



Obiettivo Cultura

MISSIONE

Creare attrattività



Presentazione dei **Bandi 2026-2028**

MERCOLEDÌ 18.03.2026



Fondazione
Compagnia
di San Paolo

MERCOLEDÌ 18.03.2026

Obiettivo Cultura - Missione Creare attrattività

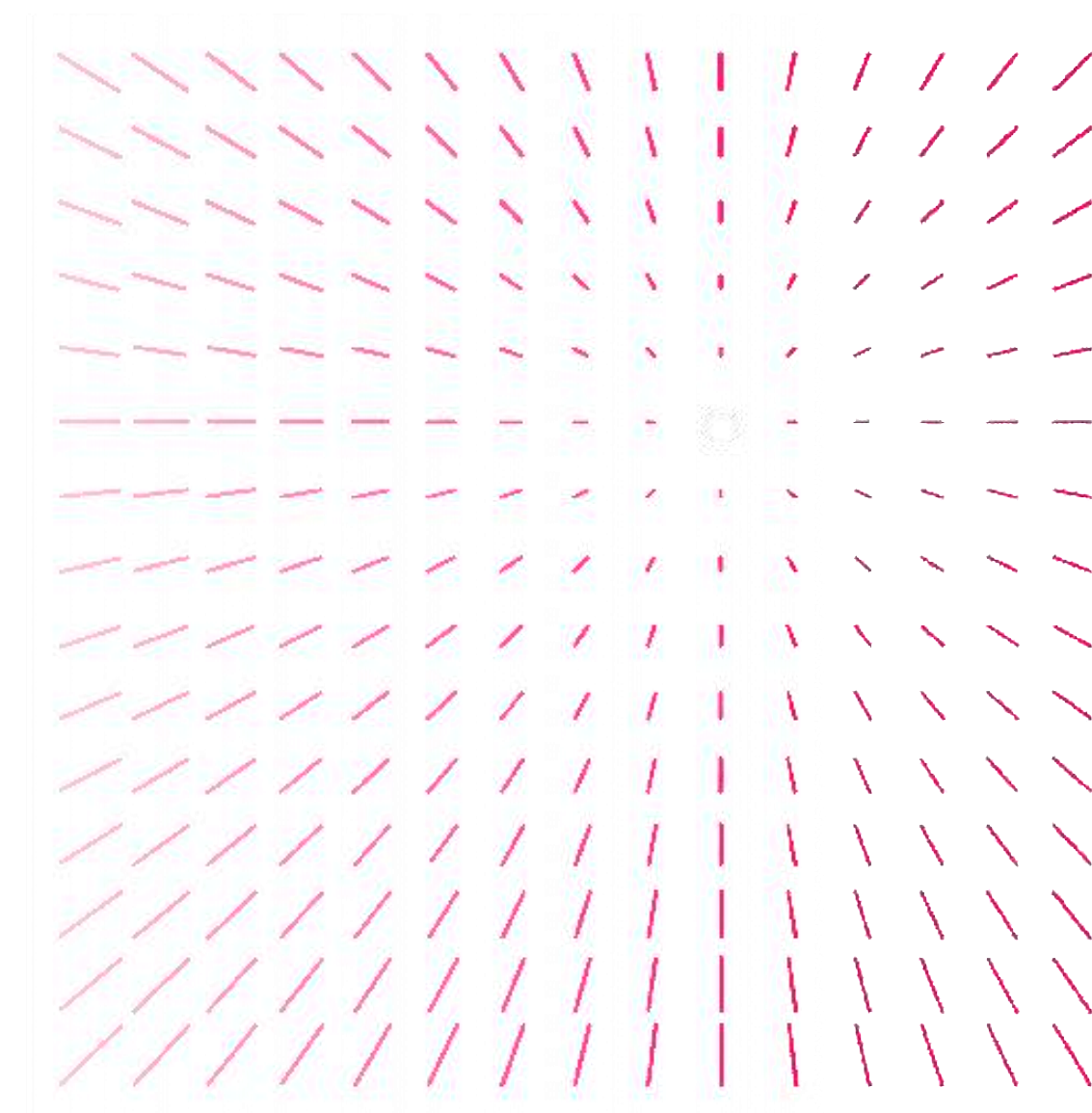
Bandi 2026-2028



Fondazione
Compagnia
di San Paolo

Francesca Gambetta

Responsabile Missione
Creare attrattività



La Fondazione Compagnia di San Paolo pone
la persona umana, la sua piena realizzazione,
i suoi diritti e responsabilità nella società
al centro del suo operato.

A tal fine, fa propri i valori e i principi
di **sviluppo, sostenibilità, interdipendenza,**
solidarietà, equità, pari dignità tra ogni
essere umano, come dichiarati dalle Nazioni
Unite, dall'Unione Europea e dalla Repubblica
Italiana, ai quali ispira la propria strategia.

Scansiona il QR CODE
per scaricare il
**Documento di Programmazione
Pluriennale 2025-2028**



Fondazione
Compagnia
di San Paolo

Persone e Comunità al centro

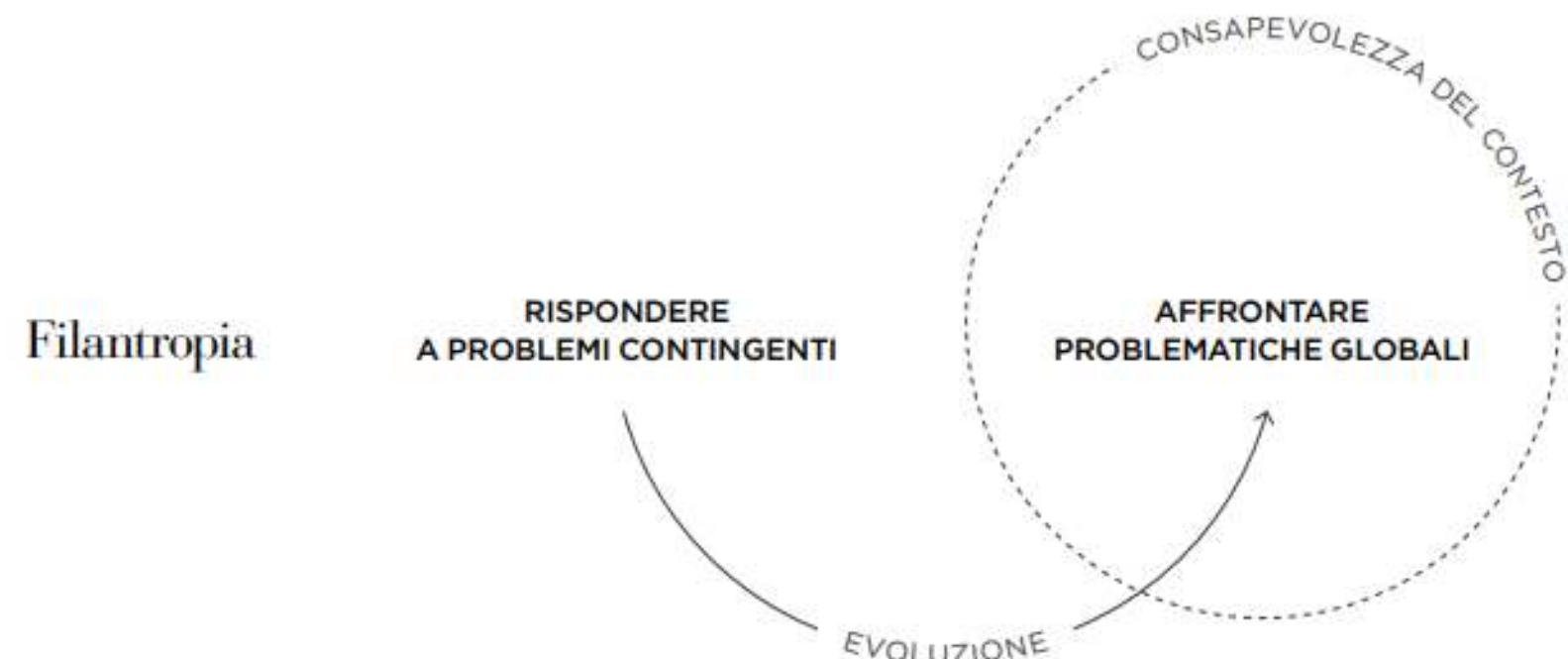
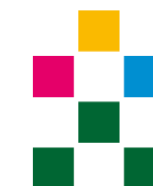
Documento di Programmazione Pluriennale 2025

2028

Equità, innovazione e sviluppo nel Nord-Ovest,
in un orizzonte nazionale e internazionale

www.compagniadisanpaolo.it/wp-content/uploads/Documento-Programmatico-Pluriennale-2025-2028.pdf

Elementi di contesto per il Piano: I megatrend di riferimento



2.
L'accelerazione
della transizione
tecnologica



3.
La crisi climatica,
degrado ambientale
ed eventi estremi

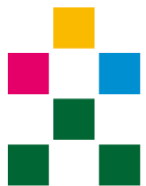


1.
La crisi demografica,
la denatalità e l'invecchiamento
della popolazione



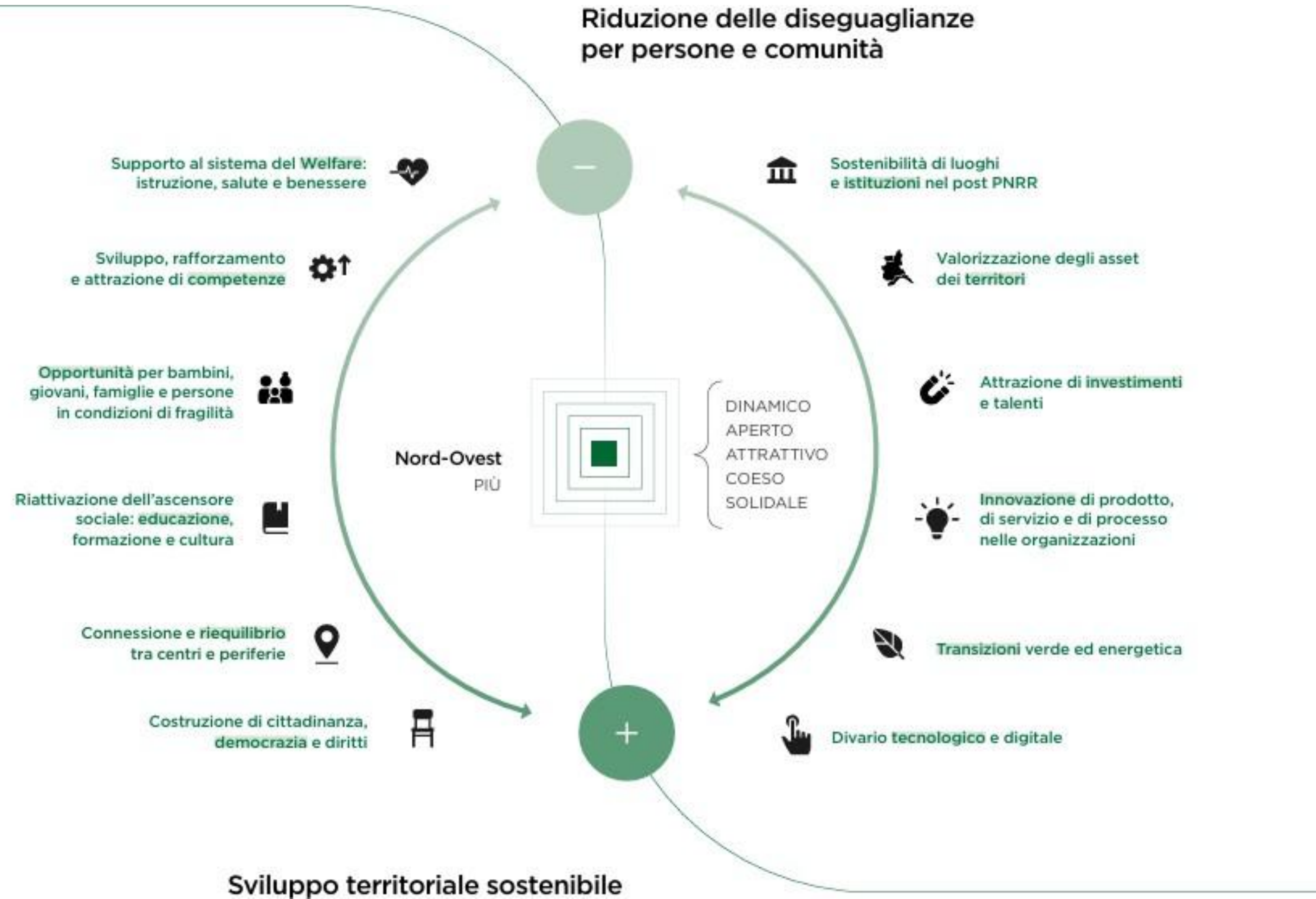
4.
Le povertà
e l'acuirsi
delle disuguaglianze
sociali

I 4 pilastri del piano strategico 2025-2028



Geografie e allineamenti	Il dibattito filantropico	Trasversalità metodologiche e priorità tematiche	Le risorse, gli strumenti, la valutazione, i progetti a impatto
3 allineamenti della strategia a tre cruciali agende di policy a livello Mondo / Europa / Italia Mondo Gli Obiettivi per lo Sviluppo Sostenibile 2030 delle Nazioni Unite oggi Europa / Internazionale La Programmazione europea in un orizzonte più aperto e ampio Italia Il Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza e il post PNRR	3 concetti chiave per il posizionamento nel dibattito filantropico 1. Fiducia 2. Rischio 3. Flessibilità	4 trasversalità metodologiche 1. Mobilisation & Partnership 2. Learning 3. Advocacy 4. Internationalization 2 priorità tematiche - Riduzione delle diseguaglianze per persone e comunità + Sviluppo territoriale sostenibile Nord-Ovest	2 velocità di intervento velocità 1 2 velocità Cambiamento sistemico Progetti a impatto 700 mln € + 160 mln € FCSP come Do tank 140 mln € Fondi Nazionali - Filantropici, progetti futuri ↓ 1 mld €

Le priorità tematiche e i fattori chiave



Cultura.



Persone.



Pianeta.

Creare attrattività



Cultura.

Crediamo che la cultura sia un valore riconosciuto di benessere, qualità e crescita dei luoghi e delle persone che li vivono.

Lavoriamo, attraverso la valorizzazione, l'offerta e la produzione culturale, affinché le identità culturali e artistiche di ogni territorio siano leve per renderli più attrattivi, nella prospettiva di promuovere nuovi modelli di sviluppo economico e sociale, contrastando le diseguaglianze e sostenendo la diversità culturale e il pluralismo.

STATEMENT DI MISSIONE



SDGs

Creare attrattività



ELEMENTI DI STRATEGIA

- A** Attivare, con i *policy maker* territoriali, processi di definizione e realizzazione di strategie, piattaforme, programmi ed interventi di offerta culturale e turistica, al fine di sviluppare l'**attrattività di reti, filiere e sistemi** attraverso driver di posizionamento riconosciuti e condivisi.
- B** Sostenere proposte territoriali di valorizzazione culturale attraverso percorsi pluriennali di crescita, volti a sviluppare le opportunità che il **turismo sostenibile** offre per ambiente, luoghi e comunità.
- C** Sostenere l'offerta culturale di qualità dei territori attraverso azioni volte a favorire **sinergie** culturali e organizzative con esperienze **nazionali e internazionali** e a incentivare la fruizione e i consumi culturali in particolare dei giovani.
- D** Promuovere la **produzione creativa e artistica**, specie giovanile, e processi culturali innovativi volti a sensibilizzare sulle grandi sfide del presente.
- E** Sostenere piani pluriennali di innovazione e transizione digitale degli enti del comparto culturale, con un'attenzione specifica allo sviluppo della **cultura del dato** nella gestione, fruizione e valorizzazione dei patrimoni e a favorire il dialogo con l'ecosistema dell'innovazione.



Creare attrattività



GLI STRUMENTI DELLA MISSIONE



Convenzioni e Protocolli. Accordi formali, in genere di durata pluriennale, definiti tra Compagnia di San Paolo ed enti aventi elevata complessità o dimensione



Bandi e linee guida. Call gestite dalla Compagnia di San Paolo su specifici obiettivi programmatici. Prevedono modalità predefinite di accesso e selezione sulla base di requisiti determinati e resi pubblici dalla Compagnia di San Paolo.



Progetti operativi. Progetti rivolti al conseguimento di specifiche finalità, anche di durata pluriennale, progettati e gestiti direttamente dalla Compagnia, anche attraverso contributi a terzi per la realizzazione di interventi integrati e coordinati.



Grants. Erogazioni a favore di enti pubblici, religiosi e del terzo settore che presentano una domanda di contributo alla Compagnia di San Paolo attraverso la procedura di Richiesta on line (ROL).



Creare attrattività

GLI INTERVENTI 2025-2028



- B** Sostenere proposte territoriali di valorizzazione culturale attraverso percorsi pluriennali di crescita, volti a sviluppare le opportunità che il **turismo sostenibile** offre per ambiente, luoghi e comunità.
- C** Sostenere l'offerta culturale di qualità dei territori attraverso azioni volte a favorire **sinergie** culturali e organizzative con esperienze **nazionali e internazionali** e a incentivare la fruizione e i consumi culturali in particolare dei giovani.
- D** Promuovere la **produzione creativa e artistica**, specie giovanile, e processi culturali innovativi volti a sensibilizzare sulle grandi sfide del presente.
- E** Sostenere piani pluriennali di innovazione e transizione digitale degli enti del comparto culturale, con un'attenzione specifica allo sviluppo della **cultura del dato** nella gestione, fruizione e valorizzazione dei patrimoni e a favorire il dialogo con l'ecosistema dell'innovazione.

Bando «Un Patrimonio che vive» con Fondazione CariSpezia

Bando «Armonia in Luce» con Fondazione CariBiella

Bando per la valorizzazione culturale dei territori e per il turismo sostenibile

Bando per l'internazionalizzazione dell'offerta culturale

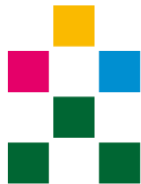
Intervento di filiera, tra soggetti indipendenti e istituzioni culturali di riferimento del territorio, per attrarre artisti e artiste nazionali e stranieri con opportunità di ricerca, professionalizzazione, valorizzazione e promozione

Bando «Starter_ Cultura e creatività per la sfida ambientale», edizione 2025

Bando «Switch_Strategie e strumenti per la digital transformation nella cultura», edizione 2025

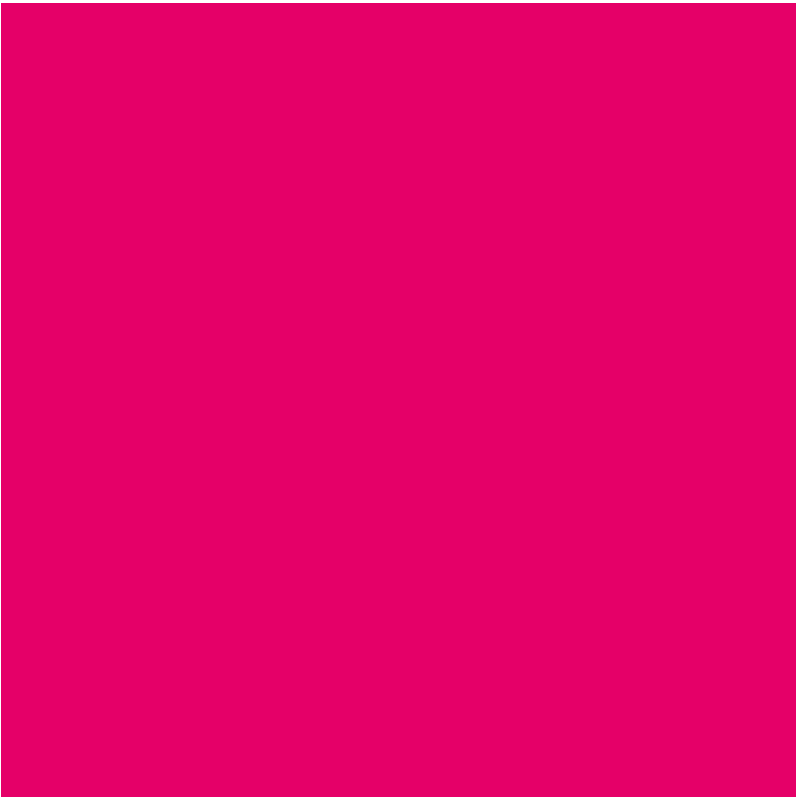
Intervento per favorire capacitazione e sperimentazione sul data management, competenze, strumenti ed utilizzo dei dati

Creare attrattività



ALLINEAMENTI CON DPP

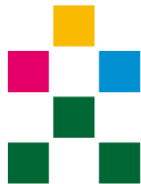
Elementi di strategia		SDGs																	Fattori chiave					Trasversalità metologiche			
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17									
A	Attivare, con i <i>policy maker</i> territoriali, processi di definizione e realizzazione di strategie, piattaforme, programmi ed interventi di offerta culturale e turistica, al fine di sviluppare l' attrattività di reti, filiere e sistemi attraverso driver di posizionamento riconosciuti e condivisi.																										
B	Sostenere proposte territoriali di valorizzazione culturale attraverso percorsi pluriennali di crescita, volti a sviluppare le opportunità che il turismo sostenibile offre per ambiente, luoghi e comunità.																										
C	Sostenere l'offerta culturale di qualità dei territori attraverso azioni volte a favorire sinergie culturali e organizzative con esperienze nazionali e internazionali e a incentivare la fruizione e i consumi culturali in particolare dei giovani.																										
D	Promuovere la produzione creativa e artistica , specie giovanile, e processi culturali innovativi volti a sensibilizzare sulle grandi sfide del presente.																										
E	Sostenere piani pluriennali di innovazione e transizione digitale degli enti del comparto culturale, con un'attenzione specifica allo sviluppo della cultura del dato nella gestione, fruizione e valorizzazione dei patrimoni e a favorire il dialogo con l'ecosistema dell'innovazione.																										



MISSIONE

Creare attrattività

ALLINEAMENTI CON DPP



CAMBIAMENTO SISTEMICO



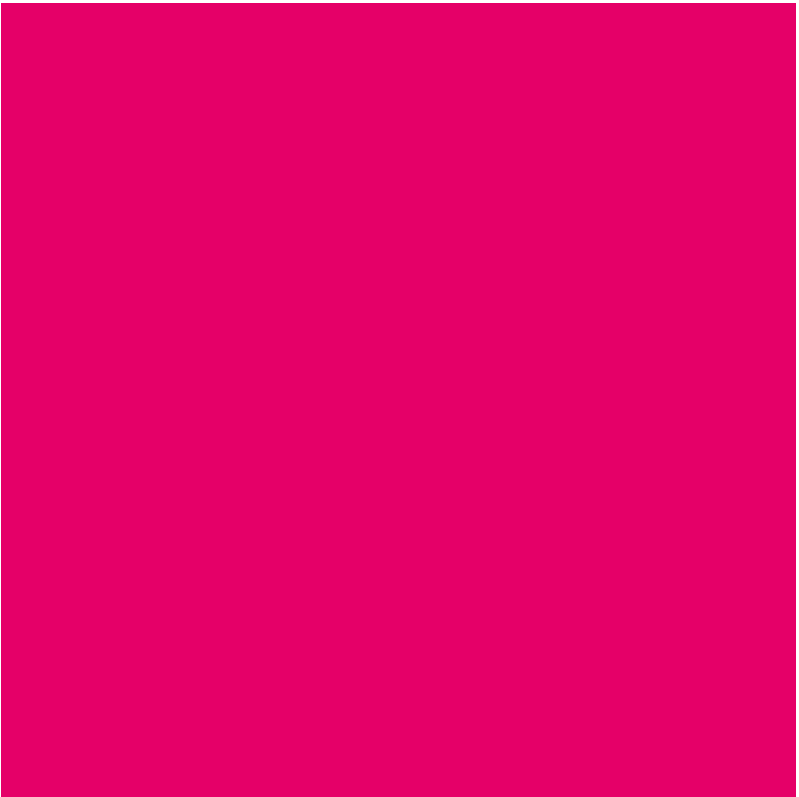
MOBILISATION & PARTNERSHIP



PIANIFICAZIONE STRATEGICA



CONSUMI CULTURALI DEI GIOVANI ADULTI





Obiettivo Cultura

MISSIONE

Creare attrattività



Fondazione
Compagnia
di San Paolo

MERCOLEDÌ 18.03.2026

Obiettivo Cultura - Missione Creare attrattività

Bandi 2026-2028

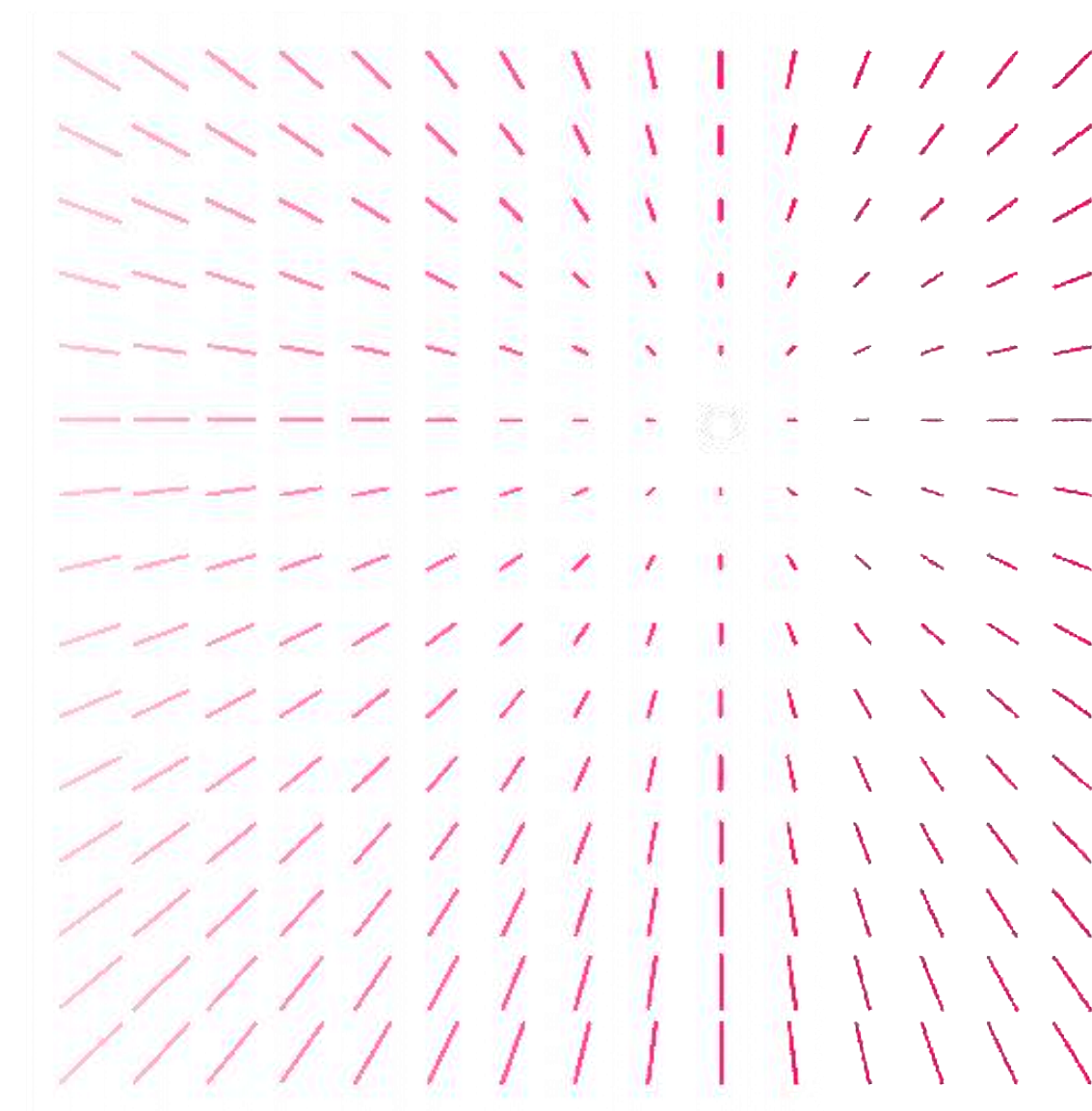


Fondazione
Compagnia
di San Paolo

Allegra Alacevich

Missione

Creare attrattività





Bando per la valorizzazione culturale dei territori e per il turismo sostenibile

Analisi di contesto e di scenario

Italia-Nord Ovest

Nel **2024** il **turismo** ha superato in Piemonte 6 milioni e 280 mila arrivi e 16 milioni e 890 mila **presenze** (+4 ca. del '23), in Liguria 5 milioni e 230 mila arrivi e 16 milioni e 140 mila presenze (ca.+0,20%) e in Valle d'Aosta ha registrato il record di 1.426.726 arrivi e 4.009.458 presenze (ca.+7%), con maggiore incremento estero rispetto a nazionale. I dati provvisori dei primi nove mesi del **2025** confermano la tendenza, ma esiste un **potenziale di accrescimento da esplorare**



Europa

Allineamento con **le diverse opportunità di finanziamento** comunitario. In particolare, **in attesa della nuova EU Sustainable Tourism Strategy** prevista per il **2026**, si guarda al **Tourism Transition Pathway del 2022**, mirando - come detta tale strumento - allo sviluppo di un **ecosistema turistico resiliente, innovativo ed accessibile**, tramite governance collaborative e partenariati di soggetti differenti



Pregressi

La Compagnia, già nello scorso mandato, ha promosso, nella Missione Creare Attrattività, il bando pluriennale **"In luce. Valorizzare e raccontare le identità culturali dei territori"** (2021-2025), per sostenere progetti che agissero in una prospettiva di obiettivi condivisi di valorizzazione, attivazione di reti e integrazione fra cultura e turismo e il bando **"Territori in luce"**, che ha supportato finalità, temi e pratiche di turismo sostenibile, in particolare dal punto di vista ambientale

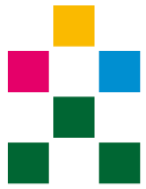


Monitoraggio valutazione interna

I processi interni in capo all'Università di Torino (Metropolis-Dipartimento di Economia e Statistica "Cognetti de Martiis") hanno permesso l'identificazione di **modelli di sostenibilità turistica** per progettualità di valorizzazione di beni culturali combinando le tipologie di patrimonio e turismo e il grado di specializzazione turistica dei comuni, utili a definire e avviare strategie e politiche di sviluppo



In questa prospettiva, il **turismo sostenibile offre un approccio sistemico alla progettazione territoriale mirata alla valorizzazione**, che **combina la tutela dei beni culturali e naturali, le ricadute sulle economie locali** ottenute anche tramite l'attuazione di politiche di attrazione di investimenti e **l'attivazione delle comunità locali**



Bando per la valorizzazione culturale dei territori e per il turismo sostenibile

OBIETTIVO Cultura. MISSIONE 1. Creare attrattività 2. Sviluppare competenze 3. Custodire la bellezza 4. Favorire partecipazione attiva	ALLINEAMENTI 1 2 3 Mondo Europa / Internazionale Italia	CONCETTI CHIAVE 1 2 3 Fiducia Rischio Flessibilità	TRASVERSALITÀ METODOLOGICHE Mobilisation & Partnership Learning Advocacy Internationalization
	PRIORITÀ TEMATICHE Riduzione delle disuguaglianze Sviluppo territoriale sostenibile	FATTORI CHIAVE Supporto al sistema del Welfare: istruzione, salute e benessere Sviluppo, rafforzamento e attrazione di competenze Opportunità per bambini, giovani, famiglie e persone in condizioni di fragilità Riattivazione dell'ascensore sociale: educazione, formazione e cultura Connessione e riequilibrio tra centri e periferie Costruzione di cittadinanza, democrazia e diritti Sostenibilità di luoghi e istituzioni nel post PNRR Valorizzazione degli asset dei territori Attrazione di investimenti e talenti Innovazione di prodotto, di servizio e di processo nelle organizzazioni Transizioni verde ed energetica Divario tecnologico e digitale	VELOCITÀ Progetti a impatto Cambiamento sistemico Tenuta del sistema
	ATTRIBUTI DI PROGETTO Emergenza Capacity building / Organizational development Altro (specificare)	TRASVERSALITÀ Education Innovation Participation	PRINCIPALE ELEMENTO DI STRATEGIA DI RIFERIMENTO B Sostenere proposte territoriali di valorizzazione culturale attraverso percorsi pluriennali di crescita, volti a sviluppare le opportunità che il turismo sostenibile offre per ambiente, luoghi e comunità.

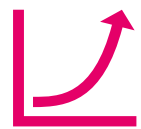


Bando per la valorizzazione culturale dei territori e per il turismo sostenibile

Obiettivi del bando



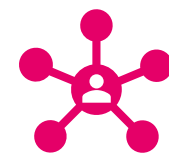
Valorizzare le identità, le vocazioni e le specificità culturali e ambientali, sostenendo proposte che sviluppino e promuovano coerentemente e concretamente i territori, in una prospettiva di medio-lungo periodo, nella tutela del patrimonio culturale e ambientale, sia fisico sia immateriale, e dei sistemi di vita delle comunità



Promuovere nuovi modelli gestionali, governance collaborative e partenariati, sinergie locali multilivello del contesto economico, sociale, educativo, culturale, formativo e solidale



Favorire le transizioni verde e digitale dell'offerta turistica-culturale, ponendo attenzione alla redistribuzione dei flussi turistici e alla mitigazione dell'overtourism e rispettando degli equilibri dei territori e delle comunità



Promuovere l'adozione di modelli di intervento in grado di incidere sulla dimensione economica locale, attraverso l'integrazione con i settori produttivi di turismo e cultura, favorendo l'impiego di risorse locali e l'avvio di percorsi di sviluppo



Promuovere e sostenere progetti che propongano un'offerta turistico-culturale ambientalmente sostenibile e in una dimensione di ecoturismo, che presenti interesse per le risorse paesaggistiche, idriche e la biodiversità del territorio e le tutele e in fine sia orientata alla sensibilizzazione, educazione e comunicazione rispetto dell'ecologia, all'attivazione di sistemi di mobilità green ed intermodali



Promuovere e sostenere progetti inclusivi in termini socioculturali, fisici ed economici, tramite azioni, strumenti e materiali

Bando per la valorizzazione culturale dei territori e per il turismo sostenibile



Focus sull'incentivo ai consumi culturali

I progetti dovranno prevedere iniziative volte a **ridurre le barriere economiche e a rafforzare i servizi di supporto alla fruizione culturale dei giovani adulti** nella fascia di età 19-35 anni, in particolare giovani famiglie estese, aumentando la loro presenza nelle iniziative culturali.

Altre specificità dello strumento

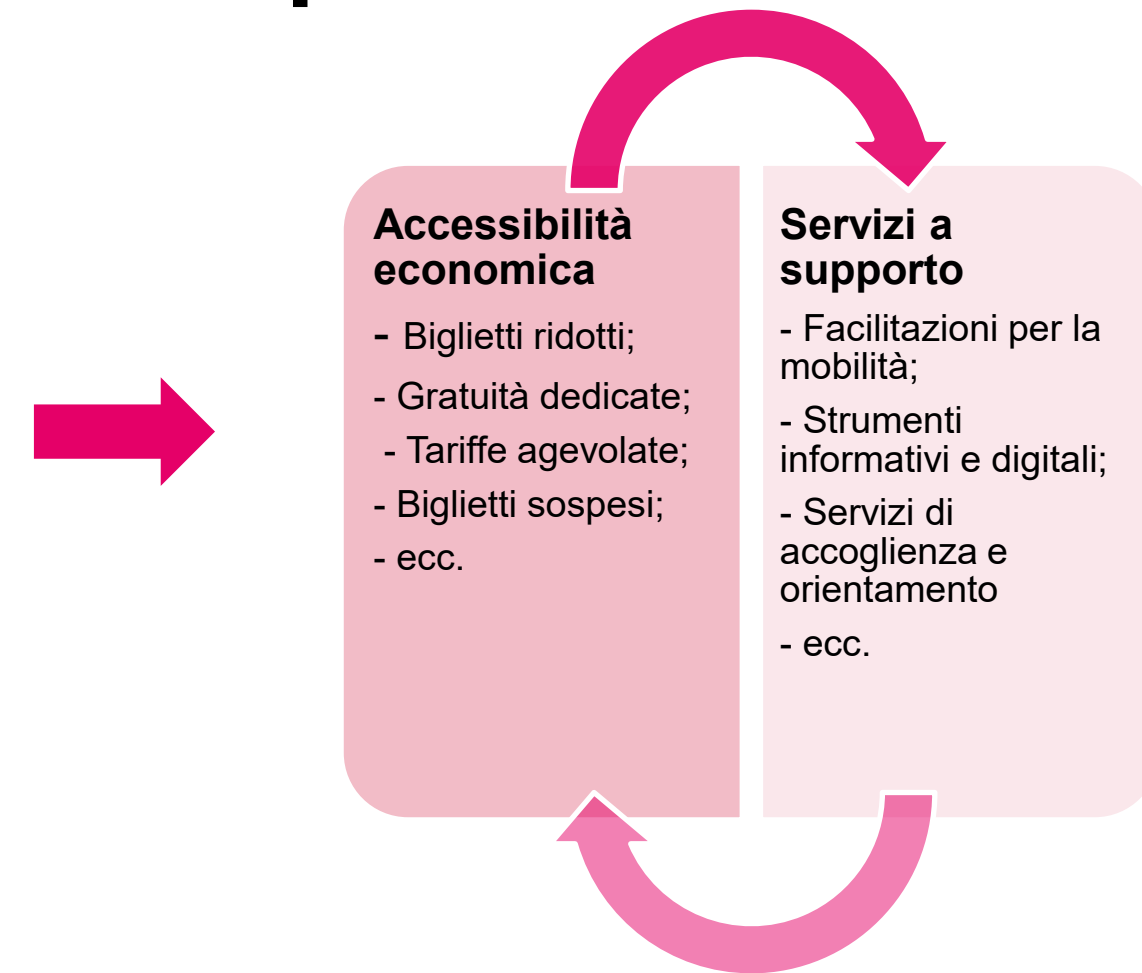
Il bando prevede uno sviluppo dei progetti su **20 mensilità** consecutive e accompagna gli enti in **un percorso di sviluppo** della **dimensione del turismo sostenibile** della valorizzazione culturale, favorendo **governance collaborative, solide e rappresentative del territorio proponente**, attraverso **il monitoraggio** della programmazione e lo sviluppo di quest'ultima sul medio-lungo periodo.

Pubblicazione: 27 MARZO

I contenuti dello strumento verranno approfonditi mediante video in **pillole tematiche**, da metà maggio in avanti.

Si potranno presentare i quesiti alla mail specifica Missione: missioneattrattivita@compagniadisanpaolo.it, specificando nell'oggetto: "Bando per la valorizzazione culturale dei territori e per il turismo sostenibile".

La Compagnia proporrà alcuni **momenti di monitoraggio**, attraverso i quali verranno proposti **approfondimenti e strumenti** che aiuteranno a sviluppare il progetto focalizzando i contenuti e le specificità richieste dal Bando. Le specifiche saranno formulate dalla Compagnia anche in relazione ai caratteri dei progetti/partenariati sia candidati sia selezionati e saranno comunicate **entro il mese di dicembre 2026**.



MERCOLEDÌ 18.03.2026

Obiettivo Cultura - Missione Creare attrattività

Bandi 2026-2028

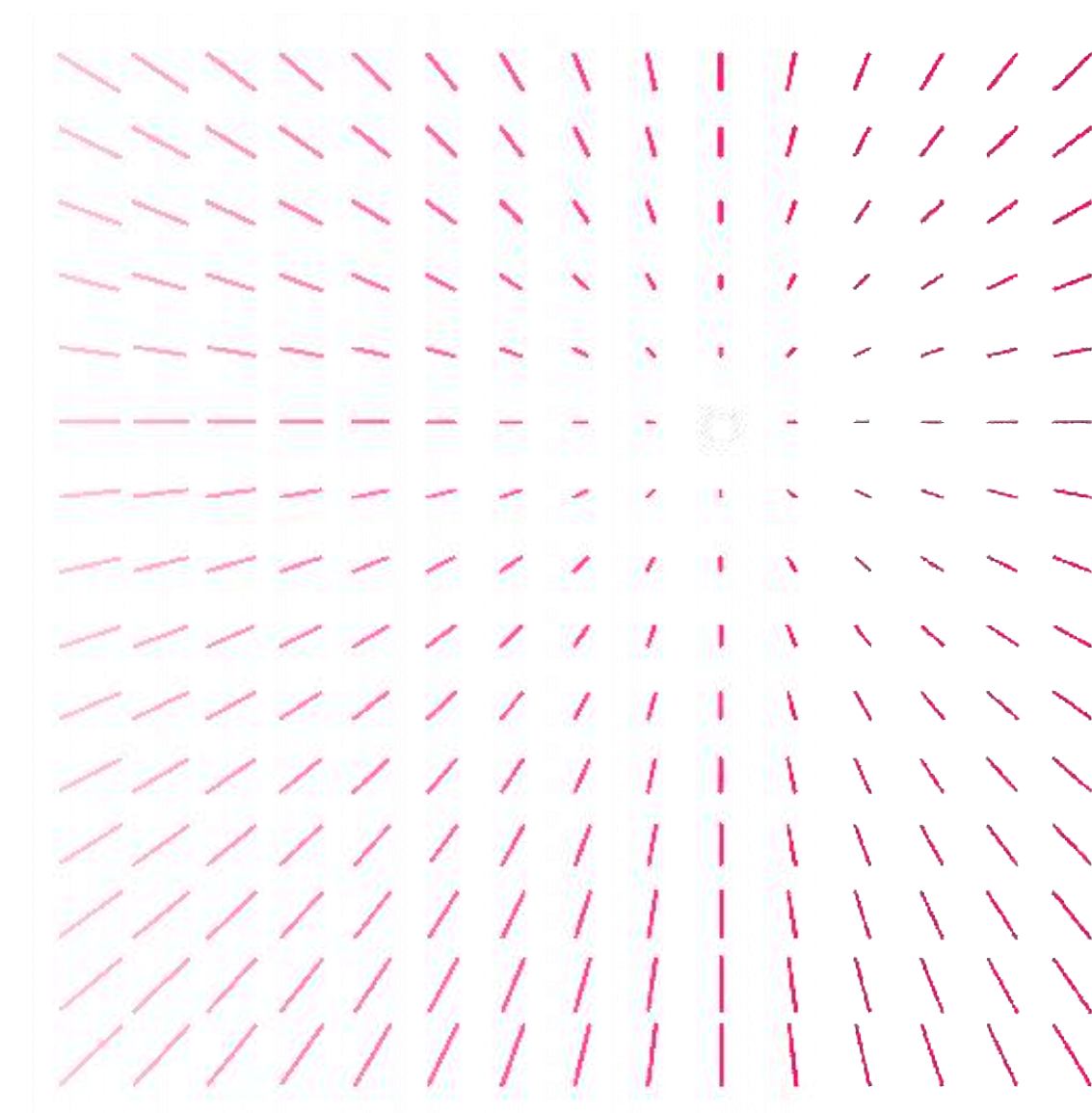


Fondazione
Compagnia
di San Paolo

Andrea Salice

Missione

Creare attrattività





Bandi re-granting con la Fondazione Carispezia e la Fondazione CariBiella

Elementi di contesto

Italia

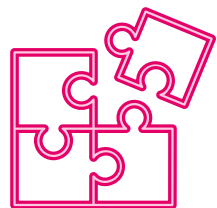
Il **Protocollo d'Intesa ACRI-MEF** e la **Carta delle Fondazioni** promuovono il potenziamento di **“erogazioni in pool”** come modalità volte a promuovere lo sviluppo di collaborazioni con altri soggetti erogatori e ad attirare ulteriori risorse economiche sui territori di riferimento attraverso processi condivisi di partecipazione

Nord Ovest

La **Consulta delle Fondazioni di Origine Bancaria del Piemonte e della Liguria** incoraggia la **collaborazione e la cooperazione tra le Fondazioni** di origine bancaria e incentiva la realizzazione di **iniziative comuni** volte a favorire lo sviluppo locale

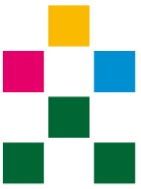
Pregressi

Nel 2022 la Fondazione Compagnia di San Paolo e la Fondazione Carispezia hanno promosso il bando **“Un patrimonio da tutelare”** a sostegno di progetti di restauro e manutenzione programmata beni di interesse storico tutelati ai sensi del D. Lgs. 42/2004 ubicati nel territorio della provincia della Spezia e della Lunigiana



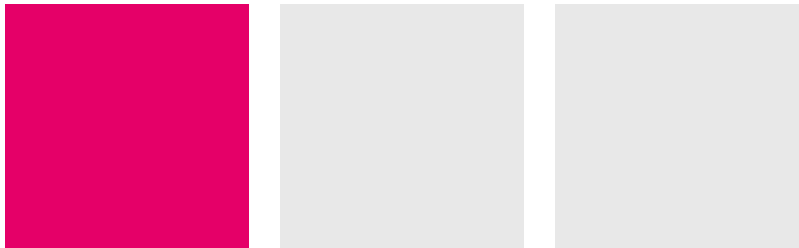
In questa prospettiva, facendo tesoro delle esperienze pregresse, i bandi intendono promuovere **progettazioni integrate** di **tutela e valorizzazione** territoriale in chiave turistica che guardino, nello Spezzino, alla destagionalizzazione, e nel Biellese al turismo naturalistico e all'ecoturismo

Bandi re-granting con la Fondazione Carispezia e la Fondazione CariBiella



OBIETTIVO

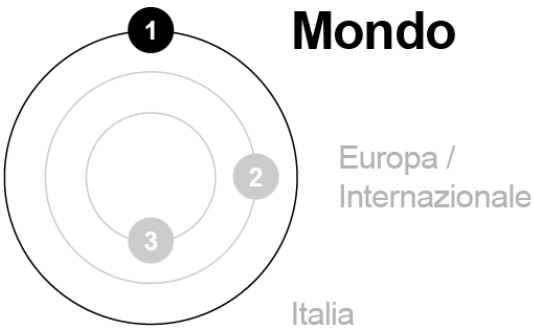
Cultura.



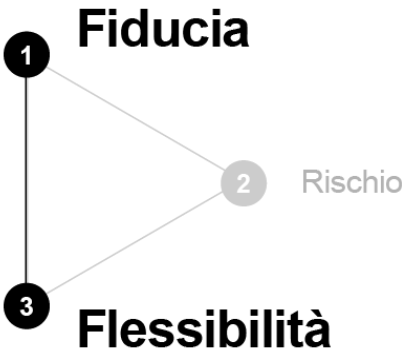
MISSIONE

1. **Creare attrattività**
2. **Sviluppare competenze**
3. **Custodire la bellezza**
4. **Favorire partecipazione attiva**

ALLINEAMENTI



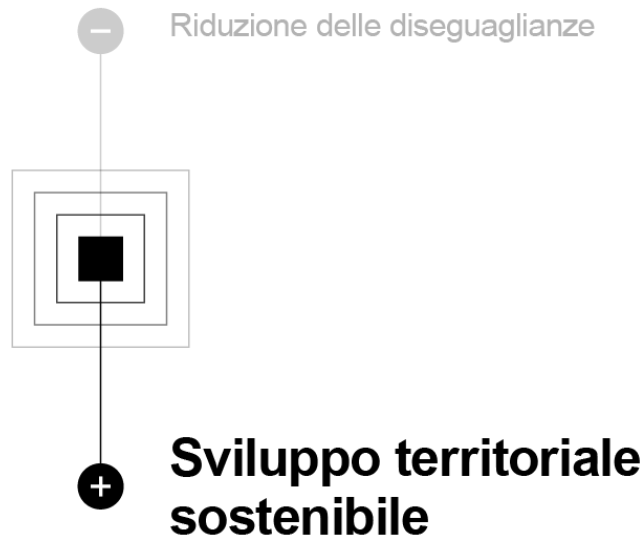
CONCETTI CHIAVE



TRASVERSALITÀ METODOLOGICHE

Mobilisation & Partnership
Learning
Advocacy
Internationalization

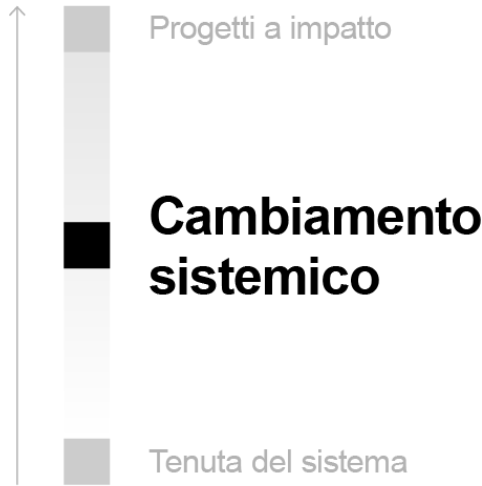
PRIORITÀ TEMATICHE



FATTORI CHIAVE

Supporto al sistema del Welfare: istruzione, salute e benessere
Sviluppo, rafforzamento e attrazione di competenze
Opportunità per bambini, giovani, famiglie e persone in condizioni di fragilità
Riattivazione dell'ascensore sociale: educazione, formazione e cultura
Connessione e riequilibrio tra centri e periferie
Costruzione di cittadinanza, democrazia e diritti
Sostenibilità di luoghi e istituzioni nel post PNRR
Valorizzazione degli asset dei territori
Attrazione di investimenti e talenti
Innovazione di prodotto, di servizio e di processo nelle organizzazioni
Transizioni verde ed energetica
Divario tecnologico e digitale

VELOCITÀ



ATTRIBUTI DI PROGETTO

Emergenza
Capacity building / Organizational development
Altro (specificare)

TRASVERSALITÀ

Education
Innovation
Participation

PRINCIPALE ELEMENTO DI STRATEGIA DI RIFERIMENTO

- B** Sostenere proposte territoriali di valorizzazione culturale attraverso percorsi pluriennali di crescita, volti a sviluppare le opportunità che il **turismo sostenibile** offre per ambiente, luoghi e comunità.
- B** Promuovere la cultura della **conservazione del patrimonio culturale** fondata su conoscenza, prevenzione e ricerca orientata allo sviluppo di un cambiamento sistemico nella tutela dei beni.
- D** Contribuire allo sviluppo di una **riflessione critica sul paesaggio** attraverso il sostegno di progetti sperimentali che forniscano buone pratiche conservative e di transizione energetica e modelli efficaci di valutazione.

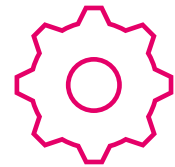
Bandi re-granting con la Fondazione Carispezia e la Fondazione CariBiella



Allineamento al DPP 2025-2028

STRUMENTO EROGATIVO

Re-granting



I bandi costituiscono un'applicazione del modello di re-granting previsto dal DPP 2025-2028, con l'obiettivo di agire con progettazioni di **territorializzazione più mirate ed efficaci**. L'adozione del re-granting, in questo ambito, rappresenta una forma di **fiducia** strutturata: gli enti partner riconoscono la reciproca competenza per agire con efficacia, ottimizzano gli oneri amministrativi e ampliano la possibilità di intercettare realtà di piccole e medie dimensioni spesso escluse dai bandi tradizionali

Valutazione dello strumento re-granting

In collaborazione con la **Direzione Learning – Ufficio Valutazione** verrà avviato uno **studio valutativo** con l'obiettivo di:



- **analizzare e confrontare i modelli di re-granting** attivati dalla Fondazione (concentrandosi su finalità a cui le iniziative rispondono, meccanismi di delega agli intermediari, dinamiche relazionali e opportunità di collaborazione strutturate, procedure e dispositivi di intermediazione, gestione delle diverse fasi progettuali)
- **confrontare il re-granting con modelli tradizionali** di intervento della Fondazione
- **contribuire al posizionamento della Fondazione nella comunità filantropica**, identificando buone pratiche di re-granting e di intermediazione innovative e inquadrando nel panorama offerto dalla letteratura internazionale sul tema

Bando “Un patrimonio che vive. Tutelare e valorizzare i beni culturali del territorio”, in collaborazione con la Fondazione Carispezia



Obiettivi



Preservare il patrimonio culturale locale e diffondere una cultura della **conservazione** e della **manutenzione** di medio-lungo periodo



Promuovere e sostenere progetti che valorizzino le identità e il patrimonio culturale del territorio in una prospettiva di **offerta turistico-culturale sostenibile** riguardo alle risorse ambientali, sociali ed economiche locali, anche in un'ottica di **destagionalizzazione** dei flussi



Promuovere e sostenere la creazione e lo sviluppo di **reti territoriali**, solide e rappresentative, capaci di favorire e accrescere l'attrattività turistica e il posizionamento del proprio contesto locale

**Overtourism
e
destagionalizzazione**

Enti ammissibili



Esclusivamente **partenariati** composti da almeno tre enti e non più di cinque enti (pubblici e/o privati), almeno **uno dei quali appartenente al sistema turistico regionale di riferimento**



Bando “Un patrimonio che vive. Tutelare e valorizzare i beni culturali del territorio”, in collaborazione con la Fondazione Carispezia

Caratteristiche delle iniziative



Progetti con pluralità di azioni tra loro integrate, finalizzate al **restauro**, alla **manutenzione**, alla **valorizzazione** e alla fruizione di singoli beni o di reti di beni storico-artistici, architettonici e paesaggistici, di qualità e identitari del territorio della provincia della Spezia e della Lunigiana



Interventi di restauro corredati dall'indicazione delle attività di **manutenzione** previste a seguito del restauro



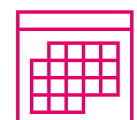
Iniziative di valorizzazione volte a delineare un'offerta turistica sostenibile, preferenzialmente in una prospettiva di **destagionalizzazione** e deflusso turistico



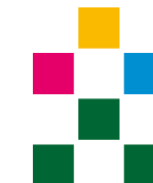
Contributo minimo accordato: **€ 30.000**
Contributo massimo accordato: **€ 70.000**



Il contributo non potrà essere superiore al **70% del budget preventivato**



Svolgersi **da luglio 2026 a febbraio 2028** in provincia della Spezia e nella Lunigiana



Bando “Un patrimonio che vive. Tutelare e valorizzare i beni culturali del territorio”, in collaborazione con la Fondazione Carispezia

Budget



- Totale delle risorse a disposizione **€ 500.000** di cui:
- dalla Fondazione Carispezia **€ 250.000**
 - dalla Fondazione Compagnia di San Paolo **€ 250.000**

Scadenze



- 26 febbraio 2026:** pubblicazione
12 maggio 2026: scadenza per la presentazione delle candidature
Entro il 30 giugno 2026: pubblicazione degli esiti

Modalità di presentazione delle candidature



Compilazione della **modulistica ROL** dedicata al bando sul **sito web della Fondazione Carispezia:**
<https://fcrsp.strutturainformatica.com/Frontend/Rol/>

Fondazione Carispezia

Area riservata

PORTALE ROL - Richieste e Rendicontazione On Line

Le richieste di contributo devono pervenire alla Fondazione esclusivamente attraverso il presente portale: tutte le richieste pervenute in altro modo (ad esempio tramite posta ordinaria, email o consegnate a mano) non potranno essere accettate.

Sono disponibili due video tutorial volti a facilitare l'utilizzo del portale:

- Tutorial sull'accreditamento al portale ROL
- Guida all'uso del portale ROL

ATTENZIONE! Per poter salvare la richiesta in fase di compilazione occorre preliminarmente inserire un titolo (anche provvisorio) e quindi cliccare sul pulsante "Salva".

La presentazione di una richiesta di contributo avviene attraverso le seguenti fasi:

- Fase di accreditamento:** registrazione dell'Ente al portale ROL - Richieste e Rendicontazione On Line. La fase di accreditamento si conclude con l'accettazione della corretta compilazione. Ottenuto l'accreditamento, l'Ente potrà accedere al portale ROL utilizzando le credenziali (Username e Password) ricevute al proprio indirizzo email. Si ricorda che le credenziali sono valide entro 7 giorni dalla data di scadenza del bando a cui si è interessati.

Home Accedi Help online Contatti

Login

E-mail

Password

☐ Ricorda

Hai dimenticato la password?

LOGIN

non sei registrato?

REGISTRATI

Attività connesse al bando



Il **15 aprile alle 15.00** è previsto un **webinar di approfondimento** rivolto agli enti interessati a partecipare al bando. Per prendere parte al webinar sarà necessario registrarsi al link disponibile sul sito web della Fondazione Carispezia a partire da mercoledì 8 aprile

Bando “Armonia in Luce. Tutelare e valorizzare il paesaggio biellese”, in collaborazione con la Fondazione Cassa di Risparmio di Biella



Obiettivi



Promuovere azioni finalizzate **al miglioramento dei contesti paesaggistici, ambientali e urbani**



Favorire una migliore **conoscenza dei caratteri e dei valori del paesaggio locale** così come evidenziati nel Piano Paesaggistico della Regione Piemonte



Migliorare le **pratiche e/o le procedure di gestione e trasformazione del territorio**



Promuovere e sostenere progetti che valorizzino le identità e il patrimonio paesaggistico e culturale del biellese in una prospettiva di **offerta turistico-culturale sostenibile** riguardo alle risorse ambientali, allo sviluppo delle economie locali e al rafforzamento delle reti sociali



Incoraggiare la creazione di **sistemi di governance territoriali** (solidi e rappresentativi) capaci di favorire e accrescere l'attrattività turistica e il posizionamento del proprio contesto locale

**Ecoturismo
Outdoor**

Enti ammissibili



Esclusivamente **partenariati** composti da almeno tre enti e non più di cinque enti (pubblici e/o privati), almeno uno dei quali appartenente al sistema turistico regionale di riferimento

Bando “Armonia in Luce. Tutelare e valorizzare il paesaggio biellese”, in collaborazione con la Fondazione Cassa di Risparmio di Biella



Caratteristiche delle iniziative



Progetti con pluralità di azioni tra loro integrate, finalizzate al **miglioramento dei contesti paesaggistici, ambientali ed urbani**, di qualità e identitari del territorio della Provincia di Biella, e alla loro **valorizzazione** e fruizione



Progetti volti a concorrere al **miglioramento delle condizioni** esposte nella Scheda d'Ambito di riferimento per il territorio interessato dal **Piano Paesaggistico della Regione Piemonte**, in sinergia con l'attuazione degli “indirizzi e orientamenti strategici” indicati nel Piano stesso



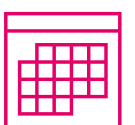
Proposte finalizzate alla creazione di **un'offerta turistica sostenibile**, con particolare attenzione al turismo naturalistico, all'ecoturismo, all'accessibilità, alla crescita delle economie locali e al coinvolgimento delle comunità locali, soprattutto dei giovani



Contributo massimo accordato: **€ 75.000**



Il contributo non potrà essere superiore all'**80% del budget preventivato**



Svolgersi **da ottobre 2026 a febbraio 2028** nella provincia di Biella



Bando “Armonia in Luce. Tutelare e valorizzare il paesaggio biellese”, in collaborazione con la Fondazione Cassa di Risparmio di Biella

Budget



Totale delle risorse a disposizione **€ 450.000** di cui:

- dalla Fondazione Cassa di Risparmio di Biella **€ 300.000**
- dalla Fondazione Compagnia di San Paolo **€ 150.000**

Scadenze



2 marzo 2026: pubblicazione

30 giugno 2026: scadenza per la presentazione delle candidature

Entro il 30 settembre 2026: pubblicazione degli esiti

Modalità di presentazione delle candidature



Compilazione della **modulistica ROL** dedicata al bando sul **sito web della Fondazione CariBiella:**

<https://fcrbi.strutturainformatica.com/Frontend/Rol/>

Attività connesse al bando



Le fondazioni promuoveranno un **percorso di approfondimento** in fase di candidatura, incentrato sul Piano Paesaggistico della Regione Piemonte e un successivo **accompagnamento** nella fase di implementazione delle iniziative

Fondazione Biella

Area riservata

I bandi attivi sull'area ROL della Fondazione sono i seguenti:

Spazio alla Comunità - scadenza presentazione ore 16 del 13 giugno 2025

SportEducation - scadenza presentazione ore 16 del 20 giugno 2025

Bando Eventi - Il scadenza - scadenza presentazione richieste ore 16 del 20 giugno 2025

Per informazioni sull'attività erogativa della Fondazione prevista per l'anno in corso si rimanda alla consultazione del Documento Programmatico Previsionale al seguente link: <https://www.fondazionecribiella.it/dpp>

Tutte le modalità di selezione delle selezioni sono disponibili sul sito della Fondazione al seguente link: <http://www.fondazionecribiella.it>

Per maggiori informazioni e chiarimenti potete contattare il servizio Clienti al numero 015.0991865 o via email a contributi@fondazionecribiella.it

Per ulteriori informazioni sui bandi attivi si rimanda al sito della Fondazione.

I soggetti che possono presentare richiesta di contributo sono quelli ammessi per l'attività istituzionale e nel Documento Programmatico Previsionale.

Non verranno accettate richieste di contributo riferite a domande con medesimo oggetto nella sessione precedente.

Gli uffici della Fondazione sono a disposizione per informazioni al numero 015.0991865 - mail: contributi@fondazionecribiella.it

Login

E-mail

Password

☐ Ricorda

[Hai dimenticato la password?](#)

LOGIN

MERCOLEDÌ 18.03.2026

Obiettivo Cultura - Missione Creare attrattività

Bandi 2026-2028

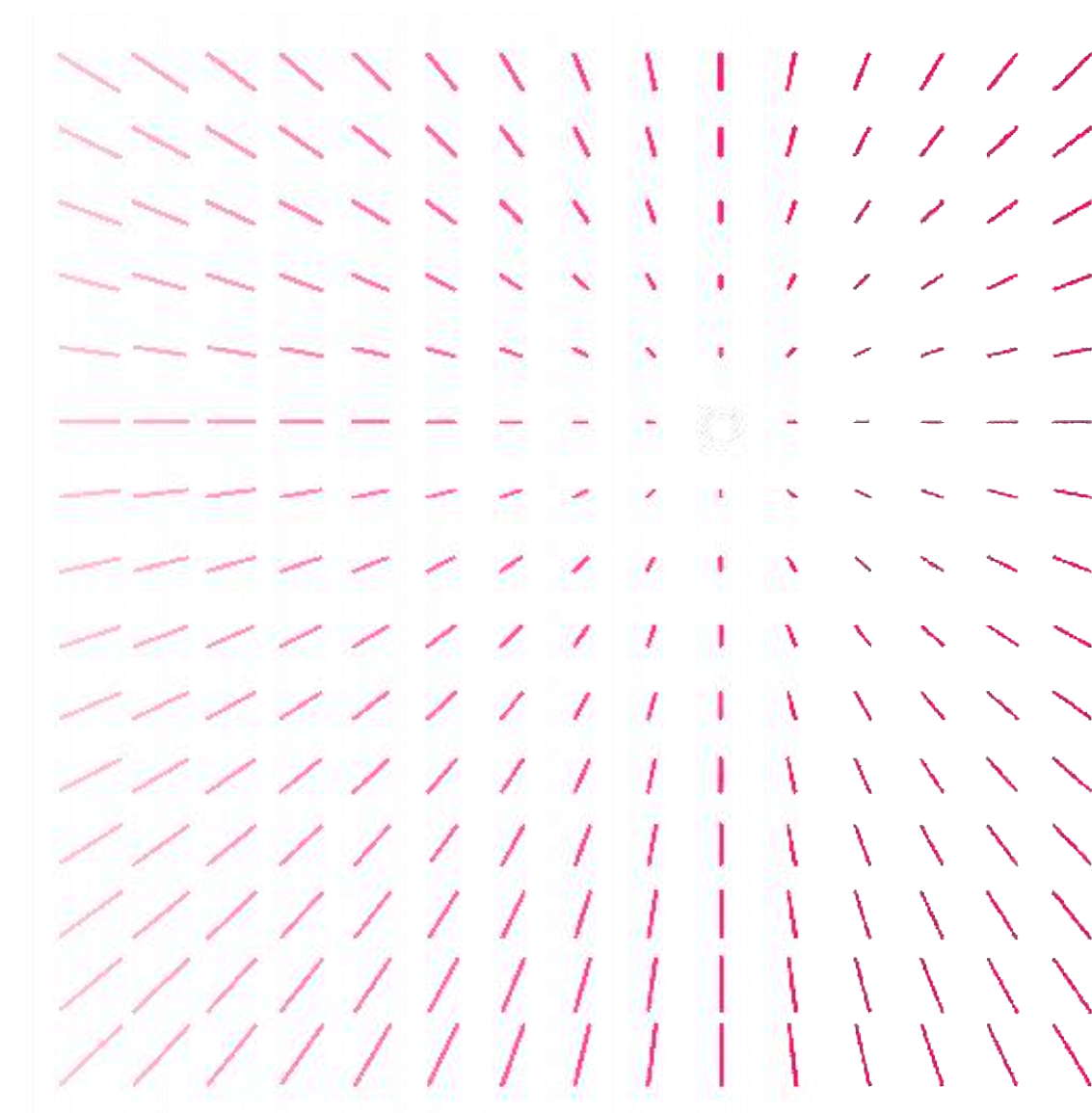


Fondazione
Compagnia
di San Paolo

Enrico Melis

Missione

Creare attrattività





Bando per l'internazionalizzazione dell'offerta culturale



Bando per l'internazionalizzazione dell'offerta culturale



Evoluzione dello strumento a sostegno dell'offerta culturale

2023 – 2025

Linee guida per progetti nell'ambito della
cultura contemporanea



DPP 2021-24



2026 – 2028

Bando per l'internazionalizzazione dell'offerta
culturale



DPP 2025-28



Bando per l'internazionalizzazione dell'offerta culturale

Analisi di contesto e di scenario

Internazionale

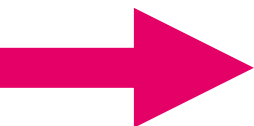
- **L'internazionalizzazione è oggi parte strutturale del settore culturale;**
- I programmi europei sostengono mobilità e collaborazione, con una **partecipazione italiana elevata;**
- Nonostante le opportunità, **l'internazionalizzazione delle istituzioni culturali resta spesso episodica e legata a singoli progetti.**

Nazionale

- **Le politiche pubbliche di sostegno alla programmazione culturale riconoscono la dimensione internazionale** ma rispetto agli altri paesi europei le **risorse messe a disposizione sono limitate;**
- Ne deriva **una maggiore difficoltà per molti enti a investire in percorsi di internazionalizzazione** più complessi (coproduzioni, partenariati transnazionali);
- Difficoltà di **accesso all'offerta culturale da parte dei giovani** nella fascia 19-35.

Locale

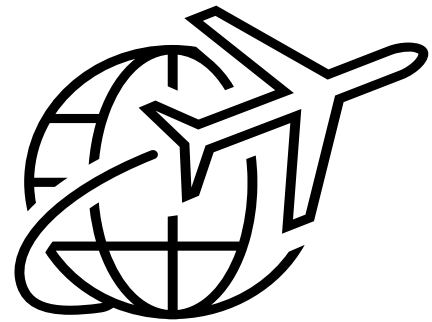
- **Enti con difficoltà di accesso stabile ai circuiti internazionali,** ma presenza di un **tessuto culturale significativo** e di una **prossimità geografica favorevole** con altri Paesi europei;
- Alcuni **progetti sostenuti negli anni precedenti** dimostrano **buone potenzialità di sviluppo;**
- Potenziale di posizionamento del Nord-Ovest come **spazio di ricerca e offerta di respiro internazionale.**





Bando per l'internazionalizzazione dell'offerta culturale

Analisi di contesto e di scenario

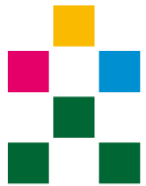


L'internazionalizzazione è:

- **una leva di crescita** per le organizzazioni culturali;
- **uno strumento di qualificazione** dell'offerta culturale;
- **un motore di ricadute più ampie sul territorio.**



Per questo, la Fondazione Compagnia di San Paolo ha deciso di **promuovere interventi che rafforzano strutturalmente la programmazione culturale in chiave internazionale.**



Bando per l'internazionalizzazione dell'offerta culturale

OBIETTIVO Cultura. MISSIONE 1. Creare attrattività 2. Sviluppare competenze 3. Custodire la bellezza 4. Favorire partecipazione attiva	ALLINEAMENTI 1 2 3 Mondo Europa / Internazionale Italia	CONCETTI CHIAVE 1 2 3 Fiducia Rischio Flessibilità	TRASVERSALITÀ METODOLOGICHE Mobilisation & Partnership Learning Advocacy Internationalization		
	PRIORITÀ TEMATICHE Riduzione delle diseguaglianze Sviluppo territoriale sostenibile	FATTORI CHIAVE Supporto al sistema del Welfare: istruzione, salute e benessere Sviluppo, rafforzamento e attrazione di competenze Opportunità per bambini, giovani, famiglie e persone in condizioni di fragilità Riattivazione dell'ascensore sociale: educazione, formazione e cultura Connessione e riequilibrio tra centri e periferie Costruzione di cittadinanza, democrazia e diritti Sostenibilità di luoghi e istituzioni nel post PNRR Valorizzazione degli asset dei territori Attrazione di investimenti e talenti Innovazione di prodotto, di servizio e di processo nelle organizzazioni Transizioni verde ed energetica Divario tecnologico e digitale			VELOCITÀ Progetti a impatto Cambiamento sistemico Tenuta del sistema
	ATTRIBUTI DI PROGETTO Emergenza Capacity building / Organizational development Altro (specificare)	TRASVERSALITÀ Education Innovation Participation		PRINCIPALE ELEMENTO DI STRATEGIA DI RIFERIMENTO Sostenere l'offerta culturale di qualità dei territori attraverso azioni volte a favorire sinergie culturali e organizzative con esperienze nazionali e internazionali e a incentivare la fruizione e i consumi culturali in particolare dei giovani.	



Bando per l'internazionalizzazione dell'offerta culturale

Allineamento valori e trasversalità metodologiche del DPP

Il bando risponde a **4 pilasti fondamentali** del Documento Pluriennale Programmatico:



Geografie e allineamenti: “*Mondo*” concorrendo agli Obiettivi per lo Sviluppo Sostenibile 2030 n.8, 10 e 11; “*Europa e Internazionale*”, allineandosi alla programmazione dell’Unione Europea in un orizzonte più aperto e ampio;



Concetto di “Fiducia”, riconoscendo agli enti il know-how specifico e la **capacità di realizzare progetti corretti ed efficaci, anche in una prospettiva di medio periodo**, attribuendo loro risorse senza imporre vincoli eccessivamente gravosi;



Trasversalità metodologica “Internationalization”, individuando nella dimensione internazionale una delle **leve più efficaci per promuovere la crescita del territorio**;



Priorità tematica “Sviluppo sostenibile» con l’obiettivo di contribuire alla costruzione di un Nord-Ovest - e di un Paese - più **dinamico, aperto, attrattivo**, coeso e solidale.



Bando per l'internazionalizzazione dell'offerta culturale

Obiettivi del bando



Sostenere la programmazione culturale di qualità nei territori di **Piemonte, Liguria e Valle d'Aosta**;



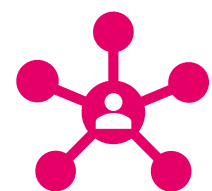
Sostenere **un progressivo aumento delle iniziative di carattere internazionale** all'interno delle programmazioni culturali del territorio;



Favorire lo sviluppo di una strategia pluriennale dei soggetti coinvolti, integrata tra programmazione culturale, apertura e posizionamento internazionale;



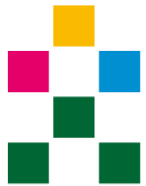
Favorire la creazione di accordi di cooperazione (co-ideazione, co-progettazione, co-produzione) **tra enti culturali del territorio e istituzioni estere**;



Promuovere la presenza di enti e istituzioni del territorio in circuiti e reti culturali internazionali;



Promuovere interventi di incentivazione della domanda di cultura, e/o delle condizioni d'accesso **per i giovani adulti nella fascia di età 19-35**.



Bando per l'internazionalizzazione dell'offerta culturale

Percorso

2026												2027												2028						
gen-26	feb-26	mar-26	apr-26	mag-26	giu-26	lug-26	ago-26	set-26	ott-26	nov-26	dic-26	gen-27	feb-27	mar-27	apr-27	mag-27	giu-27	lug-27	ago-27	set-27	ott-27	nov-27	dic-27	gen-28	feb-28	mar-28	apr-28	mag-28	giu-28	lug-28
			Progetti Fase 1 (12 mesi)												Progetti Fase 2 (12 mesi)															
	Pubblicazione del bando (Fase 1)		Chiusura del bando (Fase 1)	Valutazione	Esiti (Fase 1)							Pubblicazione del bando (Fase 2)		Chiusura del bando (Fase 2)	Valutazione	Esiti (Fase 2)														

Fase 1

- Febbraio 2026 - Pubblicazione del bando
- Aprile 2026 - Chiusura del bando
- Maggio 2026 - Valutazione delle candidature
- Giugno 2026 - Comunicazione degli esiti

Fase 2 (solo per gli enti selezionati in Fase 1)

- Gennaio 2027 - Pubblicazione del bando
- Marzo 2027 - Chiusura del bando
- Aprile 2027 - Valutazione delle candidature
- Maggio 2027 - Comunicazione degli esiti



Bando per l'internazionalizzazione dell'offerta culturale

Caratteristiche delle iniziative - Fase 1

Il bando intende rivolgersi a progetti che:

- Prevedano la **realizzazione di programmazioni culturali di qualità** (arti visive, performing arts, design, musica, arti digitali, ...), con attenzione all'**interdisciplinarietà**, al **rischio culturale** e alla **sperimentazione di formati** culturali;
- Si pongano in stretta **connessione con il contesto culturale territoriale**, coinvolgendo risorse ed energie locali, consolidando le **reti, le relazioni e le filiere**;
- Siano **promossi, comunicati e valorizzati** adeguatamente, con l'obiettivo di rafforzarne il riconoscimento e il **posizionamento dell'offerta nei contesti culturali territoriali, nazionali e internazionali** e, attraverso questo processo, contribuire anche al posizionamento complessivo del territorio di riferimento;



Bando per l'internazionalizzazione dell'offerta culturale

Caratteristiche delle iniziative - Fase 1

- Siano inseriti all'interno di **linee di sviluppo biennali** che dovranno comprendere una prospettiva sullo sviluppo della programmazione e un **programma di internazionalizzazione**;
- Formalizzino **accordi di cooperazione con soggetti internazionali** per una durata di 24 mesi e nel primo anno sviluppino con questi soggetti **almeno il 20% della programmazione culturale complessiva**;
- Prevedano specifiche iniziative volte a **favorire i consumi culturali dei giovani adulti** nella fascia di età 19-35 anni;
- Si svolgano prevalentemente nei territori di **Piemonte, Liguria e Valle d'Aosta**, ferma restando la possibilità di prevedere specifiche attività all'estero.

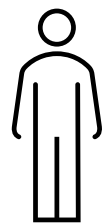


Bando per l'internazionalizzazione dell'offerta culturale

Soggetti ammissibili

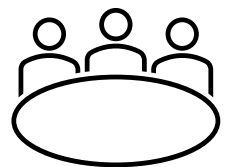
Le proposte potranno essere presentate da:

Un singolo ente



- Enti con sede legale o operativa in **Piemonte, Liguria e Valle d'Aosta**;
- **Pubblici e non profit**;
- **Attivi da almeno tre anni** nell'ambito della **programmazione culturale**.

Un raggruppamento di enti, formalizzato attraverso accordi di partenariato.



L'ente capofila ammissibile secondo quanto sopra indicato;

Uno o più enti partner :

- Pubblici e non profit con sede legale o operativa in Piemonte, Liguria e Valle d'Aosta
- Pubblici e non profit nazionali e/o internazionali,
- Privati o di altra natura - locali, nazionali e internazionali, configurandosi in questo caso come fornitori di servizi, consulenti e/o cofinanziatori

In entrambi i casi:

Obbligatorietà di un **accordo di cooperazione biennale con almeno un ente/istituzione culturale internazionale** (interno o esterno al partenariato).



Gli enti e le istituzioni internazionali coinvolte nel percorso di internazionalizzazione e possono appartenere ai settori pubblico, privato o non profit.

Non sono previste limitazioni alle collaborazioni tra enti culturali internazionali operanti in ambiti, linguaggi o comparti creativi differenti da quelli degli enti proponenti.



Bando per l'internazionalizzazione dell'offerta culturale

Focus sull'internazionalizzazione della programmazione culturale 1/3

Le programmazioni culturali presentate in risposta al bando dovranno **prevedere una componente significativa di attività legate all'internazionalizzazione**. Le proposte dovranno contenere:

1

Un piano biennale che preveda un rafforzamento progressivo della dimensione internazionale tra Fase 1 e Fase 2:

Fase 1 (Aprile 2026 / Marzo 2027) – avvio delle collaborazioni internazionali:

- **Co-ideazione, co-produzione, co-progettazione con almeno un partner internazionale;**
- **Almeno il 20%** della programmazione culturale proposta sia costituito **da attività e iniziative inedite sviluppate con il soggetto**. A questa quota potranno concorrere tutte le attività (a titolo esemplificativo e non esaustivo: spettacoli dal vivo, mostre, installazioni, workshop, talk, seminari, incontri e presentazioni, opere site specific, laboratori, residenze, ...);
- La quota di programmazione internazionale dovrà essere **realizzata prevalentemente sul territorio di riferimento** dell'iniziativa (e in Piemonte, Liguria, Valle d'Aosta) potranno altresì essere realizzate **iniziative all'estero se funzionali alla strategia** di internazionalizzazione e posizionamento.

Fase 2 (Aprile 2027 / Marzo 2028) – rafforzamento delle collaborazioni e reciprocità:

- Co-ideazione, co-produzione, co-progettazione **con il soggetto internazionale individuato in Fase 1;**
- **Almeno il 30% delle iniziative** implementate all'interno della collaborazione;
- Sarà ulteriormente promossa la **reciprocità delle collaborazioni internazionali** (realizzazione di una parte delle attività all'estero, a titolo esemplificativo e non esaustivo: esportazione all'estero di format realizzati nell'ambito della collaborazione, distribuzione, sviluppo di progetti condivisi con restituzione in programmazione e all'estero).



Bando per l'internazionalizzazione dell'offerta culturale

Focus sull'internazionalizzazione della programmazione culturale 2/3

Le programmazioni culturali presentate in risposta al bando dovranno **prevedere una componente significativa di attività legate all'internazionalizzazione**. Le proposte dovranno contenere:

2

Un percorso di **internazionalizzazione**

L'ente/partenariato potrà proporre un percorso finalizzato al raggiungimento degli obiettivi strategici. Saranno ammissibili:

- Attività di **formazione** del personale dell'ente;
- La **partecipazione a reti, circuiti e occasioni di networking internazionali**;
- **Consulenza e accompagnamento** da parte di esperti sui temi dell'internazionalizzazione;
- Tutte le **attività funzionali** e strategiche per lo sviluppo della dimensione internazionale;

3

Una strategia di **posizionamento internazionale** della proposta

Un approfondimento sul posizionamento internazionale della proposta, indicando **strategie, canali e reti di riferimento**, e specificando le **potenziali ricadute sul territorio** in termini di visibilità, attrattività culturale, sviluppo di relazioni e opportunità di scambio a livello internazionale.

Non sono previsti limiti né indicazioni in merito alle quote del budget complessivo da destinare. Ciascun ente o raggruppamento proponente sarà responsabile di un adeguato bilanciamento, all'interno del proprio budget, tra le attività di internazionalizzazione e le spese necessarie alla realizzazione della restante parte della programmazione.

Bando per l'internazionalizzazione dell'offerta culturale



Focus sull'internazionalizzazione della programmazione culturale 3/3

L'**allegato obbligatorio “Linee di sviluppo biennali della programmazione culturale e dell'internazionalizzazione dell'ente”** ha l'obiettivo di supportare gli enti proponenti nella descrizione della prospettiva biennale di programmazione culturale proposta nell'ambito del bando e nell'approfondimento della dimensione internazionale integrata.

SEZIONE 1 – Linee di sviluppo biennali della programmazione culturale

Descrivere la programmazione culturale biennale, gli obiettivi strategici, la strategia di posizionamento e di comunicazione.

SEZIONE 2 - Programma di internazionalizzazione

Descrivere la situazione «as is» rispetto all'internazionalizzazione, la situazione «to be» (bisogni, opportunità, visione di medio-lungo periodo), obiettivi strategici per l'internazionalizzazione, azioni per il primo anno (attività di programmazione e percorso di internazionalizzazione), descrivere il soggetto internazionale (informazioni, profilo, ruolo).

SEZIONE 3 - Impatti attesi

Descrivere gli impatti attesi del progetto in termini di: qualità / ricerca dell'offerta culturale; pubblici (con attenzione ai 19–35 anni); consolidamento delle reti locali e internazionali; ricadute sul territorio in termini di visibilità e posizionamento culturale.

Allegato al Bando:

MISSIONE: Creare attrattività

Bando per
l'internazionalizzazione
dell'offerta culturale

Linee di sviluppo biennali della programmazione culturale e dell'internazionalizzazione dell'ente

Il presente allegato ha l'obiettivo di supportare gli enti proponenti nella descrizione della prospettiva biennale di programmazione culturale proposta nell'ambito del bando e nell'approfondimento della dimensione internazionale integrata. Si richiede di compilare il presente allegato in tutte le sue parti, seguendo il format proposto senza modificarne la struttura, al fine di consentire una valutazione omogenea e comparabile delle candidature.

Si specifica che il documento compilato e restituito non dovrà superare le 15 pagine complessive, copertina inclusa, e dovrà essere redatto utilizzando font Arial 11 per il testo delle risposte.

Denominazione dell'ente capofila: ...

Titolo del progetto: ...

SEZIONE 1 – Linee di sviluppo biennali della programmazione culturale

1. Descrivere la programmazione culturale biennale, illustrandone la visione complessiva, le linee di sviluppo e le prospettive di crescita.

Testo

2. Indicare gli obiettivi strategici.

Testo

3. Illustrare la strategia di posizionamento e comunicazione dell'iniziativa e specificare inoltre come tale strategia contribuisce al raggiungimento degli obiettivi della programmazione biennale.

Testo

Fondazione
Compagnia
di San Paolo

Il format è scaricabile nella sezione «documenti» della richiesta ROL.



Bando per l'internazionalizzazione dell'offerta culturale

Focus sull'incentivo ai consumi culturali

I progetti dovranno prevedere iniziative volte a **ridurre le barriere economiche e a rafforzare i servizi di supporto alla fruizione culturale dei giovani adulti** nella fascia di età 19-35 anni, aumentando la loro presenza nelle iniziative culturali.

Accessibilità economica

- Biglietti ridotti;
- Gratuità dedicate;
- Tariffe agevolate;
- Biglietti sospesi;
- Ingressi "pay if/what you can";
- Abbonamenti flessibili (carnet personalizzabili, abbonamenti a rate, mini-abbonamenti);
- Carte speciali;
- Card culturali integrate e/o agevolazioni per gruppi o reti territoriali;
- Scontistica progressiva per frequenza o partecipazione ripetuta;
- ecc.

Servizi a supporto

- Facilitazioni per la mobilità;
- Strumenti informativi e digitali;
- Servizi di accoglienza e orientamento
- Eventi esclusivi dedicati, in termini di tempi, formati e costi (prove aperte, incontri con artisti/creativi);
- Servizi per giovani genitori e famiglie estese;
- Servizi e convenzioni legate all'ospitalità per non residenti, visitatori e turisti.
- ecc.



Bando per l'internazionalizzazione dell'offerta culturale

Disposizioni finanziarie e spese ammissibili

Contributo

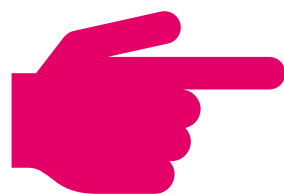
- Contributo massimo nella Fase 1: **€120.000**
- Copertura massima: **60% del costo complessivo** del progetto

Overhead

- Ammissibili **fino al 15%** del contributo richiesto alla Compagnia
- **Nel budget complessivo non possono superare il 15% del totale**

Ammissibilità dei costi

- **Costi connessi** in modo diretto **alla realizzazione del progetto**
- Costi ammissibili **dal 1° aprile 2026** fino alla conclusione del progetto
- Comunque **entro il 31 marzo 2027**



- **Non è ammessa la valorizzazione del lavoro volontario** (né come costo né come cofinanziamento)
- **Il contributo della Compagnia non può essere destinato a enti non ammissibili**, come indicato nelle [Linee applicative del Regolamento per le Attività Istituzionali.](#)



Bando per l'internazionalizzazione dell'offerta culturale

Presentazione dei progetti

Entro il 21 aprile 2026 alle ore 12.00, tramite piattaforma ROL, utilizzando il modulo «Bando per l'internazionalizzazione dell'offerta culturale»

L'ente proponente/capofila **compila il modulo ROL** e allega i seguenti **documenti**:

- **Allegato “Linee di sviluppo biennali della programmazione culturale e dell'internazionalizzazione dell'ente”** (secondo il format scaricabile dal modulo ROL);
- **Programma dettagliato delle iniziative proposte per la Fase 1**, con esplicita indicazione delle attività realizzate in collaborazione con il partner internazionale e del loro ruolo all'interno della programmazione complessiva; **Quantificazione numerica e percentuale delle iniziative internazionali** sul totale delle attività previste;
- **CV della direzione artistica**;
- **Budget della proposta** (secondo il format scaricabile dal modulo ROL);
- Documentazione inerente alla formalizzazione dell'**accordo con il soggetto internazionale**;
- **Accordo di partenariato** qualora la candidatura venga presentata da un raggruppamento.





Bando per l'internazionalizzazione dell'offerta culturale

ROL vs Linee di sviluppo biennali vs Programma dettagliato delle iniziative

ROL

Anagrafica dell'ente proponente, indicazione dei partner di progetto;

Descrizione sintetica dei principali elementi del progetto;

Allegati obbligatori e facoltativi;

Questionari sul progetto.

Allegato “Linee di sviluppo biennali della programmazione culturale e dell'internazionalizzazione dell'ente”

Format obbligatorio disponibile su ROL

Documento strategico che illustra come il progetto si inserisce nel **piano di sviluppo della programmazione dell'ente**, anche in **prospettiva internazionale**.

Allegato “ Programma dettagliato delle attività”

Formato libero

Esplicitazione delle attività previste, con:

- Identificazione di quelle realizzate **con partner internazionali**
- **Quantificazione numerica** delle iniziative internazionali sul totale della programmazione.



Saranno valutati non solo **il numero delle iniziative internazionali**, ma anche **il loro peso nella programmazione complessiva**.

Bando per l'internazionalizzazione dell'offerta culturale



Criteri di selezione

Qualità (40% del peso complessivo)

- ✓ Qualità della proposta biennale in termini di sviluppo previsto;
- ✓ Qualità della proposta in termini di ricerca, linguaggi, formati, artisti coinvolti;
- ✓ Rilevanza della proposta per il contesto territoriale e culturale all'interno del quale è inserita;
- ✓ Qualità e rilevanza delle collaborazioni (e delle relative iniziative previste) con soggetti internazionali, in termini di co-ideazione, co-progettazione e co-produzione;
- ✓ Capacità della proposta di integrare in modo strutturale le azioni di internazionalizzazione nella programmazione culturale e nella prospettiva di sviluppo biennale, oltre la dimensione episodica;
- ✓ Capacità di valorizzare la comunità e l'identità creativa locale e di attrarre sul territorio forze creative nazionali e internazionali;
- ✓ Capacità di promuovere e posizionare a livello comunicativo la propria ricerca e la propria offerta, a livello locale, nazionale e internazionale.



Bando per l'internazionalizzazione dell'offerta culturale

Criteri di selezione

Implementazione (30% del peso complessivo)

- ✓ Coerenza della proposta con le capacità organizzative e gestionali dell'ente;
- ✓ Capacità di proporre e sviluppare accordi strategici e significativi con soggetti internazionali;
- ✓ Capacità della proposta di attrarre nuovi soggetti sul territorio, ponendosi in stretta connessione con gli altri attori e le risorse creative del contesto internazionale;
- ✓ Sostenibilità economica del progetto, valutata in relazione alla congruità del budget, alla diversificazione delle fonti di finanziamento, alla capacità di intercettare risorse nazionali ed europee nonché di generare ricavi;
- ✓ Capacità di individuare aspetti adeguati a garantire la sostenibilità gestionale, organizzativa ed economico-finanziaria del progetto;
- ✓ Efficienza e solidità gestionale ed economica dell'ente proponente e/o del partenariato;
- ✓ Capacità di favorire la fruizione e i consumi culturali del pubblico nella fascia di età 19-35, attraverso azioni di comunicazione mirate, politiche di accessibilità economica, servizi di supporto e modalità di fruizione inclusive.



Bando per l'internazionalizzazione dell'offerta culturale

Criteri di selezione

Impatto (30% del peso complessivo)

- ✓ Capacità della proposta di sviluppare in modo strutturale la programmazione culturale dell'ente;
- ✓ Intensità e consolidamento di reti, relazioni e filiere con il sistema di riferimento locale;
- ✓ Intensità e consolidamento di reti, relazioni e filiere con il sistema di riferimento internazionale;
- ✓ Capacità della proposta di produrre ricadute concrete sul territorio in termini di rafforzamento della visibilità e del posizionamento del territorio nei contesti culturali nazionali e internazionali;
- ✓ Capacità di attivare e consolidare reti, circuiti e collaborazioni durature, con particolare riferimento alla sostenibilità delle relazioni oltre la durata del progetto;
- ✓ Potenziale di diffusione e replicabilità delle pratiche sviluppate, sia all'interno del territorio di riferimento sia in altri contesti, in un'ottica di sistema e di rafforzamento del settore;
- ✓ Impatto sui pubblici, in particolare nella fascia 19-35, e sui consumi culturali in termini di ampliamento, diversificazione e consolidamento della domanda.



Bando per l'internazionalizzazione dell'offerta culturale

Contatti e informazioni

Informazioni e chiarimenti **contenuti Bando**
(specificando nell'oggetto: "**Bando per
l'internazionalizzazione dell'offerta culturale**")
missioneattrattivita@compagniadisanpaolo.it

Domande di natura tecnica sulla **compilazione della ROL**
assistentzarol@compagniadisanpaolo.it



Obiettivo Cultura

Missione Creare attrattività



Fondazione
Compagnia
di San Paolo



www.compagniadisanpaolo.it

