

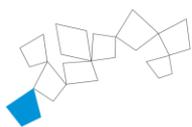
T O O L S
F O R
C U L T U R E



STRATEGIC ARTS MANAGEMENT MASTER CLASS

Progettare la cultura: strategie, strumenti, mappe urbane
Roma, 27 e 28 marzo 2015

un progetto di



T O O L S
F O R
C U L T U R E

partner

Monti&Taft
cultura contemporanea e sviluppo

Romaeuropa
fondazione

mediapartner



**OPEN
HOUSE
ROMA**



T O O L S
F O R
C U L T U R E

sede legale via Lungotevere Flaminio 76 - 00198 Roma

sede operativa via Francesco Rizzoli 4 - 40125 Bologna

telefono 051 225565 facsimile 051 229656

posta elettronica tools@monti-taft.org

web <http://toolsforculture.tumblr.com>

<http://www.monti-taft.org>

indice

scenario: creatività e cultura, nuovi orizzonti	3
target: a chi si rivolge	4
obiettivo: strategie e strumenti	4
format: knowledge and experience sharing	5
metodo e risultati: il valore del talento	5
programma.....	6
tools for culture.....	7
informazioni	8



Strategic Arts Management

master class

scenario: creatività e cultura, nuovi orizzonti

Il valore e il ruolo delle **industrie culturali e creative** sta cambiando radicalmente. Da fenomeno riservato a iniziati e addetti ai lavori diventano ogni giorno di più uno snodo di crescita per l'economia e per la qualità della vita, stimolando l'emersione di intuizioni progettuali, di capacità imprenditoriali, di processi condivisi fino a poco tempo fa del tutto inaspettati.

Ne nasce un esteso e variegato reticolo di mercati, tuttora in fase di sviluppo ma già alle soglie di una intensa maturità: l'aumento degli agenti, l'incremento degli scambi e del giro d'affari, la vantaggiosa dinamica dei prezzi ne sono un chiaro sintomo. E' dunque tempo di analizzare **criticamente i profili cruciali dei fattori di successo e degli indirizzi possibili**.

Si tratta di un sistema che declina cultura e creatività in modo ben più fertile e versatile della consolidata visione convenzionale che limitava il valore della cultura al riconoscimento di uno status stabile; la rappresentazione di un sé mobile, liquido e sperimentale passa, nei prossimi anni, attraverso **nuove narrazioni** e approda sulla percezione di un **impatto complesso e qualitativo**.

Strategic Arts Management master class, che si terrà il **27 e 28 marzo** presso gli spazi di **Opificio Romaeuropa**, vuole investigare su queste tematiche delicate e importanti, attivando un confronto critico che intende fertilizzare l'esperienza di professionisti eclettici da una parte, e la visione di **professionisti emergenti** dall'altra, con una sorta di ibridazione generazionale capace di trasformare il conflitto in sinergia.

L'orientamento della master class è di esplorare i mercati dell'arte, i fermenti contemporanei e le nuove urgenze del disegno urbano come cornice strategica di un approccio inedito che sembra condurre a una più densa **mappa dell'arte e dello spettacolo nella griglia metropolitana**. Sarà un percorso fondato anche sul confronto e lo scambio orizzontale tra i partecipanti e i loro progetti.

Il dialogo critico e le analisi condivise che costituiscono la spina dorsale della master class attraverseranno tutte le fasi della **catena del valore**, dalla creazione artistica all'impatto sull'economia e sulla crescita, passando per i profili strategici e tecnici dell'organizzazione, della gestione, della struttura giuridica, del fundraising, del marketing e della comunicazione

Il format sperimentale della master class supera i protocolli convenzionali e adotta una dinamica interattiva, **basata sull'ascolto reciproco e sull'ibridazione delle esperienze**, in modo da poter esaminare in profondità intuizioni e progetti, esplorare criticamente il quadro strategico di riferimento, disegnare insieme credibili orizzonti per il sistema culturale e creativo.



target: a chi si rivolge

Giunta ormai alla sua settima edizione, SAM Master Class ha **sperimentato e realizzato un approccio innovativo e incisivo**, superando i protocolli della formazione accademica e combinando visione, strategia, strumenti e azioni secondo i principi dell'action learning, basato sulla condivisione e sull'esame critico di casi specifici.

SAM Master Class **rappresenta uno snodo di networking** e formazione adatto particolarmente ai professionisti delle imprese e delle organizzazioni culturali e creative. L'edizione romana, nata dall'ascolto delle aspettative e dalle problematiche del territorio, si rivolge a professionisti, imprenditori, organizzazioni e istituzioni attive nel sistema della cultura e dell'arte a diversi livelli.

SAM Master class è rivolta a:

- imprese del settore delle ICC (patrimonio culturale, spettacolo del vivo, industria dell'audiovisivo e arti contemporanee);
- associazioni culturali che intendono implementare le proprie attività e acquisire strumenti di valutazione e comunicazione;
- laureati e specializzati inclini a confrontarsi con associazioni, imprese e progetti in itinere;
- professionisti del settore culturale e creativo;

obiettivo: strategie e strumenti

La master class **costruisce l'approccio strategico e gli strumenti operativi** necessari alla valutazione e comunicazione di progetti e prodotti culturali e performativi, combinando intuizioni creative (*soft skills*) e competenze pratiche (*hard skills*) in una cornice imprenditoriale verso un orizzonte di medio-lungo periodo.

- Perché la dimensione territoriale e il legame con il disegno urbano sono fondamentali per le industrie culturali e creative?
- Come riuscire a raccontare in modo efficace i propri progetti e la cascata dei benefici che sono capaci di generare sia in termini culturali che in termini di impatto economico?
- Come riuscire a comprendere le dinamiche attraverso le quali raggiungere e catturare l'attenzione degli stakeholder?
- Perché è fondamentale il coinvolgimento attivo della comunità residente e dei visitatori in termini economici, di comunicazione e di partecipazione? come si costruisce una strategia di audience engagement?
- Perché e come si misura la cultura nelle nuove dinamiche della rivalutazione del tessuto urbano? Quali sono gli indicatori veramente significativi da considerare e grazie ai quali acquisire un ruolo cruciale presso PA e stakeholder privati?

Due giornate interattive permetteranno un confronto tecnico sulla complessità del sistema delle ICC, fornendo risposte e approcci alle esigenze emergenti di questo mercato alle soglie della maturità. Idee, progetti innovativi, case histories e buone pratiche saranno analizzati adottando **una prospettiva molteplice e non convenzionale**.



format: knowledge and experience sharing

In un'economia basata sempre più sul valore della conoscenza, gli **intangibile asset** (*relazioni di business, competenze umane, metodologie operative, relazioni sociali e identità*) rappresentano il massimo valore e il principale vettore di crescita, sviluppo e innovazione delle organizzazioni e delle comunità territoriali.

Strategic Arts Management adotta un format **non convenzionale: uno spazio di knowledge and experience sharing** finalizzato alla costruzione di un innovativo stile di management aperto, creativo e orientato alla condivisione e alla crescita del capitale intellettuale, incanalando visioni ed esperienze verso la **progettazione multidimensionale**.

Prima dell'inizio della master class ciascun partecipante potrà inviare una scheda sintetica con la descrizione di **idee, progetti ed esperienze** da sottoporre all'analisi degli esperti e alla discussione critica dell'intero gruppo, coprendo in questo modo un ventaglio esteso di aree e competenze attraverso un **laboratorio di simulazione e sperimentazione**.

Gli approcci, le strategie e gli strumenti che emergeranno contribuiranno alla **crescita culturale e professionale** dei partecipanti, orientando strategie e azioni verso **obiettivi concreti e dinamici** da un lato, mentre, dall'altro, consolidando la capacità di affrontare un sistema in profonda trasformazione.

metodo e risultati: il valore del talento

Il metodo di scambio e apprendimento, ormai consolidato, su cui si basa Strategic Arts Management è l'**action learning**, proficuo strumento in grado di facilitare e ottimizzare il confronto di esperienze reali e la costruzione di efficaci scenari attraverso la condivisione e l'azione generate nel corso dell'incontro. Il gruppo lavora su **case studies** segnalati ai partecipanti per stimolare il confronto durante l'analisi dell'esperienza. Così facendo si stimola la **capacità di pensiero creativo e di problem solving** e si spingono i partecipanti a prendere coscienza sia del proprio livello di competenza sia delle informazioni realmente disponibili. Un metodo efficace per favorire in modo sinergico la nascita e lo sviluppo di nuove idee.

Ciascuno degli esperti è un **action learning coach**, facilitatore dei processi che aiutano i singoli partecipanti e il gruppo a mettere a fuoco i punti chiave dell'apprendimento, ottimizzando il funzionamento del team. In questo modo Strategic Arts Management attrae, mette in connessione e valorizza idee e talenti, trasforma l'informazione tecnica in **conoscenza strategicamente orientata**. L'intelligenza collettiva trasforma le competenze e le capacità in valori tangibili e concreti. Nel corso della sessione conclusiva potranno emergere approcci e risposte ai bisogni dei mercati attraverso un laboratorio che mette a confronto imprese, artigiani e designer per mettere a fuoco strumenti e orientamenti specifici.



programma

Venerdì 27 marzo 2015

- 9.30 | 11.30 **Spazi urbani per mercati emergenti: cultura e territorio**
Michele **Trimarchi**, con *Claudia Cottrer*
- 11.30 | 13.30 **Sharing economy e crowdfunding: nuovi canali per nuove risorse**
Pierluigi **Toni**
- 13.30 | 14.30 *Networking lunch*
- 14.30 | 18.00 **SAM lab**, a cura di Linda **Di Pietro** e Massimo **Mancini**, con *Michele Trimarchi*
- 14.30 | 16.00 *Costruire indicatori per valutare i progetti culturali*
- 16.00 | 16.45 *Case history: CAOS-Centro Arti Opificio Siri a Terni*
- 16.45 | 18.00 *Valutare l'esperienza: come analizzare progetti, territori e mercati*

Sabato 28 marzo 2015

- 9.30 | 11.30 **Il potere delle relazioni: Audience and stakeholder engagement**
Ludovico **Solima**
- 11.30 | 13.30 **La comunicazione culturale verso il web 3.0: content strategy e social dimension**
Eugenia **Morato**
- 13.30 | 14.30 *networking lunch*
- 14.30 | 18.00 **SAM lab**, a cura di Francesca **De Gottardo** e Francesca **Masoero**, con *Roberta Pisa*
- 14.30 | 15.30 *Come si raccontano l'arte e la cultura?*
- 15.30 | 16.45 *Case History: #SvegliaMuseo*
- 16.45 | 18.00 *Art Storytelling: narrazioni esplorative e reazioni cognitive*



tools for culture



iscritto Anagrafe Nazionale delle Ricerche
 Ministero Istruzione, Università, Ricerca Scientifica

Tools for Culture, organizzazione del gruppo Monti&Taft, è attiva nel campo **della ricerca e dell'alta formazione** per il management culturale. Attraverso partnership con importanti organizzazioni e istituzioni europee progetta e realizza workshop, master class e iniziative formative rivolte a un bacino nazionale e internazionale. L'obiettivo è di fornire a professionisti culturali, giovani manager e laureati in discipline umanistiche, economiche, giuridiche e gestionali, **le competenze e gli strumenti** atti a rendere la cultura un incisivo driver di sviluppo dei prossimi anni.

Tools for Culture si avvale **della visione e dell'esperienza** di un ampio network internazionale di studiosi e professionisti, offrendo così l'eccellenza nell'ambito **della progettazione e del management culturale** e rispondendo tempestivamente alle esigenze e alle aspettative di chi lavora o vorrebbe inserirsi in tali settori. L'approccio formativo si basa sul **confronto interdisciplinare** adottando una visione non convenzionale e integrata dei fenomeni e dei meccanismi culturali per evidenziare il complesso reticolo di relazioni, ricadute e connessioni che legano **la creazione, la produzione e la diffusione di cultura** al territorio, alla comunità e all'economia locale.

Tools for Culture sperimenta protocolli di apprendimento e di condivisione non tradizionali, nel convincimento che la **creatività e l'innovazione** siano asset vitali della cultura, determinanti per la futura competitività del sistema economico e per la qualità della vita urbana, anche nella fase di divulgazione dei saperi. Tools for Culture è iscritta all'Anagrafe Nazionale delle Ricerche, Ministero dell'Istruzione, Università e Ricerca Scientifica.



sede legale via Lungotevere Flaminio 76 - 00198 Roma
 sede operativa via Francesco Rizzoli 4 - 40125 Bologna
 telefono 051 225565 facsimile 051 229656
 posta elettronica tools@monti-taft.org
 web <http://toolsforculture.tumblr.com>
<http://www.monti-taft.org>

informazioni

dove

Opificio Romaeuropa
Via dei Magazzini Generali 20/A
00154 Roma

quando

venerdì 27 e sabato 28 marzo 2015

come

La quota di partecipazione è di 340 euro (iva inclusa).

Fino a lunedì 9 febbraio 2015 si potrà usufruire della quota Early Booking a 230 euro (iva inclusa).

La quota di partecipazione è comprensiva di materiali didattici, pranzi di venerdì e sabato, quota assicurativa, attestato di partecipazione

La quota non comprende le spese di trasporto dei partecipanti, il vitto non specificato, il pernottamento. E' possibile tuttavia usufruire di strutture convenzionate con l'iniziativa, per le quali è opportuno rivolgersi alla segreteria organizzativa.

registrazione

Il numero dei partecipanti a SAM master class "Progettare la cultura: strategie, strumenti, mappe urbane" è limitato. Per procedere all'iscrizione è necessario compilare la domanda di partecipazione disponibile on-line all'indirizzo web:

www.toolsforculture.org

Il modulo compilato deve pervenire insieme all'attestazione dell'avvenuto pagamento all'indirizzo e-mail: tools@monti-taft.org
Non è consentita l'iscrizione in loco.

La deadline per chi intenda iscriversi è il **24 marzo 2015**.

pagamento

tramite bonifico bancario intestato a Tools for Culture

IBAN IT 69 B 01005 03219 000000 000519

BNL Gruppo BNP Paribas

Agenzia 19 - Roma

Causale: Iscrizione SAM Roma 2015, nome e cognome del partecipante



T O O L S
F O R
C U L T U R E

sede legale via Lungotevere Flaminio 76 - 00198 Roma

sede operativa via Francesco Rizzoli 4 - 40125 Bologna

telefono 051 225565 facsimile 051 229656

posta elettronica tools@monti-taft.org

web <http://toolsforculture.tumblr.com>

<http://www.monti-taft.org>

rimborso

Saranno concessi rimborsi solo in caso di annullamento della Master class o, a discrezione di Tools for Culture, per circostanze straordinarie del partecipante che dovranno essere supportate da rilevante documentazione.

accessibilità

Tools for Culture sostiene la pluralità di idee, pensieri e opinioni.

Se hai particolari necessità o richieste, non esitare a contattarci; saremo felici di venire incontro alle tue esigenze.

tutti gli iscritti riceveranno un attestato di partecipazione

seguici sui nostri canali social per news, aggiornamenti e tante sorprese riguardanti il corso e il mondo del management culturale !

tools@monti-taft.org

tel. +39 051 225565

fax +39 051 229656

www.toolsforculture.org

www.monti-taft.org



ToolsForCulture



@toolsforculture #SAM15



ToolsForCulture



T O O L S
F O R
C U L T U R E

sede legale via Lungotevere Flaminio 76 - 00198 Roma

sede operativa via Francesco Rizzoli 4 - 40125 Bologna

telefono 051 225565 facsimile 051 229656

posta elettronica tools@monti-taft.org

web <http://toolsforculture.tumblr.com>

<http://www.monti-taft.org>