

# Obiettivo Cultura.

Arte, Patrimonio, Partecipazione.

Immaginiamo il futuro.



Fondazione  
Compagnia  
di San Paolo

## Missioni.

Creare attrattività.

**Sviluppare competenze.**

Custodire la bellezza.

Favorire partecipazione attiva.

Il bando Cultura per Crescere 2025.

La sua strategia,

la sua attuazione, la sua prospettiva

*24 luglio 2025*



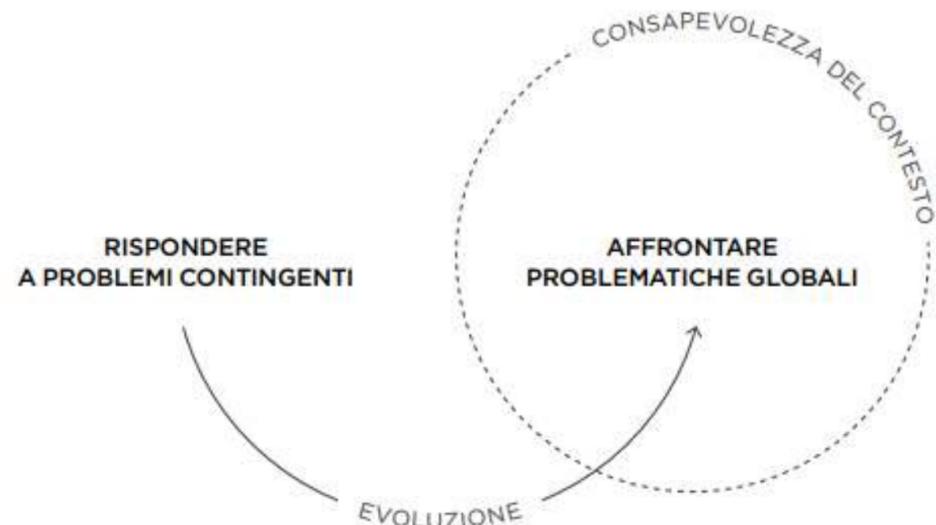
**Cultura per Crescere**

Nati per Leggere e altre storie da vivere in famiglia.

# Elementi di contesto per il Piano Strategico 2025/2028 di FCSP: I megatrend di riferimento



Filantropia



2.  
L'accelerazione  
della transizione  
tecnologica



3.  
La crisi climatica,  
degrado ambientale  
ed eventi estremi



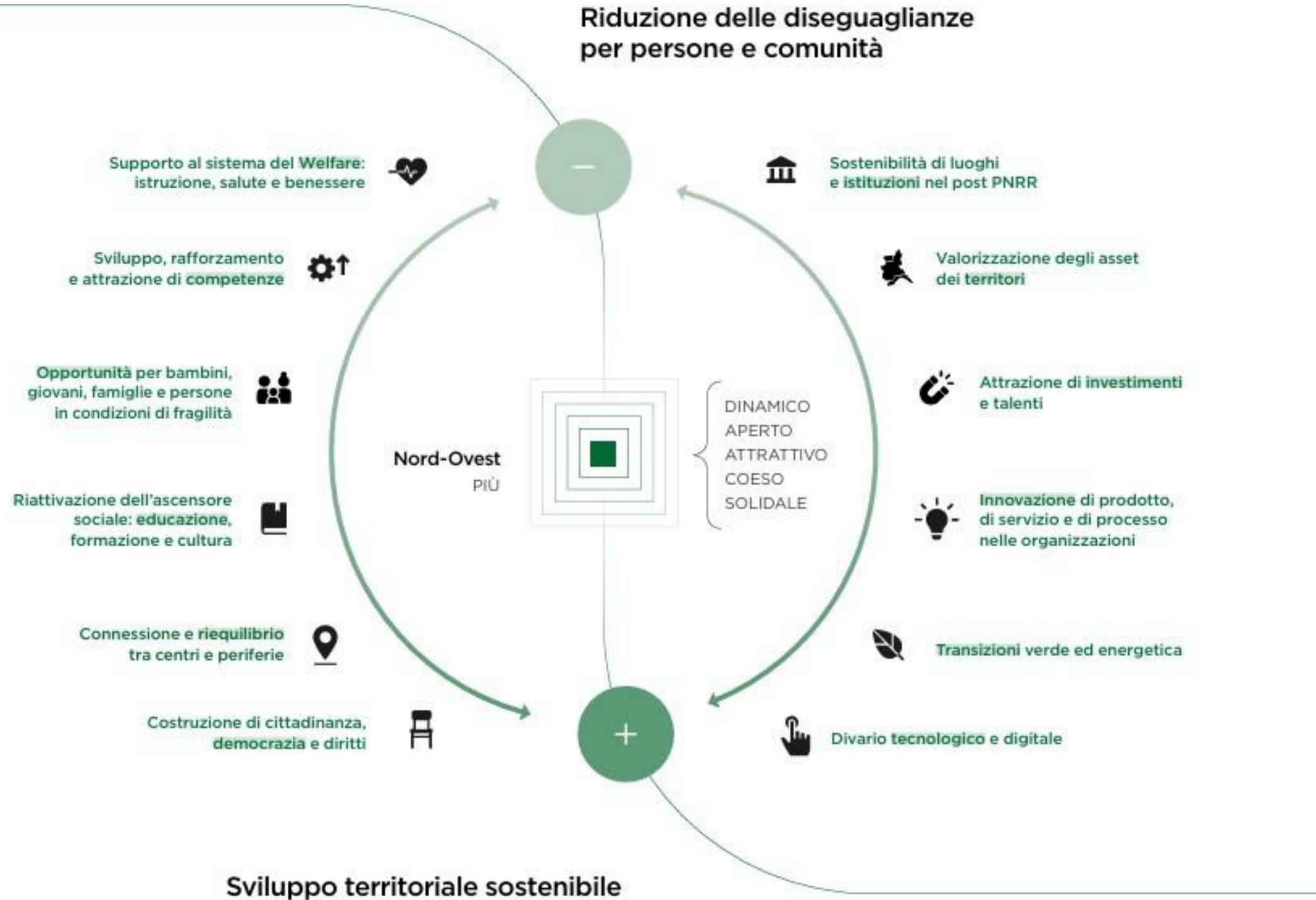
1.  
La crisi demografica,  
la denatalità e l'invecchiamento  
della popolazione



4.  
Le povertà  
e l'acuirsi  
delle diseguaglianze  
sociali



# Le priorità tematiche e i fattori chiave



Cultura.

Persone.

Pianeta.

# Sviluppare competenze



## Cultura.

Riconosciamo nella **cultura una componente imprescindibile per la crescita individuale e lo sviluppo sostenibile** e lavoriamo per garantire che abbia strumenti adeguati per svolgere questo ruolo. Interpretiamo **l'investimento sulle competenze come fattore abilitante** con cui aiutare professionisti, professioniste e organizzazioni a rispondere ai bisogni delle comunità. Aspiriamo a una diffusione capillare e precoce dell'**esperienza culturale** nei contesti educativi e di cura, integrata nei servizi e nelle opportunità territoriali, perché **alimenti percorsi di vita sani, consapevoli e ricchi di possibilità** e contribuisca alla riduzione delle diseguaglianze.



SDGs

STATEMENT DI MISSIONE

# Sviluppare competenze



## ELEMENTI DI STRATEGIA

- A** Favorire la penetrazione capillare e precoce dell'**esperienza culturale attiva** nei contesti educativi, formali e informali, e nelle comunità educanti, perché essa possa contribuire in modo significativo alla crescita e alla formazione dell'individuo e alla riduzione delle diseguaglianze.
- B** Garantire ai professionisti della cultura e per la cultura – con particolare riferimento a donne e giovani – **risorse formative e professionalizzanti** e percorsi di carriera capaci di abilitarli a essere promotori e attuatori della crescita del comparto culturale e della sua partecipazione allo sviluppo sostenibile dei territori.
- C** Favorire l'evoluzione degli enti culturali secondo principi di **responsabilità sociale e sviluppo sostenibile** secondo la *Green Transition*, prioritariamente in chiave ecosistemica.

**Riformulazione, radicamento, disseminazione delle esperienze 21-24, verso una maggiore efficacia e lo sviluppo di nuove traiettorie**



# Le esperienze culturali precoci come risorsa di crescita e benessere, contro le disuguaglianze



## L'impegno su Torino



LA BELLA STAGIONE & ABBONAMENTO MUSEI



Torino come luogo della spinta sistemica, della prima sperimentazione, della costruzione di una comunità educante duratura, stabile, consolidata, con approccio trasversale, sostegni strategici e lavoro corale del gruppo CSP



Nutrirsi di Cultura 0-6



## Disseminazione, scalabilità, opportunità diffuse

Azione diffusa con bandi e nuove linee di intervento, derivanti da esperienze in corso o in chiusura (come Consonanze)

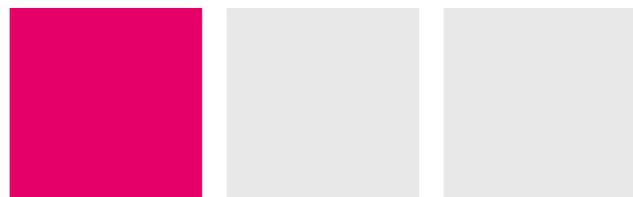




# Bando Cultura per Crescere

OBIETTIVO

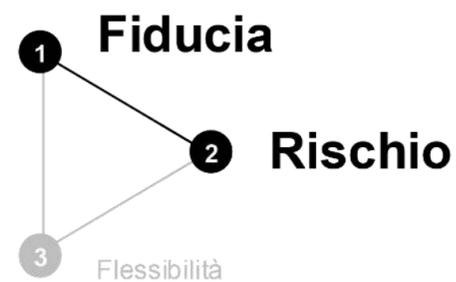
# Cultura.



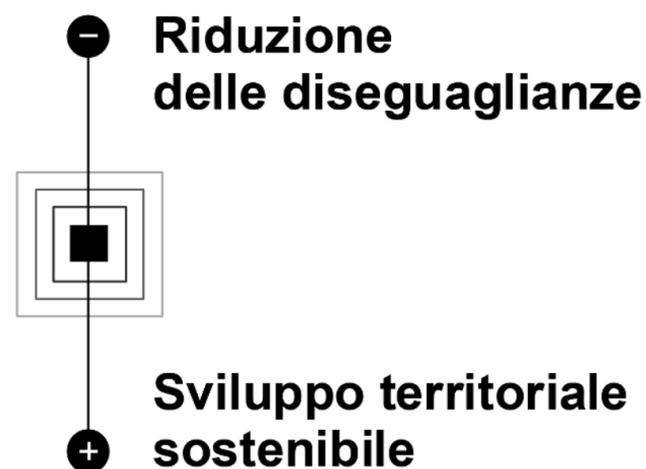
MISSIONE

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

VALORI



PRIORITÀ TEMATICHE



VELOCITÀ



TRASVERSALITÀ METODOLOGICHE



**Mobilisation & Partnership**  
**Learning**  
**Advocacy**  
*Internationalization*

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

PRINCIPALE ELEMENTO DI STRATEGIA DI RIFERIMENTO

**A** Favorire la penetrazione capillare e precoce dell'esperienza culturale attiva nei contesti educativi, formali e informali, e nelle comunità educanti, perché essa possa contribuire in modo significativo alla crescita e alla formazione dell'individuo e alla riduzione delle diseguaglianze



# La prima infanzia: fase cruciale dello sviluppo nell'allarme del contesto globale e locale

In un contesto di denatalità e invecchiamento della popolazione, un'infanzia a rischio

FIGURA A.16 TASSO DI FECONDITÀ (NUMERO MEDIO DI FIGLI PER DONNA) 1950-2022, per continente, USA e Cina. Fonte: dati World Population Prospects, 2024

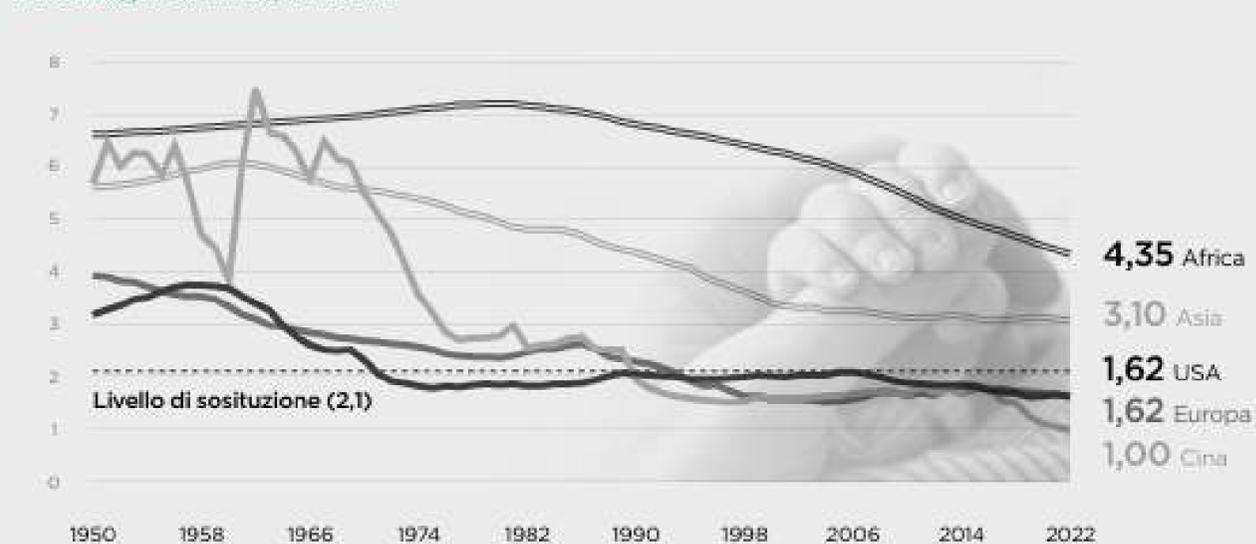
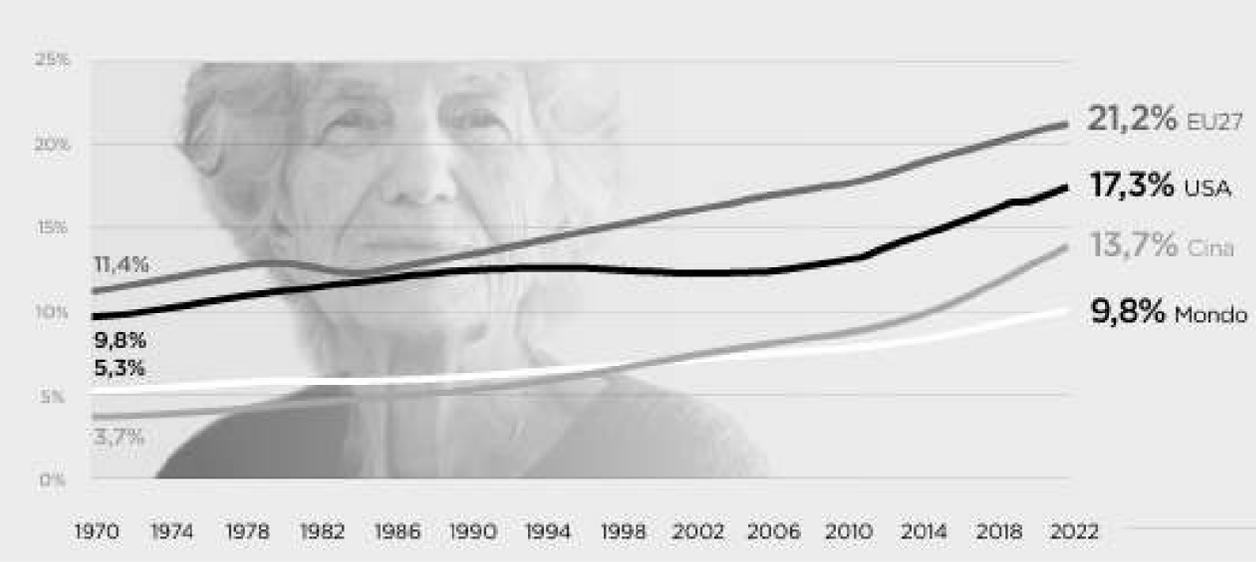
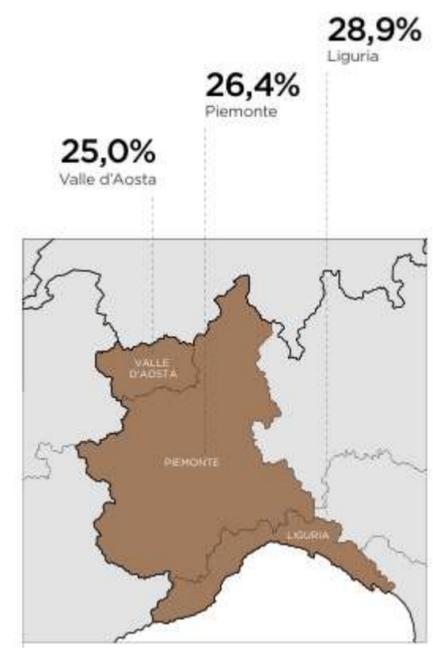


FIGURA A.17 % DELLA POPOLAZIONE OVER 65 1970-2022. Fonte: nostra elaborazione su dati OECD (Organization for Economic Co-operation and Development), 2024



1,20 Italia  
 1,20 Nord-Ovest  
 1,17 Piemonte  
 1,16 Liguria  
 1,16 Valle d'Aosta



<https://www.savethechildren.it/cosa-facciamo/pubblicazioni/xv-atlante-dellinfanzia-rischio-un-due-tre-stella>



# La prima infanzia: fase cruciale dello sviluppo. L'approccio olistico necessario, anche in chiave culturale

Contrastare le disuguaglianze e favorire il benessere attraverso approccio olistico e interventi precoci:



**NURTURING CARE**  
FOR EARLY CHILDHOOD DEVELOPMENT



→ La cultura come risorsa integrata e da integrare



# Il bando Cultura per Crescere. Nati per Leggere e altre storie da vivere in famiglia



## BANDO A SVILUPPO BIENNALE LANCIATO NEL 2022

**Evoluzione dell'impegno storico di Fondazione Compagnia di San Paolo su Nati per Leggere Piemonte (2004-2021), insieme a Regione Piemonte**

### OBIETTIVO

**Incentivare politiche e pratiche diffuse di welfare culturale** per la prima infanzia rivolte a **tutte le famiglie** ma con una cura particolare per **le più fragili**, sviluppate all'interno di **reti territoriali pubblico-private** operanti in un'ottica di **comunità educante**, dove **l'esperienza culturale sia risorsa pienamente riconosciuta e integrata** nei servizi e nelle opportunità del territorio



# Il bando Cultura per Crescere. Il ruolo della biblioteca

## Quale ruolo gioca la biblioteca?

La biblioteca è capofila dei partenariati pubblico-privati, al centro del sistema: elemento connettore, capace di far dialogare e cooperare attori di ambiti differenti – culturale, educativo, sociale, sanitario -, attivatore sociale che interpreta appieno il suo ruolo come generatore di comunità

→ **piena rispondenza alle missioni chiave indicate nel Manifesto IFLA/UNESCO delle biblioteche pubbliche 2022: la biblioteca come «agente essenziale per lo sviluppo sostenibile e la realizzazione individuale della pace e del benessere spirituale»**

## Quale la sfida?

→ divenire a tutti gli effetti **una leva nella costruzione di ecosistemi territoriali intersettoriali a matrice culturale**, che superino l'approccio prettamente progettuale e innestino cambiamenti strutturali e duraturi

→ **riconoscimento del suo ruolo come infrastruttura sociale e culturale di prossimità**



# Il bando Cultura per Crescere. I numeri di due anni di progetti



**CON LA PRIMA EDIZIONE (22-23)**

Sostenuti per un biennio

**13 progetti in partenariato capofilati da Comuni (servizio biblioteche),**  
per un totale di contributi nei 2 anni di **€ 860.000**

**307**  
**Comuni**

**1164 enti:**

- 435 culturali
- 534 educativi
- 107 sociali
- 88 sanitari

**2252**  
**professionisti**  
**attivati**

**1098**  
**professionisti**  
**formati**

**49.534 bambini**  
**che hanno**  
**beneficiato delle**  
**iniziative proposte**



# Il bando Cultura per Crescere. Nel 2024 una nuova edizione biennale

## IL NUOVO BANDO A SVILUPPO BIENNALE, dal 2024

Dall'esperienza della prima edizione,

**la proposta di lanciare la seconda edizione del bando** con sviluppo nuovamente biennale, per:

- **dare continuità** all'intervento sperimentato **e favorirne il consolidamento**
- dare la possibilità ai **partenariati non selezionati** nel primo biennio di ottenere **un sostegno ai progetti**
- **Rafforzare la cultura della progettazione strategica e del project management, con strumenti a supporto**
- proseguire il percorso di **capacity building, ampliando il focus** dalla comunità di pratica dei referenti di progetto **alle reti territoriali** interne ai progetti
- **osservare gli effetti del capacity building** sulla robustezza, coesione e stabilità dei partenariati, **oltre i confini dei progetti**





# Il bando Cultura per Crescere. Le azioni parallele di capacity building e valutazione

## In affiancamento al bando:



**Percorso di capacity building**, lungo due traiettorie complementari:

- In collaborazione **con il CCW**, un percorso di **sviluppo di competenze** intorno ai nodi strategici di Cultura per Crescere (progettazione strategica orientata all'impatto; ascolto e lettura dei bisogni; genitorialità responsiva; reti e team multidisciplinari; comunicazione strategica), **che agisce a cascata** dai referenti di progetto, verso i partner e gli operatori attivati sui territori.

2 anni (2023-2024) + 2 anni (2025-2026);

- In collaborazione **con Hangar Piemonte e in alleanza con la Regione Piemonte**, un laboratorio sperimentale biennale (2025-2026) per "Misurare, valutare e rendicontare gli impatti sociali, culturali, economici ed ambientali generati da reti e interventi culturali" con l'obiettivo ultimo di **realizzare bilanci di sostenibilità territoriali a matrice culturale su 2 Comuni**

**→ grazie al percorso, un'alleanza rinvigorita con Regione Piemonte su Cultura per Crescere**

(rif. Programma triennale della Cultura 25-27)



**Network analysis con la Fondazione Collegio Carlo Alberto, per:**

- determinare le proprietà delle reti in termini di centralità, composizione e dinamica intertemporale (anche in rapporto alla precedente analisi condotta da FRDB);
- identificare i modelli di gestione dei partenariati;
- correlare le caratteristiche qualitative e quantitative delle rete con le variabili di outcome.



Chiusura: 2027. **Sviluppo parallelo di analisi di implementazione, per affondo qualitativo complementare**

# Il bando Cultura per Crescere. Dai numeri del 2024, il nuovo bando 2025



## I 15 progetti selezionati nel 2024:



per beneficiari attesi di 0-5 anni: 57.822

Il bando 2025 completa il biennio, rivolgendosi esclusivamente ai 15 partenariati selezionati nel 2024.

### Obiettivi:

- Proseguire nel consolidamento dei partenariati, per radicare le reti oltre i confini progettuali
- Migliorare la capacità di agire su:
  - **Sviluppo territoriale sostenibile** (→ percorso con Hangar)
  - **Riduzione delle diseguaglianze** (→ percorso con CCW)



Riorientamento di Cultura per Crescere nell'alveo del Piano strategico 2025/2028, con maggiore enfasi su:

- **Reti ed ecosistemi**  
(sistema di governance, management, cooperazione ... )
- **Focalizzazione sui contesti di fragilità**  
(trasformazione delle abitudini, accompagnamento all'autonomia, autofruizione ...)
- **Restituzione dei risultati al territorio**  
(sviluppo fino a febbraio 2027)



# Il bando Cultura per Crescere 2025.

## Elementi salienti



### Struttura del bando e durata dei progetti:

bando con sviluppo biennale, a 2 Fasi:

- **Prima Fase pubblicata a luglio 2024**, per progetti da svilupparsi lungo il 2025. Esiti previsti: dicembre 2024
- **Seconda Fase rivolta esclusivamente ai vincitori della prima**, per progetti da svilupparsi lungo il 2026.  
Chiusura del bando: 27 ottobre 2025  
Esiti previsti: dicembre 2025

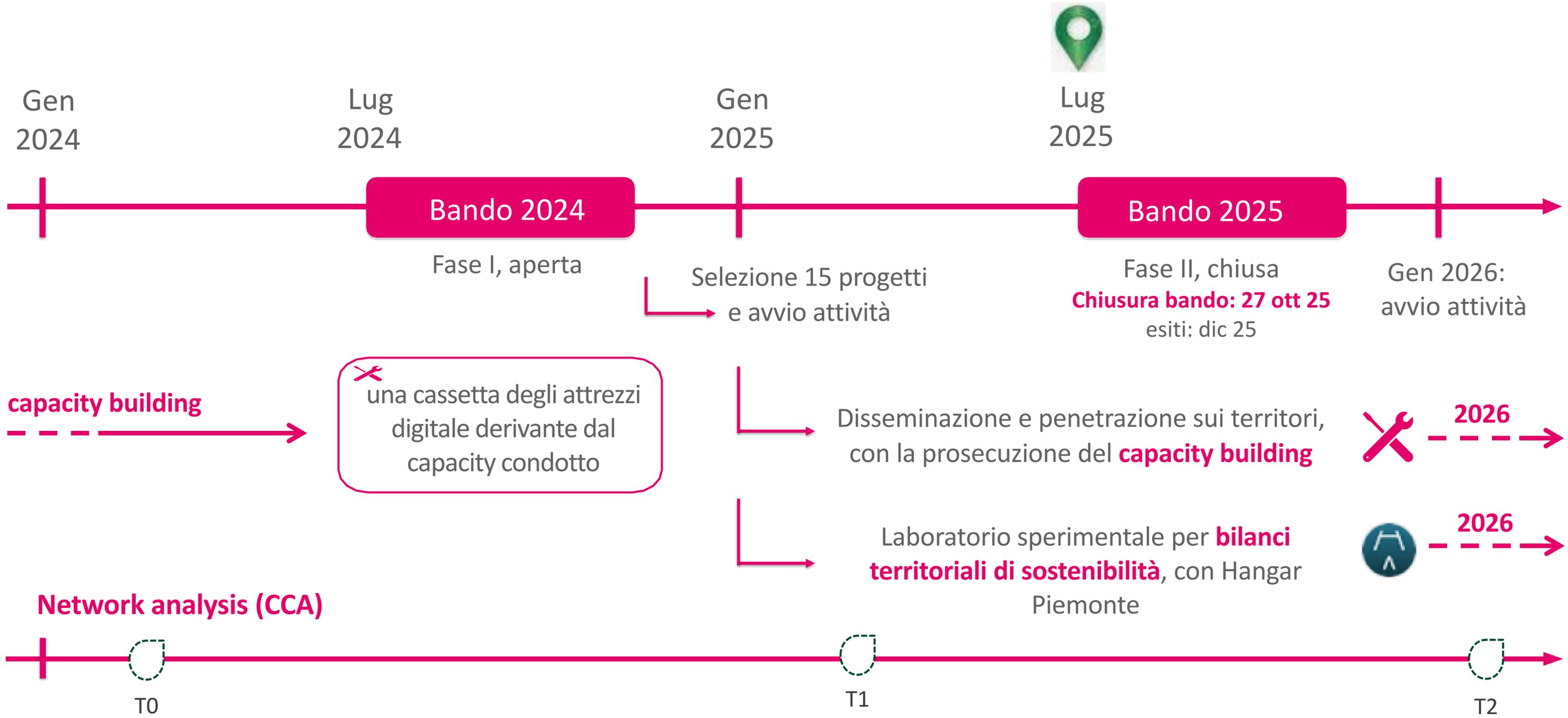


### Destinatari:

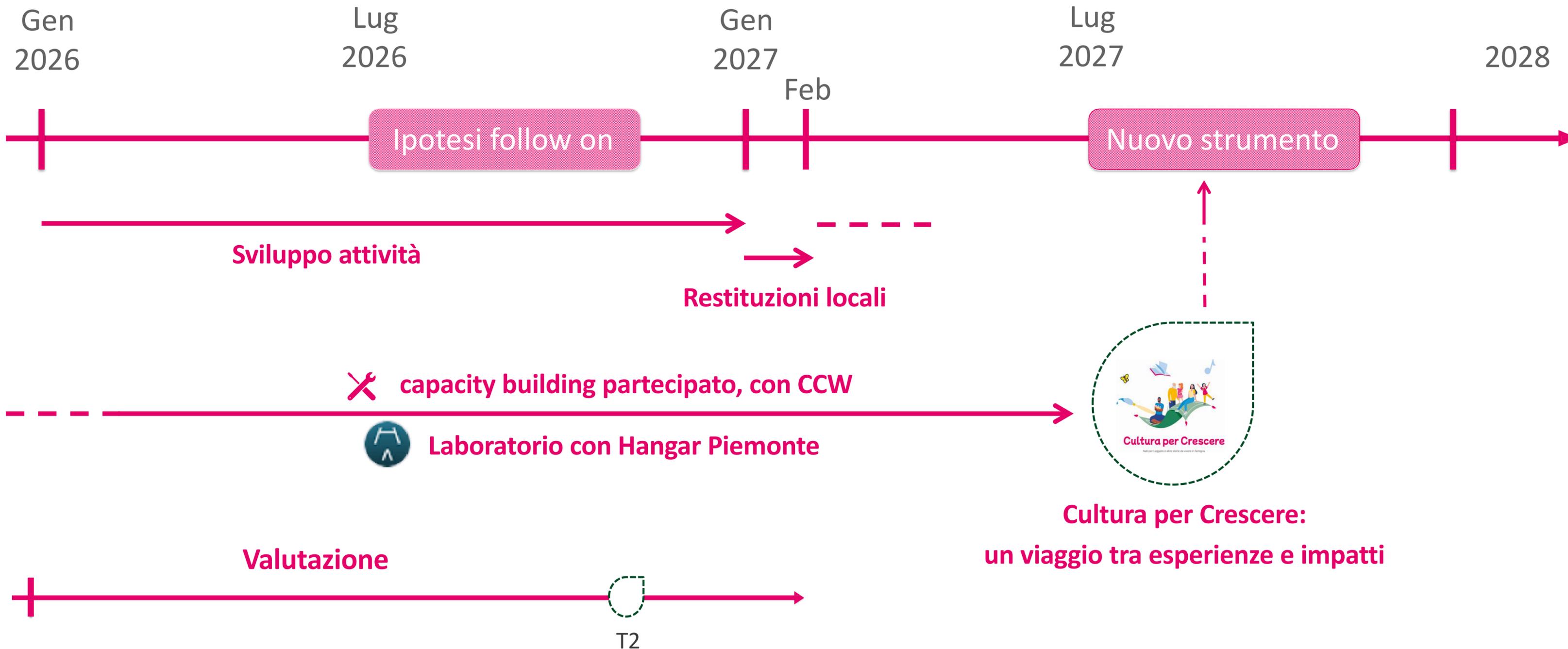
le 15 reti pubblico-private multisetore (culturale, educativo, sanitario, sociale), capofilate da un'amministrazione pubblica (settore biblioteche o enti di emanazione pubblica con la gestione della biblioteca civica), già selezionate nel 2024, **con sostegni differenziati:**

- **Max € 60.000** per i partenariati **al primo biennio di Cultura per Crescere**  
→ **fino a € 10.000** per i consulenti in affiancamento
- **Max € 45.000** per i partenariati **al secondo biennio di Cultura per Crescere**  
→ **fino a € 5.000** (e fino al 50% del costo) per i consulenti in affiancamento

# Il bando Cultura per Crescere 2025. La linea del tempo



# Il bando Cultura per Crescere 2025. Le ipotesi verso il 2027



# Il bando Cultura per Crescere 2025. Gli obiettivi, in continuità con il 2024



- Continuare a **consolidare** e rilanciare le esperienze più significative di **Nati per Leggere Piemonte**;
- **Favorire il radicamento di sistemi territoriali integrati pubblico-privati**, che operino con continuità e capillarità verso un sistema di welfare culturale rivolto alla prima infanzia;
- Diffondere la cultura della **genitorialità responsiva**;
- **Stimolare la progressiva penetrazione delle esperienze culturali condivise nelle abitudini delle famiglie**, con particolare riferimento ai **nuclei che si trovano in situazioni di fragilità o vulnerabilità**, al fine di offrire occasioni di apprendimento e di socializzazione indipendenti dalla condizione socio-economica familiare, **riducendo così le barriere culturali, sociali ed economiche** che spesso frenano la partecipazione non episodica alla vita culturale cittadina;
- Investire sullo **sviluppo di competenze**, professionali e non, idonee a consolidare l'approccio integrato proposto nelle comunità coinvolte;
- Favorire **il passaggio dall'episodicità progettuale al radicamento** nelle politiche e nelle pratiche delle esperienze di welfare culturale per la prima infanzia;
- **Accompagnare i partenariati già sostenuti alla stabilizzazione di strategie, alleanze e metodi** di lavoro dimostratisi produttivi, perché l'approccio sperimentato possa divenire una dimensione stabile del territorio, al di là della durata del progetto.

# Il bando Cultura per Crescere 2025. Gli strumenti per la progettazione



- **SWOT ANALYSIS** secondo il format 2024:

<b>Punti di forza (Strengths)</b> ... Inserisci punto di forza ... Inserisci punto di forza	<b>Debolezze (Weaknesses)</b> ... Inserisci debolezza ... Inserisci debolezza
<b>Opportunità (Opportunities)</b> ... Inserisci opportunità ... Inserisci opportunità	<b>Rischi (Threats)</b> ... Inserisci rischio ... Inserisci rischio

- **STAKEHOLDERS MAP** secondo il format 2024:

STAKEHOLDER	COMUNE	TIPOLOGIA	AMBITO	COINVOLGIMENTO	FORMALIZZAZIONE
		PUBBLICO	PRESIDIO SANITARIO	PARTNER	collaborazione formalizzata
		PRIVATO	PRESIDIO CULTURALE	CONTRIBUTORI	collaborazione non formalizzata
			PRESIDIO EDUCATIVO	ESTERNI E POTENZIALI	
			PRESIDIO SOCIALE		
			ALTRO		

# Il bando Cultura per Crescere 2025. Gli strumenti per la progettazione



- **Descrizione del progetto secondo il nuovo format, ispirato alle metodologie testate con Hangar Piemonte:**

Hangar Piemonte • 7g

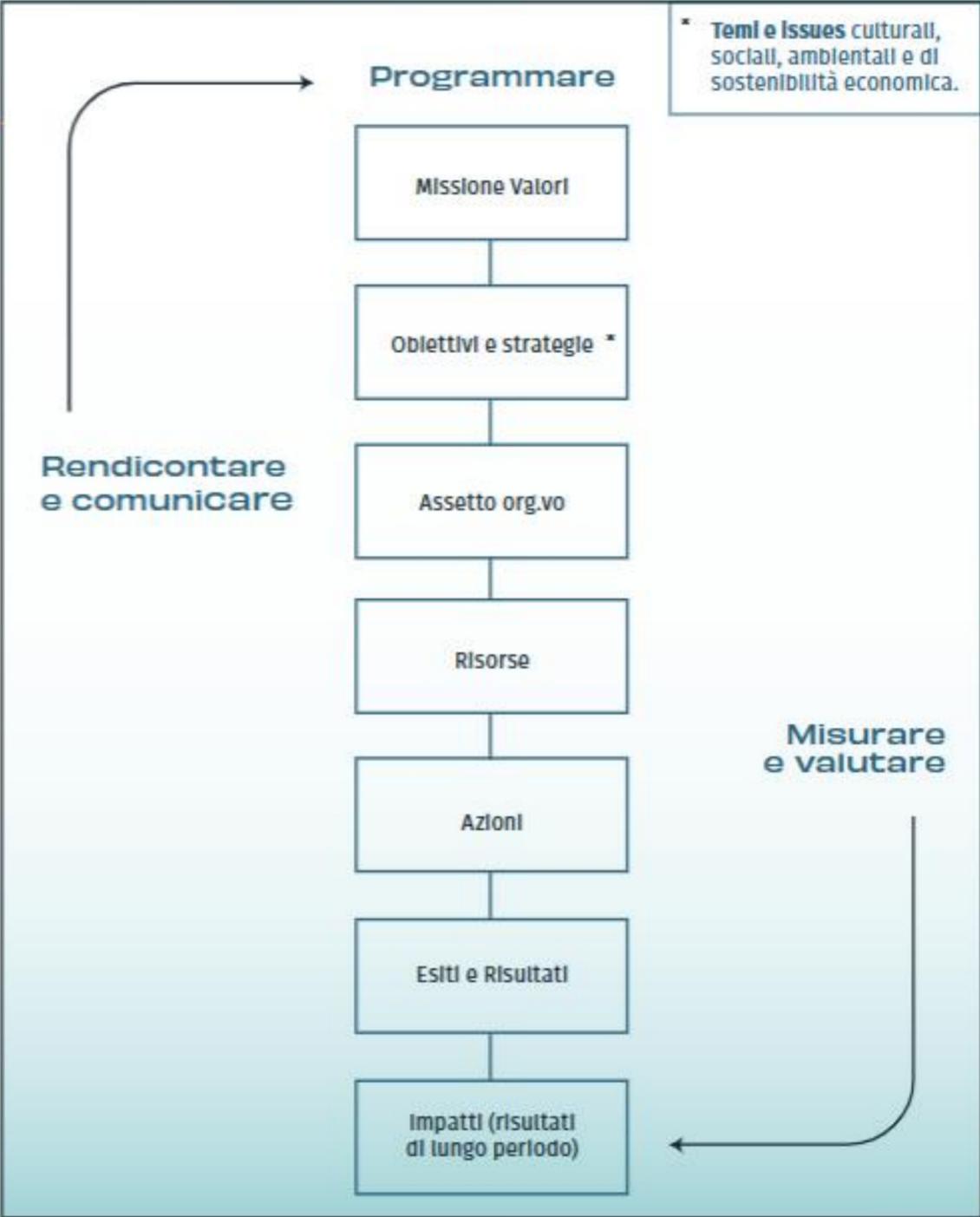
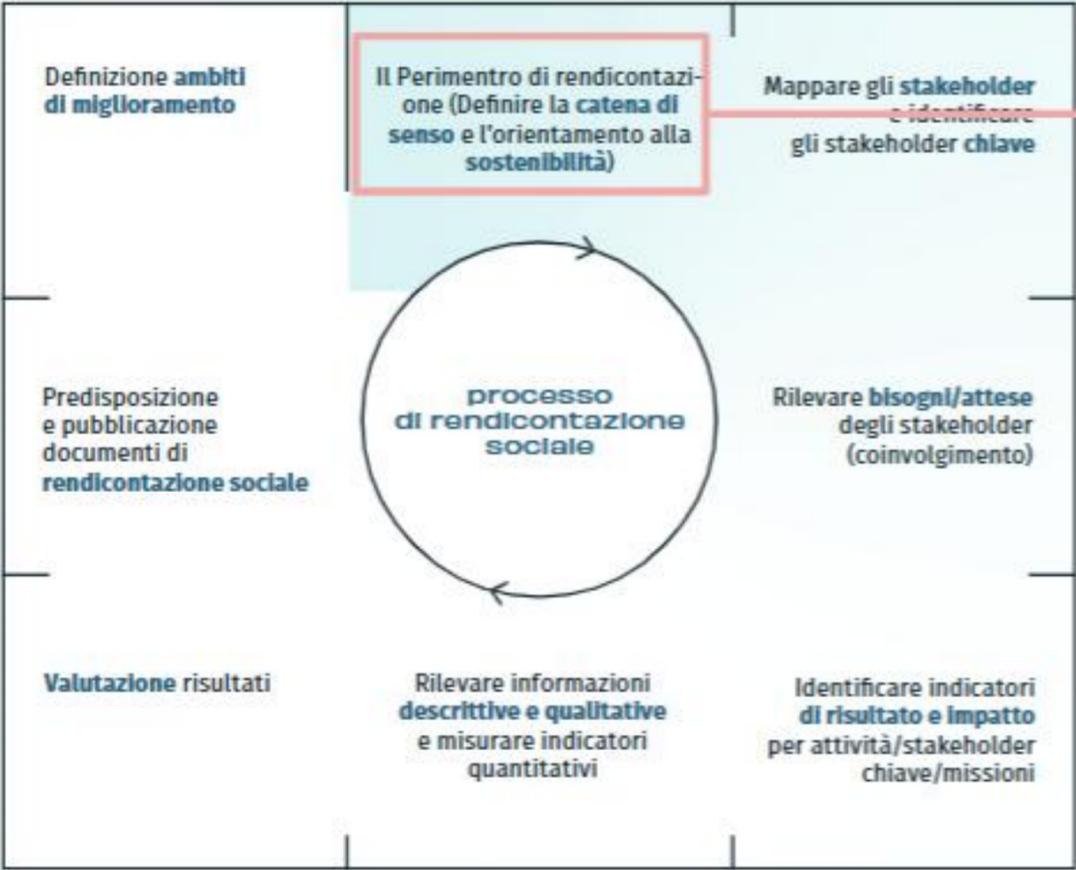
## Il bilancio di sostenibilità degli interventi culturali nei territori

1° Workshop del 28 gennaio	2° Workshop del 19 febbraio	3° Workshop del 19 marzo	4° Workshop del 8 aprile	5° Workshop del 8 maggio	6° Workshop del 11 giugno	7° Workshop del 2 luglio
<b>Oggetto del workshop</b> Il primo workshop è teso a creare una base comune di conoscenza e di riflessione attorno ai <b>concetti della sostenibilità</b> e ai <b>modelli per misurarla e rendicontarla</b> .	<b>Oggetto del workshop</b> L'oggetto di approfondimento metodologico e laboratoriale del secondo workshop è <b>l'identificazione dei temi di sostenibilità</b> e la costruzione di una <b>mapa di temi rilevanti</b> per le Reti e per i territori.	<b>Oggetto del workshop</b> Il terzo workshop approfondisce il <b>ruolo delle relazioni nei meccanismi di coordinamento</b> delle reti: fiducia, sussidiarietà orizzontale e interesse generale.	<b>Oggetto del workshop</b> Il quarto workshop è dedicato alla <b>mappatura, all'analisi degli stakeholder</b> e all'identificazione degli stakeholder chiave.	<b>Oggetto del workshop</b> Il quinto workshop è dedicato al <b>processo e alle modalità con cui coinvolgere gli stakeholder</b> nel processo di misurazione, valutazione e rendicontazione della sostenibilità.	<b>Oggetto del workshop</b> Il sesto workshop è dedicato all' <b>identificazione dei temi di sostenibilità materiali</b> , ovvero quelli rilevanti e significativi sia per le reti che per gli stakeholder del territorio.	<b>Oggetto del workshop</b> Il settimo workshop è dedicato all'identificazione degli indicatori alle modalità per misurare esiti e risultati nei temi di sostenibilità, relazione alle priorità emerse da confronto con gli stakeholder.
<i>Quali possibilità di intraprendere percorsi di misurazione e rendicontazione della sostenibilità da parte delle reti?</i>	<i>Quali sono i principali temi di sostenibilità sui quali ciascuna rete interviene, in relazione alle attività realizzate o programmate?</i>	<i>Cosa vuol dire collaborare per la sostenibilità?</i>	<i>Chi sono gli stakeholder della mia rete?</i>	<i>Quali questioni, bisogni e impatti di sostenibilità sono prioritari nel territorio in cui le reti agiscono?</i>	<i>Cosa e come misuro, valuto e rendiconto per far emergere il valore generato e gli impatti prodotti dalla cultura nello sviluppo sostenibile dei territori?</i>	
<b>Presentazione teorica</b> PDF Slide 1° Workshop_28.01.2025 • La sostenibilità degli interventi	<b>Presentazione teorica</b> PDF Slide 2° Workshop_19.02.2025 • Temi di sostenibilità: questioni e problematiche culturali,	<b>Presentazione teorica</b> PDF Slide 3° Workshop_Labsus_19.03.2025 • STARE NELLA COLLABORAZIONE: Approcci e modelli di governance delle reti	<b>Presentazione teorica</b> PDF Applicazione dei criteri manageriali per l'identificazione	<b>Presentazione teorica</b> PDF Applicazione del modello dei 5 assi per	<b>Presentazione teorica</b> PDF La Strategia Regionale di Sviluppo Sostenibile Agostina Garazzino, Funzionario	<b>Presentazione teorica</b> PPTX Presentazione 02.07.2025 (1) • La misurazione e valutazione nel processo di rendicontazione di sostenibilità • La valutazione qualitativa:
<b>Lettura</b>						

# La catena di senso nel perimetro della rendicontazione sociale



Le fasi del processo di rendicontazione





# Temi di sostenibilità emersi nel percorso MVR di Hangar

## SOSTENIBILITA' SOCIALE

- Pari opportunità e parità di generi
- Accessibilità alla cultura
- Inclusione sociale per la creazione artistica
- Sviluppo di comunità e partecipazione
- Rifunionalizzazione dello spazio pubblico
- Sensibilizzazione e creazione di dibattito sui temi sociali
- Welfare culturale

## SOSTENIBILITA' AMBIENTALE

- Sensibilizzazione e creazione di dibattito sui temi ambientali
- Cura e valorizzazione degli ecosistemi
- Riconversione e gestione sostenibile degli spazi
- Management ambientale integrato
- Riutilizzo, riciclo e circolarità
- Digitale per la sostenibilità ambientale
- Co-progettazione ambientale intersettoriale
- Mobilità sostenibile

## SOSTENIBILITA' CULTURALE

- Sostegno alle nuove generazioni di artisti
- Contaminazione tra linguaggi e pubblici
- Educazione e apprendimento attraverso l'arte e la cultura
- Reti culturali e processi di co-produzione artistica
- Scambio e interconnessioni di saperi
- Sostegno all'innovazione creativa
- Valorizzazione dei patrimoni culturali materiali e immateriali

## SOSTENIBILITA' ECONOMICO-ORGANIZZATIVA

- Governance e gestione responsabile
- Sostenibilità economica dell'ente
- Cultura dell'innovazione nei processi, nelle attività e nelle relazioni
- Partnership e alleanze cross-settoriali
- Organizzazione sostenibile del lavoro
- Dignità e stabilità lavorativa
- Sviluppo e valorizzazione delle competenze
- Benessere lavorativo e inclusione
- Pratiche di acquisto e filiere sostenibili
- Impatto dell'ente sul territorio



# Chi sono gli stakeholder



## ...nella comunità di ricerca MVR Hangar

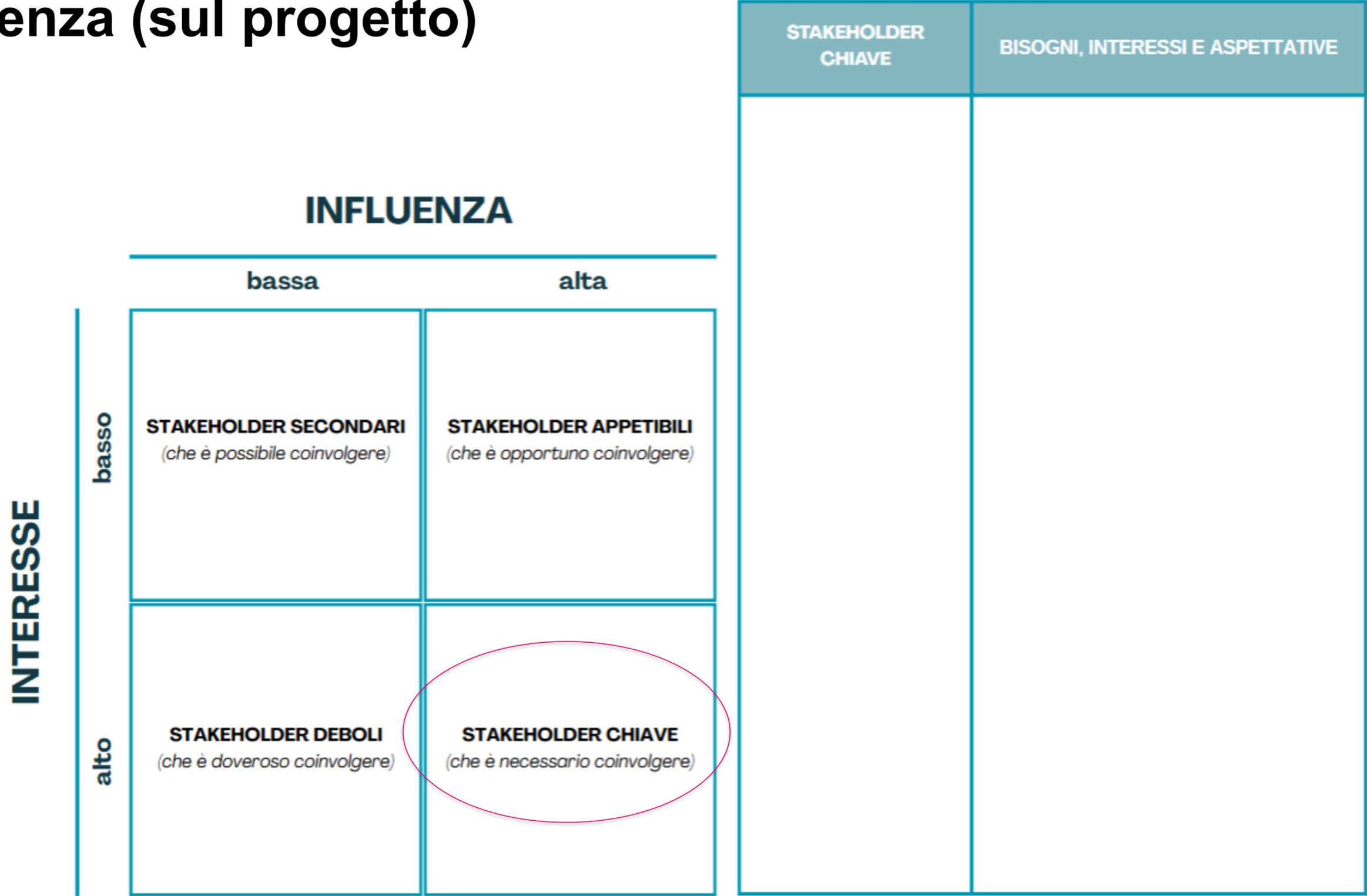
Gli stakeholder rappresentano un elemento chiave nei processi di rendicontazione sociale in quanto sono i destinatari delle informazioni contenute nei bilanci di sostenibilità al fine di metterli nella condizione di poter valutare l'operato di un'organizzazione, il suo impegno nel prevenire impatti negativi e generare impatti positivi.

Tutto ciò in quanto sono:

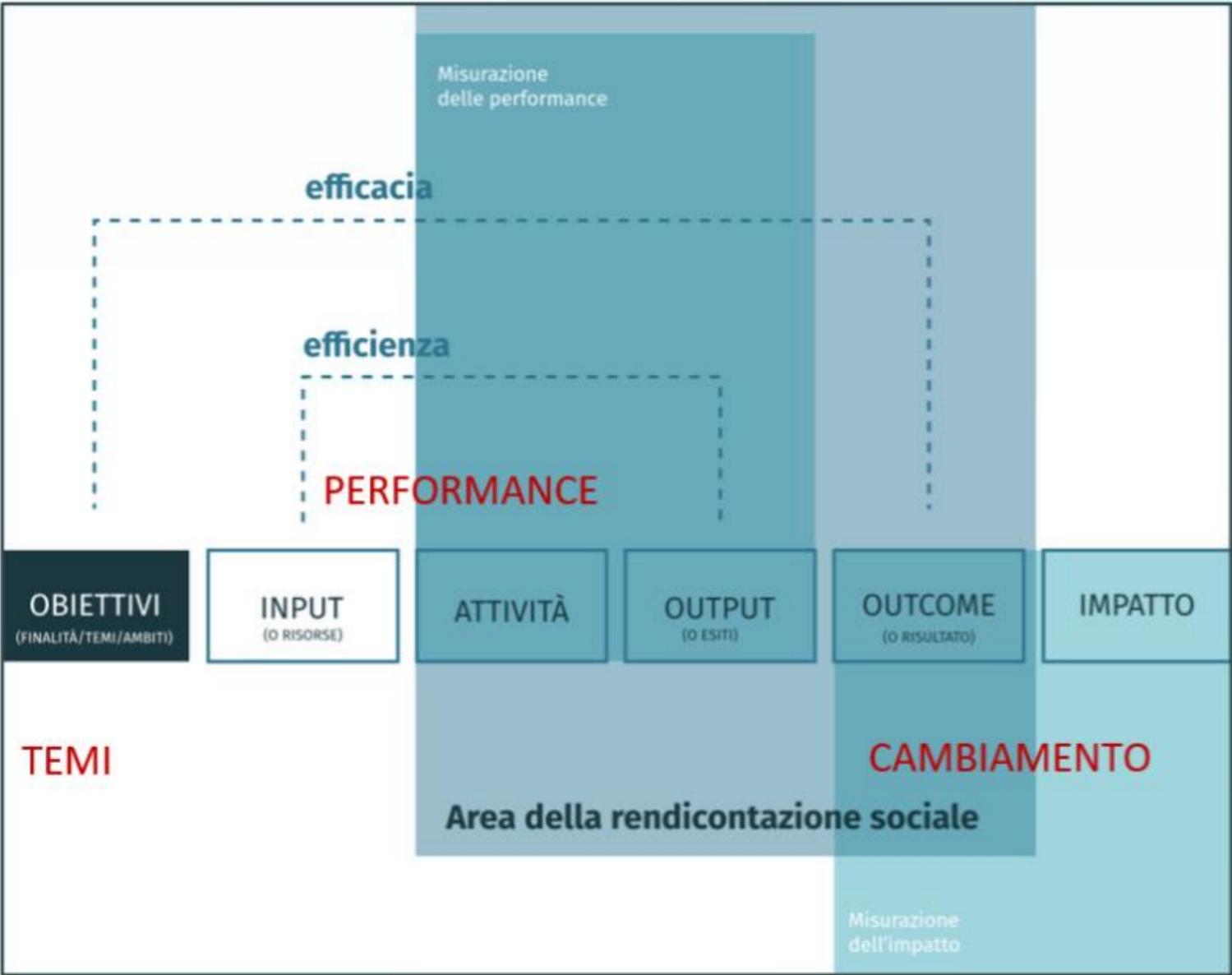
- i **beneficiari diretti o indiretti** delle scelte e azioni di un'organizzazione
- **contribuiscono** con l'organizzazione alla prevenzione o generazione degli impatti negativi e positivi
- hanno un **ruolo e/o interesse** rispetto agli ambiti di intervento e alle tematiche in cui opera l'organizzazione, alle attività e/o agli esiti e risultati realizzati dall'organizzazione.



# Gli stakeholders in base a grado di interesse (verso il progetto) e influenza (sul progetto)



# L'area della misurazione, dal percorso MVR Hangar: input, output e outcome



**Ampiezza della misurazione della sostenibilità**





# Che cos'è un indicatore?

- è una **misura sintetica** che consente di ottenere informazioni relativamente ad un determinato fenomeno/attività/processo;
- è una rappresentazione di una **variabile quantitativa e/o qualitativa** che procura informazioni significative, sintetiche, critiche e prioritarie;
- è collegato ai **fattori critici di successo**, ovvero la dimensione di interesse che si vuole monitorare e valutare, sia di tipo quantitativo che qualitativo.





# Requisiti metodologici degli indicatori

## COMPRENSIBILITÀ

- chiaro, contestualizzato, misurabile

## RILEVANZA

- utile e significativo per gli utilizzatori, attribuibile alle attività chiave

## CONFRONTABILITÀ

- permette comparazioni nel tempo tra diverse organizzazioni, attività e standard

## FATTIBILITÀ

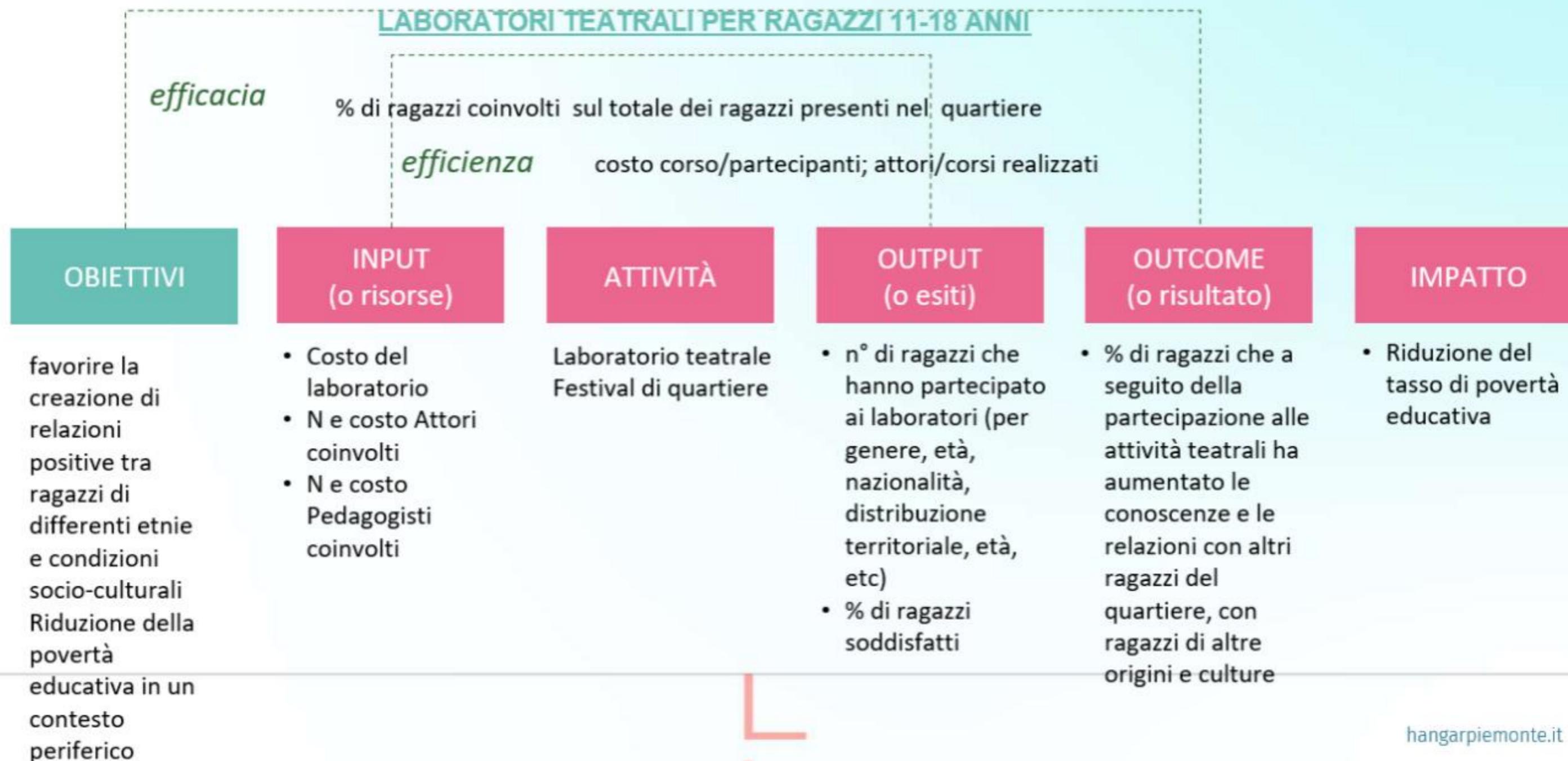
- fattibile a livello finanziario, fattibile in termini temporali, fattibilità in termini di sistemi informativi alimentati

## AFFIDABILITÀ

- valido, esente da influenze e in grado di integrarsi agli altri indicatori



# Tipologie di indicatori: esemplificazione





# La dimensione partecipativa della misurazione e valutazione



## Che cos'è un indicatore?

- è una **misura sintetica** che consente di ottenere informazioni relativamente ad un determinato fenomeno/attività/processo;
- è una rappresentazione di una **variabile quantitativa e/o qualitativa** che procura informazioni significative, sintetiche, critiche e prioritarie;
- è collegato ai **fattori critici di successo**, ovvero la dimensione di interesse che si vuole monitorare e valutare, sia di tipo quantitativo che qualitativo.

LA M

MAPPATURA  
DEGLI  
STAKEHOLDER

IDENTIFICAZIONE  
E DEGLI  
STAKEHOLDER  
CHIAVE

RILEVARE  
BISOGNI/ATTES  
E DEGLI  
STAKEHOLDER  
(coinvolgimento)

*Costruzione di un  
set di indicatori  
rilevanti*

**BUON LAVORO!**

