

ENTE

- 1) *Denominazione e codice SU dell'ente titolare di iscrizione all'Albo SCU proponente il progetto (*)*

ASSOCIAZIONE SPAZIO CULTURA SU00066

CARATTERISTICHE DEL PROGETTO

- 2) *Titolo del progetto (*)*

Arte, Musica e Cultura - gli strumenti educativi per includere e partecipare

- 3) *Contesto specifico del progetto (*)*

- 3.1) *Breve descrizione del contesto specifico di attuazione del progetto (*)*

Contesto di riferimento

Il progetto è proposto dall'Associazione Musicultura, ente di accoglienza dell'Associazione Spazio Cultura e nasce in continuità con le precedenti esperienze di Servizio Civile Universale.

Il progetto si sviluppa nel **Comune di Macerata** e nel **Comune di Recanati**, territori ricchi di patrimoni culturali, musei ed eventi di elevato valore artistico, primo fra tutti il Festival di Musicultura, giunto nel 2024 alla sua **XXXIV edizione**.

CONTESTO SETTORIALE

Il 2023 ha segnato una definitiva ripresa del settore dello spettacolo in Italia, con circa 3,5 milioni di eventi (+15% sul 2022), quasi 265 milioni di spettatori (+30% sul 2022) e un volume d'affari di 4,2 miliardi di euro (+37% sul 2022).

Per il settore dei concerti in particolare, i dati mostrano una crescita eccezionale: nel 2023 sono stati 61,7 mila spettacoli di musica leggera (+13% sul 2022) per un totale di 23,7 milioni di spettatori (+13,6% sul 2022).

Tuttavia, persistono significative disparità territoriali: il Centro Italia mostra i tassi di offerta pro-capite più elevati d'Italia (+23% rispetto alla media nazionale), mentre le regioni del Sud registrano tassi di crescita dell'offerta superiori alla media nazionale, tra il +16% (Abruzzo) e il +27,5% (Basilicata).

CONTESTO TERRITORIALE: LE MARCHE

Situazione delle Marche nel panorama nazionale: Le Marche presentano un quadro misto nel panorama dello spettacolo italiano. Dai dati SIAE 2024 emerge che:

La regione si posiziona al centro-nord, beneficiando della vicinanza a territori con alta densità di offerta culturale

Nel 2024 le Marche hanno registrato 111.087 spettacoli (12,96% del Centro Italia) con 7.078.845 spettatori (11,68% del Centro) per un volume d'affari di 84.760.559,33 euro (8,53% del Centro)

La provincia di Macerata, insieme ad Ancona, rappresenta uno dei principali poli di attrazione culturale della regione

I territori di intervento:

Macerata si conferma centro culturale di rilievo con:

Il Teatro Lauro Rossi, che ospita stagioni teatrali di alto livello

Lo Sferisterio, sede del prestigioso Festival lirico estivo

Una vivace rete di teatri e spazi culturali diffusi nel territorio

L'Università di Macerata, che contribuisce alla vitalità culturale del territorio

Recanati rappresenta un unicum nel panorama culturale nazionale grazie a:

Il patrimonio leopardiano e la Casa natale di Giacomo Leopardi

Il Teatro Persiani, che ospita stagioni teatrali di qualità

Una stagione teatrale 2023/2024 con spettacoli di rilevanza nazionale, tra cui Umberto Orsini, Stefano Fresi, Cesare Bocci, Drusilla Foer

L'Art Festival Recanati 2024, evento multidisciplinare che ha portato teatro, musica, danza e performance di strada nel centro storico

Porto Recanati con l'Arena Beniamino Gigli, che ospita concerti e spettacoli estivi

Jesi

Tabella 1: Andamento nazionale dello spettacolo (dati SIAE 2023)

Indicatore	2020	2021	2022	2023	Var. 2023/2022	Var. 2023/2019
Spettacoli	1.321.473	1.692.673	3.041.457	3.494.749	+14,9%	-18,5%
Spettatori	78.508.911	81.499.778	204.315.114	264.843.329	+29,6%	-8,1%
Spesa (milioni €)	919,4	1.065,2	3.074,2	4.213,2	+37,1%	+9,9%

Tabella 2: Distribuzione territoriale spettacolo 2023 (dati SIAE)

Area geografica	Spettacoli	%	Spettatori	%	Spesa (milioni €)	%
Nord-Ovest	1.021.725	29,2%	84.431.386	31,9%	1.475,9	35,0%
Nord-Est	711.219	20,4%	66.955.160	25,3%	1.042,5	24,7%
Centro	857.203	24,5%	60.594.385	22,9%	993,6	23,6%
Sud	595.633	17,0%	35.905.885	13,6%	477,8	11,3%
Isole	308.969	8,8%	16.956.513	6,4%	223,4	5,3%

CRITICITÀ IDENTIFICATE

L'analisi del contesto evidenzia tre principali criticità:

1. **Permanenza del divario territoriale:** Nonostante la ripresa generalizzata, le regioni del Sud e delle Isole mantengono livelli di offerta pro-capite significativamente inferiori alla media nazionale, con divari che in alcuni casi raggiungono il 50%.
2. **Accessibilità per giovani artisti indipendenti:** I concerti di musica leggera hanno registrato crescite straordinarie (+98% di spettacoli rispetto al 2019), ma questo boom si concentra principalmente sui grandi eventi e artisti affermati, lasciando limitato spazio agli artisti emergenti e di nicchia.
3. **Evoluzione delle modalità di fruizione culturale:** La spesa media per spettatore è cresciuta significativamente (+13% sul 2022), riflettendo una domanda più selettiva ma anche potenzialmente meno inclusiva. La digitalizzazione ha cambiato le abitudini di consumo culturale, specialmente tra i giovani, che scoprono nuovi artisti prevalentemente attraverso YouTube, social media e streaming.

BISOGNI E ASPETTI DA INNOVARE

Conseguentemente alle criticità emerse, si identificano i seguenti bisogni:

1. **Audience development innovativo:** Sviluppare strategie di promozione diversificate che sfruttino le nuove tecnologie digitali per raggiungere pubblici diversi e coinvolgere le fasce di popolazione meno partecipi alla vita culturale.
2. **Sostegno agli artisti emergenti:** Continuare a proporre percorsi culturali e opportunità per giovani talenti nei settori meno commerciali, con particolare attenzione alla canzone d'autore e ai generi musicali di ricerca.
3. **Educazione alla fruizione culturale:** Promuovere un'educazione alla partecipazione culturale diversificata per tutte le età, con particolare focus sulle nuove generazioni che hanno modificato le proprie abitudini durante e dopo la pandemia.

TABELLA RIASSUNTIVA: CRITICITÀ, BISOGNI E INDICATORI

Criticità	Bisogni/aspetti da innovare	Indicatori misurabili
Nonostante la forte ripresa del settore (3,5 milioni di spettacoli nel 2023, +15% vs 2022), permangono significativi divari territoriali, con le regioni del Centro Italia che registrano tassi di offerta pro-capite superiori del 23% alla media nazionale	Marketing innovativo e dinamico che abbracci pienamente il concetto di audience development. Una promozione differenziata, in grado di utilizzare le piattaforme digitali per abbracciare pubblici diversi e coinvolgere i più disaffezionati	N. eventi di sensibilizzazione e promozione attivi N. interazioni online (sito web, social media)
I giovani artisti riscontrano difficoltà ad accedere a occasioni importanti per la valorizzazione dei nuovi talenti, specie se operano in contesti di nicchia.	Continuare a proporre percorsi culturali e opportunità per giovani talenti in settori meno commerciali e più di nicchia, con particolare attenzione alla canzone d'autore. Valorizzare la tradizione della canzone popolare	N. iscritti Festival Musicultura N. giovani artisti supportati

	riconosciuta dalla Legge N. 175 del 22/11/2017	
L'evoluzione delle abitudini di fruizione culturale, accelerata dalla digitalizzazione, ha modificato le modalità di accesso alla cultura, specialmente tra i giovani che scoprono nuovi artisti principalmente attraverso piattaforme digitali e social media	Promuovere un'educazione alla fruizione culturale diversificata per tutte le età, con particolare attenzione alle nuove generazioni. Integrare i linguaggi digitali con l'esperienza dal vivo per garantire una costante attenzione al tema della cultura	N. laboratori/attività di educazione culturale N. partecipanti under 30

L'ASSOCIAZIONE MUSICULTURA: UN PRESIDIO DI ECCELLENZA

In questo contesto, l'Associazione Musicultura rappresenta un caso di successo consolidato. Nonostante le difficoltà del settore, Musicultura ha registrato anni positivi, con oltre mezzo milione di persone che hanno seguito le Audizioni live del Festival sui canali social e streaming durante la pandemia.

Il Festival Musicultura, giunto alla XXXIV edizione nel 2024, mantiene la sua mission originaria di esplorare le tendenze della canzone popolare e d'autore, sostenendo il ricambio generazionale basato su merito e trasparenza. Dal 1990 ha coinvolto oltre 21.422 giovani cantautori da tutta Italia, sostenendo con più di 950.000 euro in premi le carriere nascenti.

La presenza di Musicultura nei territori di Macerata e Recanati rappresenta quindi un'opportunità unica per sperimentare forme innovative di promozione culturale che valorizzino sia la tradizione che l'innovazione, contribuendo al superamento delle criticità territoriali e generazionali evidenziate dai dati nazionali.

3.2) *Destinatari del progetto (*)*

DESTINATARI DIRETTI

I destinatari diretti del progetto sono i cittadini italiani e stranieri residenti nei Comuni di Macerata e Recanati, con particolare focus sui giovani under 35 e la popolazione studentesca universitaria.

Il progetto si rivolge specificamente a quei segmenti di popolazione che possono trovare nella proposta culturale non solo un momento di crescita personale e artistica, ma anche uno strumento per azioni di carattere sociale, integrativo e inclusivo, contribuendo alla coesione sociale del territorio.

ANALISI DEMOGRAFICA DEI TERRITORI DI INTERVENTO

Tabella 1 - Struttura demografica dei Comuni sedi di accoglienza (dati ISTAT aggiornati 2024)

Comune	Under 35	35-64	Over 65	Totale
Macerata	12.856	16.324	11.899	41.079
Recanati	6.598	8.679	5.588	20.865
Jesi	12.228	29.412	10.489	39.901
TOTALE	19.454	25.003	17.487	61.944

Fonte: ISTAT, Demografia in cifre - Popolazione residente al 1° gennaio 2024

POPOLAZIONE STUDENTESCA UNIVERSITARIA

Il territorio di Macerata ospita una significativa popolazione studentesca che rappresenta un target privilegiato del progetto:

Università di Macerata (UNIMC): 8.950 studenti iscritti (a.a. 2023/2024)

Accademia di Belle Arti di Macerata: 1.201 studenti iscritti (a.a. 2023/2024)

Studenti internazionali: 891 studenti stranieri

Fonte: USTAT MIUR, Anagrafe Nazionale Studenti

Questa componente rappresenta una risorsa strategica per il progetto, essendo caratterizzata da:

Alta propensione alla partecipazione culturale

Apertura all'innovazione e alla sperimentazione artistica

Capacità di fungere da moltiplicatori culturali verso i territori di provenienza

Diversità culturale e linguistica (studenti internazionali)

TARGET SPECIFICI DEL PROGETTO

1. GIOVANI ARTISTI EMERGENTI (18-35 anni)

Numero stimato: 150-200 soggetti

Cantautori e musicisti indipendenti

Studenti di conservatorio e accademie musicali

Giovani che operano in ambiti musicali di nicchia

Artisti che necessitano di supporto per l'accesso a circuiti di valorizzazione

2. GIOVANI FRUITORI CULTURALI ATTIVI (16-35 anni)

Numero stimato: 900 soggetti

Studenti universitari e delle scuole superiori

Giovani lavoratori interessati alla cultura musicale

Membri di associazioni culturali giovanili

Giovani con interesse per la canzone d'autore e i generi musicali di ricerca

3. CITTADINANZA COME AUDIENCE TARGET (tutte le fasce d'età)

Numero stimato: 2.800 soggetti

Famiglie con interesse per proposte culturali di qualità

Adulti (35-64 anni) con propensione alla partecipazione culturale

Anziani attivi (65+) interessati alla tradizione musicale italiana

Turisti culturali e visitatori occasionali del territorio

4. PUBBLICO DIGITALE E SOCIAL

Numero stimato: 350.000 utenti

Followers dei canali social di Musicultura

Utenti raggiunti dalle campagne di comunicazione digitale

Spettatori delle dirette streaming e contenuti online

Pubblico nazionale ed internazionale interessato alla canzone d'autore italiana

CENTRO TURISTICO GIOVANILE DI JESI

Base associativa territoriale: 200-300 soci

Frequentatori attivi: 100-150 giovani

Target progettuale realistico: 80 giovani (circa 50% dei frequentatori)

Esperienze turistiche sostenibili: 4-6 viaggi/anno con 12-15 partecipanti ciascuno

COOPERATIVA ODOS DI JESI

Utenti servizi sociali: 150-200 persone/anno

Giovani in carico (16-30 anni): 80-120 persone

Target progettuale realistico: 60 giovani (50% dei giovani in carico)

Esperienze turistiche sostenibili: 3-4 viaggi/anno con 10-12 partecipanti ciascuno

BENEFICIARI INDIRETTI

COMUNITÀ TERRITORIALE

Cittadinanza generale: che beneficerà di un arricchimento dell'offerta culturale territoriale e di maggiori opportunità di partecipazione

Operatori culturali locali: artisti, tecnici, organizzatori che vedranno ampliate le opportunità professionali

Commercianti e operatori turistici: che beneficeranno dell'indotto economico generato dagli eventi

ISTITUZIONI E ORGANIZZAZIONI

Amministrazioni comunali di Macerata e Recanati: che potranno rafforzare la propria immagine di territori culturalmente attivi e attrattivi

Istituzioni scolastiche e universitarie: che vedranno arricchita l'offerta formativa e culturale per i propri studenti

Associazioni culturali del territorio: che potranno sviluppare nuove collaborazioni e ampliare la propria rete di relazioni

SETTORE CULTURALE REGIONALE E NAZIONALE

Operatori del settore musicale: che beneficeranno della scoperta e promozione di nuovi talenti

Circuiti culturali marchigiani: che potranno integrarsi con le proposte del progetto

Sistema della canzone d'autore italiana: che vedrà valorizzato e rinnovato il proprio patrimonio artistico

Il progetto si configura quindi come un intervento sistemico che, partendo dai territori di Macerata e Recanati, mira a generare un impatto positivo su diversi livelli: individuale, comunitario e territoriale, contribuendo allo sviluppo culturale sostenibile dell'area marchigiana.

4) Obiettivo del progetto (*)

Descrizione dell'obiettivo con chiara indicazione del contributo che fornisce alla piena realizzazione del programma ()*

OBIETTIVI DEL PROGETTO

Il progetto rappresenta un punto di riferimento strategico per i giovani e l'intera cittadinanza dei territori di Macerata e Recanati, offrendo l'opportunità di valorizzare i talenti emergenti e la creatività locale. L'iniziativa mira a consentire alla comunità di vivere esperienze culturali innovative e coinvolgenti, contribuendo al superamento delle criticità evidenziate nel contesto.

RISULTATO ATTESO

Il risultato complessivo che il progetto si propone di raggiungere è l'incremento significativo della partecipazione culturale di cittadini e studenti del territorio, attraverso lo sviluppo di strategie innovative di audience development che riposizionino la cultura come modello sostenibile di crescita economica e sociale.

Questo macro-risultato risponde alla necessità di riconnettere la comunità con l'offerta culturale dopo il periodo di distanziamento causato dalla pandemia, valorizzando al contempo la tradizione della canzone d'autore e promuovendo l'innovazione artistica.

Gli obiettivi del progetto nascono dall'analisi di tre criticità fondamentali:

1. RIPRESA DEL SETTORE CULTURALE

Nonostante la forte ripresa registrata a livello nazionale nel 2023 e nel 2024 (3,5 milioni di spettacoli, +15% sul 2022), permangono fragilità territoriali e la necessità di consolidare la partecipazione del pubblico, specialmente nelle fasce giovanili che hanno modificato le proprie abitudini culturali.

2. ACCESSO LIMITATO PER GIOVANI ARTISTI EMERGENTI

L'esplosione dei concerti di musica leggera si concentra prevalentemente sui grandi eventi e artisti affermati, lasciando spazi limitati agli artisti emergenti che operano in ambiti di ricerca e nella tradizione della canzone d'autore.

3. EVOLUZIONE DELLE MODALITÀ DI FRUIZIONE CULTURALE

La digitalizzazione accelerata dalla pandemia ha modificato profondamente le abitudini di consumo culturale, specialmente tra i giovani, richiedendo nuove strategie per integrare esperienza digitale e dal vivo.

OBIETTIVI SPECIFICI DEL PROGETTO

OBIETTIVO 1: Favorire l'innovazione delle strategie di comunicazione e audience development

Implementare strategie di marketing culturale innovative attraverso il coinvolgimento attivo di un pubblico multiculturale e multigenerazionale

Indicatori misurabili:

Situazione ex ante: Utilizzo limitato di canali digitali integrati per la promozione culturale

Situazione ex post: Implementazione di almeno 6 ore settimanali dedicate a attività di educazione culturale e comunicazione integrata

Target quantitativo: Incremento del 30% dell'engagement sui canali digitali

Target qualitativo: Diversificazione del pubblico raggiunto (almeno 3 fasce d'età diverse)

Obiettivo 2 - Favorire la partecipazione della cittadinanza ad esperienze artistiche- culturali

Favorire la partecipazione della cittadinanza a esperienze artistiche-culturali di elevato valore mediante il maggiore coinvolgimento di pubblici differenziati e il sostegno agli artisti emergenti

Indicatori misurabili:

- Situazione ex ante: Festival Musicultura 2023 con 1.200 iscritti
- Situazione ex post: Incremento del 25% delle iscrizioni al Festival (target: 1.500 iscritti)
- Target aggiuntivo: Coinvolgimento di almeno 50 giovani artisti under 30 in percorsi di formazione e valorizzazione
- Outcome: Creazione di almeno 3 nuove opportunità di showcase per artisti emergenti

Obiettivo 3: Promozione dell'educazione culturale integrata

Descrizione: Valorizzare la correlazione tra educazione culturale, benessere sociale e inclusione mediante la promozione di percorsi educativi culturali per le giovani generazioni, la popolazione anziana e la cittadinanza

Indicatori misurabili:

Presenza digitale (situazione ex ante 2024):

- Facebook: 82.500 followers
- Instagram: 8.200 followers
- YouTube: 21.000 iscritti
- TikTok: nuovo canale (0 followers)

Presenza digitale (target ex post):

- Incremento del 25% sui canali esistenti
- Lancio e sviluppo del canale TikTok (target: 2.000 followers)
- Creazione di contenuti educational settimanali

Attività territoriali:

- Ex ante: Servizio nuovo - nessun laboratorio di prossimità strutturato - Ex post: Organizzazione di almeno 4 laboratori/eventi di educazione culturale per trimestre - Target: Coinvolgimento di almeno 200 giovani under 25 in attività educative
INDICATORI DI RISULTATO E METODI DI VERIFICA
INDICATORI QUANTITATIVI

Obiettivo	Indicatore	Valore ex ante	Target ex post	Metodo di verifica
1	Ore settimanali educazione culturale	0	6h/settimana	Registro attività
1	Engagement social media	Baseline 2023	+30%	Analytics platforms
2	Iscrizioni Musicultura	1.200 (2022)	1.500 (+25%)	Database iscrizioni
2	Giovani artisti coinvolti	30	50	Registro partecipanti
3	Followers social (totale)	111.700	139.625 (+25%)	Analytics social
3	Laboratori educativi	0	16/anno	Report attività

INDICATORI QUALITATIVI

- Livello di soddisfazione dei partecipanti (survey post-evento)
- Diversificazione demografica del pubblico (analisi database)
- Qualità delle proposte artistiche (valutazione esperti)
- Impatto sulla coesione sociale territoriale (interviste stakeholder)
- Sostenibilità economica delle iniziative (analisi costi-benefici)

5) Attività con relativa tempistica, ruolo degli operatori volontari e altre risorse impiegate nel progetto (*)

5.1) Complesso delle attività previste per il raggiungimento dell’obiettivo (*)

ATTIVITÀ DEL PROGETTO " Arte, Musica e Cultura - gli strumenti educativi per includere e partecipare"

Obiettivo 1: Favorire l’innovazione delle strategie di comunicazione e audience development

Il progetto prevede una serie di attività articolate per rispondere agli obiettivi specifici descritti.

Implementare strategie di marketing culturale innovative attraverso il coinvolgimento attivo di un pubblico multiculturale e multigenerazionale

Nell'ambito dell'Obiettivo 1, la co-progettazione di strategie comunicative e di marketing sarà finalizzato a implementare strategie di marketing culturale innovative attraverso il coinvolgimento attivo di un pubblico multiculturale e multigenerazionale.

Questo approccio al marketing culturale partecipativo influenza positivamente le dinamiche organizzative degli enti culturali, favorendo una partecipazione più ampia e diversificata. Le attività implementate mirano a creare un impatto positivo sulle nuove generazioni promuovendo percorsi artistici di qualità e accessibili.

Il progetto adotta un approccio multi-canale che integra comunicazione digitale e tradizionale per raggiungere efficacemente anche i segmenti di pubblico meno familiari con i social media, garantendo inclusività generazionale.

L'obiettivo potenzia le strategie comunicative esistenti o ne crea di nuove, finalizzate a fidelizzare nuovo pubblico attraverso tecniche di audience development rispettose dell'identità degli enti di accoglienza.

Azione a1.1: sviluppo di strategie comunicative integrate

- A1.1.1: Ricerca e benchmarking di strategie comunicative innovative
- A1.1.2: Elaborazione di un media planning strategico per la promozione territoriale
- A1.1.3: Produzione e distribuzione di materiali promozionali multimediali
- A1.1.4: Monitoraggio continuo e ottimizzazione delle performance comunicative

Azione a1.2: Content Creation per materiali promozionali tradizionali

- A1.2.1: Raccolta e organizzazione di contenuti per la produzione grafica
- A1.2.2: Curatela dell'identità visiva e iconografica del progetto
- A1.2.3: Coordinamento della produzione grafica e supervisione editoriale

Azione a1.3: gestione strategica della comunicazione digitale

- A1.3.1: Sviluppo e aggiornamento della presenza web
- A1.3.2: Social media management strategico e community building

Ob.2: Favorire la partecipazione della cittadinanza ad esperienze artistiche-culturali

Favorire la partecipazione della cittadinanza a esperienze artistiche-culturali di elevato valore mediante il maggiore coinvolgimento di pubblici differenziati

Il progetto sviluppa un ecosistema di attività finalizzate alla diffusione di informazioni qualificate e all'ampliamento delle opportunità di partecipazione per neo-artisti, giovani autori e pubblici diversificati a percorsi culturali di eccellenza.

L'approccio integra scoperta di talenti, formazione artistica e audience development, creando un circolo virtuoso che valorizza simultaneamente gli artisti emergenti e arricchisce l'offerta culturale territoriale.

Azione A2.1: co-progettazione e sviluppo di proposte culturali innovative

- A2.1.1: Analisi strategica dell'offerta culturale e delle performance passate
- A2.1.2: Implementazione di campagne informative e promozionali integrate
- A2.1.3: Gestione strategica del bando Musicultura e supporto ai candidati

Azione a2.2: coordinamento operativo delle selezioni e audizioni

- A2.2.1: Gestione integrata di front office e back office per gli eventi selettivi
- A2.2.2: Coordinamento logistico e gestione degli spazi eventi

A2.2.3: Protocollo di accoglienza e hospitality per artisti e ospiti

Azione a2.3: produzione e coordinamento di eventi culturali multidisciplinari

A2.3.1: Progettazione strategica di eventi culturali integrati

A2.3.2: Implementazione operativa e gestione del calendario culturale

Obiettivo 3: Valorizzare la correlazione tra educazione culturale, benessere ed inclusione

Valorizzare la correlazione tra educazione culturale, benessere sociale e inclusione mediante la promozione di percorsi educativi per le giovani generazioni e la cittadinanza

L'accesso alla cultura rafforza la consapevolezza collettiva di condividere un patrimonio comune e promuove una cittadinanza attiva e cosmopolita. Attraverso il coinvolgimento attivo delle comunità locali, veicola un'idea di cultura inclusiva e sostenibile che favorisce la partecipazione di pubblici diversificati (giovani, anziani, famiglie, nuovi cittadini, persone con disabilità) e si propone di raggiungere anche i "non-pubblici" tradizionalmente esclusi dalle proposte culturali.

Il progetto implementa azioni specifiche di mappatura e ricerca dei pubblici potenziali, propedeutiche alla creazione di materiali inclusivi e all'organizzazione di eventi che considerino fattori di interesse capaci di avvicinare nuove audience.

La cultura agisce come moltiplicatore di impatti positivi su più livelli: generazione di opportunità lavorative, benessere sociale, inclusione e sviluppo territoriale sostenibile.

Azione A3.1: progettazione e realizzazione di laboratori culturali territoriali

A3.1.1: Mappatura e coinvolgimento strategico degli stakeholder territoriali

A3.1.2: Progettazione partecipata e calendarizzazione strategica dei workshop

A3.1.3: Coordinamento operativo e supporto tecnico-logistico

A3.1.4: Storytelling e comunicazione delle esperienze educative

Azione A3.2: sviluppo di eventi culturali inclusivi e innovativi

A3.2.1: Selezione e coordinamento di professionisti specializzati

A3.2.2: Ricerca qualitativa sui pubblici potenziali e analisi del territorio

A3.2.3: Design e produzione di materiali comunicativi inclusivi e accessibili

A3.2.4: Produzione di eventi culturali sperimentali e partecipati

Azione A3.3: Sistema integrato di monitoraggio e valutazione d'impatto

A3.3.1: Progettazione e implementazione di strumenti valutativi

A3.3.2: Analisi sistematica dei dati e interpretazione dei risultati

A3.3.3: Produzione di documenti strategici e diffusione delle learned lessons

5.2) Tempi di realizzazione delle attività del progetto descritte alla voce 5.1 ()*

DIAGRAMMA DI GANTT - PROGETTO MUSICULTURA

ATTIVITÀ	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
OB.1: Favorire l'innovazione delle strategie di comunicazione e audience development												

ATTIVITÀ	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
A1.1: Implementazione di nuove strategie comunicative e di marketing												
A1.1.1: Ricerca e studio di strategie comunicative innovative												
A1.1.2: Predisposizione di un media planning												
A1.1.3: Preparazione e diffusione materiale pubblicitario												
A1.1.4: Verifica e monitoraggio costante delle azioni												
A1.2: Content creation di contenuti promozionali cartacei												
A1.2.1: Raccolta e predisposizione informazioni												
A1.2.2: Individuazione fotografie e spunti iconografici												
A1.2.3: Cura rapporti con studio grafico e correzione bozze												
A1.3: Supporto nella comunicazione online												
A1.3.1: Implementazione sito web e contenuti social												
A1.3.2: Social media managing												
Ob.2: Favorire la partecipazione della cittadinanza ad esperienze artistiche-culturali												
A2.1: Supporto nell'ideazione e organizzazione di proposte culturali												
A2.1.1: Studio delle attività culturali passate e performance												
A2.1.2: Divulgazione materiale informativo e promozionale												
A2.1.3: Divulgazione bando Musicultura e monitoraggio												
A2.2: Affiancamento negli eventi di selezione e audizioni												
A2.2.1: Attività di front e back office												
A2.2.2: Supporto nella logistica												
A2.2.3: Accoglienza ospiti												
A2.3: Supporto nell'organizzazione iniziative Associazione Musicultura												
A2.3.1: Pianificazione di eventi culturali multisettoriali												
A2.3.2: Calendarizzazione e realizzazione attività pianificate												
Ob.3: Valorizzare la correlazione tra educazione culturale, benessere ed inclusione												

ATTIVITÀ	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
A3.1: Organizzazione di workshop culturali rivolti alla cittadinanza												
A3.1.1: Individuazione stakeholders da coinvolgere												
A3.1.2: Supporto programmazione e calendarizzazione workshop												
A3.1.3: Supporto logistico organizzazione incontri												
A3.1.4: Creazione articoli e reportage dei workshop												
A3.2: Realizzazione momenti culturali rivolti a giovani e stakeholders												
A3.2.1: Individuazione professionisti per realizzazione eventi												
A3.2.2: Mappatura non-pubblici e target turistico territorio												
A3.2.3: Progettazione materiale promozionale inclusivo												
A3.2.4: Supporto organizzazione eventi target individuato												
A3.3: Monitoraggio e valutazione												
A3.3.1: Creazione e somministrazione griglie valutative												
A3.3.2: Valutazione delle griglie compilate												
A3.3.3: Creazione paper con raccomandazioni e criticità												

5.3) Ruolo ed attività previste per gli operatori volontari nell'ambito del progetto (*)

Ob.1: Favorire l'innovazione delle strategie di comunicazione e audience development

Azione a1.1: sviluppo di strategie comunicative integrate

ATTIVITÀ	RUOLO OPERATORI VOLONTARI	SEDE
A1.1.1: Ricerca e benchmarking di strategie comunicative innovative	- Analisi delle best practices nazionali e internazionali nel settore culturale - Studio delle tendenze emergenti nel marketing culturale digitale - Benchmarking con festival e organizzazioni culturali di riferimento - Identificazione di strategie adattabili al contesto territoriale marchigiano - Supporto nella raccolta e catalogazione di case studies di comunicazione culturale - Assistenza nell'analisi comparativa dei canali di comunicazione utilizzati da enti culturali simili - Collaborazione nella mappatura degli strumenti digitali innovativi per la promozione culturale	Associazione Musicultura – RECANATI MUSICULTURA- MACERATA

	• Supporto nella creazione di database di best practices comunicative • Assistenza nella valutazione dell'efficacia dei mezzi di comunicazione tradizionali e digitali	
A1.1.2: Elaborazione di un media planning strategico per la promozione territoriale	• Definizione del calendario editoriale annuale coordinato con gli eventi dell'associazione • Pianificazione della presenza su media tradizionali e digitali • Identificazione dei target di comunicazione per ogni canale/medium • Allocazione ottimale delle risorse comunicative disponibili • Supporto nella raccolta dati sui target di riferimento per ciascuna sede • Assistenza nell'identificazione dei media locali e nazionali di settore • Collaborazione nella pianificazione temporale delle campagne promozionali • Supporto nella creazione di calendari editoriali specifici per ogni sede • Assistenza nel monitoraggio dei costi e dei budget promozionali	Associazione Musicultura – RECANATI MUSICULTURA- MACERATA
A1.1.3: Produzione e distribuzione di materiali promozionali multimediali	• Realizzazione di contenuti grafici per supporti cartacei e digitali • Redazione di comunicati stampa e contenuti per siti web • Creazione di newsletter periodiche e materiali informativi • Coordinamento con uffici stampa e media partner per massimizzare la diffusione • Supporto nella redazione di bozze di comunicati stampa sotto supervisione • Assistenza nella formattazione e impaginazione di materiali informativi • Collaborazione nell'aggiornamento delle mailing list di contatti media • Supporto nell'invio coordinato di materiali promozionali • Assistenza nella gestione dell'archivio digitale dei materiali prodotti	Associazione Musicultura – RECANATI MUSICULTURA- MACERATA
A1.1.4: Monitoraggio continuo e ottimizzazione delle performance comunicative	• Implementazione di sistemi di tracking e analytics per tutti i canali • Valutazione periodica dell'efficacia delle campagne attraverso KPI specifici • Identificazione tempestiva di criticità e implementazione di azioni correttive • Report periodici con analisi dei risultati e raccomandazioni strategiche • Supporto nella raccolta di dati quantitativi sulle campagne di comunicazione • Assistenza nel monitoraggio dell'engagement sui diversi canali	Associazione Musicultura – RECANATI MUSICULTURA- MACERATA

	• Collaborazione nella compilazione di report periodici di verifica • Supporto nell'identificazione di scostamenti dagli obiettivi prefissati • Assistenza nella documentazione delle azioni correttive implementate	
--	--	--

Azione a1.2: Content Creation per materiali promozionali tradizionali

ATTIVITÀ	RUOLO OPERATORI VOLONTARI	SEDE
A1.2.1: Raccolta e organizzazione di contenuti per la produzione grafica	• Catalogazione di materiali fotografici e audiovisivi dell'archivio associativo • Coordinamento con artisti e collaboratori per la raccolta di contenuti inediti • Creazione di un database organizzato di risorse creative disponibili • Definizione di linee guida per la produzione di nuovi contenuti • Supporto nella raccolta di informazioni tecniche su eventi e iniziative • Assistenza nella verifica dell'accuratezza dei contenuti informativi • Collaborazione nell'organizzazione delle informazioni per tipologia di materiale • Supporto nella creazione di schede tecniche per ogni iniziativa • Assistenza nella standardizzazione dei format informativi	Associazione Musicultura - RECANATI
A1.2.2: Curatela dell'identità visiva e iconografica del progetto	• Selezione e post-produzione di materiali fotografici per uso promozionale • Ricerca e sviluppo di elementi iconografici coerenti con l'identità del progetto • Coordinamento con fotografi e videomaker per la creazione di contenuti originali • Gestione dell'archivio visivo e della sua organizzazione tematica • Supporto nella ricerca di immagini d'archivio delle precedenti edizioni • Assistenza nella catalogazione del materiale fotografico disponibile • Collaborazione nella selezione preliminare di spunti iconografici • Supporto nell'organizzazione di database fotografici tematici • Assistenza nella verifica dei diritti d'uso delle immagini selezionate	MUSICULTURA-MACERATA
A1.2.3: Coordinamento della produzione grafica e supervisione editoriale	• Collaborazione continuativa con studi grafici e fornitori esterni • Applicazione di principi di comunicazione visiva efficace e accessibile • Supervisione delle fasi di progettazione, bozza e produzione finale • Controllo qualità e correzione di bozze per tutti i materiali prodotti	Associazione Musicultura – RECANATI MUSICULTURA-MACERATA

	• Supporto nell'organizzazione degli incontri con i fornitori grafici • Assistenza nella preparazione dei brief creativi • Collaborazione nella revisione delle bozze preliminari • Supporto nella gestione dei feedback e delle correzioni • Assistenza nell'archiviazione dei materiali finali approvati	
--	--	--

Azione A1.3: gestione strategica della comunicazione digitale

ATTIVITÀ	RUOLO OPERATORI VOLONTARI	SEDE
A1.3.1: Sviluppo e aggiornamento della presenza web	• Ottimizzazione SEO e aggiornamento continuo del sito web istituzionale • Creazione di contenuti editoriali per blog e sezioni informative • Implementazione di funzionalità interattive e di engagement del pubblico • Integrazione tra piattaforme web e canali social per un'esperienza utente coerente • Supporto nell'aggiornamento dei contenuti del sito web sotto supervisione • Assistenza nella creazione di contenuti per i social media • Collaborazione nella programmazione di post e aggiornamenti • Supporto nella gestione del calendario editoriale online • Assistenza nel caricamento di materiali multimediali	Associazione Musicultura - RECANATI
A1.3.2: Social media management strategico e community building	• Gestione quotidiana dei profili social (Facebook, Instagram, YouTube, TikTok) • Creazione di contenuti originali e curatela di contenuti user-generated • Implementazione di strategie di community management e customer care • Analisi delle performance e ottimizzazione continua della strategia social • •Supporto nel monitoraggio dei commenti e delle interazioni • Assistenza nella moderazione delle pagine social • Collaborazione nella risposta ai messaggi privati sotto supervisione • Supporto nell'analisi delle statistiche di engagement • Assistenza nella creazione di report sui social media	MUSICULTURA-MACERATA

Ob.2: Favorire la partecipazione della cittadinanza ad esperienze artistiche-culturali

Azione A2.1: co-progettazione e sviluppo di proposte culturali innovative

ATTIVITÀ	RUOLO OPERATORI VOLONTARI	SEDE
A2.1.1: Analisi strategica dell'offerta culturale e delle performance passate	• Studio approfondito delle precedenti edizioni del Festival Musicultura e delle attività associative • Analisi dei dati di partecipazione, engagement e impatto territoriale delle iniziative realizzate • Identificazione di best practices replicabili e aree di miglioramento • Benchmarking con eventi culturali simili a livello nazionale per identificare trend emergenti • Assistenza nella raccolta di dati di partecipazione e gradimento • Collaborazione nella creazione di database storici delle attività • Supporto nell'identificazione di trend e pattern ricorrenti • Assistenza nella preparazione di report comparativi annuali	Associazione Musicultura - RECANATI
A2.1.2: Implementazione di campagne informative e promozionali integrate	• Sviluppo di strategie di comunicazione multi-target per raggiungere artisti emergenti • Creazione di materiali informativi specializzati per diverse categorie di artisti • Coordinamento di campagne promozionali su media tradizionali e digitali • Organizzazione di eventi informativi e momenti di incontro con potenziali partecipanti • Supporto nella distribuzione capillare di materiali informativi • Assistenza nell'organizzazione di punti informativi temporanei • Collaborazione nel contatto diretto con il pubblico potenziale • Supporto nella gestione delle richieste di informazioni • Assistenza nella raccolta di feedback sulla comunicazione	MUSICULTURA MACERATA
A2.1.3: Gestione strategica del bando Musicultura e supporto ai candidati	• Coordinamento delle fasi di pubblicazione e diffusione del bando annuale • Implementazione di sistemi di supporto e orientamento per i candidati • Monitoraggio continuo delle iscrizioni e analisi dei trend di partecipazione • Creazione di contenuti formativi per supportare la qualità delle candidature • Supporto nella diffusione del bando attraverso canali specifici	Associazione Musicultura – RECANATI MUSICULTURA- MACERATA

	• Collaborazione nell'aggiornamento costante delle statistiche di partecipazione • Supporto nella gestione dell'helpdesk informativo • Assistenza nella creazione di report periodici sullo stato delle candidature	
--	---	--

A2.2: Affiancamento negli eventi di selezione e audizioni dei candidati

ATTIVITÀ	RUOLO OPERATORI VOLONTARI	SEDE
A2.2.1: Gestione integrata di front office e back office per gli eventi selettivi	• Coordinamento dell'accoglienza e dell'orientamento di artisti e pubblico • Gestione delle procedure amministrative e logistiche legate alle selezioni • Supporto tecnologico e organizzativo durante lo svolgimento delle audizioni • Implementazione di protocolli di qualità per garantire standard elevati di servizio • Supporto nell'accoglienza e registrazione dei partecipanti • Assistenza nella gestione delle pratiche amministrative di base • Collaborazione nell'organizzazione degli spazi di attesa • Supporto nella distribuzione di materiali informativi • Assistenza nella raccolta di documentazione dei partecipanti	Associazione Musicultura - RECANATI
A2.2.2: Coordinamento logistico e gestione degli spazi eventi	• Pianificazione e allestimento degli spazi per audizioni e eventi correlati • Coordinamento con fornitori esterni e gestione di attrezzature tecniche • Supervisione degli aspetti di sicurezza e accessibilità degli eventi • Gestione delle emergenze e implementazione di protocolli di contingenza • Supporto nell'allestimento degli spazi per le audizioni • Assistenza nella gestione degli spostamenti dei partecipanti • Collaborazione nell'organizzazione del catering e dei servizi di base • Supporto nella gestione delle attrezzature tecniche di base • Assistenza nel mantenimento dell'ordine degli spazi	MUSICULTURA MACERATA
A2.2.3: Protocollo di accoglienza e hospitality per artisti e ospiti	• Sviluppo di standard di accoglienza professionale per artisti nazionali e internazionali • Coordinamento di servizi di supporto (alloggio, trasporti, informazioni turistiche) • Gestione delle relazioni con stakeholder, media e ospiti istituzionali	Associazione Musicultura – RECANATI MUSICULTURA- MACERATA

	• Creazione di momenti di networking e scambio professionale tra partecipanti • Supporto nell'accoglienza di artisti e ospiti speciali • Assistenza nell'orientamento negli spazi della sede • Collaborazione nella gestione dell'hospitality di base • Supporto nell'accompagnamento agli spazi dedicati • Assistenza nella risoluzione di necessità logistiche immediate	
--	---	--

Azione A2.3: produzione e coordinamento di eventi culturali multidisciplinari

ATTIVITÀ	RUOLO OPERATORI VOLONTARI	SEDE
A2.3.1: Progettazione strategica di eventi culturali integrati	• Sviluppo di format innovativi che integrino musica, arte, letteratura e nuove tecnologie • Coordinamento con istituzioni culturali territoriali per la creazione di sinergie • Progettazione di eventi accessibili e inclusivi per pubblici diversificati • Integrazione di elementi di sostenibilità ambientale e sociale nella progettazione eventi • Supporto nella ricerca di location e spazi per eventi • Assistenza nella creazione di check-list organizzative • Collaborazione nella gestione dell'agenda degli appuntamenti • Supporto nella preparazione di materiali di supporto agli eventi • Assistenza nella coordinazione con fornitori e partner	Associazione Musicultura - RECANATI
A2.3.2: Implementazione operativa e gestione del calendario culturale	• Coordinamento temporale e logistico di tutte le iniziative dell'associazione • Gestione delle risorse umane e tecniche necessarie per la realizzazione degli eventi • Monitoraggio della qualità artistica e dell'impatto territoriale delle iniziative • Documentazione e valutazione sistematica dei risultati ottenuti • Supporto operativo durante lo svolgimento degli eventi • Assistenza nella gestione del pubblico e dei flussi di persone • Collaborazione nel monitoraggio del rispetto dei tempi • Supporto nella risoluzione di problematiche operative minori • Assistenza nella documentazione fotografica degli eventi	MUSICULTURA-MACERATA

Ob.3: Valorizzare la correlazione tra educazione culturale, benessere ed inclusione

Azione A3.1: progettazione e realizzazione di laboratori culturali territoriali

ATTIVITÀ	RUOLO OPERATORI VOLONTARI	SEDE
A3.1.1: Mappatura e coinvolgimento strategico degli stakeholder territoriali	• Identificazione sistematica di istituzioni, organizzazioni e leader comunitari da coinvolgere • Analisi dei bisogni formativi e culturali espressi dalla cittadinanza • Creazione di una rete di partnership strategiche per la co-progettazione degli interventi • Sviluppo di protocolli di collaborazione con scuole, associazioni e enti del terzo settore • Supporto nella mappatura degli enti culturali del territorio • Assistenza nella ricerca di contatti di scuole e università • Collaborazione nella creazione di database di associazioni locali • Supporto nell'identificazione di centri aggregativi e sociali • Assistenza nella verifica dell'aggiornamento dei contatti	Tutte le Sedi
A3.1.2: Progettazione partecipata e calendarizzazione strategica dei workshop	• Co-progettazione di percorsi formativi con metodologie di educazione non-formale • Sviluppo di format flessibili e replicabili per diversi target di età e interesse • Integrazione dei workshop nel calendario culturale territoriale per massimizzare l'impatto • Creazione di percorsi tematici progressivi che accompagnino i partecipanti in un percorso di crescita • Supporto nella verifica della disponibilità degli spazi • Assistenza nella coordinazione degli orari con i relatori • Collaborazione nella gestione del calendario delle attività • Supporto nell'invio degli inviti ai partecipanti • Assistenza nella preparazione dei materiali per i workshop	Tutte le Sedi
A3.1.3: Coordinamento operativo e supporto tecnico-logistico	• Gestione degli aspetti organizzativi, dalla prenotazione spazi alla fornitura materiali • Coordinamento con relatori esperti e facilitatori specializzati	Tutte le Sedi

	• Implementazione di protocolli di accessibilità per persone con esigenze specifiche • Documentazione sistematica delle attività per la creazione di un archivio delle best practices • Supporto nell'allestimento degli spazi per i workshop • Assistenza nella gestione delle attrezzature audio-video • Collaborazione nella distribuzione di materiali ai partecipanti • Supporto nell'accoglienza e registrazione dei partecipanti • Assistenza nel riordino degli spazi al termine degli incontri	
A3.1.4: Storytelling e comunicazione delle esperienze educative	• Creazione di contenuti narrativi che documentino i percorsi e i risultati dei workshop • Produzione di materiali audiovisivi per la valorizzazione delle esperienze realizzate • Sviluppo di case studies utilizzabili per la diffusione delle metodologie sperimentate • Gestione della comunicazione social e web per amplificare l'impatto delle iniziative • Supporto nella mappatura degli enti culturali del territorio • Assistenza nella ricerca di contatti di scuole e università • Collaborazione nella creazione di database di associazioni locali • Supporto nell'identificazione di centri aggregativi e sociali • Assistenza nella verifica dell'aggiornamento dei contatti • Supporto nella documentazione fotografica degli eventi • Assistenza nella raccolta di testimonianze dei partecipanti • Collaborazione nella redazione di bozze di articoli descrittivi • Supporto nella trascrizione di interventi e dichiarazioni • Assistenza nell'organizzazione del materiale documentale prodotto	Tutte le Sedi

Azione A3.2: Sviluppo di eventi culturali inclusivi e innovativi

ATTIVITÀ	RUOLO OPERATORI VOLONTARI	SEDE
A3.2.1: Selezione e coordinamento di professionisti specializzati	• Identificazione di esperti in pedagogia culturale, arte partecipata e inclusion design • Coordinamento di team multidisciplinari per la progettazione di eventi innovativi	Tutte le Sedi

	• Supervisione della qualità artistica e pedagogica delle proposte sviluppate • Facilitazione della collaborazione tra professionisti locali e nazionali • Supporto nella ricerca di curricula di esperti del settore • Assistenza nella verifica delle referenze dei professionisti • Collaborazione nella creazione di database di formatori qualificati • Supporto nella gestione dei contatti preliminari • Assistenza nell'organizzazione degli incontri di selezione A3.2.2: Ricerca qualitativa sui pubblici potenziali e analisi del territorio • Implementazione di metodologie di ricerca partecipata per la mappatura dei "non-pubblici" • Analisi dei flussi turistici e delle caratteristiche dei visitatori occasionali del territorio • Studio delle barriere all'accesso culturale e identificazione di soluzioni innovative • Creazione di personas e journey maps per la progettazione di esperienze user-centered A3.2.4: Produzione di eventi culturali sperimentali e partecipati • Organizzazione di eventi che sperimentino linguaggi artistici innovativi e inclusivi • Implementazione di metodologie di arte partecipata e community engagement • Creazione di momenti di scambio intergenerazionale e interculturale • Valutazione continua dell'impatto sociale e culturale delle iniziative realizzate	
A3.2.2: Ricerca qualitativa sui pubblici potenziali e analisi del territorio	• Implementazione di metodologie di ricerca partecipata per la mappatura dei "non-pubblici" • Analisi dei flussi turistici e delle caratteristiche dei visitatori occasionali del territorio • Studio delle barriere all'accesso culturale e identificazione di soluzioni innovative • Creazione di personas e journey maps per la progettazione di esperienze user-centered • Supporto nell'analisi demografica del territorio di riferimento • Assistenza nella ricerca di dati statistici sui flussi turistici • Collaborazione nell'identificazione di comunità poco raggiunte • Supporto nella creazione di profili di pubblico potenziale	Tutte le Sedi

	Assistenza nella mappatura di servizi turistici locali	
A3.2.3: Design e produzione di materiali comunicativi inclusivi e accessibili	- Applicazione di principi di Universal Design nella comunicazione visiva - Creazione di materiali in formato Easy-to-Read e con supporti multimediali - Sviluppo di contenuti multilingue per l'inclusione di cittadini non italofoni - Implementazione di tecnologie assistive per l'accessibilità digitale - Supporto nella verifica dell'accessibilità dei contenuti - Assistenza nella traduzione di materiali in linguaggi semplificati - Collaborazione nella creazione di materiali multilingue - Supporto nell'adattamento di contenuti per diverse fasce d'età - Assistenza nella verifica della chiarezza comunicativa	Tutte le Sedi
A3.2.4: Supporto nell'organizzazione di eventi culturali che includano il target individuato	- Organizzazione di eventi che sperimentino linguaggi artistici innovativi e inclusivi - Implementazione di metodologie di arte partecipata e community engagement - Creazione di momenti di scambio intergenerazionale e interculturale - Valutazione continua dell'impatto sociale e culturale delle iniziative realizzate - Supporto nell'organizzazione di eventi dedicati a pubblici specifici - Assistenza nella gestione logistica di eventi inclusivi - Collaborazione nell'implementazione di servizi di accessibilità - Supporto nell'accoglienza di gruppi con esigenze particolari - Assistenza nel monitoraggio della partecipazione dei diversi target	Tutte le Sedi

Azione A3.3: Sistema integrato di monitoraggio e valutazione d'impatto

ATTIVITÀ	RUOLO OPERATORI VOLONTARI	SEDE
A3.3.1: Progettazione e implementazione di strumenti valutativi	- Sviluppo di griglie di valutazione multi-dimensionali per misurare l'impatto qualitativo - Creazione di questionari differenziati per tipologia di evento e target di pubblico - Implementazione di metodologie di valutazione partecipata con il coinvolgimento dei beneficiari - Definizione di indicatori di processo, risultato e impatto per il monitoraggio sistematico - Supporto nella preparazione di questionari di gradimento	Tutte le Sedi

	- Assistenza nella distribuzione delle schede di valutazione - Collaborazione nella raccolta dei feedback dei partecipanti - Supporto nell'organizzazione di focus group di valutazione - Assistenza nella gestione dell'anonimato delle valutazioni	
A3.3.2: Analisi sistematica dei dati e interpretazione dei risultati	- Elaborazione statistica dei dati quantitativi raccolti attraverso gli strumenti valutativi - Analisi qualitativa delle testimonianze e dei feedback narrativi dei partecipanti - Identificazione di pattern, trend e correlazioni significative nei dati raccolti - Benchmarking dei risultati con standard nazionali e internazionali del settore - Supporto nell'inserimento dati delle valutazioni raccolte - Assistenza nell'elaborazione statistica di base dei risultati - Collaborazione nella creazione di grafici e tabelle riassuntive - Supporto nell'identificazione di trend e pattern ricorrenti - Assistenza nella preparazione di materiali per la reportistica	Tutte le Sedi
A3.3.3: Produzione di documenti strategici e diffusione delle learned lessons	- Redazione di report tecnici con analisi dettagliate, raccomandazioni operative e linee guida replicabili - Identificazione sistematica di punti di forza, criticità e opportunità di miglioramento - Creazione di toolkit metodologici utilizzabili da altre organizzazioni del territorio - Organizzazione di momenti di condivisione e confronto con stakeholder e policy makers per la diffusione delle buone pratiche sviluppate - Supporto nella raccolta e organizzazione dei dati di progetto - Assistenza nella redazione di bozze di sezioni descrittive - Collaborazione nell'elaborazione grafica di dati e risultati - Supporto nella verifica della coerenza dei contenuti - Assistenza nell'impaginazione e formattazione del documento finale	Tutte le Sedi

5.4) *Risorse umane complessive necessarie per l'espletamento delle attività progettuali previste (*)*

Associazione Musicultura – Sede di Recanati e Sede di Macerata

N	Profilo/ professionalità	Ruolo nel progetto	Tipologia d'impiego
1	Direttore Artistico	Coordina le attività dell'Associazione dal punto di vista artistico; Relazione con il mondo dello spettacolo	Collaboratore
1	Responsabile Accoglienza Informazione	▪ Attività di accoglienza e di presentazione dei servizi dell'associazione e delle iniziative culturali organizzate; ▪ Attività di accoglienza degli artisti in occasione di eventi e festival; ▪ Attività di contatto con il territorio per garantire la giusta connessione tra tutti i servizi di carattere logistico organizzativo con l'associazione ▪ Attività di pubbliche relazioni	Collaboratore
1	Responsabile archivio foto/video	▪ Attività di coordinamento delle fasi legate alla produzione video e foto; ▪ Attività di realizzazione video, montaggio, riprese, archiviazione ▪ Attività di realizzazione foto, selezione e conservazione	Collaboratore
3	Collaboratori tecnici	Supporto nelle attività organizzativi e promozionali degli eventi culturali prodotti e realizzati	volontari

Cooperativa Sociale ODOS				
Numero	Profilo/ professionalità	Ruolo nel progetto	Tipologia d'impiego	Obiettivo di riferimento
1	Responsabile dell'ufficio	Coordina tutte le attività della struttura e delle risorse umane coinvolte. Programma e pianifica il lavoro e i servizi da erogare.	Collaboratore	Obiettivo 3
1	Operatore Servizio di informazione turistica	Si occupa del servizio di accoglienza; Programmazione delle attività di divulgazione delle informazioni Attività di organizzazione ed erogazione delle informazioni circa i servizi offerti dalla struttura Attività di predisposizione del materiale informativo	dipendente	Obiettivo 1 e 2

		Attività di aggiornamento delle informazioni sul sito; Attività di ricerca informazioni;		
1	Operatore servizio accoglienza	Si occupa del servizio di accoglienza; Programmazione delle attività di divulgazione delle informazioni Attività di predisposizione del materiale informativo Attività di ricerca informazioni;	dipendente	Obiettivo 1 e 3

Centro Turistico Giovanile JESI				
Numero	Profilo/ professionalità	Ruolo nel progetto	Tipologia d'impiego	Obiettivo di riferimento
1	Dirigente del Settore Turismo	Coordina tutte le attività della struttura e delle risorse umane coinvolte.	Dipendente	Progetto nel complesso
1	Responsabile dell'ufficio	Programma e pianifica il lavoro e i servizi da erogare.		Obiettivo 3
1	Operatore Servizio di informazione turistica	Si occupa del servizio di accoglienza; Programmazione delle attività di divulgazione delle informazioni Attività di organizzazione ed erogazione delle informazioni circa i servizi offerti dalla struttura Attività di predisposizione del materiale informativo Attività di aggiornamento delle informazioni sul sito; Attività di ricerca informazioni;	dipendente	Obiettivo 1 e 2

2	Operatore servizio accoglienza	Si occupa del servizio di accoglienza; Programmazione delle attività di divulgazione delle informazioni Attività di predisposizione del materiale informativo Attività di ricerca informazioni;	dipendente	Obiettivo 1 e 3
CTG ROMA (SPAZIO CULTURA)				
Numero	Profilo/ professionalità	Ruolo nel progetto	Tipologia d'impiego	Obiettivo di riferimento
1	Responsabile dell'ufficio	Coordina tutte le attività della struttura e delle risorse umane coinvolte. Programma e pianifica il lavoro e i servizi da erogare.	Collaboratore	Obiettivo 3
1	Operatore Servizio di informazione Culturale	Si occupa del servizio di accoglienza; Programmazione delle attività di divulgazione delle informazioni Attività di organizzazione ed erogazione delle informazioni circa i servizi offerti dalla struttura Attività di predisposizione del materiale informativo Attività di aggiornamento delle informazioni sul sito; Attività di ricerca informazioni;	Collaboratore	Obiettivo 1 e 2
1	Operatore servizio accoglienza	Si occupa del servizio di accoglienza; Programmazione delle attività di divulgazione delle informazioni	Dipendente	Obiettivo 1 e 3

		Attività di predisposizione del materiale informativo		
		Attività di ricerca informazioni;		

5.5) Risorse tecniche e strumentali necessarie per l'attuazione del progetto (*)

OB.1: Favorire l'innovazione delle strategie di comunicazione e audience development Tutte le sedi		
ATTIVITÀ	RISORSE NECESSARIE	ADEGUATEZZA CON GLI OBIETTIVI IN QUANTO FINALIZZATA A
A1.1.1: Ricerca e studio di strategie comunicative innovative	- Computer e postazione internet; - Scrivania; - Materiale di cancelleria; - stampante/fotocopiatrice - Sedie; - Materiale di studio;	raccogliere i dati per la definizione dell'utilizzo della comunicazione e marketing
A1.1.2: Predisposizione di un media planning per la promozione delle attività delle singole sedi	- Computer e postazione internet; - Scrivania; - Materiale di cancelleria; - stampante/fotocopiatrice - Sedie; - Materiale di studio; - Programma di grafica - Macchina fotografica	Creazione di documenti, creazione materiale digitale
A1.1.3: Preparazione e diffusione del materiale pubblicitario delle iniziative culturali	- Spazio idoneo alla realizzazione dell'incontro - Kit Cancelleria - Computer + internet - Telefono - Programma per gestire i dati - programma mailing list	Creare o aggiornare pagine social, gestire comunicazione
A1.1.4: Verifica e monitoraggio costante delle azioni pianificate	- Computer e postazione internet; - Programmi per grafica; - Stanza idonea ad ospitare riunioni; - tavoli; - Computer e postazione internet; - Materiale di cancelleria; - stampante/fotocopiatrice - Sedie; - Materiale di studio;	Ospitare l'equipe di lavoro costituita da operatori e volontari durante le fasi di organizzazione delle attività

A1.2.1: Raccolta e predisposizione delle informazioni per la realizzazione dei materiali grafici	- Computer e postazione internet; - Scrivania; - Materiale di cancelleria; - stampante/fotocopiatrice - Sedie; - Materiale di studio;	raccogliere i dati per la definizione dei materiali
A1.2.2: Individuazione delle fotografie o degli spunti iconografici da utilizzare	- Computer e postazione internet; - Scrivania; - Materiale di cancelleria; - stampante/fotocopiatrice - Sedie; - Materiale di studio;	Creazione di cartelle fotografiche per condivisione
A1.2.3: Cura dei rapporti con lo studio grafico per l'impaginazione dei materiali	- Spazio idoneo alla realizzazione dell'attività - Kit Cancelleria - Computer + internet - Telefono - Materiale promozionale (Locandine, Volantini, Brochure); - Programmi per grafica;	attività di back office, ospitare riunioni
A2.3.1: Pianificazione di eventi culturali multisettoriali	- Computer e postazione internet; - Programmi per grafica; - tavoli; - Accesso al sito della sede - Accesso alle pagine social - Materiale di cancelleria; - Sedie; - Macchina fotografica	Svolgere attività di social media manager
A2.3.2: Calendarizzazione e realizzazione delle attività pianificate	- Computer e postazione internet; - Scrivania; - Materiale di cancelleria; - stampante/fotocopiatrice - Sedie; - Materiale di studio; - Agenda contatti - Programma di mailing list	Svolgere attività di social media manager

Ob.2: Favorire la partecipazione della cittadinanza ad esperienze artistiche-culturali Tutte le sedi		
ATTIVITÀ	RISORSE NECESSARIE	ADEGUATEZZA CON GLI OBIETTIVI IN QUANTO FINALIZZATA A

A2.1.1: Analisi delle attività culturali passate e loro performance	- Stanza idonea ad ospitare riunioni; - tavoli; - Computer e postazione internet; - Materiale di cancelleria; - stampante/fotocopiatrice - Sedie; - Materiale di studio;	Ospitare l'equipe di lavoro costituita da operatori e volontari durante le fasi di organizzazione delle attività
A2.1.2: Divulgazione del materiale informativo e promozionale	- Stanza idonea ad ospitare riunioni; - tavoli; - Computer e postazione internet; - Materiale di cancelleria; - stampante/fotocopiatrice - Sedie; - Materiale di studio;	Divulgazione e disseminazione di materiale
A2.1.3: Divulgazione del bando Musicultura e monitoraggio	- Postazione internet - Sedie; - Materiale per prendere appunti - Materiale per creare documenti	Diffusione del bando tramite mezzi cartacei e online
A2.2.1: Attività di front e back office	- Computer e postazione internet; - Materiale promozionale (Locandine, Volantini, Brochure); - Programmi per grafica; - Accesso ai Social Network; - Accesso al sito della sede (se presente) - stampante/fotocopiatrice	Supporto agli operatori
A2.2.2: Supporto nella logistica	- Computer e postazione internet; - Tablet / smartphone - Tavoli - Sedie; - Proiettore; - Luogo idoneo allo svolgimento degli incontri	Supporto nella logistica
A2.2.3: Accoglienza ospiti	- Computer e postazione internet; - Materiale promozionale (Locandine, Volantini, Brochure); - Programmi per grafica; - Accesso ai Social Network; - Accesso al sito della sede (se presente) - stampante/fotocopiatrice - postazione internet; - Scrivania; - Smartphone/videocamera - Microfono - Programma di editing	Accoglienza di ospiti, pubblico, guardiania

	- Accesso a open source per musica - Accesso ai canali social dell'ente	
A2.3.1: Pianificazione di eventi culturali multisettoriali	- Computer e postazione internet; - Tablet / smartphone - Tavoli - Sedie; - Proiettore; - Casse; - Microfoni - Luogo idoneo allo svolgimento degli incontri di programmazione	Supporto nell'ideazione e organizzazione degli eventi
A2.3.2: Calendarizzazione e realizzazione delle attività pianificate	- Stanza idonea ad ospitare riunioni; - tavoli; - Computer e postazione internet; - Materiale di cancelleria; - stampante/fotocopiatrice - Sedie; - Materiale di studio;	Realizzazione iniziative, disseminazione, animazione

Ob.3: Valorizzare la correlazione tra educazione culturale, benessere ed inclusione		
Tutte le sedi		
ATTIVITÀ	RISORSE NECESSARIE	ADEGUATEZZA CON GLI OBIETTIVI IN QUANTO FINALIZZATA A
A3.1.1: Individuazione di stakeholders da coinvolgere	- Accesso ai Social Network; - Accesso al sito della sede (se presente) - stampante/fotocopiatrice - Smartphone/videocamera - Telefono - Agenda contatti - Accesso ai canali social dell'ente - Applicazione WhatsApp - Linea telefonica - Numero dedicato	Strumenti per poter identificare e selezionare la rappresentanza per gli incontri
A3.1.2: Supporto nella programmazione e calendarizzazione dei workshop	- Accesso social media - Programmi di grafica - Connessione internet - Pc - Postazione lavorativa idonea	Supporto nella realizzazione dei workshop

A3.1.3: Supporto logistico nell'organizzazione degli incontri	- Computer e postazione internet; - Griglie di valutazione - Report - Stampante - Sedie - Postazione idonea - Telefono	Supporto nello svolgimento e organizzazione logistica degli incontri
A3.1.4: Creazione di articoli e reportage dei workshop	- Computer e postazione internet; - Accesso ai Social Network; - Accesso al sito della sede (se presente) - stampante/fotocopiatrice - Smartphone/videocamera - Telefono - Accesso alle applicazioni selezionate - Software per traduzione - Programmi grafica	Divulgazione di materiale promozionale e pubblicitario
A3.2.1: Individuazione di professionisti per la realizzazione degli eventi	- Computer e postazione internet; - Scrivania; - Materiale promozionale esistente - Accesso al sito della sede - Accesso ai social network - Materiale di cancelleria; - stampante/fotocopiatrice	Ricerca e studio dei professionisti idonei a svolgere workshop e conferenze
A3.2.2: Mappatura dei non-pubblici e del target turistico presente nel territorio	- Computer e postazione internet; - Programmi per grafica; - Stanza idonea ad ospitare riunioni; - Materiale di cancelleria; - stampante/fotocopiatrice - Sedie; - Materiale di studio; - Materiale promozionale (Locandine, Volantini, Brochure); - Accesso ai Social Network; - Accesso al sito della sede (se presente) - Agenda contatti - Schede servizi ricettivi del territorio	Ricerca di potenziale pubblico da coinvolgere e targhetizzazione di coloro non interessati agli eventi
A3.2.3: Progettazione e creazione di materiale promozionale inclusivo e accessibile	- Accesso social media - Programmi di grafica - Connessione internet - Pc - Postazione lavorativa idonea	Divulgare materiale promozionale che agisca sui pubblici mappati
A3.2.4: Supporto nell'organizzazione di eventi culturali che	- Computer e postazione internet; - Programmi per grafica; - Stanza idonea ad ospitare riunioni; - Materiale di cancelleria;	Attivare azioni di audience development per coinvolgere il non-pubblico mappato

includano il target individuato	- stampante/fotocopiatrice - Sedie; - Materiale di studio; - Materiale promozionale (Locandine, Volantini, Brochure); - Accesso ai Social Network; - Accesso al sito della sede (se presente) - Agenda contatti - Schede servizi ricettivi del territorio - Casse - Microfono - Materiale per animazione - Automezzo	
A3.3.1: Creazione e somministrazione di griglie valutative	- Computer e postazione internet; - Accesso ai Social Network; - Accesso al sito della sede (se presente) - stampante/fotocopiatrice - Smartphone/videocamera - Telefono - Accesso alle applicazioni selezionate - Software per traduzione - Programmi grafica	Creazione di strumenti per valutare la performance
A3.3.2: Valutazione delle griglie compilate	- Computer e postazione internet; - Scrivania; - Materiale promozionale esistente - Accesso al sito della sede - Accesso ai social network - Materiale di cancelleria; - stampante/fotocopiatrice	Valutazione delle griglie di soddisfazione sulla performance
A3.3.3: Creazione di un paper con raccomandazioni, punti di forza e criticità	- Computer e postazione internet; - Programmi per grafica; - Stanza idonea ad ospitare riunioni; - Materiale di cancelleria; - stampante/fotocopiatrice - Sedie; - Materiale di studio;	Realizzazione di un documento riepilogativo del lavoro svolto e dei risultati raggiunti

6) Eventuali particolari condizioni ed obblighi degli operatori volontari durante il periodo di servizio

Si chiede ai volontari di partecipare anche eventualmente ad incontri svolti occasionalmente nei fine settimana (come per esempio, rappresentazioni, laboratori, eventi vari o quant'altro realizzato e organizzato dalle strutture coinvolte nel progetto). Per facilitare il pieno raggiungimento degli obiettivi, si richiede inoltre ai volontari la disponibilità ad effettuare visite presso strutture partner e/o enti presenti sul territorio che possono risultare utili e strategici per

la realizzazione delle attività stesse, come per esempio: comuni, scuole, parrocchie, ecc. Si richiede poi l'eventuale frequenza di corsi, di seminari e ogni altro momento di incontro e confronto utile ai fini del progetto e della formazione dei volontari coinvolti. Infine, si richiede il massimo rispetto della privacy, specie sui dati trattati nel corso delle diverse attività

7) Eventuali partner a sostegno del progetto

Nello specifico il progetto prevede i seguenti partner:

PARTNER NO PROFIT – Associazione Culturale “Visso D’Arte”, Piazza Pietro Capuzi 31 - 62039 Visso (MC) – Codice Fiscale 92024900430

L’ente partner al fine di contribuire alla realizzazione del progetto di servizio civile universale “si impegna a fornire i seguenti servizi

Supporto nella realizzazione di iniziative didattico culturali rivolte da fruire anche attraverso modalità on line ai giovani del territorio in campo culturale, musicale, etc

Supporto nell’organizzazione di letture animate, visite guidate, incontri con scrittori di libri per bambini in occasioni di eventi ed iniziative legate al progetto.

Attività di supporto nelle azioni di animazione dei laboratori didattici organizzati rivolti a minori in condizioni di disagio e svantaggiati

PARTNER PROFIT - L’ente partner ETT SpA con sede legale in via Sestri 37 16154 Genova - Partita IVA/Cod. Fisc.: 03873640100 al fine di contribuire alla realizzazione del progetto di servizio civile universale “Contaminazioni Musicali” si impegna a fornire i seguenti servizi:

Apporto fornito con l’accordo di partenariato

Supporto nelle fasi di promozione e sensibilizzazione delle strutture coinvolte nel progetto attraverso la pubblicazione sul proprio sito del calendario delle attività, dei festival, dei laboratori e degli eventi promossi dal progetto.

Supporto nella manutenzione e aggiornamento dei sistemi multimediali, piattaforme di partecipazione on line, presenti nelle sedi di progetto. Le attività descritte saranno garantite attraverso la disponibilità di una risorsa per 8 ore da remoto o sul campo

FORMAZIONE SPECIFICA DEGLI OPERATORI VOLONTARI

8) Tecniche e metodologie di realizzazione della formazione (*)

8.a) Tecniche e metodologie di realizzazione della formazione generale

La formazione generale (42 ore complessive) adotta un approccio metodologico integrato che valorizza diverse modalità di apprendimento:

1. Formazione in Presenza. – 50%. La formazione in presenza sarà erogata facendo ricorso sia alle lezioni frontali, sia alle dinamiche non formali. Più precisamente:

Lezione frontale. Le lezioni frontali affronteranno l’aspetto formativo di tipo colmativo – con lo scopo di

preparare i volontari sui principali temi valoriali, storici e normativi del Servizio Civile Universale. Le lezioni saranno supportate da materiali audiovisivi e testimonianze dirette per stimolare l'attenzione e facilitare la comprensione.

Dinamiche non formali. Il ricorso alle dinamiche non formali, metodologie attive che favoriscono il coinvolgimento diretto dei volontari attraverso: - Role-playing e simulazioni di situazioni reali - Esercitazioni pratiche e lavori di gruppo - Debriefing e analisi dell'esperienza - Tecniche di facilitazione per la condivisione delle esperienze personali - Metodi creativi e narrativi per l'esplorazione dei valori del servizio, affronterà l'aspetto formativo di tipo integrativo – con lo scopo di facilitare l'inserimento e l'adattamento dei singoli nell'organizzazione, agire in un contesto di integrazione sociale, creare senso di appartenenza e gestire i conflitti.

2. Formazione a distanza: articolata in modalità sincrona e asincrona, non supererà il 50% del monte ore complessivo (max 21 ore), con modalità asincrona limitata al 30% del totale (max 12 ore).

La Formazione Online Sincrona prevede: - Webinar interattivi, con aule virtuali di massimo 30 operatori volontari con possibilità di intervento e discussione. Sarà possibile prevedere lavori di gruppo in stanze virtuali-

La formazione asincrona prevede l'utilizzo di una Piattaforma e-learning con materiali multimediali, Videolezioni, Slide, Esercitazioni, test di autovalutazione e forum di discussione - Video-lezioni registrate con contenuti di alta qualità. La piattaforma utilizzata consentirà il monitoraggio della partecipazione, la verifica dell'apprendimento e la personalizzazione dei percorsi formativi.

Per garantire l'efficacia della formazione a distanza, ogni operatore volontario avrà accesso ad adeguati strumenti tecnologici (tablet/computer/connessione internet).

8.b) Tecniche e metodologie di realizzazione della formazione specifica

Tecniche e metodologie di realizzazione della formazione specifica

La formazione specifica (72 ore complessive) sarà erogata preferibilmente in presenza, con possibilità di sessioni a distanza per specifiche esigenze formative, adottando un approccio pratico-esperienziale. Nella formazione specifica proposta, quindi l'elemento della condivisione, partecipazione risulterà rilevante per trasferire il giusto know how necessario per essere coinvolti pienamente nell'esperienza del progetto. Tale aspetto, si ritiene particolarmente importante per il raggiungimento degli obiettivi espressi; infatti, soltanto attraverso una partecipazione attiva dei ragazzi è possibile intervenire nei processi di condivisione e di rielaborazione dei concetti trattati.

L'idea è quella che non ci si deve limitare a trasmettere idee-concetti, ma si deve anche puntare a far acquisire consapevolezza e attitudini. Si devono fornire, laddove possibile, risposte ai problemi sollevati ma più di tutto si deve cercare di fornire e attivare competenze. L'intervento formativo avrà, pertanto, nelle sue diverse fasi, due distinte caratterizzazioni che prevedono momenti frontali (in presenza e on line) e momenti di dinamiche non formali.

La formazione specifica sarà erogata prevalentemente in presenza e in ogni caso la modalità a distanza non supererà il 30% del monte ore. Essa sarà erogata per il 70% delle ore entro e non oltre 90 giorni dall'avvio del progetto, per il restante 30% entro e non oltre il terzo ultimo mese del progetto. La formazione specifica sarà erogata in due tranches per consentire da un lato di fornire da subito alcuni elementi essenziali per affrontare le attività di progetto in modo consapevole e per garantire il giusto livello di autonomia dei ragazzi. Ma si ritiene utile lasciare una porzione della formazione specifica più avanti nel progetto sia per testare la ricaduta della formazione svolta, eventualmente riprendere alcuni aspetti dei moduli trattati e per modellare gli approfondimenti formativi anche rispetto all'evoluzione dell'attività progettuali. Ciò consentirà di garantire un'azione formativa sempre in line con le esigenze dei giovani coinvolti nel progetto di servizio civile. La formazione relativa al Modulo di formazione e informazione sui rischi connessi all'impiego dei volontari sarà svolta entro i primi 90 giorni

dall'avvio del progetto.

È permesso l'uso sperimentale e temporaneo della Formazione A Distanza (FAD), anche completamente asincrona, per la formazione generale e specifica nei seguenti casi:

1. Recupero per assenze giustificate (permessi straordinari, malattia, astensione obbligatoria) con limite massimo di 3 operatori volontari per sede. Oltre questo numero, l'Ente deve utilizzare le modalità formative standard previste dalla normativa.
2. Recupero formativo per tutti i subentranti che non hanno potuto partecipare ad alcune azioni formative già erogate. Questa opzione è riservata a chi ha iniziato il servizio dopo l'erogazione di specifici moduli formativi, senza limiti numerici (fa fede la data di ingresso rispetto a quella di erogazione formativa).
3. Erogazione del modulo specifico su "Formazione e informazione sui rischi connessi all'impiego degli operatori volontari nei progetti di Servizio civile universale"

9) Moduli della formazione specifica e loro contenuti con l'indicazione della durata di ciascun modulo (*)

La formazione specifica sarà centrata sulle attività di progetto e in riferimento alle stesse affronterà tutti gli argomenti necessari perché i volontari possano crescere e rendersi autonomi nelle attività di progetto. La formazione specifica prevede i seguenti contenuti:

1. Modulo formativo: Introduzione. Storia, staff e attività degli enti di progetto, i Servizi Culturali, le Manifestazioni nella regione Marche. Il ruolo degli enti di progetto nel panorama culturale della regione. Il valore della cultura nei confronti delle nuove generazioni.

Durata: 10 ore.

2. Modulo formativo: Il Musicultura Festival. l'iter completo del Festival. Formazione del Comitato Artistico di Garanzia, Stampa e diffusione del Bando di concorso; La selezione prima fase; Le audizioni live (seconda fase); La realizzazione del CD, tecniche di produzione e realizzazione materiali musicali. **Durata: 18 ore.**

3. Modulo formativo: Strumenti e strategie di comunicazione. Gli strumenti della comunicazione: Comunicato stampa, articolo, intervista, Sito Internet, Social Network. Tecniche di utilizzo degli strumenti di comunicazione; Come scrivere un comunicato stampa; Come gestire un'intervista, Come promuovere gli eventi culturali attraverso i social network. **Durata: 18 ore**

4. Modulo formativo: Una nuova idea di cultura. La cultura come strumento di partecipazione e di inclusione. La Cultura come opportunità di partecipazione. Strumenti di sensibilizzazione culturale: i seminari, i workshop, i laboratori. Organizzazione logistica di un work-shop; **Durata: 18 ore**

5. Modulo di formazione e informazione sui rischi connessi all'impiego dei volontari nel progetto di servizio civile. Il modulo formativo-informativo tenderà a fornire le giuste informazioni sulle misure di prevenzione e di emergenza in relazione alle attività previste dal progetto. Devono essere valutate le eventuali interferenze tra le attività svolte dal volontario e le attività dell'Ente. Il programma del corso di formazione e informazione per i volontari si articola in tre diverse parti volte proprio a trasmettere nozioni tanto generiche quanto specifiche. Parte generica: parte formativa che esplora i concetti di formazione e informazione, la legislazione vigente, i soggetti attivi nella

sicurezza sul lavoro e nella prevenzione e loro obblighi; Parte formativa: vengono esplorate le principali definizioni; individuazione dei rischi, valutazione dei rischi e segnaletica; Approfondimenti e focus: sui luoghi di lavoro, le attrezzature, i dispositivi di sicurezza e protezione. **Durata: 8**

10) Nominativi, dati anagrafici, titoli e/o esperienze specifiche del/i formatore/i in relazione ai contenuti dei singoli moduli (*)

<i>dati anagrafici del formatore specifico</i>	<i>titoli e/o esperienze specifiche (descritti dettagliatamente)</i>	<i>modulo formazione</i>
Galassi Giacomo nato a Recanati (MC) il 20/07/1976.	Laurea in Scienze Politiche Seminario sulla situazione della Cultura e dello Spettacolo da Vivo nella Regione Marche Seminario su Europa Creativa. Esperienza di oltre 4 anni come formatore nei progetti di servizio civile nel settore dell'educazione e e promozione culturale Seminario su Legge della Musica – Decreto Cultura Governo Renzi Esperienza pluriennale nell'organizzazione di eventi culturali (Musicultura Festival, Lunaria). Formazione professionale nell'ambito della promozione della cultura Esperienza di oltre 5 anni come Formatore Specifico di Operatori volontari di Servizio Civile nei progetti ricadenti nel settore dell'educazione e promozione culturale	1.Modulo formativo: Introduzione. Storia, staff e attività dell'Associazione Musicultura, i Servizi Culturali, le Manifestazioni nella regione Marche 2.Modulo formativo: Il Musicultura Festival. l'iter completo del Festival. Formazione del Comitato Artistico di Garanzia, Stampa e diffusione del Bando di concorso; La selezione prima fase 3. Modulo formativo: Strumenti e strategie di comunicazione. Gli strumenti della comunicazione: Comunicato stampa, articolo, intervista, Sito Internet, Social Network 4. Modulo formativo: Una nuova idea di cultura. La cultura come strumento di partecipazione e di inclusione.
Paola Cesanelli nata a Macerata (MC) il 15/05/1969	LAUREA IN SCIENZE POLITICHE <i>Master I Livello in Counseling esperienziale Scuola ASPIC, Roma - Corso di Event Planner & Manager conseguito su piattaforma e-learning Udemy; - seminario sulla situazione della Cultura e dello Spettacolo dal Vivo nella Regione Marche;</i> <i>Esperienza da oltre dieci anni nelle seguenti settori/attività: -</i>	1.Modulo formativo: Introduzione. Storia, staff e attività dell'Associazione Musicultura, i Servizi Culturali, le Manifestazioni nella regione Marche 2.Modulo formativo: Il Musicultura Festival. l'iter completo del Festival. Formazione del Comitato

	<i>organizzazione degli eventi culturali (Musicultura Festival); - pubbliche relazioni con gli enti partner della manifestazione, MUSICULTURA FESTIVAL; implementazione della piattaforma T-LITE; - coordinamento degli aspetti logistici e organizzativi di tutte le iniziative culturali dell'Associazione Musicultura (Festival, Produzione teatrale, concerti, etc);</i> <i>- affiancamento nella formazione professionale personale.</i> Esperienza di oltre 3 anni come Formatrice Specifica di Operatori volontari di Servizio Civile nei progetti ricadenti nel settore dell'educazione e promozione culturale	Artistico di Garanzia, Stampa e diffusione del Bando di concorso; La selezione prima fase 3. Modulo formativo: Strumenti e strategie di comunicazione. Gli strumenti della comunicazione: Comunicato stampa, articolo, intervista, Sito Internet, Social Network 4. Modulo formativo: Una nuova idea di cultura. La cultura come strumento di partecipazione e di inclusione.
PERTICARINI Antonio Nato a Recanati (MC) il 17/03/1955	Titolo di studio: Perito Industriale Formazione specialistica: Corso in "Marketing", Corsi per "Operatore Museale", Tutor per studenti universitari di "Beni e Attività culturali" e di "Marketing del Turismo" Esperienza gestionale: Presidente dell'Associazione "Spazio Cultura" e Operatore museale con 11 anni di esperienza diretta. Dal 2000 al 2016 ha maturato 16 anni di esperienza nella gestione, organizzazione e programmazione museale attraverso la direzione del Museo delle Arti Monastiche di Serra de' Conti, dei Musei Civici di Recanati (Villa Colloredo Mels e Museo Beniamino Gigli) e dell'Ufficio Informazioni	1.Modulo formativo: Introduzione. Storia, staff e attività dell'Associazione Musicultura, i Servizi Culturali, le Manifestazioni nella regione Marche 3. Modulo formativo: Strumenti e strategie di comunicazione. Gli strumenti della comunicazione: Comunicato stampa, articolo, intervista, Sito Internet, Social Network 4. Modulo formativo: Una nuova idea di cultura. La cultura come strumento di partecipazione e di inclusione.

	turistiche dal 2008 come presidente dell'Associazione Spazio Cultura. Competenze digitali: Utilizzo di sistemi informatici per la gestione di siti web e promozione attraverso social network, conoscenza dei pacchetti Office e Adobe Creative Suite Competenze didattiche: Programmazione e gestione di laboratori didattici e attività di animazione per adulti e bambini	
BELLOCCHI Carlo Nato a Fano il 05/06/1944	Titolo di studio: Laurea in Economia e Commercio presso l'Università degli Studi di Urbino Esperienza specifica: Esperienza pluriennale nel settore turistico con competenze specifiche nell'analisi economica del turismo, nella gestione di strutture ricettive e nell'organizzazione di servizi turistici. Ha sviluppato competenze nella valutazione dell'impatto economico delle attività turistiche e nella pianificazione strategica di iniziative turistiche sostenibili. Qualifica professionale: Formatore specifico accreditato per il Servizio Civile Universale con competenze certificate nella progettazione e erogazione di percorsi formativi per operatori volontari.	1.Modulo formativo: Introduzione. Storia, staff e attività dell'Associazione Musicultura, i Servizi Culturali, le Manifestazioni nella regione Marche 3. Modulo formativo: Strumenti e strategie di comunicazione. Gli strumenti della comunicazione: Comunicato stampa, articolo, intervista, Sito Internet, Social Network 4. Modulo formativo: Una nuova idea di cultura. La cultura come strumento di partecipazione e di inclusione.
MURDICA Nicholas Mikael Nato a Senigallia (AN) il 20/10/1991	Titoli di studio: Laurea Magistrale in Governo e Comunicazione Politica presso l'Università degli Studi di Urbino 'Carlo BO' (110/110), Laurea in Scienze Politiche e delle Relazioni Internazionali presso l'Università degli Studi di Urbino 'Carlo BO' (97/110)	1.Modulo formativo: Introduzione. Storia, staff e attività dell'Associazione Musicultura, i Servizi Culturali, le Manifestazioni nella regione Marche

	Esperienza specifica in progettazione europea: Dal 2018 ad oggi ha maturato oltre 6 anni di esperienza continuativa come Project Manager e Responsabile Ufficio 'Progetti e Sviluppo' presso Odòs Società Cooperativa Sociale, con gestione diretta di progetti europei Interreg Italy-Croatia (Tourism4all, Digital Ethics Culture), progetti FAMI (Di.Agr.A.M.M.I Nord), e coinvolgimento in progetti COSME, REC ed Erasmus+. Attualmente ricopre il ruolo di Project Manager per il progetto Erasmus+ KA220 HED 'Religi-Tour' presso la Fondazione De Finibus Terrae. Competenze specialistiche: Project design & management, project financial management, networking e partnership building, coordinamento di percorsi formativi, gestione di squadre di lavoro multidisciplinari, comunicazione multimediale e gestione piattaforme social. Formazione specialistica: Esperto di Sicurezza di Genere al Lavoro (2022), partecipazione al progetto europeo "Set the Tone" con riconoscimento come speaker internazionale. Competenze linguistiche certificate: Inglese livello C1 certificato (First Certificate Cambridge), Spagnolo B2, Francese B1, Svedese A2.	3. Modulo formativo: Strumenti e strategie di comunicazione. Gli strumenti della comunicazione: Comunicato stampa, articolo, intervista, Sito Internet, Social Network 4. Modulo formativo: Una nuova idea di cultura. La cultura come strumento di partecipazione e di inclusione.
--	--	---

MISURA 3 MESI UE
Tabella riepilogativa ()*

N.	Ente titolare o di accoglienza cui fa riferimento la sede (se accreditata)	Denominazione Sede di attuazione progetto	Codice sede	Paese estero	Città	Indirizzo	Numero operatori volontari	Operatore locale di progetto estero
1								

2								
3								
4								