



FONDAZIONE  
DI **MODENA**

AREA CULTURA

ed. 2021

# Bando Mi metto all'opera 2021 - fase 1

Linee guida per la redazione del documento di  
presentazione

PUBBLICATO IL 16/03/2021  
SCADENZA IL 30/04/2021

## LA STRUTTURA DEL DOCUMENTO DI PRESENTAZIONE DEL PROGETTO

Il documento dovrà essere realizzato in formato word o in formato power point. Nel primo caso, la sua lunghezza non dovrà superare le 6 cartelle (con un massimo 1.800 battute per ogni cartella), nel secondo, le 12 slide (13, se è prevista una slide di copertina).

In ogni caso, il documento dovrà contenere le seguenti sezioni:

### 1. OPERAZIONE CULTURALE / OBIETTIVI / AZIONI

“L’operazione culturale” descrive l’impianto teorico, strategico e operativo della proposta oggetto della candidatura. Il testo/presentazione dell’operazione culturale deve motivare la necessità/utilità della proposta.

“Gli obiettivi” declinano in forma analitica la dimensione propositiva dell’operazione culturale”.

“Le azioni” illustrano il complesso degli atti che, interagendo in una adeguata cornice temporale, consente di mettere a punto e completare l’operazione culturale.

Il rapporto tra i tre elementi (operazione culturale/obiettivi/azioni) deve essere coerente con l’esperienza del soggetto proponente, l’identità e il ruolo assunto nel contesto di riferimento, le forze messe in campo.

Nella descrizione dei tre elementi “operazione culturale / obiettivi / azioni” fondamentale è descrivere:

- Com’è oggi il contesto in cui prende forma l’operazione (sia interno al soggetto che esterno)
- Come potrebbe essere domani (idem)

#### La struttura suggerita per “operazione culturale” è:

- Definizione dell’operazione culturale
- Perché è un’operazione importante per le persone?
- Dimostrazione che sia davvero un’operazione rilevante sia per il soggetto proponente sia per il contesto di riferimento

#### La struttura suggerita per gli “obiettivi” è:

- Definizione degli obiettivi in collegamento all’operazione culturale
- Dimostrazione che siano davvero obiettivi rilevanti

**La struttura suggerita per le “azioni” è:**

- Cosa offriamo/produciamo con l'operazione culturale?
- Come la realizziamo?
- Come rispondiamo agli obiettivi?
- Perché le azioni proposte sono adatte alla realizzazione degli obiettivi dell'operazione?

**2. OBIETTIVI / AZIONI IN RIFERIMENTO ALL'OBIETTIVO TRASVERSALE C)**

Il rinnovamento delle strutture organizzative delle associazioni e delle metodologie di produzione e fruizione dei prodotti culturali è fondamentale per l'innovazione in campo culturale ma anche per garantire continuità. L'emergenza sanitaria che ha colpito duramente il mondo della cultura deve essere un'occasione per rinnovare e ripensare l'offerta culturale.

**La struttura suggerita per gli “obiettivi” è:**

- Definizione degli obiettivi in collegamento all'empowerment organizzativo e/o tecnologico
- Dimostrazione che siano davvero obiettivi rilevanti

**La struttura suggerita per le “azioni” è:**

- Cosa realizziamo in relazione al rafforzamento della struttura organizzativa?
- Cosa realizziamo in relazione all'utilizzo di nuove tecnologie?
- Come ciò che realizziamo risponde all'obiettivo?
- Perché le azioni proposte sono adatte alla realizzazione degli obiettivi indicati?

**3. BACINO DI UTENZA DI RIFERIMENTO**

Ogni progetto deve includere una sezione sul bacino di utenza di riferimento potenziale per la soluzione proposta. Il bacino di utenza deve essere inteso sia come fisico che come digitale e porre particolare attenzione a suscitare un interesse intergenerazionale. Dobbiamo domandarci: c'è un “mercato” per la nostra idea? Quanto è grande? Come possiamo fornire una stima “verosimile”? Una stima ben fatta è cruciale per dimostrare il potenziale del progetto. Un suggerimento è cominciare dalla popolazione totale, per poi entrare nel dettaglio di bacini di utenza specifici.

**Bacino di utenza potenziale:**

utenti potenzialmente interessati al progetto.

**Bacino di utenza disponibile:**

utenti del bacino potenziale che possono realmente essere interessati al progetto.

**Bacino di utenza servito:**

utenti del bacino disponibile che possiamo realmente coinvolgere.

**Bacino già servito:**

se il progetto è stato svolto in forma analoga in passato, utenti che sono stati già coinvolti dal progetto.

**La struttura suggerita per “bacino di utenza di riferimento” è:**

- Target audience: chi sono gli utenti?
- Come si dividono per caratteristiche sociali e demografiche nell'ambito dei “bacini” descritti sopra?
- Quanti sono gli utenti oggi e quanto stimiamo che possano crescere?

**4. RETI E COLLABORAZIONI**

Ogni progetto può confrontarsi con altri progetti che erogano servizi analoghi. Il confronto con altri progetti di ambito analogo è positivo, poiché dimostra l'esistenza di un bacino di utenza e di un interesse comune a cui rispondere con il progetto.

E' quindi essenziale spiegare come il progetto si colloca all'interno del contesto di riferimento e rispetto ad altre proposte adottate nel contesto, ed evidenziare come la capacità di implementazione del progetto può essere arricchita dai sistemi di relazione attivati.

E' importante sviluppare occasioni e spunti di collaborazione e sinergia: la qualità e composizione delle reti e dei partenariati e loro capacità di creare collaborazioni sinergiche è un requisito fondamentale.

**La struttura suggerita per “reti” è:**

- Quali sono i principali progetti analoghi o con punti di contatto con quello presentato? Come si può essere posizionati in modo sinergico rispetto ad altri progetti? (tipo di prodotto/servizio, costi, utenze, canali di comunicazione...)
- Quali sono i pregi derivanti dalle sinergie proposte?
- Quali sono le caratteristiche delle reti e dei partenariati che si vogliono sviluppare?

## **5. FORME E MODI DI REALIZZABILITÀ DEL PROGETTO ANCHE IN CASO DI EVENTUALE PROTRARSI DELLE RESTRIZIONI DETTATE DALLE MISURE PER IL CONTENIMENTO DELLA PANDEMIA**

Il tempo a disposizione per la realizzazione dei progetti è molto ampio per permettere una programmazione di largo respiro anche evitando periodi in cui l'incertezza dell'andamento della pandemia in corso possa mettere a rischio la loro realizzazione nei modi più consoni alla migliore fruizione per il pubblico. E' pertanto importante prevedere le migliori tempistiche di realizzazione dei progetti onde assicurare il più possibile la fruizione in presenza dell'offerta culturale e in ogni caso prevedere opportune soluzioni alternative in caso di ostacoli posti dalle misure di contenimento dell'emergenza sanitaria.

Per i soggetti che hanno ricevuto un contributo nel bando del 2020 è opportuno indicare la non sovrapposizione della nuova progettualità con le iniziative ancora da svolgere in termini temporali ma anche in termini di contenuto. E' importante infatti pensare ad una distribuzione temporale degli eventi culturali da realizzare evitando l'affollamento di appuntamenti in determinati periodi che non ne permetterebbero la fruizione da parte del pubblico. E' pertanto opportuno proporre un calendario che si integri con ciò che è rimasto in sospeso e con la programmazione degli altri soggetti del territorio.

### **La struttura suggerita per “la sezione 5” è:**

- Quali strategie sono messe in atto per la realizzazione del progetto in relazione al perdurare delle restrizioni sanitarie imposte dalla pandemia?
- Come incidono sul costo totale del progetto?

Rispetto alla sezione 2, dove l'accento può essere posto sullo sviluppo degli asset organizzativi e tecnologici, in questa sezione l'accento può essere posto più sul loro utilizzo.

## **6. Attività di comunicazione**

### **La struttura suggerita per “attività di comunicazione” è:**

- E' stata fatta un'analisi sulle carenze dell'attività di comunicazione della vostra organizzazione e gli eventuali margini di miglioramento?
- Quali sono i principali canali di comunicazione che saranno utilizzati per la promozione del progetto?
- Quale è la relazione tra le azioni e gli strumenti ipotizzati per la comunicazione in riferimento ai pubblici da raggiungere?
- I mezzi proposti sono commisurati ai bisogni di informazione individuali?
- Com'è attrezzata o intende attrezzarsi l'organizzazione per realizzare le attività di comunicazione?

## LA VALUTAZIONE DEL DOCUMENTO DI PRESENTAZIONE DEL PROGETTO

La valutazione sarà condotta da una **Commissione** appositamente costituita e formata da esperti in materia di programmazione e gestione culturale, che valuterà la qualità delle proposte pervenute attribuendo un punteggio da 0 a 10 per ciascuno dei 6 punti della presentazione.

Saranno ammesse alla Fase 2, le domande che avranno ottenuto un punteggio complessivo di almeno 36 punti su 60.

Nella valutazione del documento si terrà conto, in particolare, dei seguenti aspetti:

### 1. Punti 1 e 2:

- Coerenza del progetto presentato con gli obiettivi del bando
- Sinergia con il contesto territoriale di riferimento
- Innovazione dei servizi erogati e in generale delle strategie dei soggetti

### 2. Punto 3:

- Completezza dell'analisi dei target
- Coerenza nell'individuazione dei destinatari del progetto
- Grado di innovazione nel coinvolgimento di nuovi pubblici

### 3. Punto 4:

- Qualità delle collaborazioni con altri enti e loro potenzialità di sviluppo
- Coerenza e contributo della rete rispetto alle azioni e agli obiettivi del progetto

### 4. Punto 5:

- Fattibilità delle azioni proposte
- Grado di innovazione delle strategie proposte

### 5. Punto 6:

- Completezza e dettaglio delle azioni previste
- Innovazione degli strumenti di comunicazione utilizzati
- Efficacia delle azioni proposte, anche con riferimento al possibile utilizzo di SpazioF messo a disposizione dalla Fondazione