

Spettabile  
COMUNE DI SCHIO  
Via Pasini 33  
36015 Schio (VI)  
tel. 0445 691226  
fax 0445 528958

oggetto: Bando per l'affidamento d'incarico di consulenza per l'analisi delle risorse culturali scledensi e per il loro sviluppo.

# progetto doc\_unico

**Nota: Tutte le tabelle riguardanti le competenze e la tempistica sono stata eliminata per ragioni di spazio**

## [introduzione generale]

Nel nostro personale approccio progettuale, "cultura" è intesa come un bene il cui valore è dato dalla capacità d'essere contestuale e allo stesso tempo innovativo; è intesa come sviluppo contemporaneo ed originale di pensiero e linguaggi, di specifiche individualità e qualità collettive; è impresa concreta, visibile e vivibile nel tessuto complessivo della città (urbano, sociale, economico, naturale). La cultura non come forma viziosa perciò "qualsiasi cosa che produca senso" si definisce tale, ma quand'essa s'impone come riflessione sulla QUALITÀ del producibile e dell'espressione dell'individuo cittadino e contemporaneo.

*Accrescere il bene culturale significa investire in SOGGETTI*

*Il prodotto cultura è il risultato dell'amare*

*Creare cultura si traduce con "dare spazio all'espressione individuale nel collettivo"*

Nel presente progetto che risponde al punto **2.** del *bando per l'affidamento di incarico di consulenza per l'analisi delle risorse culturali scledensi e per il loro sviluppo*, si è inteso creare un processo dove i censimenti (punti 2a e 2b del bando) conducano ad una *prima valutazione* delle potenzialità culturali del territorio; che si arricchisce anche dallo studio delle potenzialità economiche (punto 2e del bando), e che sarà propedeutica alla *seconda riflessione* data dal convegno "Schio nella Civiltà del Sapere" (punto 2h del bando).

Il convegno avrà un doppio compito:

- aprire il dibattito culturale creando un confronto con l'esterno
- creare, attraverso i dati emersi dall'analisi, un secondo punto di riflessione sui percorsi culturali futuri della Città.

Dal Convegno saranno così fissate le linee culturali portanti da perseguire. Da qui, a raggiera, si evolveranno i contenuti culturali dell' HERITAGE CENTER (punto 2d del bando) e saranno determinate le linee e le potenzialità economiche principali (punto 2e del bando).

La formazione-tutoring rivolta alle risorse umane del Comune (punto 2d del bando) e la comunicazione (punto 2g del bando) saranno invece dei precorsi trasversali che accompagneranno tutte le azioni dall'inizio sino al termine dell'intervento.

Al fine di costruire, sin dalle prime fasi, un interesse verso l' *impresa cultura* e avvicinare i giovani alla progettazione della *città cultura*, artway of thinking selezionerà alcuni giovani locali che accompagneranno i tecnici e consulenti durante lo svolgersi delle attività.

## punto 2.a del bando

Il censimento delle attività e dei luoghi della cultura con idonei supporti sia su base cartacea che su base informatica.

### [introduzione]

L'analisi s'inserisce nell'ambito della crescita culturale della Città di Schio e si pone l'obiettivo di identificare proficue linee di sviluppo, che mettano in sinergia attività culturali, servizi ed interventi strutturali connessi, in aderenza al tessuto socio - economico della città.

L'attività di censimento non intende, quindi, avere funzione esaustiva rispetto alla presenza oggettiva di luoghi ed attività culturali, ma altresì essere funzionale alle potenzialità relative e favorevoli alla definizione dello scenario di sviluppo culturale per la città; ossia l'indagine si muoverà evidenziando tutti quei *punti* (favorevoli e sfavorevoli) che andranno ad incidere sulle linee principali di sviluppo delle attività culturali e di riqualifica degli spazi, nel sistema città.

### ANALISI DEL CONTESTO

Su questo punto, riteniamo dispensabile introdurre alcuni punti generali, che abbiamo riscontrato nella nostra esperienza. Per quanto concerne l'offerta culturale, molte città di provincia senza particolare rilevanza storica artistica, presentano caratteristiche simili; in generale la cultura e le sue attività:

- Con diffidenza sono considerate un BENE da accrescere, di conseguenza sono riflesso di tutto ciò che consegue ad un ambito minore
- Sono prive di un programma unitario, che definisca tematiche, ambiti di sviluppo, tempistica, e canali di fruizione per il pubblico
- Sono gestite per lo più da gruppi volontari disgregati, che mancano di coordinamento e forme di collaborazione
- I momenti principali di fruizione si risolvono in uno o due eventi annuali (festival, gare sportive, rassegne, ecc.)
- Mancano di contenitori fisici rappresentativi (teatri, centri culturali, ecc) che le contengano
- Mancano spesso di qualità, originalità ed innovazione, indispensabili per un maggiore riscontro di pubblico anche non locale
- Sono slegate da altri sistemi cittadini (sistema economico, urbano, istruzione, ecc.)
- Sono scarsamente di richiamo per il pubblico non cittadino, per mancanza di promozione e a volte di qualità

La specifica analisi del tessuto della Città di Schio, tenute presenti le condizioni generali sopraccitate, e attuata con opportuni strumenti di censimento sia su base cartacea che informatica, procederà su due ambiti principali:

- **ANALISI DELLE ATTIVITÀ CULTURALI**  
L'analisi delle attività culturali, si propone di raccogliere dati oggettivi sullo stato di fatto della produzione e promozione culturale in città; sarà eseguita considerando diversi target e settori, risorse e servizi, qualità e caratteristiche delle attività culturali in corso, attori sociali proponenti, pubblico e socialità.  
La predisposizione specifica delle schede cartacee e delle maschere informatiche per l'inserimento sarà realizzata "in fieri"; la raccolta dei dati effettuata da personale preparato.
- **ANALISI DEI LUOGHI DELLA CULTURA**  
Ci appare a questo punto necessario precisare cosa noi intendiamo per "censimento dei luoghi della cultura"; o meglio, cosa intendiamo per:  
*Censimento*: non mera localizzazione-individuazione a tappeto di edifici-contenitore esistenti, magari divisi per caratteristiche tipologiche, storico-artistiche o per stato di conservazione; ma processo progettuale il cui approccio, sedimentato ed acquisito, permette allo stesso tempo che metodologie e tecniche di rilevamento si definiscano man mano;  
*Luoghi della cultura*: ogni edificio o spazio pubblico, ogni elemento fisico di riconoscimento (puntuale o ripetuto nel territorio) che si renda per noi "disponibile" a ripensare il proprio ruolo nella città.

Partendo da queste considerazioni, il lavoro potrebbe quindi essere impostato in tre fasi:

- Prima individuazione - selezione della "disponibilità" degli spazi pubblici, attuata in maniera incrociata ed in grado di pervenire ad una raccolta già interpretativa di dati (luoghi con qualità spaziali intrinseche o potenzialità spaziali ancora inesprese, modalità d'uso attuali o possibili future).
- Verifica delle compatibilità dei luoghi selezionati nella prima fase rispetto a: previsioni urbanistiche, programma di mandato, bisogni della collettività, attori sociali coinvolti. Per pervenire ad una nuova, più matura perché negoziata mappatura, che chiameremo *mappa strategica*: una sorta di itinerario che verosimilmente occorre percorrere per realizzare gli aspetti inderogabili di un proficuo processo di sviluppo culturale per la città di Schio.
- Elaborazione finale del censimento, da attuarsi mediante la schedatura ragionata dei luoghi i cui elementi identificativi e le cui tecniche si definiranno "in fieri". Si perverrà così ad una mappatura

finale di indirizzi progettuali, composta di *schede-guida* in grado di fornire materiali di lavoro per la costruzione dello scenario di sviluppo culturale.

Inoltre, ci preme indicare l'importanza in questa fase di selezionare alcuni giovani scledensi (diplomati, studenti - lavoratori, ecc.) con lo scopo di:

- Stimolare l'interesse per l'impresa culturale che sta nascendo,
- Essere il tramite di favorevole contatto tra i progettisti esterni e la cittadinanza,
- Trasferire know how e formare delle figure professionali locali, capaci in futuro di continuare e sviluppare l'impresa.

Nell'analisi delle attività e dei luoghi della cultura, si prenderanno altresì in considerazione gli obiettivi e i progetti del PROGRAMMA DI MANDATO, in relazione alle indicazioni e alle priorità forniteci dall'Amministrazione, al fine di integrare gli obiettivi con lo stato di fatto e i progetti con il futuro scenario di sviluppo culturale. Per esempio, dal PROGRAMMA N.2 "Qualità Semplificazione e Trasparenza", e in relazione ai progetti stabiliti per il corso del mandato, sarà considerato lo stato di fatto di aree verdi nei quartieri, piste ciclabili, attività d'informazione "Nuovi percorsi in città", Servizio InformaSchio, ecc.

## punto 2.b del bando

L'inchiesta verso l'utenza volta a delineare i bisogni emergenti, condotta utilizzando strumenti adeguati, sia sul piano statistico sia sul piano della comunicazione in genere.

### [introduzione]

Accrescere il BENE culturale significa investire in SOGGETTI (risorse umane); nell'identità singola e collettiva, nelle capacità intellettuali, emozionali e poi professionali delle persone, unici reali soggetti di produzione culturale.

Il prodotto cultura è quindi il risultato dell'amare, quando si intende come CONOSCERE E DARE VALORE a qualcosa che si possiede o si considera (in questo caso alla storia e alle risorse contemporanee della città, alla collettività e agli individui); quando si riconosce all'oggetto originalità e specificità, da rispettare e accrescere.

In questo senso, l'inchiesta sui bisogni emergenti, in relazione ai risultati dell'analisi delle attività culturali (*punto 2.a* del documento), sarà volta a delineare lo *stato emozionale* degli attori sociali, rispetto allo stato di fatto in ambito culturale della città. Particolare attenzione sarà data agli operatori culturali già attivi e agli opinion leader, stimolando l'intervento al dibattito e facendo emergere i *sogni nel cassetto* rispetto alla produzione culturale a Schio. Saranno soggetto d'intervista: gli operatori scolastici e i responsabili delle associazioni di categoria, i fornitori di servizi, i settori produttivi, nonché le categorie più emarginate (anziani, bambini, disoccupati, ecc).

L'inchiesta, che sarà attuata con opportuni strumenti di indagine sia su base cartacea che su base informatica, terrà conto dei diversi target e settori. sarà realizzata attraverso degli incontri - intervista di circa due ore, sia singole che di gruppo; le parti sociali saranno personalmente contattate e, in questo senso, l'indagine risulterà allo stesso tempo un importante momento di *contatto e relazione*. Gli intervistati saranno assistiti nelle risposte. Si ipotizza un'indagine complessiva che vada a toccare il 5% della popolazione, e sarà ripartita come segue:

10	questionari verso Opinion Leader
8	questionari verso Istituti Scolastici Superiori
3	questionari verso Scuole Medie
9	questionari verso Scuole Elementari
500	questionari verso le Famiglie
120	questionari verso i Minori

- 400 questionari verso i Giovani Adolescenti
- 300 questionari verso gli Anziani
- 50 questionari verso Commercio e Turismo
- 12 questionari verso Associazioni di Categoria, Sindacati e Strutture di Servizio.

L'attività di censimento, così come impostata (assistenza ai questionari e gruppi operativi) consente non solo di raccogliere le informazioni utili per l'indagine ma anche di iniziare l'attività di sensibilizzazione rispetto all'obiettivo del progetto. In questo senso, l'inchiesta sui bisogni sarà in stretta relazione con il piano di comunicazione (*punto 2.g* del documento).

Nell'inchiesta, si prenderanno altresì in considerazione gli obiettivi e i progetti del PROGRAMMA DI MANDATO, in relazione alle indicazioni e alle priorità forniteci dall'Amministrazione, al fine di integrare gli obiettivi con i bisogni più emergenti.

Inoltre, anche questa fase prevede la partecipazione di alcuni giovani scledensi (diplomati, studenti - lavoratori, ecc.) con lo scopo di stimolare l'interesse per l'impresa culturale che sta nascendo, essere il tramite di favorevole contatto tra i progettisti esterni e la cittadinanza, trasferire know how e formare delle figure professionali locali, capaci in futuro di continuare e sviluppare l'impresa.

Per detta attività sono previste le seguenti fasi, per ciascuna delle quali sono previsti anche i tempi (giornate/uomo) necessari alla loro realizzazione, nonché le qualifiche:

Nota: L'attività di censimento, così come impostata (assistenza ai questionari e gruppi operativi) consente non solo di raccogliere le informazioni utili per l'indagine ma anche di iniziare l'attività di sensibilizzazione rispetto all'obiettivo del progetto.

## punto 2.C del bando

L'analisi dei dati del censimento e dell'inchiesta con la formulazione di scenari di sviluppo delle potenzialità.

### [introduzione]

L'OBIETTIVO FINALE da raggiungere è la creazione di un processo di crescita culturale, innovativo nel panorama italiano, che porti alla realizzazione di una sorta di piano regolatore della cultura.

Per noi, arrivare ad un piano regolatore della cultura non significa solo produrre un documento che ordina i metodi, le possibilità, le procedure, le regole di buon governo della cultura, ma soprattutto attivare un *processo di crescita* che porterà a:

- Far nascere un'impresa culturale nella città di Schio.
- Creare i presupposti di base per un laboratorio delle idee e per una competitiva fabbrica d'attività culturali; per una scorrevole viabilità che permetta di oltrepassare i confini geografici della città.
- Accrescere la qualità dell'offerta culturale e turistica e la fruizione del "bene cultura" nel suo complesso, attivando un programma d'interventi sinergici auto - sostenibili.
- Aumentare la connessione del "bene cultura" con il territorio circostante, attraverso specifiche partecipazioni e messe in rete. In particolare, migliorare le strategie di sviluppo sostenibile con la rete dell'Alto Vicentino.
- Sviluppare una strategia progettuale per la raccolta dei finanziamenti, in grado di rispondere perentoriamente alle scadenze degli "inviti a presentare progetti", proposti dalla Comunità Europea, dallo Stato e dalla Regione. Questo sarà possibile solo realizzando un "parco progetti" ed individuando una rete di "savoir faire" progettuale.
- Assumere una posizione riconoscibile all'interno del panorama culturale e turistico della Regione, diventando un centro d'innovazione culturale spendibile come modello procedurale e metodologico in Europa.
- Far amare la cultura attraverso l'espressione personale, l'esperienza del fare creativo in gruppo; vivendo occasioni di conoscenza, scambio, divertimento, impegno.
- Far riconoscere la Città come prima possibilità di realizzazione sociale per l'individuo.

## SCENARI DI SVILUPPO

L'esperienza nel campo di progetti di valorizzazione culturale c'insegna che il proposito di crescita culturale - come identità - in un ambito complesso com'è un territorio, può più facilmente realizzarsi individuando una o più LINEE TEMATICHE FORTI, che identifichino la caratteristica principale del territorio. Tali linee tematiche sono la spina dorsale dello sviluppo culturale.

L'identificazione delle linee tematiche principali sarà prima preoccupazione e risultato dell'analisi dello stato di fatto, nonché della raccolta dei sogni e bisogni dei cittadini scledensi (*punti 2.a e 2.b* del documento).

Conseguentemente ai risultati, e individuate le linee tematiche, per ognuna si definisce:

- Obiettivi specifici in relazione ai programmi ed agli obiettivi di governo
- Attori sociali coinvolti e coinvolgibili (singoli o gruppi) e in considerazione delle risorse umane già coinvolte nella struttura pubblica (*punto 2.f* del documento)
- Qualità delle partecipazioni e collaborazioni (ruolo dell'amministrazione pubblica e dei privati, concertazioni)
- Tipologia degli interventi (interventi strutturali per edifici e aree destinate ad uso collettivo, interventi immateriali temporanei o continuati, interventi di riqualificazione e riuso, infrastrutture e servizi, interventi in web, programmi d'attività, intervento e d'uso).
- Influenza nel tessuto fisico della città (livello d'incidenza fisica dell'azione, individuazione dei luoghi fisici per la cultura, analisi dell'impatto)
- Relazione con il financing project (*punto 2.e* del documento).

In generale, lo scenario di sviluppo culturale sarà formulato mettendo in sinergia una o più *temi d'identità* della città ed identificando nell'intero tessuto della Città - nei suoi aspetti sociale, culturale, economico, urbano e naturale - i LIVELLI (O RETI) PRINCIPALI D'INTERVENTO.

Con valore d'ipotesi si può, fin d'ora, citare tre livelli principali d'intervento che definiscono lo scenario di sviluppo culturale:

- LA RETE DELLE ATTIVITÀ CULTURALI
- LA RETE DEI LUOGHI FISICI, ADEGUATI AD OSPITARE LE ATTIVITÀ
- LA RETE INFORMATICA, COME STRUMENTO DI CONNESSIONE CON L'AMBITO GEOGRAFICO ALLARGATO E DI OFFERTA D'INFORMAZIONE E SERVIZI.

Nonostante ogni rete abbia una propria struttura, autonomo sviluppo e sia veicolo di una proposta culturale innovativa, la dovuta sinergia degli interventi nel quadro complessivo vede le tre reti in efficace relazione: la rete delle attività culturali (con i suoi soggetti emanatori: Istituzioni, Associazioni, etc.) non può prescindere dalla rete dei luoghi che le conterranno (luoghi della cultura come segnali concreti per il cittadino/fruitori); la rete informatica si pone al contempo distributore e ricettore dell'offerta culturale; portale d'accesso virtuale alla città della cultura. Ogni rete vede coinvolti in modo opportuno differenti parti sociali e contribuisce costruire l'immagine originale della Città di Schio.

La formulazione degli scenari di sviluppo culturale terranno altresì conto dei risultati del convegno "Schio nella Civiltà del Sapere" (*punto 2.h* del documento).

punto **2.d** del bando

Sviluppo dei contenuti culturali dell'HERITAGE CENTER della città, da calare nell'ambito della struttura di palazzo Fogazzaro.

### [introduzione]

Nel più vasto panorama dello sviluppo culturale della città di Schio, la definizione dei contenuti culturali dell'Heritage Center, impone coerenza con lo scenario che si andrà delineando (*punto 2.c* del documento) e quindi con il risultato dell'analisi delle risorse scledensi (*punti 2.a* e *2.b* del documento). Inoltre, il Convegno "Schio nella Civiltà del Sapere" (*punto 2.h* del documento) si pone come un importante momento di dibattito culturale, dal quale la riflessione sull'identità del nuovo Centro non dovrebbe prescindere. Introduciamo in questa sede una riflessione di carattere più generale.

Creare un Heritage Center della città, in un momento di crisi delle strutture museali, richiede un'attenta riflessione sull'identità di questo luogo, nonché sul valore intrinseco della cultura e sulla sua influenza nel sociale; ed ancora sul ruolo della cultura, considerandone le molteplici forme: cultura non solo come beni culturali (heritage) stanziati e da conservare, ma anche come attività culturali da accrescere nel sistema città, inserite di un processo di conoscenza ed espressione in continua evoluzione.

In questo senso, è stimolante la ricerca dell'identità del Centro che, se intende non solo contenere ma essere produttore culturale, dovrà dirigersi verso una vocazione molteplice: da quotidiano passaggio a rilevante contenitore culturale; da luogo per le espressioni temporanee a punto di riferimento per la sperimentazione; da centro a *gate alla città*; residence, home, stage, ecc. Identità, in ogni caso, lontana da quella funzionale del "centro informazioni" tanto da quella del museo espositore di se stesso. Palazzo Fogazzaro, al centro della città, come *Centro \_ Cultura in divenire*, dove dare spazio all'identità storica e al contemporaneo e promuovere attività culturali nel sistema città.

## punto 2.e del bando

Il Piano della potenzialità attivabili in materia di finanziamenti con riferimenti ai fondi europei, alle sponsorizzazioni nonché alle partecipazioni di privati tramite project-financing.

### [introduzione]

La realizzazione di un piano delle potenzialità finanziarie non potrà prescindere dall'analisi dei dati del censimento e dell'inchiesta (*punti 2.a e 2.b* del documento) che porterà ad una formazione di scenari di sviluppo (*punto 2.c* del documento).

Il concetto di potenzialità attivabili in materia di finanziamenti deve essere visto come un insieme di fattori; non basta infatti sapere dove sono i finanziamenti per attivare un progetto, ma è necessario costruire:

Una cultura progettuale

Degli strumenti adeguati

E soprattutto la voglia di creare sviluppo.

Il piano delle potenzialità economiche non dovrà prescindere dal fatto che un progetto di sviluppo territoriale, qualunque esso sia, è soprattutto un' *operazione culturale*: l'economia non può prescindere dall'uomo e dall'ambiente in cui si cala. Nel panorama italiano, ciò che molte volte manca e quindi fa fallire un'idea progettuale anche di ottima qualità, è la *capacità di trasferire l'idea*, soprattutto culturale o collettiva, rendendola leggibile e appetibile a più livelli e in diversi settori.

Nel piano delle potenzialità economiche, due domande innanzi tutte devono trovare risposta:

- Come muovere le potenzialità economiche locali (Schio e l'Alto Vicentino) per dirigerle verso una nuova visione del territorio?
- Come far fluire i finanziamenti e gli interessi di altri gruppi economici e socio-culturali esterni (europei)?

Per arrivare al *cuore* delle potenzialità economiche del territorio si dovrà lavorare attraverso:

- Dialogo
- Diffusione delle idee ed informazioni (con relazione al *punto 2.g* del documento)
- Collaborazione e l'aggregazione delle risorse umane locali
- Disponibilità allo scambio e partnership, con altri territori-soggetti e realtà economico-culturali, nazionali ed europei iniziando, in questo modo, a modificare quegli atteggiamenti di sfiducia e frustrazione che ostacolano ogni possibile attività innovativa di sviluppo territoriale.

Nel panorama dei finanziamenti, si dovranno adottare delle strategie di cooperazione e collaborazione, al fine di sviluppare una rete di consulenti e partners; oltre che, dato l'obiettivo progettuale, si potranno costituire forme di supporto economico e aggregazione, tipo "Associazione amici del....", *Sponsors Club*, ecc. come investitori in grado di sostenere lo sviluppo del territorio. In particolare, segnaliamo alcuni esempi di strumenti finanziari, che potranno essere utilizzati durante la progettazione: Leader Plus, Patti Territoriali, PRUSST, Project Financing, Gemellaggi tra città, URB-AL, PRUSST, PRU, POLIS, Cultura 2000, Gioventù per l'Europa, SAVE, LIFE, oltre a strumenti finanziari come la banca europea per la ricostruzione e lo sviluppo e la banca europea per gli investimenti; in supporto alle associazioni e alle cooperative, un ottimo strumento può considerarsi la Banca Etica.

Al fine di rendere efficace il piano delle potenzialità si dovrà passare ad una seconda fase operativa dove:

- Costituire una *cabina regia* di esperti di supporto
- Realizzare un *borsino progetti* permanente
- Predisporre una fase di divulgazione continua dei finanziamenti e delle opportunità
- Predisporre una fase di formazione sia per gli addetti che per la realizzazione di nuove figure professionali.
- Sviluppare una strategia progettuale per la raccolta dei finanziamenti, in grado di rispondere perentoriamente alle scadenze degli *inviti a presentare progetti* proposti dalla Comunità Europea, dallo Stato e dalla Regione.

punto 2.f del bando

Il Piano di formazione-tutoring rivolto alla struttura interna comunale e la sua attuazione nel corso della durata della consulenza al fine di garantire la graduale autonoma gestione del sistema.

### [introduzione]

“Creare cultura”, oggi, si potrebbe tradurre con “dare spazio all’espressione individuale nel collettivo”; insegnare ad esprimersi e vivere in gruppo, dialogare con le differenze dell’altro (culturali, professionali, etniche, ecc.); stimolare il riconoscimento del valore che già si possiede come individui, cittadini della propria città, della propria area geografica, ecc., inseriti nel panorama “globale” contemporaneo. L’obiettivo reale da raggiungere è la creazione di un *processo di crescita* culturale.

Fondamentale sarà il coinvolgimento diretto e programmato delle risorse umane già attive nella struttura interna comunale e da coinvolgere. In questo senso, la realizzazione di una sorta di *Cabina Regia*, come nodo centrale del piano di tutoring, sarà un momento fondamentale del processo di crescita; la cabina si pone come punto di formazione e di confronto per la determinazione e la realizzazione dello scenario di sviluppo culturale.

L’efficacia del piano di tutoring e della sua *Cabina Regia* si basa sostanzialmente su quattro condizioni che dovranno mettersi in gioco:

- La FIDUCIA delle parti sociali nella volontà e nelle capacità della *regia* di soddisfare i propri sogni e bisogni
- L’identificazione di uno SPAZIO fisico dedicato alla progettazione, una sorta di luogo d’ascolto - laboratorio, dove si possono esprimere pensieri e idee che non sarebbero considerati altrove
- Definire un sistema di “IMMAGINI” di facile lettura e che diano la visione globale di ciò che si va a costruire
- Differenti COMPITI che coinvolgano attivamente e in modo opportuno le risorse umane nella struttura interna comunale.

Tale modello di tutoring è auspicabile che, in un secondo tempo, sia attivato in ambito più allargato rispetto alla struttura interna comunale e con preciso riferimento al sistema città, ovvero agli opinion leader, operatori culturali e economici coinvolti e coinvolgibili nello sviluppo culturale, e con particolare riferimento ai giovani.

artway of thinking, da anni è impegnata nel favorire un metodo di produzione culturale che sia leggibile e trasferibile. Il metodo progettuale si sviluppa in una prima fase di COINVOLGIMENTO, si dirige verso una seconda a carattere FORMATIVO, per concludersi con una fase di PIANIFICAZIONE DELL'ALLONTANAMENTO. Nello specifico intervento per la città di Schio, il piano tutoring si realizza in una *proposta d'intervento di gruppo strutturata* e rivolta ai soggetti interni alla struttura comunale e partecipanti al progetto di sviluppo culturale.

Il piano prevede l'attuazione di *dispositivi gruppali* coordinati con tecnica operativa, finalizzati al miglioramento dei processi di comunicazione e di apprendimento delle persone coinvolte e volti al superamento degli ostacoli (epistemologici, affettivi, relazionali) che inevitabilmente entrano in gioco in ogni processo di cambiamento.

#### METODOLOGIA

Si sono individuate tre fasi d'intervento di gruppo:

- Nella prima fase si prevedono cinque sessioni di gruppo che coinvolgeranno contemporaneamente sia il personale del Comune sia i consulenti esterni. L'obiettivo individuato è l'elaborazione comune della ricerca territoriale sui bisogni sugli scenari della popolazione di Schio, nonché dei dati che emergeranno (*punti 2.a e 2.b del documento*), al fine di delineare le future linee di progettazione e d'intervento (*punto 2.c del documento*).  
Si prevedono pertanto cinque sessioni di che dureranno circa 120 minuti.
- La seconda fase sarà caratterizzata da un intervento più prettamente di formazione rivolto esclusivamente al personale del Comune finalizzato ad ottimizzare gli strumenti, i mezzi e le dinamiche del gruppo di lavoro attivo nello sviluppo culturale.  
La formazione si articola in sessioni in cui ogni informazione teorica sarà seguita dal lavoro di gruppo. Il compito del gruppo di lavoro sarà l'elaborazione delle informazioni teoriche che concerneranno i seguenti temi:

Dal gruppo all'équipe di lavoro

La nozione di Compito nel gruppo

La comunicazione e l'apprendimento nel gruppo

Resistenze e cambiamento

La progettazione dell'équipe

Si prevedono pertanto cinque informazioni teoriche che dureranno circa 60 minuti.

- Inoltre, il piano tutoring prevede una terza fase di lavoro di gruppo, indirizzata a far emergere le soggettive qualità e talenti dei singoli; ovvero affiancato al lavoro sulle *relazioni con gli altri* sopra descritto, il piano prevede un lavoro sul *Sé*, rivolto a migliorare l'espressione, mettere in gioco le potenzialità individuali e superare gli ostacoli caratteriali. Tale fase di lavoro di gruppo si pone in modo sostanziale per creare una *piattaforma emozionale pulita* da preconcetti e devianti atteggiamenti coercitivi, che sono d'ostacolo alla creazione di qualsiasi nuova relazione. Si prevedono 6 moduli formativi.

punto **2.g** del bando

Il progetto di comunicazione con il sistema città al fine di presentare per una condivisione anche per passaggi intermedi alle fasi sopra indicate, dei risultati delle analisi e delle alternative soluzioni proposte.

### [introduzione]

Un progetto di sviluppo culturale, per il buon esito, non deve solo dirigersi verso indici di successo sostanziali alla critica intellettuale (apprezzamento degli addetti ai lavori), ma perseguire l'obiettivo di accrescere i *valori emozionali* del progetto stesso.

In questo senso, il progetto di comunicazione non dovrà soltanto riferire agli scledensi dello "*stato di avanzamento lavori*", ma piuttosto coinvolgere e stimolare la partecipazione allo sviluppo culturale della propria città. La comunicazione dovrà, quindi, essere capace di indicare il valore dell'iniziativa quale azione *senza dominio e padronanza* e ancora azione che si realizza nel *processo* del suo divenire, nel quale tutti sono possibili autori.

Fin dalle prime fasi dell'analisi - che porteranno all'identificazione degli scenari di sviluppo culturale- sarà, quindi, importante accostare un progetto di comunicazione, che si rivolga nello specifico al sistema città, con l'obiettivo di coinvolgere la cittadinanza e renderla protagonista della crescita culturale, non soltanto spettatrice.

Una precisazione è d'obbligo: un progetto di comunicazione trova senso nella sua realizzazione, ovvero sarà indispensabile prevedere, fin dalle prime fasi dell'intervento, adeguate risorse economiche che vadano a coprire la sua applicazione; soltanto in questo caso il progetto potrà essere messo in atto al momento opportuno.

Al fine di concedere all'Amministrazione i tempi necessari alle procedure, sarà fornito già nelle prime settimane (vedi Gantt di riferimento) un PIANO DI UTILIZZO DEI MEDIA, con relative previsioni di costi, e che identifica quali mezzi e risorse dovranno essere messe in atto. Nello specifico, il piano definisce:

- Linee di comunicazioni principali, in relazione ai settori di riferimento
- Modelli di comunicazione, in relazione ai media (Comunicazione in ambiente Web, Cartelle stampa, ecc.);
- Utilizzo dei mass media: quotidiani locali (triveneto) e nazionali, emittenti radio e televisive, internet, pubblicazioni di settore a diffusione locale e nazionale; eventi, incontri, ecc.

- Preventivo di spesa per l'utilizzo dei media

Il piano di utilizzo si presenta come una sorta di *contenitore vuoto* e i cui *contenuti* saranno identificati nella seconda fase di PROGETTAZIONE DELLE SPECIFICHE AZIONI DI COMUNICAZIONE. Possiamo fin d'ora ipotizzare le principali azioni di comunicazione:

- Azione di comunicazione relativa alla *mappatura culturale strategica* (*punto 2.a* del documento)
- Azione di comunicazione relativa al *coinvolgimento* e alla partecipazione (*punto 2.b* del documento)
- Azione di comunicazione relativa alle *immagini* del futuro scenario culturale (*punto 2.c* del documento)
- Azione di comunicazione relativa alla nascita dell'Heritage Center (*punto 2.d* del documento)
- Azione di comunicazione relativa allo sponsoring (*punto 2.e* del documento)
- Azione di comunicazione relativa al Convegno "Schio nella Civiltà del Sapere" (*punto 2.h* del documento)
- La progettazione delle singole azioni sarà consegnata all'Amministrazione a tempo opportuno (vedi Gantt di riferimento) per la sua attuazione.

Molteplici sono i linguaggi che potranno prendere forma e i mezzi utilizzabili. Certo, soltanto in sede di analisi del contesto potranno essere progettate nel dettaglio le singole e specifiche azioni di comunicazione. Possiamo comunque fin d'ora ipotizzarne alcune:

- Segnaletica nel sistema città;
- Installazioni visive nel sistema città;
- Performance audio, video, ecc.;
- Incontri e conferenze a tema;
- Creazione di un portale web "*work in progress*";
- Mailing e news group;
- Comunicazioni sui media locali;
- Materiale divulgativo cartaceo (locandine, depliant, programmi, cartine, ecc.).

Inoltre, ci preme indicare l'importanza in questa fase di selezionare alcuni giovani scledensi (diplomati, studenti-lavoratori, ecc.) con lo scopo di:

- Stimolare l'interesse per l'impresa culturale che sta nascendo,
- Essere il tramite di favorevole contatto tra i progettisti esterni e la cittadinanza,
- Trasferire know how e formare delle figure professionali locali, capaci in futuro di continuare e sviluppare l'impresa.

Infine annotiamo:

Alla luce dell'unicità dell'intervento in città, e al fine di trasferire il più possibile tale *processo di crescita culturale*- si dovrebbe prevedere un *piano documentazione*, con l'intento di rilevare i momenti di discussione e produzione culturale più importanti.

## punto 2.h del bando

La prestazione richiesta comprende altresì l'ideazione di un Convegno "Schio nella Civiltà del Sapere" con l'obiettivo di effettuare una prima riflessione sui risultati del censimento e delle analisi onde coinvolgere nel dibattito, le risorse culturali economiche e sociali della città. Tale ideazione comprende tutte le fasi necessarie a partire dall'immagine, all'individuazione dei soggetti da coinvolgere e sino alla raccolta ed elaborazione delle nuove idee che potranno emergere nel corso del Convegno.

### [introduzione]

Anch'esso inserito nello scenario di sviluppo culturale della città, il convegno "Schio nella Civiltà del Sapere" dovrà porsi come importante momento non solo del piano di comunicazione (*punto 2.g* del documento), ma altrettanto di formazione e produzione culturale.

In questo senso, l'ideazione del convegno dovrà considerare tutti gli elementi necessari ad ottenere una buona comunicazione (dall'immagine coordinata alla Campagna Stampa), senza comunque fermare l'attenzione alla sola immagine *lucente*. Il rischio è che la "conclusione dei lavori" si risolva in una carrellata di singole relazioni - se pur di prestigiosi relatori - incapace di consegnare un contributo concretamente trasferibile nel contesto locale.

Altresì, con l'obiettivo di fare di tale incontro una reale occasione di produzione culturale, il convegno dovrà risultare un importante momento formativo per il territorio. La definizione precisa dei lavori in tal senso sarà risultato dell'analisi delle risorse e dei bisogni (*punto 2.a e 2.b* del documento). Possiamo comunque fin d'ora affermare che:

- I lavori dovranno coinvolgere le parti sociali coinvolte e coinvolgibili nel processo di sviluppo;
- Il convegno dovrà essere proponente di una rosa di relatori esterni, portatori di conoscenza e professionalità altra e stimolante.

Il Convegno dovrà porsi l'obiettivo di far scaturire quegli elementi aggiuntivi che andranno ad ampliare (plus valore) lo scenario di sviluppo culturale; e in questo senso, il contatto dei professionisti esterni con lo scenario locale dovrà essere diretta verso di una sorta di positiva "contaminazione di valore aggiunto". Il Convegno, in questo modo, si pone verso la città come primo importante momento di apertura verso l'esterno e, allo stesso tempo, di ricezione di nuovi impulsi.

Inoltre, sarà importante anche in questa fase la partecipazione di alcuni giovani scledensi (diplomati, studenti - lavoratori, ecc.) con lo scopo di trasferire know how e formare delle figure professionali locali, capaci in futuro di continuare e sviluppare tale attività.