci progetti più meritevoli) e su questi si avvii la ricerca di sostegno da parte delle imprese interessate.

Attività per avviare il progetto

Per avviare il progetto occorre:

- individuare il **soggetto mediatore autorevole**, responsabile di condurre un'istruttoria e di formulare una valutazione degli enti;
- costruire la **piattaforma online**;
- mettere a punto uno **"sportello"** dedicato per gli incontri (matching) in presenza;
- disporre di una **figura professionale** dedicata alla realizzazione del progetto.

La piattaforma è l'ambiente digitale nel quale possono essere caricati i profili e i rating degli enti, le

schede dei progetti finanziabili, le imprese disponibili. Attraverso la piattaforma enti e imprese possono avviare le prime relazioni.

Lo “sportello” è lo spazio fisico per gli incontri di approfondimento.

La figura professionale dedicata è essenziale per tenere vivo il progetto, animarlo, evitare dispersioni.

Attività di contenuto

Per realizzare il progetto occorre:

- **mappare** gli enti di terzo settore;
- **valutare** il loro rating;
- **individuare** imprese disponibili;
- **popolare** e animare la piattaforma online;
- **mettere in relazione** ente e impresa per il sostegno di un progetto specifico.

Rete progettuale

La rete progettuale è **costituita** dalla Fondazione della Comunità della Provincia di Pavia (titolare dell’iniziativa) che potrà collaborare con altri enti che possiedono una vasta conoscenza del terzo settore locale. Sul versante delle imprese, sono soggetti chiave la Camera di Commercio e le associazioni di rappresentanza.

Comunicazione e promozione

La comunicazione deve essere **proattiva e di impatto**, utilizzando tutti gli strumenti disponibili:

- conferenze stampa;
- pubblicità;
- articoli su giornali;
- presenza sui social media;
- newsletter.

Risulta decisiva l’azione di **promozione dal basso** svolta attraverso la figura professionale dedicata e lo “sportello”.

Risorse necessarie

Sono risorse necessarie:

- **esperti informatici** per mettere a punto la piattaforma;
- **figura professionale dedicata** per la realizzazione del progetto;
- risorse per la **promozione**.

3.6. Giovani. A noi la parola

Idea in sintesi

Il progetto si propone di interessare le generazioni che – negli anni cruciali della formazione e della socialità – si sono trovate confinate in casa a causa della pandemia da Covid. L’obiettivo principale è creare un’**azione di aggregazione**, coinvolgendo attivamente i giovani – attraverso un tavolo permanente – in attività di coprogettazione di eventi culturali, tematici e workshop. E fornire ai giovani **uno o più spazi di incontro e socializzazione** senza la necessità di consumare e di spendere, come luoghi dedicati esclusivamente alla condivisione e all’interazione sociale. Si prevedono due fasce

d’età, sotto i 18 anni e tra i 18 e i 30 anni, con attività diversificate per soddisfare le esigenze specifiche di entrambe le categorie.

Attività per avviare il progetto

Per avviare il progetto occorre:

- **avviso aperto a tutti gli stakeholder** pubblici e privati che a vario titolo lavorano per e con i giovani o hanno interesse a lavorarci;
- **call rivolta a persone giovani** che offrono disponibilità a collaborare;
- **mappatura** di spazi e luoghi;
- **costituzione di un tavolo di lavoro** di tutte le organizzazioni e persone che hanno mostrato interesse;
- definizione, a partire dalla mappatura, dei **luoghi più adatti** alla realizzazione del progetto.

Attività di contenuto

Per realizzare il progetto occorre:

- **ideare e sviluppare eventi, workshop, laboratori** su tematiche diverse, distribuiti nei quartieri (centro e periferia), in spazi da recuperare o in spazi da valorizzare quali per esempio collegi, Università, l’ex monastero di Santa Clara di Pavia, biblioteche di quartiere, laboratori sociali, negozi del fumetto.

Rete progettuale

Si prevede di coinvolgere attivamente il **Comune**, in particolare i Servizi Culturali, le Politiche Giovanili e le Pari Opportunità, oltre a instaurare partenariati con **scuole e Università**, con piccole **imprese, collettivi e associazioni**.

Comunicazione e promozione

Per la diffusione del progetto si prevede l’utilizzo dei social network, come ad esempio Instagram, TikTok e Facebook. In particolare, si intendono utilizzare le **liste broadcast** e l’interazione con le **community** su piattaforme come WhatsApp o Instagram per la comunicazione dettagliata degli eventi in programma.

Inoltre, si prevede di utilizzare **locandine** da affiggere nelle scuole superiori, nelle bacheche universitarie e in luoghi strategici della città. Infine, si intende puntare sul passaparola.

Risorse necessarie

Per quanto riguarda le risorse necessarie, si immagina di coinvolgere contestualmente il Comune, la Fondazione, le scuole e l’Università e il terzo settore in un **tavolo di coprogettazione** per ricercare insieme i finanziamenti necessari.

Le risorse necessarie sono:

- gli **spazi**;
- le **attrezzature** e i materiali di consumo per le attività;
- le **figure professionali** da coinvolgere.

3.7. Pavia Capitale della Cultura 2030. Sistema provinciale di relazioni culturali

Idea in sintesi

Per sviluppare l'idea di distretto culturale, soprattutto su scala provinciale, occorre un progetto sfidante e ambizioso: **la costruzione della candidatura Pavia Capitale della Cultura 2030**. Si tratta di un progetto che consente di lavorare sulle relazioni culturali, costruendo un distretto provinciale che connetta e valorizzi diversi distretti locali e tematici.

L'idea è quella di un "distretto dei distretti", ispirato alle potenzialità emerse nel corso degli incontri di coprogrammazione. Auspichiamo che questo approccio diventi un metodo di lavoro con la creazione di distretti territoriali e tematici che collaborano, in un sistema strutturato di relazioni culturali che coinvolge territori diversi: Pavia, Voghera, Vigevano.

A guida di questo processo dovrebbe porsi un "facilitatore autorevole", una **organizzazione chiave** che metta in **connessione territori e temi in una prospettiva a lungo termine**. Immaginiamo la creazione di un "master" o "distretto dei distretti", con una visione chiara del futuro europeo e mondiale a lungo termine. Il "master" dovrebbe fungere da portavoce per le istanze dei distretti tematici, fornendo informazioni e supporto, dirigendo il processo, supportato in modo efficace. Dovrebbe inoltre conoscere le modalità per accedere a finanziamenti strategici e assumersi la responsabilità di studiare le migliori pratiche adottate da città che in passato hanno rivestito il ruolo di Capitali della Cultura.

Attività per avviare il progetto

Per avviare il progetto occorre:

- **censire accuratamente le organizzazioni** disponibili a collaborare;
- **mappare gli spazi** e i luoghi disponibili a entrare in rete;
- **pianificare e costruire i distretti tematici**;
- **definire le regole di collaborazione** e di relazione tra i diversi attori coinvolti;
- **studiare le migliori pratiche** adottate da città che in passato hanno rivestito il ruolo di Capitali della Cultura, per imparare da esperienze positive, al fine di identificare e implementare meccanismi adeguati e riuscire così a valorizzare al meglio le potenzialità del territorio.

Attività di contenuto

Per realizzare il progetto occorre:

- definire un **piano di lavoro** condiviso;
- istituire **tavoli di lavoro periodici**, al fine di facilitare il confronto e promuovere la collaborazione tra le associazioni, evitando sovrapposizioni e lavorando in sinergia su tematiche complementari;
- individuare le **risorse necessarie** per finanziare e sostenere l'attività delle associazioni coinvolte, conferendo stabilità a lungo termine;
- realizzare **sperimentazioni intermedie**, per esempio festival periodici, in vista del 2030 (eventi che mirano a condividere programmi, a superare rivalità e autoreferenzialità);
- istituire **team tecnici** dedicati a comunicazione, segreteria, ricerca e finanziamenti, con un ruolo di coordinamento affidato al "master".

Rete progettuale

La rete progettuale è gestita dal "master", che coordina una **cabina di regia** con i referenti dei diversi distretti locali o tematici. A questo gruppo di lavoro si aggregano i rappresentanti degli enti istituzionali, gli esperti e tutti coloro che collaborano nella pianificazione e gestione delle attività.

La cabina di regia coordina i gruppi dei diversi distretti. Associazioni, enti o istituzioni possono partecipare a più di un distretto, creando, nel corso del processo, intersezioni strategiche. Questa struttura consente una flessibilità dinamica e una collaborazione sinergica tra i vari attori coinvolti.

Risorse necessarie

Tra le risorse necessarie vanno considerate, sin dalla fase di progettazione:

- **risorse umane professionali**;
- **tempo lavoro** delle organizzazioni coinvolte nei tavoli.

Per sviluppare il percorso occorre accedere a bandi, preferibilmente di natura europea, che offrano una **prospettiva a lungo termine** che favoriscano lo sviluppo di relazioni significative e progetti strategici.

3.8. Appavia. www.appavia.it

Idea in sintesi

Il progetto propone la creazione di un **sistema informativo mirato a promuovere il patrimonio culturale di Pavia**, rivolgendosi a utenti diversi, con strumenti differenti. Questo può avvenire attraverso un'applicazione mobile o un programma su computer, considerando le varie competenze digitali e fasce d'età degli utenti. **Mentre la base informativa è uniforme, l'interfaccia utente varia per adattarsi alle diverse esigenze.**

L'idea di base consiste nella gestione di un **database che collega informazioni esistenti** sui musei e sui diversi servizi e spazi culturali di Pavia, disponibili nei loro portali. L'intenzione è di integrare tali dati mediante l'utilizzo di un hub. In caso di mancanza di determinati dati, si prevede la possibilità di **creare nuove informazioni** basate su fonti disponibili.

Se il primo livello del progetto riguarda l'aspetto informativo, il secondo mira a **fornire servizi ai potenziali visitatori e turisti della città**, specialmente quelli interessati al turismo culturale. L'obiettivo è consentire agli utenti di costruire un tour personalizzato di Pavia, attraverso l'applicazione, rispondendo alle proprie esigenze. Questo approccio mira a offrire un'esperienza più intelligente rispetto a una semplice lista di opzioni, fornendo servizi utili per coloro che desiderano scoprire nuovi aspetti della città.

Attività per avviare il progetto

Per avviare il progetto occorre **sviluppare una progettazione informatica** e procedere con la sua attuazione. Questa fase, sebbene possa sembrare ovvia, non va presa alla leggera. Inoltre, va considerato che un sistema informatico richiede una **gestione continua**. Tale gestione non riguarda soltanto la fase iniziale di implementazione, ma si estende nel tempo. Pertanto, ha senso solo se si progetta prefigurando un supporto finanziario a lungo termine, **garantendo la sostenibilità di quanto implementato** attraverso l'impiego di operatori specializzati. La forza di questa iniziativa risiede nel fatto che si possa andare oltre il progetto momentaneo, ma che possa perdurare nel tempo attraverso un costante supporto finanziario e una gestione efficace dei contenuti.

Attività di contenuto

È fondamentale delineare una strategia per la realizzazione dei contenuti, definendo sia la creazione di nuovi materiali sia la loro connessione con altri contenuti. Questo include la gestione delle **basi dati esistenti** e la **creazione di una guida aggiornata sugli eventi**. La sua validità non risiede soltanto

nei musei, ma si estende anche agli eventi culturali in generale.

Mantenere un costante processo di aggiornamento implica che questa operazione non possa limitarsi a un singolo momento definitivo. Infatti, come per tutti i sistemi informativi, la loro ragion d'essere si concretizza solamente attraverso **aggiornamenti continui**. Solo mediante questa pratica possiamo garantire il mantenimento di una realtà operativa ed efficace nei confronti dei nostri potenziali utenti.

Rete progettuale

Un aspetto cruciale, che abbiamo contemplato anche in termini di interattività, è che il sistema non debba limitarsi a fornire informazioni, bensì abbia la capacità di instaurare una sorta di **comunità tra coloro che vi accedono**. È essenziale che il sistema consenta lo scambio di informazioni, sebbene non sia obbligatorio, poiché questa caratteristica contribuisce a rendere la realtà dinamica, vivace e in grado di favorire interazioni informative.

Nel contesto delle visite virtuali, potrebbe essere possibile fornire dettagli su monumenti o luoghi normalmente inaccessibili. **La rete virtuale, costruita dalla partecipazione di enti interessati a condividere dati, rappresenta un elemento chiave**. Tutti gli enti coinvolti, condividendo tali dati, contribuiscono alla formazione di una rete che deve essere interpretata in modo definitivo. Oltre a ciò, è necessaria un'effettiva struttura operativa all'interno di questa rete, con individui responsabili della sua gestione.

Comunicazione e Promozione

La strategia di comunicazione e promozione svolge un ruolo cruciale per il successo del progetto. Una prima e ovvia mossa consiste nell'assicurare che l'app sia posizionata nelle vette delle ricerche sui **motori di ricerca**. Anche se ciò può essere raggiunto a pagamento, è un passo imprescindibile per garantire visibilità e successo. Tuttavia, ottenere il primo posto è solo l'inizio; è altrettanto essenziale che la struttura operativa esamini attentamente l'accesso al sistema e analizzi chi vi accede. Questo tipo di analisi riveste un'importanza fondamentale per la vitalità di un sistema informativo, altrimenti rischia di perdere rilevanza nel tempo.

Per quanto riguarda la promozione del progetto, si suggerisce di coinvolgere i soggetti istituzionali. I partecipanti stessi alla rete, naturalmente, saranno tra coloro che promuoveranno l'iniziativa tramite i **propri canali**. Si può seguire una modalità tradizionale di presentazione delle nuove iniziative, sfruttando le reti istituzionali per aumentare la visibilità e la credibilità del progetto.

Risorse necessarie

L'iniziativa richiede risorse umane professionali sia nell'avvio, sia nella gestione. L'OPEX (la spesa operativa) è una componente essenziale: in assenza di un team di professionisti, l'iniziativa non solo rischia di mancare di uno sviluppo iniziale significativo, ma anche di perdere rilevanza nel lungo termine. Per garantire la sostenibilità finanziaria, è imperativo condurre studi di budget annuali e a medio termine. Un ulteriore punto cruciale è la possibilità di **generare entrate**, ad esempio, attraverso internet. È importante notare che i banner potrebbero essere integrati in modo non casuale, promuovendo contesti legati all'economia locale. Questo approccio mira a considerare le risorse in un quadro di sostenibilità finanziaria coerente e a garantire la **sostenibilità a lungo termine dell'iniziativa**.

3.9. CollArte. Collisioni artistiche per l'inclusione sociale

Idea in sintesi

Il progetto propone la realizzazione di un festival cittadino di teatro sociale, da sviluppare in un periodo circoscritto dell'anno, da mercoledì a domenica, tra la seconda metà di giugno e luglio.

Si tratta di un festival di arti performative, integrate al sociale, che prevede più linguaggi (musica, teatro, arti visive), che collabora con i laboratori diffusi e permanenti (progetto 3.3.) e che realizza un calendario di eventi speciali: sia esperienze significative del territorio italiano, sia internazionali. Il festival sarà sia centrale sia diffuso.

Attività per avviare il progetto

Le attività per avviare il progetto sono strettamente connesse al progetto dei laboratori diffusi e permanenti (progetto 3.3.) che prevedeva la costituzione di un **tavolo di coordinamento**, una cabina di regia, composto da vari soggetti che rappresentano le diverse parti della rete.

Attività di contenuto

Il festival si sviluppa su **tre filoni**:

- **eventi performativi di grande rilievo** nazionale e internazionale;
- **installazioni, performance, concerti, che siano esito dei laboratori diffusi** e che prevedano già una matrice di inclusione sociale;
- **dopo-festival "festaiolo", conviviale**, affidato completamente ai giovani, dall'immaginazione dei contenuti, alla scelta dei luoghi.

Gli spazi del festival sono belli, visibili e sono scelti facendo riferimento a esperienze di altri festival che il gruppo di lavoro ha potuto frequentare.

Rete progettuale

La rete progettuale è organizzata in un tavolo di coordinamento, una cabina di regia che coincide con quella dei laboratori diffusi e permanenti (progetto 3.3.). La cabina di regia è costituita da: Antigone, Calypso, Teatro Fraschini, Comune di Pavia, Centro Servizi Volontariato, Università degli Studi di Pavia, Fondazione della Comunità della Provincia di Pavia. La rete progettuale, ampliabile, comprende molte realtà: Fondazione Costantino, Centri Diurni Disabili, Servizi di Formazione e Autonomia, Casa del Giovane, Anffas, Fondazione Adolescere, Teatro delle Chimere, Circoli Arci, Unione degli Universitari, Downtown Studios, Horti, Collegi Universitari. Queste realtà possono essere già impegnate o ingaggiate nei laboratori diffusi.

Risorse necessarie

Risorse umane: risorse umane professionali ma anche tirocinanti messi a disposizione dall'Università degli Studi di Pavia e volontari coordinati dal Centro Servizi Volontariato.

Strumentazione tecnica, trasporti e navette: è essenziale garantire funzionalità degli spazi e accessibilità ai luoghi.

Sedi:

- **sede centrale**, una sorta di quartier generale del festival, dove risiedono il coordinamento, l'info point, una biglietteria per gli eventi extra, quelli di maggior risonanza, e dove ci sono anche spazi per eventi collaterali (potrebbe essere presso il Broletto, nella piazza centrale di Pavia, che ha cortile, spazi, sala conferenze);

- **una serie di sedi diffuse**, il castello e i Musei Civici, i Laboratori Sociali, le biblioteche di quartiere, l'Università (con auditorium, cortile, musei, Salone Teresiano, Cortile Teresiano, torri, polo scientifico), il Comune, Santa Maria Gualtieri, i Collegi universitari, i Circoli Arci, il Teatro Fraschini, i teatri parrocchiali.

3.10. Festival diffuso

Idea in sintesi

Il progetto prevede la realizzazione, a Pavia, di un **Festival diffuso**. Si tratta di un Festival che potrebbe accogliere, facendo sintesi, la vasta gamma di idee che sono descritte in altre proposte progettuali. Il Festival si rivolge a pubblici diversi, proponendo eventi per target specifici o rivolti a una vasta gamma di persone: bambini e bambine, adolescenti, studenti e studentesse universitarie, adulti, anziani. Alcuni eventi sono progettati appositamente per specifiche fasce di età, mentre in altri casi i pubblici si mescolano, attraverso la realizzazione di eventi rivolti alle famiglie, ai bambini che partecipano insieme ai nonni o ancora ai genitori che partecipano a una attività mentre i loro figli prendono parte ad altre. In questo modo il Festival può rivolgersi a **molti pubblici**, favorendo partecipazione personalizzata, accessibilità e inclusione.

Attività per avviare il progetto

I contenuti, i temi culturali del Festival, si articolano su tre categorie principali:

- arte performativa;
- cultura alimentare;
- benessere.

Arte performativa: teatro, musica, cinema e arti visive, mostre e installazioni, eventi editoriali e conferenze.

Cultura alimentare: non si tratta di realizzare semplici degustazioni ma di promuovere una vera e propria narrazione del cibo; questa narrazione non si basa sulla presenza di stand o bancarelle, bensì su un'esperienza condivisa di fruizione del cibo. L'idea è di sviluppare una serie di appuntamenti (pranzi, merende e cene) ispirati al concetto delle "cene in bianco", dove la scoperta del cibo precede il momento del consumo. L'elemento fondamentale è che tutte le attività coinvolte, dai fornitori di cibo ai gestori degli eventi, debbano adottare un approccio etico (attenzione ai prodotti e rispetto delle persone coinvolte nella produzione e nella somministrazione, inclusi i camerieri e gli altri addetti).

Benessere: il Festival promuove il tema della salute e del benessere, ponendo attenzione a contesti come gli ospedali, luoghi nei quali la cultura spesso viene trascurata nonostante possa rappresentare un valore aggiunto per il benessere complessivo delle persone.

Il progetto prevede, da parte di tutti i partner e da chi promuove attività e iniziative nell'ambito del Festival (dai concerti alle mostre, agli eventi artistici e alla ristorazione), la sottoscrizione di un **codice etico**.

Attività di contenuto

Il Festival diffuso **si realizzerà principalmente a Pavia**, con eventi sia nel centro cittadino (nelle piazze e negli edifici storici), sia nella periferia (in aree già destinate o appositamente predisposte per questo tipo di manifestazioni), sia nelle aree verdi come la Vernavola, l'area Vul e il Lungo Ticino. Si intende valorizzare non solo le zone centrali, ma offrire una prospettiva più ampia. Si prevede di realizzare parte delle attività anche in **luoghi più periferici al di fuori del capoluogo**, come ad esempio

le aree interne dell'Oltrepò Pavese e la Lomellina. Si immagina, in sintesi, un Festival incentrato su Pavia, con iniziative distribuite anche in aree periferiche del territorio provinciale. Le diverse iniziative sono connesse e raggiungibili attraverso un sistema di navette, sia per i tragitti brevi sia per i tragitti più lunghi, al fine di agevolare la partecipazione di tutte le fasce d'età.

Il Festival si realizzerà in maggio e giugno e includerà attrazioni di rilievo nazionale e internazionale; sarà sviluppato in:

- **una settimana centrale** che richiamerebbe visitatori e turisti non solo da Milano, ma anche da altre località, generando così un impatto economico significativo;
- **un'anteprima**, precedente alla settimana centrale, finalizzata al lancio del Festival, con una serie di prime iniziative;
- **un dopo Festival** che consentirebbe di prolungare il periodo di sviluppo di iniziative connesse e promosse congiuntamente.

In questo modo si realizza un insieme di attività collegate lungo un percorso che si protrae per tre o quattro settimane, con un periodo centrale di alcuni giorni, secondo un **modello consolidato in altre esperienze che genera visibilità e partecipazione**.

Il Festival si accorderà con altre iniziative in corso nei mesi di maggio e giugno come, per esempio, BambInFestival: il programma del Festival **non intende sostituire queste iniziative esistenti** ma integrarle e offrire loro uno spazio adeguato all'interno del programma condiviso.

Rete progettuale

La **rete progettuale coinvolge** gli organizzatori, gli enti del terzo settore, le Istituzioni (Comune, Regione, Provincia), le Fondazioni, l'Università degli Studi, gli ospedali e altri enti. Occorre coinvolgere sponsor e partner (tra questi, certamente Autoguidovie), che potranno fornire supporto tecnico e logistico, oltre che contributi economici. La rete comprende anche i negozi e altre attività commerciali della città interessate a dare un contributo al Festival sottoscrivendo il codice etico.

Per **avviare il progetto** occorre istituire un tavolo di coordinamento permanente e aperto, nell'ambito del quale verrà redatto il codice etico e le diverse realtà potranno confrontarsi.

3.11. Il gusto delle cultura

Idea in sintesi

Il presente progetto è coerente e potrebbe essere **integrato con l'idea di Pavia capitale della cultura**. Al centro del progetto c'è il **tema del riso**: considerando che ci troviamo nella provincia con la maggiore produzione di questo cereale, l'idea è di trasformare una risorsa amata da tutti in un veicolo per la valorizzazione culturale e territoriale. Attraverso un'approfondita ricerca, si intende mettere in luce sia gli aspetti legati alla produzione, sia quelli storici e culturali, Utilizzando il riso come punto di partenza, si vuole esplorare la storia e la cultura dei territori della provincia di Pavia.

Attività per avviare il progetto

L'idea di fondo è quella di **costruire un progetto integrato** per la promozione del territorio, coinvolgendo enti territoriali, istituzioni culturali, privati, produttori di riso, Università e Gruppi di Azione Locale (GAL), evitando di partire da zero, capitalizzando le conoscenze e le buone pratiche già esistenti, impegnandosi a identificare le migliori pratiche e a integrarle o migliorarle laddove necessario, realizzando pertanto una mappatura completa del patrimonio culturale e gastronomico del territorio.

Attività di contenuto

Si prevedono le seguenti attività:

- **eventi culturali ed enogastronomici**, corredati da conferenze con autori che hanno scritto testi sulla storia delle cascine e della produzione risicola;
- **concorsi di pittura, scrittura e fotografia** per le scuole;
- **concerti a tema**;
- **cene medievali**;
- **visite guidate** per conoscere il patrimonio culturale locale.

L'idea è di valorizzare e mettere a sistema esperienze già fatte, iniziative esistenti.

Rete progettuale

Capofila della rete progettuale può essere la Provincia, coinvolgendo l'Università degli Studi di Pavia, le Amministrazioni comunali, il terzo settore, i privati, i produttori, i B&B, le aziende profit, che potrebbero sponsorizzare l'iniziativa.

Comunicazione e Promozione

Il piano di comunicazione comprende:

- locandine e manifesti pubblicitari;
- media, social, totem, banner;
- spazi pubblicitari nelle grandi città e nelle grandi stazioni;
- incontri dedicati di promozione, anche diffusi.

Risorse necessarie

- **Risorse umane**: docenti e ricercatori universitari responsabili della ricerca storico-culturale.
- **Spazi**: Orto Botanico, Università degli Studi, cascine, spazi pubblici forniti dai Comuni, piazze.
- **Partner e sponsor**: produttori di riso e riserie.
- **Professionisti**: esperti del processo di progettazione, considerando la necessità di presentare il progetto a finanziatori diversi, a livello nazionale ed europeo.
- **Gruppo di coordinamento**: un coordinatore o coordinatrice alla guida di un team di progettisti esperti provenienti da varie discipline.
- **Comunicazione**: professionisti della comunicazione che si raccordano con le Amministrazioni comunali e con le pro loco e altre associazioni del territorio, al fine di amplificare la portata del progetto.

3.12. Itinerarte - Cultura on the road

Idea in sintesi

Il progetto prevede la realizzazione di **spettacoli partecipati, laboratori multiculturali, laboratori tematici** (cucina, lettura, tessili, sensoriali) in luoghi della cultura o in luoghi non convenzionali in modo itinerante e ripetibile.

Attività per avviare il progetto

Per avviare il progetto occorre una mappatura, un **censimento dei luoghi della cultura non convenzionali**, che possono essere utilizzati per realizzare gli spettacoli e i laboratori di Itinerarte: parchi, sale polifunzionali, altri luoghi che potrebbero essere messi a disposizione. Per ogni luogo si tratta

di mettere a disposizione una scheda descrittiva, in modo da avere chiaro quali attività si possono svolgere.

Comunicazione e Promozione

La comunicazione e la promozione sono fondamentali per la realizzazione del progetto: si tratta infatti di costruire un calendario di eventi e di promuoverli in modo sinergico. Per questo occorre **coordinamento**, con un soggetto titolato a farlo, e l'**impegno di tutti** i partner a promuovere gli eventi gli uni degli altri attraverso i rispettivi canali di comunicazione.

Risorse necessarie

Per quanto riguarda la raccolta delle risorse necessarie, abbiamo fatto riferimento al progetto Matchraising (3.5.): in questo caso si tratta di invitare le aziende non tanto a sostenere un singolo progetto o una singola iniziativa, ma a sponsorizzare sinergicamente, unendo le forze di più aziende, un calendario di iniziative itineranti e diffuse per uno più anni.

3.13. Mappamondo di cultura. Una Casa delle culture

Idea in sintesi

La Casa delle culture è uno spazio, un **punto di riferimento per una Pavia multiculturale**. All'interno si realizza una serie di eventi che contribuiscono a costruire un dialogo e un confronto tra culture differenti ma anche tra punti di vista differenti. L'obiettivo è quello di favorire e supportare anche **iniziative che nascono dal basso**, magari proposte da gruppi informali, senza una cornice giuridica, che muovono i primi passi. Si intende riempire di contenuti lo spazio, aggregando iniziative esterne di altre realtà.

Attività per avviare il progetto

Per avviare il progetto occorre:

- individuare uno **spazio per la Casa delle culture**: uno spazio da rigenerare oppure uno spazio già esistente al quale dare nuova destinazione d'uso;
- realizzare una **mappatura degli enti o i gruppi informali** con cui collaborare;
- realizzare un **evento di inaugurazione** che possa rappresentare il motore per far conoscere la Casa, darle visibilità e agganciare sia gruppi, sia associazioni, sia enti;
- costruire una **rete di organizzazioni e gruppi che collaborano** e costruiscono il **calendario** degli eventi e delle attività della Casa;
- istituire una **cabina di regia** che coordini le attività e gli eventi della Casa delle culture, con l'obiettivo di armonizzarli ed evitare eventuali sovrapposizioni.

Sul modello dei Laboratori Sociali del progetto Fare#BeneComune, la Casa delle culture può anche diventare il punto di riferimento e di partenza per una serie di eventi e attività da **realizzare in spazi diversi**, a cui attribuire il logo della Casa delle culture: in questo modo, diversi enti, associazioni o gruppi che si ritrovano nella mission della Casa delle culture possono attribuire il logo alle loro iniziative. Il logo darebbe visibilità a una rete cittadina costruita attorno alla Casa delle culture del luogo principale.

Attività di contenuto

Tra le attività previste, si prefigurano:

- **eventi** di varia forma: culturali, musicali, espositivi, creativi, gastronomici;
- **conferenze** su diversi temi;
- **iniziative** indirizzate a favorire scambio e confronto tra generazioni, culture, forme espressive differenti.

Rete progettuale

La rete progettuale è costituita a partire dalla mappatura degli enti o dei gruppi informali con cui collaborare. La presenza dei gruppi informali favorisce e stimola la partecipazione dal basso; gli enti più strutturati (pubblici e privati) consentono di definire una **cabina per il coordinamento del progetto**.

Comunicazione e Promozione

Per quanto riguarda la comunicazione, si prevede:

- un **evento di lancio** per far conoscere la Casa delle culture;
- l'uso dei **social media**;
- la promozione attraverso comunicati stampa e articoli sui giornali locali;
- il **passaparola** anche utilizzando volantini ad hoc da distribuire nei bar, nelle farmacie, eccetera.

Risorse necessarie

Tra le risorse necessarie vanno considerate:

- **risorse umane** che offrono tempo e impegno;
- **spazi**, sia lo spazio che ospiterà la Casa delle culture, sia altri spazi da mettere in rete;
- **risorse economiche**, immaginando che possano derivare da raccolte fondi (crowdfunding) realizzate in occasione di singoli eventi specifici.

3.14. Sport in Mente. Festival dello Sport

Idea in sintesi

Il progetto prevede la realizzazione di un Festival dello Sport, **un weekend dedicato allo sport e alle culture**. L'idea in sintesi è quella di mettere a punto un **format di due giornate** che possa essere **itinerante** e anche **ripetibile** (in più comuni, in più luoghi, nella provincia di Pavia). Il format comprende eventi sportivi e seminari di approfondimento con esperti. Il target è individuato fra i **giovani tra gli 8 e i 25 anni**. Il format propone soprattutto sport inusuali ma facilmente praticabili a costi non eccessivi. A ogni sport si può abbinare un aspetto culturale, con la presenza di esperti.

Attività di contenuto

Di seguito alcune attività sportive che compongono il format:

- **rugby**, da abbinare all'idea di gioco di squadra;
- **corsa**, da abbinare all'idea di spirito sportivo (l'importante è partecipare, non vincere);
- **bicicletta** e nordic walking, da coniugare alla scoperta di percorsi a contatto con la natura;
- **skate**, da abbinare a incontri con esperto sul tema del pericolo;
- **yoga**, per mettere in relazione i ragazzi e le ragazze con il problema della gestione dell'ansia;
- **arrampicata**, da raccordare con la capacità di mantenere l'attenzione e con il raggiungimento dei propri obiettivi.

Il format alterna sapientemente i momenti di pratica sportiva a quelli riflessivi e di inquadramento della pratica sportiva anche sul piano storico e culturale.

Gli **esperti da chiamare in causa** sono, per esempio, campioni sportivi, nutrizionisti, medici sportivi, psicologi, storici, personal coach, mental coach, campioni universitari.

Rete progettuale

La rete progettuale è costituita da:

- assessorati allo sport dei Comuni;
- associazioni sportive;
- scuole;
- facoltà di Scienze motorie;
- aziende e negozi di articoli sportivi;
- campioni dello sport.

Risorse necessarie

Spazi: palestre, piazze, campi sportivi, campi pubblici, parchi pubblici, cortili dell'Università, centri commerciali, parcheggi dei centri commerciali, spazi ampi.

Risorse: un mix tra risorse messe a disposizione dai Comuni che desiderano ospitare il format e risorse da finanziamenti ad hoc.

3.15. Pavia Capitale della Cultura 2030. Una visione comune

Tra le idee progettuali emerse, quella di Pavia Capitale della Cultura 2030 può rappresentare una **visione comune**, un **progetto strategico che unisce tutte le idee progettuali proposte**, tutti i contributi, tutte le riflessioni che sono state messe in campo da chi ha partecipato e ha collaborato al percorso di coprogrammazione.

Intorno alla visione di Pavia Capitale della Cultura 2030, le idee delineate in questo Quaderno possono definire un **processo di rilancio per Pavia e il suo territorio**, un percorso che valorizza tutte le energie delle organizzazioni che si sono impegnate nel percorso di coprogrammazione e che può e deve aprirsi a ulteriori contributi.

Il percorso verso Pavia Capitale della Cultura 2030 rappresenta un'opportunità per **valorizzare** il potenziale culturale della città e della provincia.

Conclusioni

Marco Cau

Pares

Nell'ambito delle dinamiche territoriali di sviluppo, le Fondazioni di Comunità sono sempre più impegnate nella **promozione di relazioni e collaborazioni** tra diverse organizzazioni pubbliche e private e nella **costruzione di partenariati cross-settoriali** trasversali ai loro tradizionali ambiti di intervento.

In questa nuova cornice, le Fondazioni non sono più solo erogatrici di finanziamenti, ma si fanno **promotrici di relazioni comunitarie, di reti interorganizzative, di progetti in partnership**, assumendo di volta in volta un ruolo di conduzione, di promozione, di sostegno, di accompagnamento¹.

Per svolgere questa funzione di promotrici dello sviluppo locale, le Fondazioni attivano **processi di coprogrammazione e di coprogettazione** finalizzati a coinvolgere istituzioni e organizzazioni del Terzo Settore nella definizione di programmi d'azione, linee di sviluppo e progetti esecutivi.

Per farlo, giocano una funzione di **facilitatrici di processo**, mettono a disposizione risorse e **competenze** e agiscono in stretta **sinergia e raccordo** con tavoli istituzionali del welfare sociale e culturale, con i Centri Servizi per il Volontariato, con gli Uffici di Piano dei Distretti sociali, con altri attori significativi del territorio di riferimento.

L'esperienza del processo di coprogrammazione sviluppata dalla Fondazione della Comunità della Provincia di Pavia - Ente Filantropico, descritta in questo Quaderno e finalizzata a delineare le **Linee di indirizzo per lo sviluppo di progetti in partnership nell'ambito del settore culturale in provincia di Pavia**, si inserisce nelle evoluzioni sopra descritte.

Sviluppando un percorso basato su un impianto perfettamente coerente con le Linee guida del Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali (DM 72/2021), la Fondazione ha fatto proprie le indicazioni delineate per la collaborazione tra Pubbliche Amministrazioni ed Enti del Terzo Settore e le ha utilizzate per:

- **arricchire la lettura dei bisogni e delle potenzialità** in ambito culturale in provincia di Pavia;
- **definire possibili azioni e progetti** a partire dai bisogni individuati e dalle potenzialità messe a fuoco;
- **creare le premesse per coprogettare interventi** coerenti alle indicazioni emerse dalla coprogrammazione;
- **sviluppare le condizioni per poter integrare risorse** diverse, pubbliche e private, favorendo complementarità virtuose;
- **accrescere fiducia** e capitale relazionale tra le organizzazioni partecipanti e – più in generale – capitale sociale nella comunità.

¹ Per un approfondimento di quanto illustrato in queste conclusioni, si veda: Cau M., Maino G., Fondazioni di comunità: come coprogrammazione e coprogettazione promuovono lo sviluppo locale, in Maino F. (a cura di) (2023), *Agire insieme. Coprogettazione e coprogrammazione per cambiare il welfare*. Sesto Rapporto sul secondo welfare, Milano, Percorsi di secondo welfare

Il percorso di coprogrammazione ha generato **risultati interessanti e qualificanti** sia con riferimento al processo realizzato sia con riferimento al prodotto elaborato.

Sul piano del **processo**, il percorso ha offerto ai partecipanti e alle partecipanti l'opportunità di condividere conoscenze, di riesaminare esperienze, di compartecipare apprendimenti, metodologie di lavoro e strumenti. Il confronto è stato occasione per formulare nuove domande, per osservare la realtà da diverse prospettive, per definire ambiti di intervento, per delineare progetti impegnativi. Durante il percorso i partecipanti si sono conosciuti o hanno approfondito la conoscenza, hanno colto il punto di vista degli altri, hanno condiviso linguaggi, hanno accresciuto la fiducia reciproca, creando le basi per prospettive di lavoro comune.

Sul piano del **prodotto**, gli esiti sono pubblicati in questo Quaderno, che resta a disposizione della Fondazione della Comunità della Provincia di Pavia - Ente Filantropico, delle persone e delle organizzazioni che hanno partecipato, di tutta la comunità locale. Gli esiti del percorso sono pubblici per rendere trasparente il lavoro svolto, per promuoverlo, per generare processi imitativi, per condividere gli apprendimenti, per sviluppare nuove piste di lavoro.

Il processo e il prodotto realizzati **aprono prospettive per sviluppare ulteriori occasioni di coprogettazione**, che potranno essere innescate o facilitate dalla Fondazione stessa e da altri soggetti titolati o che potranno realizzarsi per iniziativa delle organizzazioni che hanno partecipato al percorso e di altre che vorranno aggiungersi: sia per rispondere a bandi di finanziamento, sia per costruire proposte sulle quali convogliare un mix di risorse già disponibili o da raccogliere.

Hanno partecipato al percorso

Alice Moggi, Maria Piccio, Fiorenza Bertelli, CSV Lombardia Sud ETS
Martina Altea Bellinzona, Stefania Ferrari, Università di Pavia
Paolo Camozzi, Silvia Armandola, Fondazione Adolescere
Lina Fortunato, Antigone Pavia APS
Marco Romano, Fondazione Museo Diocesano di Pavia
Rosa Franciamore, Conservatorio Franco Vittadini
Roberta Sardone, ACLI Provinciali di Pavia APS
Claudia Berutti, Comune di Torrazza Coste
Chiara Ciccia Romito, Giuseppe Soggetti, Fondazione Teatro Fraschini
Malva Eugenia Bogliotti, Associazione Croma 2000 Libertas
Giangiuseppe Cagnoni, Ci siamo anche noi
Paola Negro, Associazione Amici dell'IC Cavour
Liliana Volpi, Lelia Rozzo, Diocesi di Tortona
Clelia Garante, Arci Pavia
Andrea Vaccari, Fondazione Frate Sole di Pavia
Elisa Pifferi, Giuliana Mancini, Associazione Artemista
Valeria Cecchetto, Alessandra Rotella, Oltre Confine SCS Onlus
Manola Dettori, Comune di Belgioioso
Michele Di Stefano, Conosc(i)enza APS
Elisa Lupo, Calypso APS
Giuliana Baldin, Cooperativa Sociale Comunità Betania, Pro Loco Robbio, Strada del riso e dei tre fiumi
Alessandra Ferraresi, Amici dei musei e monumenti pavesi
Eleonora Ferrari, Fondazione Collegio Universitario Santa Caterina da Siena
Margherita Cremonesi, Unitre Pavia
Talitha Maggiori, Marcella Muffa, Gli Aironi SCARL Cooperativa Sociale
Don Dario Crotti, Casa del Giovane
Simona Viciani, Arte 17
Anna Simona Orlandi, Il bel San Michele ODV
Federica Rando, Comune di Pavia Servizio ufficio Europa, Fundraising e pari opportunità
Arnaldo Calanca, Chiara Mussini, Spazio 53
Paola Caretti, Stefano Collin, Radio AUT
Mario Carbotta, ALIA Musica

**FONDAZIONE DELLA COMUNITÀ
DELLA PROVINCIA DI PAVIA - ENTE FILANTROPICO**

Via Perelli, 11
27100 PAVIA
www.fondazionepv.it