

«Economia sociale e fruizione del territorio»

PROGETTARE LA CULTURA

Dott.ssa Maria Rita Mallamaci

Sociologa

vice presidente nazionale ASI - Associazione Sociologi Italiani

Lo spettacolo e la sua connotazione aziendale

Il teatro: «Istituto sociale operante in campo economico»

- 1) Utilizza in modo coordinato risorse personali e materiali
- 2) Carattere prettamente socio-culturale
- 3) Azienda teatrale: «sistema unitario e organizzato di persone e di beni che sviluppa, in modo autonomo e durevole, un complesso variegato e mutevole di operazioni orientate al raggiungimento dei fini dell'istituto»

Principali finalità

- Tutela e conservazione del patrimonio artistico
- Erogazione di produzioni artistiche che consentano di soddisfare la domanda di tramandarne la tradizione
- Sviluppo della sensibilità artistica della collettività, inteso come accrescimento culturale e morale della comunità

Il teatro non è primariamente orientato al profitto

Però:

è un'azienda composta che si occupa sia di **dinamiche di erogazione di tipo sociale** che di **produzione di processi economici**

La produzione di uno spettacolo teatrale, soprattutto se di prestigio e ben riuscita, comporta una **vendita di biglietti e una formazione di ricavi**

Qualità del prodotto



Introiti economici



Crescita culturale e sociale per la collettività

Caratteri tipici dell'azienda teatrale

1) **Artistico e sociale**

(crescita ed esperienza culturale della collettività)

2) **Economico**

(equilibrio economico stabile: ricavi e contributi = costi esercizi artistici)

3) **Competitivo**

(conoscere il grado di impatto su **fruitori** e **finanziatori** per mantenere la fiducia conquistata e le relazioni intessute con entrambi)

Altri generi di spettacolo dal vivo

- Concerto
- Opera lirica
- Prosa
- danza

La produzione dello spettacolo dal vivo: progettazione, figure e materiali

Gestione a progetto

«Gestione sistemica di una attività complessa ed unica, con un inizio e una fine predeterminate, che viene svolta con risorse organizzate, mediante un processo continuo di pianificazione e controllo, per raggiungere degli obiettivi predefiniti, rispettando vincoli interdipendenti di costo, tempo e qualità»

Analogie e distinzioni dei fattori che caratterizzano sia un progetto tecnologico che un progetto culturale

- **Impresa complessa**
- **Unicità**
- **Irripetibilità**
- **Natura (contenuto specificato)**
- **Orientamento**
- **Vincoli di tempo**

- **Vincoli di costo**
- **Vincoli di qualità**
- **Risorse organizzate**
- **Modo di procedere**
- **Competenze**
- **Elementi caratterizzanti**

Project Management

Metodologia e Modello organizzativo

Utilizzato soprattutto per progetti di tecnologia innovativa, ricerca scientifica, grandi infrastrutture, formazione e didattica.

Per applicarlo ai progetti culturali occorre aggiungere la parte legata all'idea artistica, alla creatività ed ai rischi e le incertezze derivanti dai feedback dei fruitori

Qualità culturale



**Qualità artistica + Qualità organizzativa + Qualità della
comunicazione**



Qualità del Progetto

Le proposte fatte in ambito culturale possono essere considerate **dinamiche** poiché poste a **continua revisione** ed intersecazioni con altri ambiti e realtà in grado di arricchirle ed ampliarle in materia di contenuti per garantirne l'**originalità** (grado di implementazione innovativa richiesta in qualsiasi ri-progettazione)

Inoltre, vantano **obiettivi ambiziosi**, finalità molteplici e articolate che esitano nella **crescita culturale della collettività**

Le proposte fatte in ambito culturale sono anche **intangibili** poiché frutto di **creatività, storia, letteratura e fantasia**.

La loro validità è testata dalla **capacità di incidere sul territorio**, poiché si prestano a dinamiche di **interlocuzione e condivisione** (collettività).

E favoriscono, all'interno del **team organizzativo**, processi di creazione intellettuale ed artistica che richiedono un altissimo gradi di professionalità, competenze e specializzazioni differenti.

Obiettivi dei Progetti culturali

- Artistici
- Culturali e/o di politica culturale
- Sociali e/o di politica sociale
- Ricreativi, di intrattenimento
- Celebrativi
- Organizzativi
- Educativi e/o formativi

Obiettivi dei Progetti culturali

- Economico-finanziari, di fundraising
- Promozionali e di comunicazione
- Di marketing
- Connessi ad altre politiche/attività pubbliche e/o legate al territorio

Ciascun **Obiettivo** perseguito nella **Creazione di un Progetto** dovrebbe poter essere, nella dottrina del **Management** sulle produzioni culturali.....

S.M.A.R.T.

- **Specific (Specifico)**
- **Measurable (Misurabile)**
- **Achievable (Raggiungibile)**
- **Realistic (Realistico)**
- **Timetable (Pianificato nei tempi)**

I progetti culturali nascono in ambienti operativi particolarmente soggetti e vincolati sul piano delle normative amministrative e dei vari processi autorizzanti (sicurezza e concessioni)

La variabilità dei costi può alterare le previsioni economiche

I contributi di provenienza pubblico-istituzionale vengono erogati in tempi lunghi (sofferenza di liquidità finanziaria)

Occorre grande **equilibrio** e controllare che ogni ambito sia **sviluppato** e **monitorato** costantemente.....per non avere sorprese

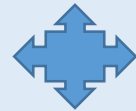
Le fasi della progettazione culturale



Ideazione



Attivazione



Pianificazione



Attuazione



Completamento



Valutazione

Ideazione

«Obiettivo di questa fase è sviluppare l'idea artistica o l'ipotesi culturale che stanno alla base della volontà di uno o più artisti o operatori o di una organizzazione culturale, di realizzare un progetto, esplorandone le potenzialità in termini generali»

Linee principali, contenuti e caratteristiche artistiche e di spettacolo

Attivazione (e Verifica fattibilità)

« Obiettivo di questa fase è di verificare la fattibilità dell'idea progetto e trasformarla in un progetto strutturato, formalizzandone il percorso di sviluppo in un documento che contiene una chiara indicazione dei costi, dei tempi e delle risorse occorrenti per realizzarlo»

Fattibilità e organizzazione del tutto

Pianificazione

«Questa fase è il processo mediante il quale vengono individuate tutte le attività, definiti i legami che le interconnettono, la durata, i costi e i tempi, attribuite le risorse occorrenti. E' un investimento di tempo che fa risparmiare tempo ed energie nel futuro, in particolare nei momenti più intensi e stressanti di attuazione del progetto»

Effettiva realizzazione dell'evento, passaggi da eseguire, risorse necessarie, ambito economico-finanziario e calendario delle attività

Attuazione

«In questa fase dell'arco di vita di un progetto viene attuato quanto previsto nella fase precedente secondo le indicazioni contenute nel Documento di piano»

Si realizza materialmente l'evento e si vedono i risultati della programmazione

Completamento e Valutazione

«La verifica del completamento effettivo di tutte le operazioni va accompagnata da una puntuale attività di valutazione, che ha i seguenti scopi:

- **Misurare** il grado di raggiungimento degli obiettivi del progetto sulla base dei criteri di valutazione definiti nella fase di avviamento e pianificazione;
- **Valutare** i prodotti ed i risultati rispetto a quelli attesi;
- **Apprendere** dall'esperienza, individuando ciò che non ha funzionato e si sarebbe potuto fare altrimenti.»

La fase del **completamento** è autonoma ma strettamente collegata all'ultima fase del ciclo: si effettuano le attività amministrative connesse ai finanziamenti che hanno reso possibile la realizzazione del progetto.

La fase di **valutazione** prevede una attenta analisi postuma del lavoro svolto e la verifica dei risultati ottenuti, per verificare l'avvenuto o il non avvenuto raggiungimento degli obiettivi previsti e stabiliti nella fase di **attivazione** e **pianificazione**.

Sorpresa!!

E se volessimo fare una settima fase?????

Proviamo...

Riprogettazione

A progetto concluso, è possibile sedimentare l'esperienza svolta sia in termini di scelte artistiche e progettuali, sia per quanto riguarda le relazioni create all'interno del team di lavoro e nell'organizzazione generale; per l'ideazione di un eventuale nuovo progetto o per apportare miglioramenti e/o cambiamenti nei futuri lavori

RI-PROGETTAZIONE

- «- **Sedimentazione** dell'esperienza
- **Implementazione** delle relazioni
- **Memoria**
- **Sviluppo** eventuale dell'idea-progetto»

Alcuni passaggi importanti

- Individuare i fabbisogni dei destinatari e dei soggetti interessati
- Sviluppare intuizioni ed elementi chiave
- Focalizzare gli obiettivi del progetto (culturali, economici, lavorativi, ecc.)
- Prevedere i risultati attesi (prodotti, servizi e benefici)
- Mantenere la coerenza complessiva del progetto
- Valutare la rispondenza dell'idea alle aspettative
- Discutere l'idea con soggetti interni
- Avere l'approvazione di tutti i componenti del team di produzione

Contesto del progetto (già nella fase dell'Ideazione)

Ambito socio-economico-demografico

- Tessuto sociale
- Conflitti e disagi
- Livelli di istruzione
- Situazione economica
- Realtà produttive ed imprese esistenti
- Eventi della vita civile ricorrenti, ecc.

Ambito organizzativo

- Spazi e location (adatti, non adatti)
- Infrastrutture
- Vie di comunicazione
- Logistica
- Strutture ricettive
- Servizi
- Fornitori potenziali

Ambito politico-istituzionale

- Forze in campo
- Normative in vigore
- Assetti istituzionali
- Orientamenti
- Atteggiamenti

Ambito artistico-culturale

- Soggetti e iniziative prevalenti e predominanti
- Consumi e comportamenti rilevanti
- tradizioni
- Usi e costumi
- Abitudini e atteggiamenti

SWOT Analysis (già nella fase dell'Attivazione)

- Strengths (punti di forza)
- Weaknesses (punti di debolezza)
- Opportunities (opportunità)
- Threats (minacce)

Attività da predisporre (già nella fase della Pianificazione)

- *Gestione delle informazioni*
- *Programmazione*
- *Individuazione e scomposizione attività operative*
- *Calendarizzazione attività*
- *Individuazione e attribuzione risorse*

Segue....

- Organizzazione del lavoro
- Piano economico-finanziario e fundraising
- Piano di comunicazione e marketing
- Pianificazione operazioni di controllo e strumenti di verifica
- Valutazione dei rischi e piano della contingenza (in caso di emergenze o imprevisti)

Attività da predisporre (già nella fase della **Attuazione**)

- Gestione artistica
- Gestione organizzativa e risorse umane
- Gestione economico-finanziaria
- Gestione delle relazioni
- Gestione della contrattualistica
- Gestione amministrativa e fiscale
- Gestione aspetti logistici
- Gestione aspetti tecnici
- Gestione comunicazione e marketing

Valutazione (dell'Evento)

- Obiettivi raggiunti rispetto a quelli dichiarati
- Risultati prodotti rispetto a quelli attesi
- Vantaggi ottenuti rispetto a quelli preventivati
- Problematiche create prima o durante l'evento
- Entità del ritorno d'immagine
- Visibilità e accreditamento dell'organizzazione produttrice
- Valore prodotto dallo spettacolo nel suo insieme
- Potenzialità sviluppate da usare in prospettiva futura

Valutazione (del Team di progetto)

- Metodi utilizzati
- Rispetto delle nozioni di efficienza ed efficacia
- Attenzione al budget ed a piano finanziario
- Diligenza in termini di tempistica
- Qualità organizzativa e lavoro più o meno attivo
- Cooperatività all'interno del team di progetto

Economia sociale e fruizione del territorio - Progettare la cultura



Economia sociale e fruizione del territorio - Progettare la cultura



Economia sociale e fruizione del territorio - Progettare la cultura



Economia sociale e fruizione del territorio - Progettare la cultura



Economia sociale e fruizione del territorio - Progettare la cultura



Economia sociale e fruizione del territorio - Progettare la cultura

Dott.ssa Maria Rita Mallamaci

Sociologa

vice presidente nazionale ASI - Associazione Sociologi Italiani