

CREATIVITY HUB

montichiari Via S.Pietro 44



Spazi di sperimentazione e crescita

*Un progetto di **Fondazione Casa Serena***

*Con il sostegno del **Comune di Montichiari***

In rete con:

Ass. Genitori, Ass. Macello, Sineddoche Teatro, 1Caffè, Ass Monti Young, Ass. Semi d'arte, Jocker Music, Ass. Intarsio, Coop. La Sorgente, L'alveare, Circolo Legambiente, ~~CorazioTenda~~

Fondazione di Partecipazione "Casa Serena",
via Badazzole 29 - 25018 - Montichiari (BS)
tel. 030-961255 cell. 324-0880320
fondazionecasaserena@gmail.com www.casaserenamontichiari.it
c.f.: 85000070178 p.iva: 00725590988



Introduzione

Fondazione Casa Serena nasce nel 2004 con il passaggio da I.P.A.B “Orfanotrofio femminile Day Center”, orfanotrofio gestito da Ancelle e Patronesse, a Fondazione di partecipazione Casa Serena. La Fondazione persegue finalità sociali, socio-sanitarie e educativo formative, con particolare riferimento ai minori e alle loro famiglie, fornendo, oltre alle normali prestazioni di natura educativa, servizi specifici di carattere socio assistenziale, di natura culturale, ricreativa e di aggregazione sociale. La Fondazione dispone di un ampio patrimonio immobiliare che negli ultimi anni si sta impegnando a valorizzare: nel 2011 si sono conclusi i lavori di ristrutturazione di un immobile situato a Montichiari: oggi, al suo interno, sono svolte attività di animazione, laboratoriali e di doposcuola per i minori. L’impegno della Fondazione è mirato sia alla riattivazione degli immobili di proprietà della Fondazione ad oggi inutilizzati, sia all’ampliamento della rete di interlocutori sul territorio.

In quest’ottica, la Fondazione Casa Serena intende, in sinergia con l’amministrazione comunale, riaprire e valorizzare un immobile di proprietà sito nel centro storico di Montichiari, per qualificarlo come **bene comune**, riconosciuto dai cittadini e dall’Amministrazione come bene funzionale al **benessere collettivo e individuale**, favorendo l’attivazione del tessuto sociale con cui dividerne la responsabilità della cura e della rigenerazione.

Il termine *comune* deriva infatti dal latino *cum+ munus* che significa svolgere un compito insieme. La comunità si costruisce infatti svolgendo insieme un compito condiviso, si “fa comunità” lavorando insieme per un obiettivo.

Quando i cittadini si prendono cura degli spazi, non stanno solo mantenendo un luogo, ma stanno rafforzando i legami che tengono insieme la comunità e producendo capitale sociale.

Nel processo di gestione del bene comune, l’autorità pubblica riveste un ruolo significativo: crea le condizioni affinché si rafforzi la cooperazione all’interno della comunità e agevola la realizzazione delle attività.

La responsabilità e l’esercizio delle attività, tuttavia, vengono assunti dai cittadini e dalle associazioni; per questo risulta fondamentale il coinvolgimento degli **enti no profit del terzo settore**, incaricati sia di proporre iniziative di vario tipo, che rispondano ai bisogni e alle esigenze della comunità, sia di prendersi cura dello spazio.

La gestione dei beni comuni è fondata infatti su **partecipazione, motivazioni solidaristiche e cooperativistiche**.

Negli ultimi anni, in Italia e all'estero, si sono diffuse diverse esperienze di gestione dei beni comuni che hanno visto la rigenerazione di spazi diversi tra cui manutenzione e restauro di monumenti pubblici, creazione e uso di orti didattici. L'aspetto innovativo risiede quindi nel legame che si crea tra il proprietario dello spazio, l'Amministrazione e i cittadini, in cui tutte le parti si assumono insieme la responsabilità della cura del bene.

L'immobile

L'immobile in oggetto nel presente bando è stato costruito nel **1793** in via s. Pietro 44 come **orfanotrofio femminile** per iniziativa del Rev. Don Paolo Vaschini con il proposito di ospitare alcune orfane, finanziandosi con risorse proprie ed elargizioni private.

Nel 1803 l'orfanotrofio venne riconosciuto dal governo del Dipartimento del Mella e per effetto della legge sulle Opere Pie del **1862** fu aggregato alla Congregazione di Carità.

Successivamente con il DPR 1543 del 13-3-1963 l'orfanotrofio, unito in seguito all'ospedale Civile, venne decentrato dall'Ente Comunale Assistenza (ECA) con gestione di amministrazione unica fino al **1968**, quando l'ospedale fu riconosciuto come Ente Ospedaliero.

La struttura, in cui operarono alternativamente direttrici laiche (le Patronesse) e religiose (le Ancelle della Carità), faticò nello svolgimento del suo compito per le esigue risorse economiche, ma l'eredità dei fratelli Marazzi permise una crescita nell'economia dell'orfanotrofio.

All'inizio degli anni '60 l'Amministrazione, dopo numerosi lavori di ammodernamento della sede sita in via S. Pietro, attuati per la generosità del conte Giovanni Treccani degli Alfieri, deliberò la nuova titolazione della struttura che diventava così Casa Serena Fratelli Marazzi.

Verso il **1970**, cessata l'emergenza orfane, l'Ente abbandonò la vecchia concezione dell'Orfanotrofio e si orientò verso una gestione più moderna, rispondente alle nuove esigenze, mantenendo **obiettivi sociali ed educativi**. La struttura fornì assistenza e accompagnamento delle bambine a scuola, il rientro, il pranzo, il dopo- scuola e attività ludiche fino alla sera per permettere ai genitori di tenere al sicuro i loro figli.

L'Amministrazione dell'immobile passò quindi nelle mani di un C.D.A., mentre l'attività era affidata alle ancelle e ad alcune insegnanti, inizialmente volontarie. In seguito alla legge sulle IPAB, nel **2003** le religiose lasciarono definitivamente l'immobile Casa Serena, dopo un contributo significativo; per continuare la gestione dell'immobile venne quindi istituita la Fondazione di partecipazione Casa Serena.

1. Contesto

1.1 Giovani e Industria Creativa

Montichiari è un comune della provincia di Brescia appartenente al distretto 10-Bassa Bresciana Orientale con una popolazione di **25.198 abitanti**. La crescita demografica è pari al 6,20%, dato più significativo all'interno dell'intero Ambito distrettuale. Il numero di famiglie è pari a 9.874, mentre la percentuale di stranieri si attesta al 16,3%. La percentuale di minori (15-19 anni) è in costante aumento: si passa dal 4,64% del 2008 al 4,86% del 2013, si attesta inoltre un lieve aumento della percentuale dei giovani dai 20 ai 29 anni [+0,21% dal 2012 al 2013]. Complessivamente i giovani dai 15 ai 29 anni residenti a Montichiari sono 3.911 e ricoprono il **15,6% della popolazione**. Dato che diventa ancora più significativo se si considera l'intero ambito distrettuale, dove l'incidenza totale dei giovani sulla popolazione è del 26,31%, valore superiore anche a quello provinciale (23,38%) e a quello regionale (22,22%).

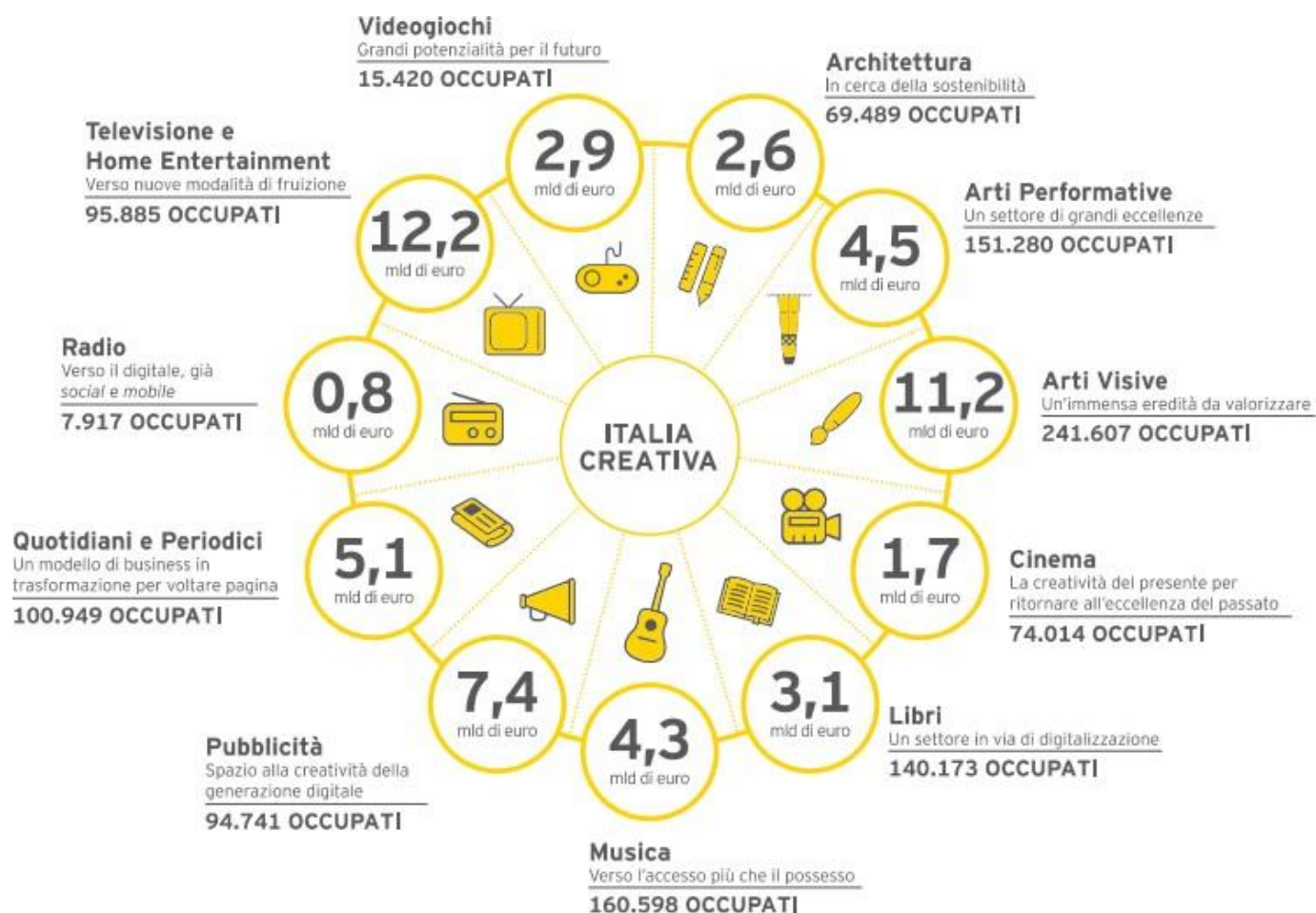


Numero di giovani residenti a Montichiari distribuiti per fasce d'età.

La fascia d'età presa in considerazione va **dai 15 ai 29 anni** e comprende tutti quei giovani che iniziano a manifestare i propri interessi e le proprie aspettative verso il loro futuro professionale. Per i giovani che intendono intraprendere un percorso lavorativo, il **mondo creativo** rappresenta uno **sbocco lavorativo attrattivo**, sia perché rappresenta un mercato con forte potenziale (es. digitale e nuove tecnologie) sia perché cattura gli interessi della maggioranza dei giovani, sempre più digitalizzati.

Un mercato, peraltro, ricco di settori in cui i giovani possono sperimentarsi (design, web, pubblicità, architettura, musica, libri, cinema) e a cui si aggiunge la nascita di nuove figure professionali, profili ricercati dal mercato, ma spesso difficili da trovare per le competenze tecniche specifiche e

trasversali richieste (E-reputation manager, digital/ social media strategist/ planner, web/app developer, web/social media analyst, transmedia web editor, youtuber, blogger, digital PR).

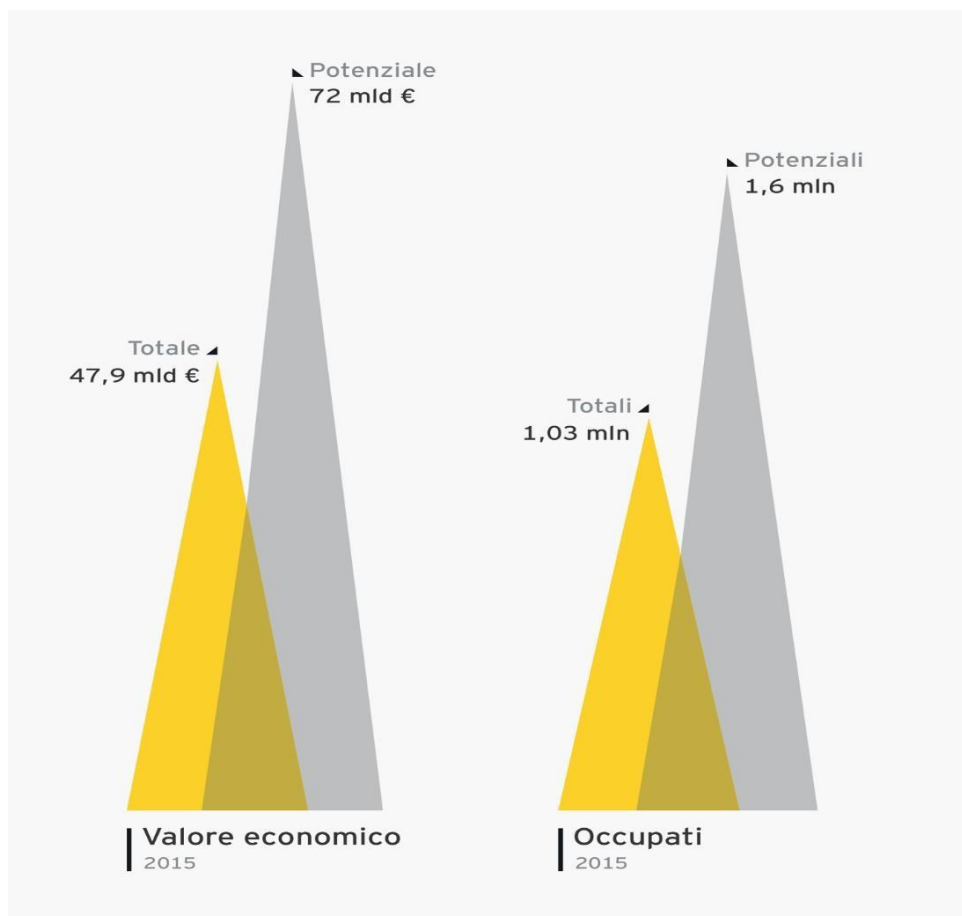


Settori dell'industria creativa con numero di occupati e fatturato (grafico a cura di ItaliaCreativa).

Secondo gli studi emessi da Unioncamere, in Italia, i numeri della **filiera creativa** (industria della cultura e della creatività) sono positivi: 47 miliardi di euro e, nel **2014**, occupazione per 850.000 persone, di questi, **l'86%** sono diretti, cioè derivanti da attività legate direttamente alla filiera creativa, quali la concezione, la produzione e la distribuzione di opere e servizi culturali e creativi. Il restante **14%** è invece costituito da ricavi indiretti, ovvero da ricavi che derivano da attività collaterali o sussidiarie.

L'aspetto più significativo del settore è il numero dei **giovani già occupati**: il **41%** ha un'età compresa **fra i 15 e i 39 anni**, contro una media del circa **37%** in tutti i settori dell'economia del Paese. Si evidenzia uno scarto positivo di 4 punti percentuali anche a livello europeo, con circa il **48%** di giovani occupati nell'Industria della Creatività.

Nonostante il quadro attuale evidenzi una situazione positiva, in cui il valore potenziale stimato dell'industria creativa è pari a **72 mld**, con un potenziale di occupati pari a **1,6 mln**, che configura così il settore come un'ottima risorsa soprattutto in ottica futura, emerge comunque la difficoltà dei giovani a inserirsi concretamente nelle aziende creative già avviate; difficoltà dovuta sia alla recente crisi economica sia ai **limiti** dell'Industria Creativa: un mercato di riferimento ancora confinato al territorio nazionale e una rigidità strutturale interna che contrappone vecchie generazioni protette a nuove generazioni poco tutelate. Questa situazione comporta anche una scarsa qualità dell'occupazione: si nota infatti una forte e crescente presenza di contratti atipici, collaborazioni a progetto ed altre forme di lavoro temporaneo.



Valore economico e numero di occupati ad oggi e potenziali (grafico a cura di ItaliaCreativa).

Il settore si trova così di fronte ad una situazione ambivalente: un potenziale altissimo ma non ancora pronto per esplodere da cui deriva la difficoltà ad inserire i giovani in aziende già avviate e strutturate.

Da questa frattura sono nate **nuove modalità di lavoro** che aprono la strada ai giovani, portandoli ad acquisire esperienze “sul campo” e sviluppare competenze. Negli ultimi anni, a livello nazionale, sono nate numerose *start up*, nuove opportunità di impiego autonomo, che contribuiscono a creare occupazione e, ad oggi, rappresentano una vera **alternativa** per i giovani rispetto al mondo del lavoro tradizionale. In Lombardia il territorio è particolarmente fertile per l’innovazione, si contano infatti 1579 aziende attive, di cui il 69,3% si concentra a Milano a cui segue **Brescia** con 122 *start up* innovative.

1.2 Il territorio

Il tessuto associazionistico di Montichiari è composto da **51 realtà**, di cui una lieve maggioranza (53%) è rappresentata dalle associazioni culturali, che hanno come finalità la **promozione di attività ricreative**, di eventi turistici, visite guidate, tutela dell’ambiente. Le associazioni sociali rappresentano invece il 47%, hanno **finalità assistenziale alle persone più fragili** (disabili, bambini, anziani) e comprendono volontari del primo soccorso e gruppi solidali di auto mutuo aiuto.



Il tessuto associazionistico è attivo nella realizzazione di eventi **culturali e creativi di coesione e incontro**: negli ultimi anni, infatti, ha contribuito alla realizzazione di alcuni eventi come il *Clear Mountains*, alla sua quarta edizione, festival di musica rock; il concerto d’opera a cura della Fondazione Teatro Grande realizzato nella pieve di s. Pancrazio; *The color run*, corsa non competitiva che si svolge per le vie del paese in un contesto di colori, musica e festa a cui partecipano più realtà no profit.

Allo stesso tempo, le associazioni sono attive nella cura e promozione del **patrimonio artistico** di Montichiari, implementato negli ultimi anni dalle donazioni dei cittadini, in particolare la famiglia Pasinetti (Pinacoteca Pasinetti), Lechi (Museo Lechi) e Ceruti (museo del Risorgimento) che hanno permesso la nascita di **Montichiari musei**, sistema museale strutturato riconosciuto da Regione

Lombardia di cui fanno parte *Castello Bonoris, Museo Lechi, Pinacoteca Pasinetti, Museo Bergomi, Palazzo dell'Archeologia e della Storia del territorio, Museo storico del Risorgimento, Teatro Bonoris.*

In particolare, le associazioni *Pro Loco di Montichiari, il Gruppo Archeologico Montecclarese, l'Associazione Teatro Bonoris, il Centro culturale Agostino Bianchi* e *l'Associazione amici della Pieve* sono coinvolte nella realizzazione di attività culturali all'interno del sistema museale tra cui figurano visite guidate, laboratori all'interno del Castello Bonoris, rassegne teatrali dialettali al teatro Bonoris, laboratori esperienziali al museo Bergomi, serate informative e laboratoriali all'interno della Biblioteca comunale. La realizzazione delle attività è ormai consolidata durante il **maggio montecclarese**, mese di festa dedicato al patrono, per cui anche i gruppi teatrali, musicali e artisti di strada presenti sul territorio vengono coinvolti in attività e rassegne culturali e creative ad ampio spettro.

Uno spazio più istituzionale dedicato alla cultura è il **Gardaforum**, auditorium polifunzionale, in cui avvengono sia rappresentazioni teatrali sia momenti di discussione attorno a tematiche rilevanti.

Il territorio montecclarese è quindi caratterizzato da una spiccata presenza di eventi culturali e artistici; tuttavia, gli stessi eventi sono spesso collegati a specifiche ricorrenze (es. festa del patrono) e sono principalmente rivolti ad un **pubblico adulto** (concerti di musica da camera, spettacoli teatrali dialettali). Da qui, nasce l'esigenza di rendere più attrattivo il territorio, creando spazi rivolti ad un pubblico giovane, facendo attenzione sia alle nuove tendenze e bisogni degli adolescenti sia promuovendo lo sviluppo di nuove opportunità professionali nell'industria culturale e creativa. L'obiettivo è quindi di **intercettare** tutti quei giovani che non hanno ancora uno spazio in cui poter esprimere le proprie potenzialità, e allo stesso tempo, favorire la nascita di nuove sinergie e collaborazioni tra cittadini, associazioni e gruppi informali, dando vita a laboratori artistici e ricreativi, micro imprese culturali e creative, *start up*.

2. Idea progettuale

Con il presente progetto si intende valorizzare l'immobile di proprietà della Fondazione "Casa Serena", in ottica di restituirlo alla comunità come **bene comune** capace di rendere il territorio più attrattivo.

L'immobile diventa quindi un **creativity hub**, spazio ibrido in cui promuovere inclusione sociale, coltivare talenti, sperimentare nuovi modi di pensare e abitare il territorio, nonché favorire lo sviluppo di micro imprese in ambito creativo e culturale. L'idea di creare **creativity hub** nasce dall'esigenza di offrire uno **spazio innovativo** non ancora presente sull'intero Distretto 10, che si differenzi dai servizi standard (biblioteca, cinema, teatro) nella modalità di fruizione, qui non intesa come mero servizio, ma connessa alla **responsabilità sociale** nella partecipazione alla rigenerazione dello spazio.

L'intervento mira a riattivare l'immobile, per renderlo **spazio dedicato alla creatività giovanile** (percorsi in ambito artistico-espressivo, creatività e impresa, espressività, valorizzazione dei talenti), alla **responsabilità e la cittadinanza attiva** in ottica di costruzione e sviluppo del **senso di comunità** e di possibili attività micro-imprenditoriali in ambito culturale e creativo.

Allo stesso tempo, l'intento è di proporre modi più attrattivi di occuparsi di cultura, che sappiano coinvolgere i più giovani, con la finalità anche di tenere agganciati al territorio i talenti presenti nella comunità e offrire loro terreno fertile per poter sviluppare competenze, abilità e progettualità; ma anche fornire servizi di orientamento e accompagnamento sulle nuove opportunità professionali (*start up, coworking, micro impresa*).

Il progetto nasce dall'idea condivisa di creare uno spazio che ospiti una molteplicità di soggetti che, a vario titolo, diventano i protagonisti del processo di riqualificazione dell'immobile, selezionati, in partenariato anche con le istituzioni locali, da un bando/call for ideas.

Lo spazio è destinato ad essere da un lato contenitore di esperienze informali e associative già esistenti ma che necessitano di uno spazio adeguato e strutturato per potersi incrementare e sviluppare, dall'altro lato uno strumento di **rigenerazione urbana** che favorisca la contaminazione tra diverse realtà e la nascita di micro imprese.

Al centro dei **creativity hub** c'è la relazione **persone-comunità**, in cui i bisogni e le competenze dei singoli possano emergere, incontrarsi e aggregarsi dando vita a nuovi legami a vocazione locale.

Da un lato, le persone mettono a disposizione le proprie competenze e conoscenze in ambito creativo e culturale diventando risorsa per altri gruppi e reti di prossimità, dall'altro la comunità applica processi di inclusione a sviluppo territoriale, che valorizzino i talenti presenti nella comunità favorendo l'espressione del loro potenziale.

Un altro aspetto significativo alla base della creazione di *creativity hub* è la relazione **comunità-spazi**. In quest'ottica la comunità che vive lo spazio è chiamata alla cura e alla responsabilità sociale che porti ad una rivitalizzazione e ad un uso consapevole dello spazio stesso.

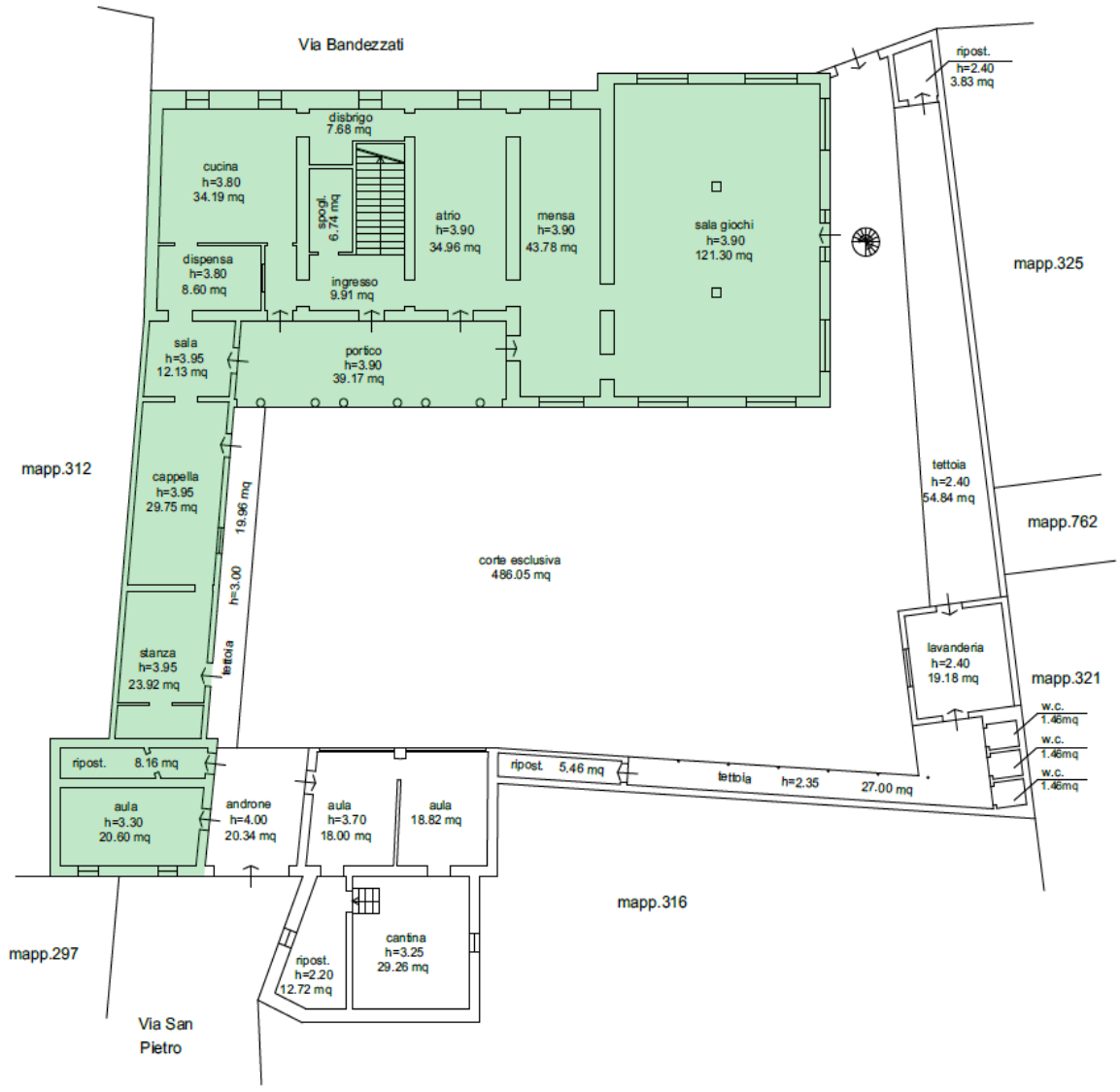
Il *creativity hub* è infatti una forma di rigenerazione urbana a regia collettiva in cui la comunità si attiva e plasma lo spazio assegnato costruendo e rafforzando i legami di affezione all'interno della comunità stessa.

L'immobile in oggetto è situato in via S. Pietro, nel centro storico di Montichiari, con una superficie complessiva di mq. 1265 e da un'ampia corte interna ad oggi inutilizzata. In totale sono poco meno di una decina i vani che saranno oggetto di sperimentazione.

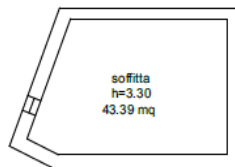
Il primo passo per poter intervenire sull'immobile, è stato la stipulazione di una **convenzione** tra Fondazione Casa Serena, proprietaria dell'immobile stesso, e l'Amministrazione locale.

Le due parti hanno così definito le modalità di intervento per rigenerare e riqualificare lo spazio e renderlo partecipato. L'idea è quindi di realizzare uno spazio caratterizzato dalla cogestione e co-partecipazione tra più soggetti, in cui poter sperimentare **inclusione, socialità e partnership innovative** che generino un alto **valore sociale**.

PIANO TERRA



PIANO PRIMO

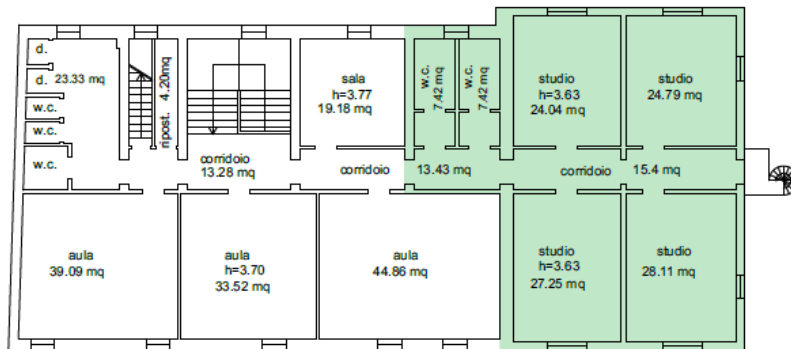


Locali messi a disposizione mq 519

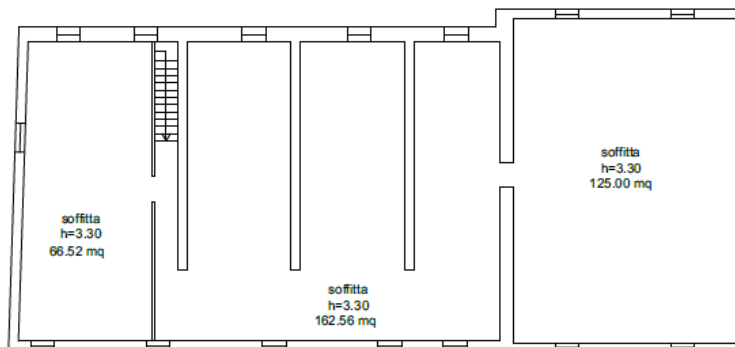
Il Tecnico


Planimetria piano terra con indicazione locali messi a disposizione (post intervento)
scala 1:200

PIANO PRIMO



PIANO SECONDO



 Locali messi a disposizione
mq 172

Il Tecnico

3. Obiettivi

Il progetto risponde all'obiettivo generale di favorire il **benessere sociale** dei cittadini, la realizzazione, la crescita e **l'inclusione attiva dei giovani** nella comunità, attraverso la rigenerazione di un immobile in stato di degrado destinato ad attività culturali e creative promosse dal tessuto sociale (Amministrazione locale, associazioni, gruppi informali) presente sul territorio.

La scelta di gestire l'immobile come **bene comune** nasce da una riflessione sulla finitezza delle risorse, per cui diventa indispensabile attivare strumenti di **sostegno sussidiario orizzontale** in grado di generare valore sociale; allo stesso tempo, sul territorio montecelarese, è forte l'esigenza di creare **spazi e iniziative ad accesso libero e/o agevolato** rivolti ai giovani.

Come dichiarato nella convenzione siglata nel 2017 tra la Fondazione e l'Amministrazione, è necessario il rilancio del **potenziale della comunità** valorizzando le risorse presenti, promuovendo la loro espressione e attivando nuovi attori sociali che generino nuove collaborazioni e sinergie sul territorio.

Le peculiarità del progetto riguardano da un lato **l'emersione e il potenziamento dell'associazionismo giovanile**, chiamato a partecipare attivamente alla realizzazione delle attività in sinergia con altre realtà territoriali e alla cura dello spazio; dall'altro lato la promozione di percorsi di **socializzazione e aggregazione** finalizzati alla promozione di **impresa in ambito culturale e creativo**.

In questo contesto, si intende facilitare la partecipazione dei cittadini sostenendo forme di **cittadinanza attiva**, lo sviluppo di pensiero critico, processi di responsabilità e autonomia.

Il processo di progettazione ha portato alla definizione dei seguenti obiettivi specifici:

1. Ottenere un'ampia parte dell'immobile agibile, con un arredo essenziale e utilizzabile per attività laboratoriali, culturali, artistiche, sviluppo di micro impresa/ *start up* e corsi di formazione.
2. Offrire spazi per **associazionismo attivo** in ambito creativo e culturale.
3. Orientare e promuovere impresa in ambito culturale e creativo con nr.4 **micro start up** nel settore creativo e culturale e offrire 2 postazioni per liberi professionisti in **coworking**.
4. Definizione di una **strategia di project raising** che comprenda attività di *fundraising*, comunicazione e diffusione delle attività del progetto, e *people raising*, connessione con

stakeholder del settore (es. biblioteca, cinema, teatro) e sui cittadini, al fine di aumentare gli interlocutori sul territorio.

5. Azioni progettuali

L'idea di creare uno spazio cogestito, aperto a iniziative che spazino dalla cultura all'arte nello loro diverse forme e manifestazioni comporta anzitutto la realizzazione dei lavori di **adeguamento e ristrutturazione dell'immobile**; in seguito, lo spazio verrà aperto alla comunità e alle realtà associazionistiche presenti sul territorio.

Dalla definizione degli obiettivi specifici derivano le seguenti azioni:

- **Obiettivo Specifico 1** > Rendere l'immobile agibile, con un arredo essenziale e utilizzabile per attività laboratoriali, culturali, artistiche, sviluppo di micro impresa/*start up* e corsi di formazione.

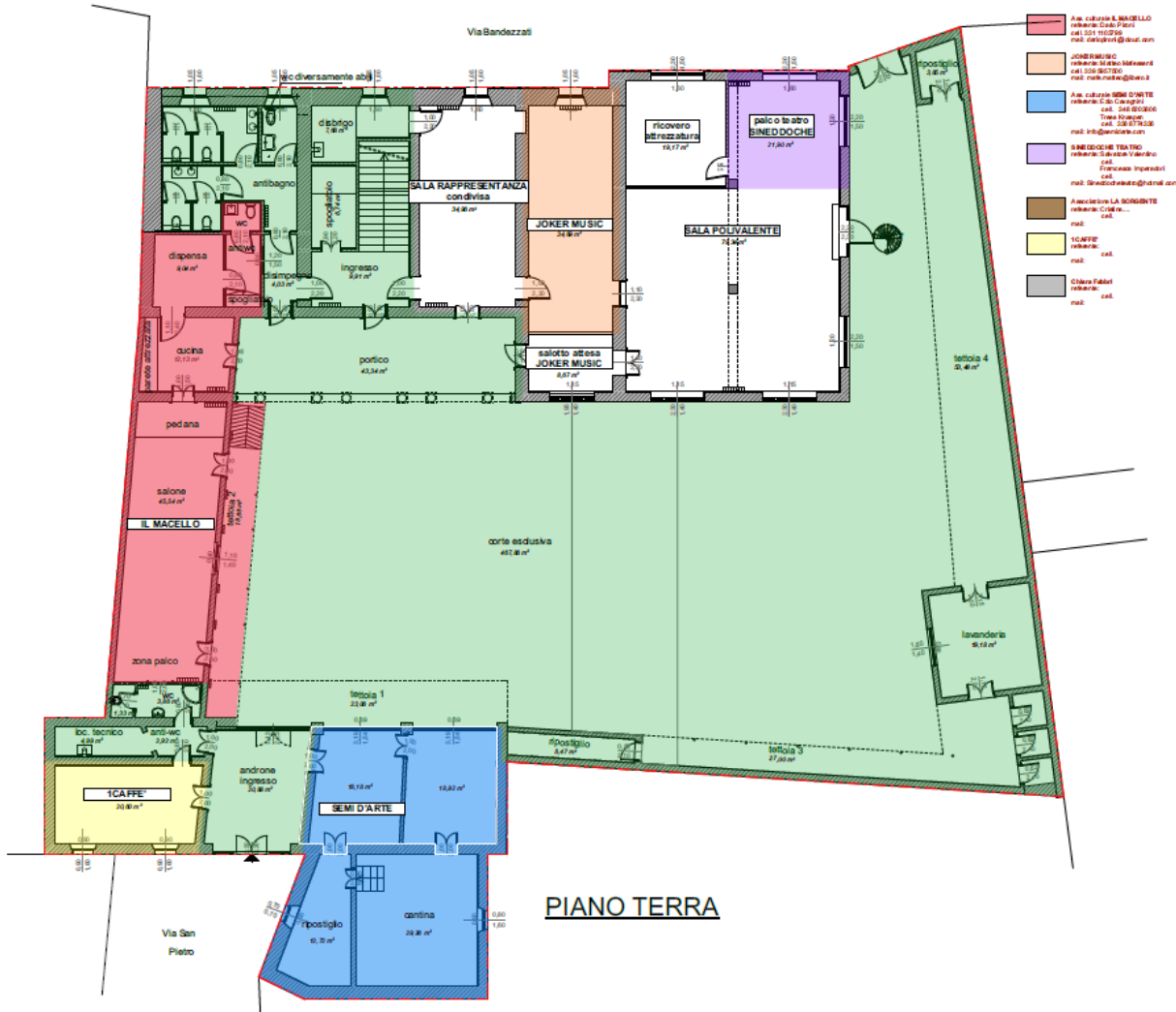
Azione 1.1 > **Intervento tecnico-strutturale** di ristrutturazione degli spazi da assegnare e acquisto arredo essenziale per lo svolgimento delle attività. In questo contesto, una parte del finanziamento pari a €55.000 viene erogata dall'Amministrazione locale, così come definito nella convenzione.

- **Obiettivo Specifico 2** > Offrire spazi per associazionismo attivo in ambito creativo e culturale.

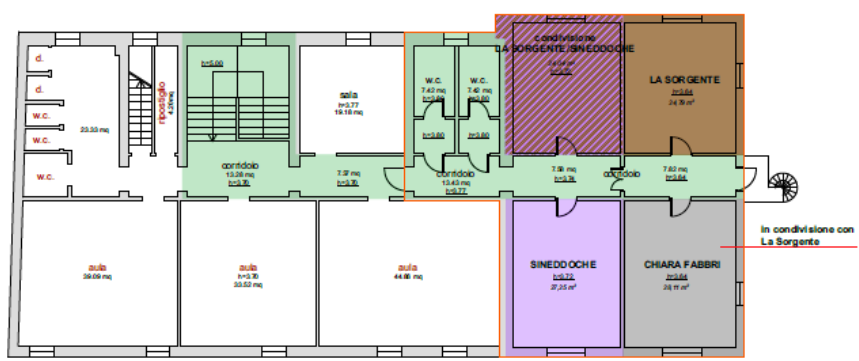
Azione 2.1 > **Emissione di 1 bando** per l'assegnazione degli spazi interni all'immobile. (All.2)
Nel bando emesso sono stati definiti i criteri e le modalità per poter accedere agli spazi. In particolare, sono state valutate positivamente le richieste ritenute conformi ai valori e alle peculiarità presenti nella convenzione stipulata tra l'Amministrazione e la Fondazione Casa Serena. Una simulazione delle attese rispetto all'occupazione degli spazi e ai loro costi è data nel documento allegato "budget e piano previsionale".

- **Obiettivo Specifico 3** > Orientare e promuovere impresa in ambito culturale e creativo con nr.4 micro start up nel settore creativo e culturale e offrire 2 postazioni per liberi professionisti in *coworking*.

Azione 3.1 > **Apertura degli spazi**, avvio del servizio di accoglienza verso le attività proposte all'interno della struttura e servizi di orientamento e accompagnamento alla promozione di impresa in ambito culturale e creativo (*start up, coworking, micro impresa*). In questo contesto, gli spazi disponibili sono così distribuiti:



PIANO TERRA



PIANO PRIMO

Il Tecnico

nr.3 vani, che ospitano fino a **quattro sale multifunzionali** (tre di medio-piccole dimensioni e una più ampia) dedicate a liberi professionisti, a realtà del mondo associazionistico o gruppi informali per la realizzazione di attività laboratoriali in ambito artistico e culturale e corsi di formazione.

nr.1 **cortile interno** che verrà adibito alla realizzazione di eventi di raccolta fondi a sostegno del progetto, ad attività ricreative e culturali da svolgere all'esterno;

nr.1 vano adibito a caffetteria, spazio pensato per essere **luogo di ristoro e socialità**, che sarà anche occasione per fare raccolta fondi a sostegno del progetto.

Al piano superiore nr.4 vani verranno predisposti per essere **microincubatori**, spazi in cui sviluppare nuovi progetti, avviare *start up* e microimprese in ambito artistico e culturale.

- Obiettivo Specifico 4 > Definizione di una **strategia di *project raising*** che comprenda attività di *fundraising*, *people raising* e comunicazione.

Azione 4.1 > Avvio della **strategia di *project raising***. La strategia prevede attività di *fundraising*, che garantisca la sostenibilità economica del progetto e la possibilità di essere implementato in futuro; attività di *people raising*, che prevede l'intercettazione e la costruzione di una rete di interlocutori che interagiscano attivamente nell'ideazione e promozione delle attività.

Gli interlocutori privilegiati del progetto sono quindi sia gli *stakeholder* che sono già attivi nel settore culturale creativo (biblioteca, cinema, teatro) sia i cittadini, i gruppi informali e le associazioni che intendono sviluppare e accrescere le loro competenze e abilità in uno spazio co-gestito da più realtà.

Inoltre, viene pianificata una strategia di **comunicazione** volta alla diffusione e promozione delle attività di progetto *online* (sito web, pagina facebook) e *offline* (eventi).

Obiettivo e azione di riferimento	Attività specifiche	Risultati attesi
<p>Obiettivo 1. Rendere l'immobile agibile, con un arredo essenziale e utilizzabile per attività culturali, artistiche e di micro impresa</p> <p>Azione 1.1</p> <p>Intervento tecnico-strutturale di restauro e ristrutturazione ed acquisto di arredi.</p>	<p>Ristrutturazione</p> <p>Rifunzionalizzazione spazi</p> <p>Arredo</p>	<p>L'immobile è accessibile al piano inferiore, nella corte interna e al primo piano ala dx [indicato su planimetrie]</p> <p>L'immobile ha al suo interno l'arredo e gli strumenti digitali adatti a svolgere attività di tipo culturale, artistico e di micro-impresa.</p>
<p>Obiettivo 2. Offrire spazi per associazionismo attivo in ambito creativo e culturale</p> <p>Azione 2.1</p> <p>Emissione di bando per manifestazione di interesse per gli spazi all'interno dell'immobile.</p>	<p>Definizione dei criteri e modalità di assegnazione degli spazi coerenti con quanto stabilito nella convenzione.</p> <p>Stesura del bando per l'assegnazione degli spazi interni all'immobile.</p>	<p>Pubblicazione del bando.</p> <p>Disamina dei progetti pervenuti.</p> <p>Assegnazione degli spazi.</p>
<p>Obiettivo 3. Orientare e promuovere impresa in ambito culturale e creativo con nr.4 micro start up nel settore creativo e culturale e offrire 2 postazioni per liberi professionisti in <i>coworking</i>.</p> <p>Azione 3.1</p> <p>Apertura degli spazi, avvio del servizio di accoglienza verso le attività proposte all'interno della struttura e servizi di orientamento e accompagnamento alla</p>	<p>Attivazione dei servizi di accoglienza e orientamento verso le attività proposte all'interno della struttura;</p> <p>Attivazione di 2 postazioni <i>coworking</i>;</p> <p>Attivazione di 4 microincubatori per lo sviluppo di <i>start up</i> in</p>	<p>Utilizzo della sala <i>coworking</i> per almeno 2 postazioni</p> <p>Utilizzo dei microincubatori per almeno 4 micro hub creative.</p> <p>Creazione di una rete di gruppi, associazioni singoli per uso sale multifunzionali.</p>

<p>promozione di impresa in ambito culturale e creativo (<i>start up, coworking, micro impresa</i>).</p>	<p>ambito culturale e creativo. Attivazione delle due sale dedicate ad attività laboratoriali, culturali e artistiche, corsi di formazione. Avvio del servizio di cafeteria / ristoro</p>	
<p>Obiettivo 4. Avvio della strategia di Project raising (fundraising+people raising) e comunicazione.</p> <p>Azione 4.1 Avvio della strategia di project raising e Comunicazione del progetto.</p>	<p>Per il <i>fundraising</i>: Stipula di comodati d'uso per l'utilizzo degli spazi. Attivazione di forma di raccolta fondi (donazioni da privati, eventi, piattaforme di crowdfunding). Partecipazione a bandi cultura e patrimonio promossi a livello regionale, nazionale e/o europeo. Per il <i>people raising</i>: Stipula di accordi di rete con altre realtà culturali creative presenti sul territorio. Per la comunicazione: Attivazione della pagina facebook</p>	<p><i>Fundraising</i>: Raccolta fondi da eventi e entrate da utilizzo Degli spazi. Bandi e richieste di contributi presentati a Valeresia su interventi strutturali sia su azioni di promozione culturale, per completare l'operazione.</p>

6. Monitoraggio, diffusione e valutazione

Casa Serena, in linea con il protocollo siglato con il Comune di Montichiari, mira a rendere il *creativity hub* uno **spazio aperto** e il più possibile **ricettore** delle iniziative e imprenditività del territorio. Per questo, uniamo in questo paragrafo attività di monitoraggio, diffusione e valutazione.

MONITORAGGIO: La funzione di monitoraggio è assunta dalla referente di progetto, Presidente della Fondazione, assieme al personale che verrà individuato e incaricato di operare sul marketing sociale e territoriale dell'iniziativa.

In una **prima fase [mese 0-6]** il monitoraggio si baserà principalmente su indicatori di realizzazione che mirano a ri-funzionalizzare e **rendere agibili gli spazi**. Così come all'emissione del **bando**, in accordo e congiuntamente con il Comune di Montichiari, per individuare i diversi soggetti che a diverso titolo entreranno a "abitare" il *creativity hub*.

Nella **seconda fase** di progetto **[mese 6-30]** il monitoraggio avverrà sia a livello di **analisi delle realizzazioni** [posti e insediamenti realizzati, entrate da iniziative di raccolta fondi autopromosse] sia a livello di **analisi qualitativa** del risultato [ampiezza e varietà dei soggetti inseriti nel *creativity hub*, tipologia e intensità delle relazioni di rete attivate e sviluppate].

Nell'ultimo semestre di attività, a questi indicatori si sommeranno indicatori di **valutazione dell'impatto** e di **analisi strategie future**, che determineranno la continuazione del progetto nella forma stabilita e/o implementata anche agli altri spazi disponibili.

DIFFUSIONE: La diffusione del progetto si compone invece di due principali fasi operative. Una **prima fase**, che è partita dall'emissione del bando, e che ha un raggio di azione principalmente **locale** [ambito 10]. In questa fase è stato diffuso il bando anche grazie al sostegno dei mezzi di comunicazione istituzionale del Comune di Montichiari, ai canali on line dei diversi aderenti alla rete, al contatto e al mailing diretto a interlocutori già attivi in campo culturale. Individuati i "primi" abitanti del *creativity hub*, che occuperanno principalmente: i 4 *microhub* e il *coworking*, in **seconda fase** si continuerà e implementerà un **lavoro di rete e di comunità** improntato a ampliare i soggetti interessati a proporre e realizzare iniziative presso le sale multifunzionali.

In questa seconda fase, dovendo anche iniziare a occuparsi della sostenibilità futura del progetto,

la comunicazione avrà un raggio d'azione più ampio, anche nel raggiungere network di realtà simili già strutturati a livello almeno italiano.

VALUTAZIONE: un apposito **nucleo di valutazione** verrà creato e includerà anche la presenza dell'ente locale, che elaborerà un **report** semestralmente. Dal primo anno questo nucleo di valutazione potrà prevedere anche la presenza dei diversi gestori degli spazi in ottica di promozione di una continua valutazione e riprogettazione partecipata.