

INDICATORI E CRITERI PER LA PRESENTAZIONE DEI PROGETTI TERRITORIALI DEL PIC “UN TESORI DI TERRITORIO”

Vengono di seguito elencati alcuni obiettivi compresi nei documenti di programmazione di Regione Lombardia in ambito culturale e che rispondono al punto uno dei criteri di assegnazione dei punteggi per la partecipazione al Bando:

1. Qualità progettuale, **coerenza con la programmazione regionale** e intensità del livello di integrazione tra gli ambiti, di cui al precedente punto B.2 “Progetti finanziabili”: fino a punti 25

E la programmazione regionale poggia sui seguenti documenti:

- Programma Regionale di Sviluppo della XI Legislatura (d.c.r. 10 luglio 2018)
- Programmazione triennale per la cultura 2017-2019 (d.c.r. n. 1524 del 23 maggio 2017)
- Programma operativo annuale per la cultura 2019 (d.g.r. n. 1332 del 4 marzo 2019 INOLTRE)
- Approvazione dei criteri e delle modalità per l’assegnazione di contributi regionali a sostegno dei PIC (d.g.r. 15 aprile 2019)

Di seguito vengono enucleati dai documenti citati sopra gli obiettivi per tipologie di beni culturali materiali e immateriali:

1. PROGRAMMAZIONE STRATEGICA REGIONALE - (PRS - d.c.r. 10 luglio 2018 Missione 5)

(...) Forme di spettacolo coerenti con le politiche di attrattività complessiva del territorio regionale

OBIETTIVI STRATEGICI

PATRIMONIO ARTISTICO

- (...) Valorizzare il patrimonio artistico, architettonico, archeologico e naturalistico, a partire dal patrimonio riconosciuto dall’UNESCO e dal sostegno alle nuove candidature, anche attraverso **l’utilizzo di strumenti di comunicazione digitale, piattaforme e dispositivi tecnologici**. Sarà importante favorire la creazione di reti culturali anche con quei siti che, pur non rientrando nel patrimonio UNESCO, ne condividono l’interesse culturale, così da incentivare la fruizione dei beni in tutto il territorio regionale. Verranno sviluppati servizi integrati che posizionino la Lombardia all’avanguardia nelle modalità di fruizione culturale, attivando una sempre più stretta correlazione tra la **valorizzazione e tutela del patrimonio culturale e il potenziamento dell’attrattività turistica**, nell’ottica di favorire un crescente avvicinamento dei turisti al territorio della Lombardia;
- (...) Saranno sviluppati e maggiormente promossi diversi strumenti di promozione culturale e turistica alla portata di tutti, come **l’Abbonamento Musei Lombardia** Milano, e più in generale verrà favorita la crescita dei consumi culturali, assicurando l’accessibilità ai servizi culturali per tutti i cittadini, intesa come **fruizione da parte delle fasce più fragili, dei cittadini lombardi con disabilità e culturalmente più svantaggiati**.

IMPRESE CREATIVE

- (...) Saranno promosse le iniziative finalizzate a favorire la conoscenza, la divulgazione e la fruizione di opere ed eventi artistici (mostre, festival, rassegne, convegni, concorsi), sia presso le comunità locali, che con una prospettiva internazionale. L’arricchimento dell’offerta culturale del territorio sarà sostenuto anche mediante la **realizzazione di grandi eventi che facciano conoscere le meraviglie della Lombardia**.

CINEMA DI COMUNITA’

- (...) Verrà sostenuta la produzione e la diffusione dello spettacolo su tutto il territorio regionale **valorizzando le sale di spettacolo e i luoghi non convenzionali anche al fine di creare momenti di aggregazione sociale e di identità locale**.

ATTIVITA’ CULTURALI ED ESPOSITIVE (...)

- (...) Sostegno alla promozione di **celebrazioni storiche a carattere regionale** e nazionale e di eventi commemorativi legati a periodi storici e valorizzazione delle personalità della storia e della cultura

lombarda **anche attraverso iniziative editoriali dedicate oltre a dei percorsi di idee, mirati a coinvolgere anche studenti e giovani artisti.**

- (...) Sostegno degli interventi privilegiando il **modello a rete per favorire scambi sinergici e interdisciplinari** anche a livello internazionale
- (...) Realizzazione di iniziative per promuovere l'accessibilità e la fruizione dello spettacolo da parte delle persone con disabilità sensoriali e in situazione di fragilità

2. CRITERI DI VALUTAZIONE DEL BANDO REGIONALE PIC2019

Dal bando PIC 2019 si enucleano i criteri di valutazione inerenti la progettazione delle azioni finanziabili che saranno candidate dagli ambiti territoriali:

1. (...) **intensità del livello di integrazione tra gli ambiti**
5. Capacità del PIC di **attrarre investimenti da parte di sponsor**
6. Capacità degli obiettivi del piano di **generare sviluppo economico sui territori coinvolti**
7. Congruità del piano di spesa e **affidabilità del cofinanziamento**

Premialità:

1. progetti che prevedano interventi finalizzati alla **prevenzione dai rischi sismici** (con riferimento ai beni in aree classificate a rischio sismico – livelli 2 e 3, così come individuate dalla classificazione regionale vigente): fino a 2 punti;
2. progetti che prevedano interventi finalizzati alla **prevenzione dai rischi alluvionali** (con riferimento ai beni in aree potenzialmente interessate da alluvioni frequenti o poco frequenti, così come individuate negli strumenti di pianificazione di bacino, PAI e PGRA, o locali): fino a 2 punti;
3. progetti che prevedano interventi di **recupero, riqualificazione e valorizzazione di edifici dismessi, inutilizzati o sottoutilizzati, finalizzati allo sviluppo di iniziative culturali** (solo se in aree non classificate a rischio naturale): fino a 2 punti.

3. INDICATORI PER VALUTARE L'INNOVAZIONE DELL'INIZIATIVA TERRITORIALE

Da quanto enucleato nei paragrafi 1 e 2 si sintetizzano i criteri che saranno inseriti nella scheda di valutazione dei progetti degli ambiti territoriali che si candideranno per il co-finanziamento del bando regionale. Si favorisce l'innovazione di un evento culturale già consolidato o l'implementazione della gestione e della valorizzazione materiale di un bene culturale già esistente:

INNOVAZIONE PER LA FRUIZIONE DELL'EVENTO O BENE CULTURALE
Utilizzo di strumenti di comunicazione digitale, piattaforme e dispositivi tecnologici
Potenziamento dell'attrattività turistica
Adesione o ulteriore promozione dell'Abbonamento Musei Lombardia
Fruizione per le fasce più fragili, dei cittadini lombardi con disabilità e culturalmente più svantaggiati
Facilitazione per la raggiungibilità attraverso l'uso del TPL e accordi con le agenzie di trasporto locale
PREMIALITA' PER INTERVENTI MATERIALI A TUTELA E VALORIZZAZIONE DI BENI CULTURALI
Prevenzione dai rischi sismici
Prevenzione dai rischi alluvionali
Recupero, riqualificazione e valorizzazione di edifici dismessi, inutilizzati o sottoutilizzati, finalizzati allo sviluppo di iniziative culturali
Riconoscimento, catalogazione e monitoraggio del bene (Codice beni culturali)
INNOVAZIONE DEGLI EVENTI E DEGLI INTERVENTI DI VALORIZZAZIONE DEI BENI
Realizzazione di grandi eventi che facciano conoscere le meraviglie della Lombardia
Valorizzazione delle sale di spettacolo e i luoghi non convenzionali anche al fine di creare momenti di aggregazione sociale e di identità locale
Sostegno a celebrazioni storiche a carattere regionale anche attraverso iniziative editoriali dedicate oltre a dei percorsi di idee, mirati a coinvolgere anche studenti e giovani artisti
INNOVAZIONE DEL MODELLO DI GESTIONE E ORGANIZZAZIONE
Modello a rete per favorire scambi sinergici e interdisciplinari

Intensità del livello di integrazione tra gli ambiti
QUALITÀ DEL BUDGET DELL'AZIONE PROGETTUALE
Capacità di attrarre investimenti da parte di sponsor
Capacità di generare sviluppo economico sui territori coinvolti
Affidabilità del cofinanziamento (citare le fonti e produrre garanzie per certificare le entrate)

4. INDICATORI DI RISULTATO

Tra i criteri che giudicheranno la qualità progettuale viene esplicitata la necessità di definire degli indicatori di risultato nella compilazione del progetto. Ciò vale anche per le azioni territoriali candidabili al finanziamento. Di seguito gli indicatori contenuti nel piano regionale di sviluppo:

Indicatori PRS – d.c.r. 10 luglio 2018	Trend
Fruizione di istituti e luoghi della cultura (base calcolo statistiche 2017)	Aumento
Catalogazione, digitalizzazione e divulgazione del patrimonio culturale lombardo (base di calcolo: consistenza cataloghi/BD 2017)	Aumento
Spesa per consumi delle famiglie per ricreazione e cultura sul totale della spesa per consumi delle famiglie (percentuale calcolata su valori concatenati con anno di riferimento 2010)	Aumento
Vendite e utilizzo Abbonamento musei Lombardia Milano (base calcolo dati vendita/utilizzo 2017)	Aumento
Numero di spettacoli e ingressi SIAE	Aumento
Sostegno a eventi culturali con pubblico superiore a 5000 unità	Aumento

Da tali indicatori si individuano quelli che saranno contenuti nelle azioni progettuali territoriali del PIC:

INDICATORI DI EFFICACIA DELL'AZIONE	
Fruizione visitatori (se musei o mostre)	Aumento
Fruizione pubblico (se eventi gratuiti)	Aumento
Vendita biglietti e abbonamenti SIAE (se eventi a pagamento)	Aumento
Numero spettacoli ed eventi culturali (rispetto alle edizioni precedenti)	Aumento
Soggetti coinvolti nella produzione e organizzazione dell'evento	Aumento
Numero delle discipline artistiche che compongono l'iniziativa	Aumento
Nuovi target a cui viene proposta l'iniziativa	Aumento
Numero dei contatti digitali e modello di gestione del CRM	Aumento
Addetti per valorizzare e promuovere l'azione o il bene in ottica di sostenibilità gestionale	Aumento
Nuove sponsorizzazioni	Aumento
Biglietti delle rete di TPL venduti	Aumento

SINTESI E PROPOSTA DI INSERIMENTO NELLA SCHEDA DI PROGETTAZIONE DELLE AZIONI TERRITORIALI

CRITERI PER VALUTARE L'INNOVAZIONE DELL'AZIONE TERRITORIALE
INNOVAZIONE PER LA FRUIZIONE DELL'EVENTO O BENE CULTURALE
Utilizzo di strumenti di comunicazione digitale, piattaforme e dispositivi tecnologici
Potenziamento dell'attrattività turistica
Adesione o ulteriore promozione dell'Abbonamento Musei Lombardia
Fruizione per le fasce più fragili, dei cittadini lombardi con disabilità e culturalmente più svantaggiati
Facilitazione per la raggiungibilità attraverso l'uso del TPL e accordi con le agenzie di trasporto locale
PREMIALITÀ PER INTERVENTI MATERIALI A TUTELA E VALORIZZAZIONE DI BENI CULTURALI
Prevenzione dai rischi sismici

Prevenzione dai rischi alluvionali
Recupero, riqualificazione e valorizzazione di edifici dismessi, inutilizzati o sottoutilizzati, finalizzati allo sviluppo di iniziative culturali
Riconoscimento, catalogazione e monitoraggio del bene (Codice beni culturali)
INNOVAZIONE PER LA TIPOLOGIA DEGLI EVENTI E DEGLI INTERVENTI DI VALORIZZAZIONE DEI BENI
Realizzazione di grandi eventi che facciano conoscere le meraviglie della Lombardia
Valorizzazione delle sale di spettacolo e i luoghi non convenzionali anche al fine di creare momenti di aggregazione sociale e di identità locale
Sostegno a celebrazioni storiche a carattere regionale anche attraverso iniziative editoriali dedicate oltre a dei percorsi di idee, mirati a coinvolgere anche studenti e giovani artisti
INNOVAZIONE DEL MODELLO DI GESTIONE E ORGANIZZAZIONE
Modello a rete per favorire scambi sinergici e interdisciplinari
Intensità del livello di integrazione tra gli ambiti
QUALITÀ DEL BUDGET DELL'AZIONE PROGETTUALE
Capacità di attrarre investimenti da parte di sponsor
Capacità di generare sviluppo economico sui territori coinvolti
Affidabilità del cofinanziamento (citare le fonti e produrre garanzie per certificare le entrate)

INDICATORI DI EFFICACIA DELL'AZIONE DA PREVEDERE NELLA PROGETTAZIONE	
Fruizione visitatori (se musei o mostre)	Aumento
Fruizione pubblico (se eventi gratuiti)	Aumento
Vendita biglietti e abbonamenti SIAE (se eventi a pagamento)	Aumento
Numero spettacoli ed eventi culturali (rispetto alle edizioni precedenti)	Aumento
Soggetti coinvolti nella produzione e organizzazione dell'evento	Aumento
Numero delle discipline artistiche che compongono l'iniziativa	Aumento
Nuovi target a cui viene proposta l'iniziativa	Aumento
Numero dei contatti digitali e modello di gestione del CRM	Aumento
Addetti per valorizzare e promuovere l'azione o il bene in ottica di sostenibilità gestionale	Aumento
Nuove sponsorizzazioni	Aumento
Biglietti delle rete di TPL venduti	Aumento

SCHEMA DINAMICA DELL'ATTRATTORE CULTURALE

1		REFERENTE OPERATIVO (indicare mail e mobile)	DATA COMPILAZIONE		
DENOMINAZIONE E LOCALIZZAZIONE COMUNE					
2	BENI MATERIALI	DENOMINAZIONE	3	BENI IMMATERIALI	DENOMINAZIONE
2a	MUSEO E/O RACCOLTA		3a	FESTIVAL TEMATICO	
2b	BIBLIOTECA		3b	ITINERARIO TEMATICO	
2c	BENE PAESAGGISTICO		3c	GRANDE EVENTO	
2d	BORGO		3d	EVENTO DI FOLKLORE E CULTURA LOCALE	
2e	BENE MONUMENTALE		3e	PREMIO O RASSEGNA LETTERARIA	
2f	CENTRO DI RICERCA E DOCUMENTAZIONE		3f	ALTRO	
2g	DIMORA E/O GIARDINO STORICO				
2h	SITO ARCHEOLOGICO				
2i	SALA PER PUBBLICO SPETTACOLO				
4	PROFILO BENE		DESCRIZIONE		
4a	UBICAZIONE- <i>Indirizzo, descrizione del territorio nel quale è insediato</i>				
4b	DESCRIZIONE - <i>Tipologia collezione, mission, vision, finalità e obiettivi, storia</i>				
4c	CANALI DI COMUNICAZIONE - <i>Web, strumenti cartacei, pubblicizzazioni</i>				
4d	ATTIVITA' DI CRM - <i>Descrivere strumenti per la gestione di mailing list e/o contatti di altra natura</i>				
5	MODELLO GESTIONALE		DESCRIZIONE		
5a	PERSONALITÀ GIURIDICA GESTORE - <i>Pubblica, privata o mista</i>				
5b	GOVERNANCE - <i>Organi di governo del bene</i>				
5c	FONTI DI FINANZIAMENTO - <i>Tipologia delle entrate primarie e secondarie</i>				
5d	STRUTTURA ORGANIZZATIVA- <i>Soci, personale dipendente, volontari ecc.</i>				
5e	NATURA DELLE ATTIVITA' - <i>Gratuite o a pagamento, miste</i>				
5f	SINERGIE - <i>Collaborazioni con soggetti del territorio</i>				
5g	SPONSOR - <i>Soggetti esterni che supportano la valorizzazione del bene</i>				
5h	SOSTENIBILITÀ DI GESTIONE - <i>Descrivere i dati di bilancio del 2018 e criticità di gestione</i>				
5i	POTENZIALE INESPRESSO - <i>Descrivere quali strategie allo studio per migliorare l'attrattività del bene</i>				
6	FRUIBILITÀ DEL BENE		DESCRIZIONE		
6a	PERIODO DI APERTURA - <i>Stagionale, annuale, saltuaria...</i>				
6b	GIORNI DI APERTURA - <i>indicare i giorni totali su anno solare</i>				
6c	PREZZO D'INGRESSO - <i>costo dei biglietti/eventuali convenzioni/incasso medio annuo</i>				
6d	NUMERO VISITATORI - <i>Descrivere il trend del triennio 2016-18</i>				
6e	TARGET FRUITORI DEL BENE - <i>%: bimbi (fino a 12 anni), adolescenti (fino a 18 anni), giovani (fino a 35 anni), adulti (fino a 65 anni), anziani (copra i 65 anni)</i>				
6f	PROVENIENZA VISITATORI - <i>Indicare origine-destinazione</i>				
6g	EVENTI PROPOSTI - <i>Numero mostre/eventi temporanei (media annuale)</i>				
6h	GRADO DI RAGGIUNGIBILITÀ - <i>Facilità collegamenti viari (indicare linee di TPL e scorrevolezza strade)</i>				
6i	GRADO DI NOTORIETÀ - <i>Descrivere esito indagini di customer se esistenti e se previste come nuove azioni</i>				

CRITERI PER VALUTARE L'INNOVAZIONE DELL'AZIONE TERRITORIALE	
TITOLO DEL PROGETTO	
ANALISI DEL CONTESTO E OBIETTIVI CHE SI VOGLIONO RAGGIUNGERE (max 1.000 battute)	
DESCRIZIONE DEL PROGETTO (max. 3.000 battute)	
INNOVAZIONE PER LA FRUIZIONE DELL'EVENTO O BENE CULTURALE (se presente descrivere nell'apposita voce)	
Utilizzo di nuovi strumenti di comunicazione digitale, piattaforme e dispositivi tecnologici	
Potenziamento dell'attrattività turistica (indicare le azioni specifiche)	
Adesione o ulteriore promozione dell'Abbonamento Musei Lombardia	
Fruizione per le fasce più fragili, dei cittadini lombardi con disabilità e culturalmente più svantaggiati	
Facilitazione per la raggiungibilità attraverso l'uso del TPL e accordi con le agenzie di trasporto locale	
PREMIALITA' PER INTERVENTI MATERIALI A TUTELA E VALORIZZAZIONE DI BENI CULTURALI	
Prevenzione dai rischi sismici	
Prevenzione dai rischi alluvionali	
Recupero, riqualificazione e valorizzazione di edifici dismessi, inutilizzati o sottoutilizzati, finalizzati allo sviluppo di iniziative culturali	
Riconoscimento, catalogazione e monitoraggio del bene (Codice beni culturali)	
INNOVAZIONE PER LA TIPOLOGIA DEGLI EVENTI E DEGLI INTERVENTI DI VALORIZZAZIONE DEI BENI	
Realizzazione di grandi eventi che facciano conoscere le meraviglie della Lombardia	
Valorizzazione delle sale di spettacolo e i luoghi non convenzionali anche al fine di creare momenti di aggregazione sociale e di identità locale	
Sostegno a celebrazioni storiche a carattere regionale anche attraverso iniziative editoriali dedicate oltre a dei percorsi di idee, mirati a coinvolgere anche studenti e giovani artisti	
INNOVAZIONE DEL MODELLO DI GESTIONE E ORGANIZZAZIONE	
Modello a rete per favorire scambi sinergici e interdisciplinari	
Intensità del livello di integrazione tra gli ambiti	
QUALITÀ DEL BUDGET DELL'AZIONE PROGETTUALE	
Capacità di attrarre investimenti da parte di sponsor	
Capacità di generare sviluppo economico sui territori coinvolti	
Affidabilità del cofinanziamento (citare le fonti e produrre garanzie per certificare le entrate)	
INDICATORI DI EFFICACIA DELL'AZIONE DA PREVEDERE NELLA PROGETTAZIONE	
Fruizione visitatori (se musei o mostre)	Indicare la % di aumento sul valore assoluto iniziale
Fruizione pubblico (se eventi gratuiti)	Indicare pubblico atteso
Vendita biglietti e abbonamenti SIAE (se eventi a pagamento)	Indicare volume vendita biglietti atteso
Numero spettacoli ed eventi culturali (rispetto alle edizioni precedenti)	Indicare numero di eventi in più rispetto al format già sperimentato
Soggetti coinvolti nella produzione e organizzazione dell'evento	Indicare numero di addetti impiegati per la realizzazione del progetto e se in aggiunta a quelli già in forza
Numero delle discipline artistiche che compongono l'iniziativa	Indicare le nuove discipline artistiche utilizzate per realizzare il progetto
Nuovi target a cui viene proposta l'iniziativa	Indicare i nuovi target da coinvolgere nel progetto
Numero dei contatti digitali e modello di gestione del CRM	Indicare la % di aumento sul valore assoluto iniziale
Addetti per valorizzare e promuovere l'azione o il bene in ottica di sostenibilità gestionale	Indicare il numero di collaborazioni esterne impiegate per la realizzazione del progetto e la tipologia di ingaggio
Nuove sponsorizzazioni	Indicare sponsor e relativo volume finanziario
Biglietti delle rete di TPL venduti	Indicare azioni sinergiche per il trasporto del pubblico e una stima di biglietti che saranno venduti dal TPL