



Bando

MISSIONE: Creare attrattività

In luce.  
Valorizzare e raccontare  
le identità culturali dei territori – FASE 2

**Cultura.**

Arte, Patrimonio, Partecipazione.  
Immaginiamo il futuro.



Fondazione  
Compagnia  
di San Paolo

Bando

MISSIONE: Creare attrattività

## In luce. Valorizzare e raccontare le identità culturali dei territori - FASE 2

- **Data pubblicazione:** 26 settembre 2022
- **Data scadenza fase 2:** 22 dicembre 2022

### Elementi di contesto e di scenario

La Fondazione Compagnia di San Paolo sostiene la cultura in Piemonte, Liguria e Valle d'Aosta attraverso la valorizzazione dei beni e del patrimonio culturale e il supporto alla produzione e alla programmazione artistica e creativa.

Questo impegno, alla luce del Piano strategico 2021-2024, si sta concretizzando in interventi in cui il riconoscimento, la crescita e la valorizzazione delle identità culturali dei territori rappresentano gli elementi cardini per rafforzarne le vocazioni e il patrimonio artistico, rendendoli oggetto di interesse culturale e turistico, in una prospettiva di sviluppo sostenibile dal punto di vista economico e sociale.

Ciò avviene attraverso il sostegno a progetti che agiscano in un'ottica di interpretazione condivisa e radicata di obiettivi di valorizzazione, di attivazione di reti e di una sempre maggiore integrazione fra cultura e turismo che porti a ricadute concrete in termini di indotto.

In tale prospettiva, nel 2021, la Fondazione ha promosso il bando "In luce. Valorizzare e raccontare le identità culturali dei territori".

Il bando integra due diversi strumenti della "cassetta degli attrezzi" proposti dalla Fondazione nel Piano Strategico 2021-2024. "In luce" ha infatti **durata pluriennale**, per lavorare su un orizzonte temporale adeguato al raggiungimento degli obiettivi previsti e

## In luce.

### Valorizzare e raccontare le identità culturali dei territori

all'accompagnamento degli enti selezionati, ma è anche **a due fasi**, per stimolare un'evoluzione dei progetti in chiave di sviluppo territoriale.

In applicazione del Piano Strategico 2021-2024, "In luce" agisce su alcune "trasversalità" di sistema che la Fondazione ha identificato come linee di cambiamento su cui operare nel proprio percorso verso il bene comune. L'azione del bando si concentra infatti sulle "Geografie", intese come valorizzazione delle specificità delle diversità e delle interconnessioni tra i territori, per stimolarli a lavorare sul proprio potenziale e farne risorsa di sviluppo e attrattività.

Il bando, inoltre, agisce sulla transversalità "Green" per promuovere progettualità attente alla sostenibilità ambientale, alla sfida climatica e alle concrete pratiche per la sua attuazione, in linea con il Green Deal europeo e con il principio del "Do No Significant Harm" (DNSH), secondo cui, così come anche richiamato nel Piano Nazionale per la Ripresa e Resilienza, tutte le misure di sviluppo previste non debbano arrecare danno significativo all'ambiente (Regolamento UE 2021/241).

Il bando "In luce" copre, dunque, il biennio 2021-2023. La prima annualità 2021-2022 ha accolto 21 progettazioni che saranno realizzate entro settembre 2022.

### Finalità generali del bando e obiettivi specifici per la Fase 2

La seconda fase del bando "In luce" è accessibile unicamente ai partenariati che sono stati selezionati nella Fase 1 del bando.

La candidatura prevede la presentazione di un progetto implementato e potenziato rispetto a quello selezionato in Fase 1, ovvero che consista nello sviluppo di una proposta più concreta ed orientata alla definizione del prodotto culturale turistico e alla sua valorizzazione.

In tale quadro si confermano le finalità del bando:

- valorizzare il patrimonio artistico culturale diffuso di Piemonte, Liguria e Valle d'Aosta per creare opportunità di crescita culturale, sociale ed economica per i territori;



## In luce.

### Valorizzare e raccontare le identità culturali dei territori

- favorire ed accrescere il valore delle reti territoriali e tematiche;
- favorire lo sviluppo sostenibile dei territori, in particolare incentivando lo sviluppo di un turismo che promuova la conoscenza delle culture locali, nel rispetto dell'ambiente e dei sistemi di vita delle comunità.

In coerenza con le finalità generali sopra riportate, gli obiettivi perseguiti nella seconda fase del bando sono:

- focalizzare e promuovere le **identità** e le specificità culturali dei territori individuate nella prima fase del bando, attraverso **proposte** che le sviluppino e valorizzino coerentemente e concretamente in una prospettiva di medio-lungo periodo, che siano **solide** dal punto di vista **organizzativo** e **sostenibili** dal punto di vista **economico** sul breve e medio periodo;
- promuovere e sostenere la creazione, la gestione, il coordinamento e lo sviluppo di **partenariati** e di **reti tematico-territoriali**, solide e rappresentative, che facciano leva sulla coprogettazione e sulla comunicazione interna, e che siano in grado di favorire e accrescere, in una prospettiva di medio-lungo periodo, l'attrattività turistica e il posizionamento del contesto su cui insistono;
- sostenere progettazioni consapevoli del proprio valore e improntate al **marketing turistico-territoriale, capaci di attivare piani di comunicazione e storytelling**, concretamente finalizzati a posizionare e rendere attraente, almeno a livello regionale, la propria offerta culturale territoriale nel contesto più ampio delle opportunità turistiche;
- in un quadro di **turismo sostenibile**, supportare i progetti che propongono un'offerta turistica volta a preservare le risorse paesaggistiche, idriche e la biodiversità del territorio (anche in un'ottica di riconversione di aree o siti contaminati), ad attivare percorsi di mobilità green e slow, a favorire azioni di riciclo dei rifiuti e di economia circolare, ad attivare azioni di sensibilizzazione ed education rispetto ai temi dell'ecologia e della salvaguardia delle risorse ambientali, a monitorare, in un'ottica di riduzione, l'impronta ecologica delle iniziative proposte;

## In luce.

### Valorizzare e raccontare le identità culturali dei territori

- in un quadro di **turismo sostenibile**, supportare i progetti che si propongano la crescita, la partecipazione e l'attivazione della comunità locale di riferimento, attraverso collaborazioni con i diversi attori del contesto economico, sociale, educativo, culturale, formativo e lo sviluppo di pratiche di coprogettazione e partecipazione nella definizione dell'offerta turistica;
- sostenere proposte che individuano **soluzioni innovative** dal punto di vista della metodologia progettuale, della capacità di rispondere ai bisogni sociali del contesto in cui agiscono, della definizione e dello sviluppo di soluzioni tecnologico – digitali.

### Soggetti ammissibili

Sono ammessi alla partecipazione del bando esclusivamente i partenariati selezionati durante la Fase 1.

Il partenariato dovrà essere composto dagli enti coinvolti in Fase 1, a cui si potranno unire eventualmente ulteriori nuove realtà.

Il capofila del partenariato deve essere il medesimo di Fase 1 e sarà il referente del progetto e l'ente a cui sarà accordato il contributo. Il capofila ha responsabilità della governance del partenariato, dello sviluppo della proposta di valorizzazione e dell'attuazione delle azioni previste e del budget del progetto, cui concorrono obbligatoriamente i fondi assegnati dagli altri enti del partenariato.

Al partenariato possono prendere parte anche soggetti di natura privata. Si precisa che il contributo della Compagnia non potrà andare a beneficio di soggetti non ammissibili (così come indicato in dettaglio nel documento "*Linee applicative del Regolamento per le Attività Istituzionali*").

Ogni ente potrà partecipare fino ad un massimo di due progetti in qualità di ente partner.

Il partenariato dovrà essere sancito da un atto di collaborazione formale (quale, a titolo esemplificativo, un protocollo d'intesa, una convenzione, una lettera di intenti, un accordo tra le parti, controfirmato da tutti gli enti), che definirà, per tutto l'arco di tempo del Piano Pluriennale di Valorizzazione presentato in Fase 1 e comunque per quello del progetto di Fase 2, le caratteristiche significative del progetto, i ruoli e i compiti di ogni soggetto coinvolto, il budget della proposta, la suddivisione dei costi e del contributo della Compagnia e la provenienza delle relative coperture.

## In luce.

# Valorizzare e raccontare le identità culturali dei territori

### Iniziative ammissibili

Sono ammessi progetti che mirino alla valorizzazione dell'identità culturale individuata nella prima fase del bando. I progetti dovranno definire in modo chiaro, concreto e completo, obiettivi e prospettive di valorizzazione di medio-lungo periodo, coerenti a tale identità culturale.

In particolare, la proposta di Fase 2 dovrà svilupparsi coerentemente con quanto previsto nel più ampio Piano Pluriennale di Valorizzazione presentato in Fase 1, andando a confermarne, implementarne o modificarne le strategie.

La proposta dovrà essere afferente all'ambito artistico e culturale e sarà finalizzata alla valorizzazione e alla fruizione di beni e attività culturali, a livello locale, regionale, nazionale, internazionale, individuati in coerenza con l'identità culturale identificata.

Potrà contemplare la realizzazione di più azioni fra loro integrate (a titolo esemplificativo e non esaustivo, programmazioni di performing arts, itinerari e visite guidate dedicate a beni e patrimonio culturale diffuso, riordino archivistico e documentale, mostre, residenze d'artista, valorizzazione di collezioni museali etc...) e dovrà anche essere orientata alla definizione del prodotto culturale turistico e alla sua messa in valore, favorendo l'attrattività turistica e il posizionamento del contesto su cui insiste.

La proposta progettuale dovrà individuare un team di progetto nel quale dovrà essere prevista la presenza di almeno il 30% di giovani (under 35, nati dal 1987 in poi). La progettazione dovrà essere, inoltre, solida per quel che concerne la strutturazione del team, le sue dinamiche interne di organizzazione e comunicazione, l'identificazione dei beneficiari e gli strumenti di controllo.

Per quel che concerne la sostenibilità economica, la candidatura dovrà essere solida da un punto di vista economico-finanziario, in particolare, rispetto alla diversificazione delle fonti di finanziamento e alla capacità di generare ricavi. In tale prospettiva, il progetto dovrà prevedere quanto più possibile azioni di sostegno e partnership economiche che generino utili, sollecitando l'imprenditorialità locale in ambito turistico-culturale e che coinvolgano altri enti del territorio di riferimento, quali, a titolo esemplificativo e non esaustivo, realtà artigianali e culturali, iniziative turistiche e di attività outdoor, attività di accoglienza, accessibilità, ristorazione e valorizzazione dei prodotti locali, prendendo come riferimento

## In luce.

### Valorizzare e raccontare le identità culturali dei territori

anche il concetto del Club di prodotto. La proposta potrà inoltre prevedere eventuali azioni di fundraising ed in particolare campagne di crowdfunding.

Il progetto dovrà richiamarsi ai principi del turismo sostenibile, in una dimensione ecologica e di salvaguardia ambientale, con la realizzazione di azioni ed iniziative orientate a preservare la biodiversità e le risorse idriche, a valorizzare il patrimonio arboreo ed eventualmente a riconvertire aree o siti contaminati, a favorire la mobilità green e slow, ad incentivare l'economia circolare, il riciclo e la riduzione dei rifiuti, a sensibilizzare il pubblico sui temi dell'ecologia e della salvaguardia delle risorse ambientali anche con attività educational. Inoltre, richiamandosi altresì a protocolli e linee guida condivisi, la progettazione dovrà prevedere strumenti di monitoraggio dell'impronta ecologica dei propri eventi pubblici e agire in un'ottica di riduzione della stessa.

Rispetto al tema di un turismo attento alla dimensione comunitaria e sociale, la proposta dovrà essere orientata all'attivazione, alla partecipazione e alla crescita, nel contesto territoriale di riferimento, di reti economiche, sociali, culturali, educative, anche nella dimensione del volontariato, favorendo pratiche di coprogettazione della proposta e del prodotto turistico.

La candidatura dovrà prevedere la definizione e lo sviluppo di un piano marketing volto a valorizzare e promuovere turisticamente l'offerta culturale prospettata. In particolare, dovrà essere identificata con chiarezza la proposta di valore che si intende generare, in coerenza con gli obiettivi, il prodotto e il target espressi nel piano.

Andrà inoltre definito, coerentemente con il piano marketing, un piano di comunicazione che, tramite l'identificazione di strategie, azioni e strumenti dettagliati, miri a collocare e a rendere l'offerta culturale proposta attraente nel più ampio quadro territoriale delle opportunità turistiche, almeno a livello regionale.

Infine, la candidatura dovrà includere elementi di innovazione dal punto di vista della metodologia progettuale, della capacità di rispondere ai bisogni sociali del contesto di riferimento che dovranno essere chiaramente individuati, della definizione e dello sviluppo di soluzioni tecnologico – digitali aderenti rispetto a bisogni, aspettative, usi dei target selezionati.

Le iniziative previste nel progetto dovranno svolgersi a partire dal mese di marzo e fino al 31 dicembre 2023 in Piemonte, Liguria e Valle d'Aosta – avendo come fulcro il medesimo epicentro evidenziato nel progetto di Fase 1 - con l'esclusione dei Comuni di Torino e Genova, dove la Fondazione interviene con altri strumenti.

## In luce.

### Valorizzare e raccontare le identità culturali dei territori

Le iniziative dovranno essere progettate e programmate nel rispetto della normativa vigente in materia di contenimento del contagio da Covid 19. Altresì gli enti dovranno garantire l'aggiornamento del progetto all'eventuale variazione delle suddette disposizioni, fermo restando i sopradescritti caratteri di obbligatorietà delle iniziative.

Sono esclusi:

- le proposte presentate da un partenariato che non comprenda almeno gli enti selezionati nella Fase 1 del bando;
- i progetti unicamente rivolti ad attività di ricerca e i progetti di fattibilità in ambito architettonico;
- i progetti con una preminente componente di formazione e didattica;
- le iniziative e le attività di carattere amatoriale e dilettantistico;
- le acquisizioni di beni immobili;
- gli interventi strutturali, manutentivi e di restauro di beni mobili e immobili, qualora i costi relativi superino il 20% dei costi complessivi dell'iniziativa;
- le iniziative ove si richieda un generico sostegno a favore dell'attività istituzionale degli enti proponenti o degli enti gestori dei beni;
- le iniziative che insistano sui Comuni di Torino e Genova;
- i progetti che si sviluppino nell'ambito dell'enogastronomia. Tali attività potranno essere solo collaterali all'iniziativa e comunque non potranno ricevere specifico sostegno;
- i progetti che prevedono la realizzazione di un unico evento.

### Disposizioni finanziarie

La Fondazione prevede l'attribuzione di un contributo di importo fino a **€ 150.000** per i progetti selezionati nella Fase 2 a copertura massima del 75% del budget, con un minimo di cofinanziamento richiesto al partenariato del 25%.





## In luce.

### Valorizzare e raccontare le identità culturali dei territori

Il partenariato sarà tenuto a realizzare l'iniziativa così come è stata sottoposta alla Fondazione e dovrà garantire, in proprio o attraverso il reperimento di ulteriori contributi, la copertura dei costi eccedenti l'importo richiesto alla Fondazione per la realizzazione del progetto.

Il contributo sarà allocato tra i partners a cura dell'Ente capofila e la redistribuzione delle risorse del contributo è da considerarsi parte integrante del progetto.

### Spese ammissibili e cofinanziamento

Sono ammissibili tutti i costi connessi in modo diretto alla realizzazione del progetto.

Per gli Enti strategici sostenuti dalla Compagnia o gli enti in cui la Fondazione Compagnia di San Paolo riveste la qualifica di associato, e facenti parte di un partenariato, si precisa che sono ammissibili esclusivamente le spese strettamente connesse alle attività svolte per la realizzazione del progetto di Fase 2 del bando e comunque sono escluse le spese connesse all'attività istituzionale e di gestione dell'ente (personale strutturato, costi fissi, utenze, spese legate alla sede...).

Si segnala, altresì, che, rispetto alla tipologia di uscite afferenti ai "rimborsi spese", è giudicata ammissibile una percentuale non superiore al 5% del budget complessivo di progetto.

Resta inteso che, al di là di quanto previsto complessivamente nel progetto, il contributo della Fondazione Compagnia di San Paolo non potrà andare a beneficio di soggetti non ammissibili ed in genere essere destinato a quanto non ammissibile (così come indicato in dettaglio nel documento "*Linee applicative del Regolamento per le Attività Istituzionali*").

Il cofinanziamento potrà essere costituito da tutte le risorse messe a disposizione dal partenariato, direttamente o da altri soggetti, nella forma di:

- acquisizioni in denaro ottenute da enti pubblici e privati (contributi mediante partecipazione a bandi o altre forme di sostegno, sponsorizzazioni, azioni di fundraising e/o crowdfunding...), dall'iniziativa stessa (ad esempio entrate da biglietteria) o da altre attività proprie;
- servizi e prestazioni professionali in kind offerti da soggetti del partenariato e/o esterni ad esso, ma specificatamente indirizzati alla realizzazione del progetto e



## In luce.

### Valorizzare e raccontare le identità culturali dei territori

fino a copertura al massimo del 20% del cofinanziamento. Tali servizi potranno essere accettati solo se certificati da una dichiarazione del fornitore che quantifichi il valore economico della prestazione offerta;

- costo del personale effettivamente dedicato alle iniziative previste dal progetto (solo se l'ente non è pubblico e/o se non rappresenta un ente strategico della Compagnia) e per una quota parte del 20% al massimo.

Nella quota di cofinanziamento non possono essere compresi:

- il controvalore del tempo lavoro del personale dipendente strutturato degli enti pubblici e le spese collegate alla gestione ordinaria degli enti del partenariato;
- la valorizzazione economica delle attività prestate da volontari.

### Modalità di presentazione delle domande

Per presentare la candidatura al bando è obbligatorio utilizzare esclusivamente la procedura ROL richiesta on-line, nella sezione “*Contributi*” del sito della Fondazione, accedendo all'apposita modulistica dedicata al bando: <https://rol.compagniadisanpaolo.it/Frontend/Rol/>

I moduli per la Fase 2 del bando saranno accessibili esclusivamente agli enti selezionati in seno alla Fase 1.

La partecipazione al bando comporta automaticamente l'accettazione delle procedure, dei criteri e delle indicazioni ad esso riferite. La mancanza dei requisiti e l'inosservanza delle condizioni e delle procedure previste comporteranno l'esclusione della richiesta di partecipazione.

### Documenti necessari

I moduli dovranno essere compilati esclusivamente on-line e dovranno essere chiusi entro i termini sottoindicati affinché la richiesta venga considerata valida. I moduli dovranno



## In luce.

### Valorizzare e raccontare le identità culturali dei territori

essere compilati obbligatoriamente in tutte le loro parti pena l'esclusione della richiesta. La documentazione e gli allegati specificatamente richiesti all'interno dei moduli sopra citati dovranno essere obbligatoriamente allegati al dossier di candidatura. Sono ammessi ulteriori elaborati in grado di illustrare la qualità della proposta (allegati non obbligatori).

Elenco dei documenti necessari per la presentazione della domanda:

- uno **stato di avanzamento della strategia pluriennale del progetto** descritta nel Piano di Valorizzazione Pluriennale di Fase 1, coerentemente con la definizione schematica degli ambiti e della finalità su cui il partenariato intende agire a medio termine, gli obiettivi e le azioni messe in atto per raggiungerli con il progetto di Fase 2. A partire dai risultati raggiunti nella prima fase del bando, il documento di indirizzo pluriennale potrà confermare, implementare o modificare le strategie proposte per la seconda fase;
- una **relazione sulle attività svolte nella prima fase del bando** contenente obiettivi raggiunti, iniziative realizzate, strumenti impiegati, esiti, dati economici di entrata e uscita. La relazione dovrà dimostrare la coerenza tra le azioni realizzate e il Piano di Valorizzazione Pluriennale presentato in Fase 1;
- un **accordo di partenariato** controfirmato da tutti gli enti (regolamento, protocollo, convenzione...) nel quale si espliciti la governance dello stesso, le responsabilità di ciascun ente rispetto al progetto, l'impegno economico di ognuno (indicando eventuale partecipazione di enti strategici della Compagnia), valido per tutta la durata del Piano di Valorizzazione Pluriennale e controfirmato da tutti gli enti;
- **schede enti partner** (FORMAT), nel caso in cui siano avvenute variazioni a livello statutario degne di nota rispetto agli enti partecipanti al partenariato di Fase 1 e/o in Fase 2 sia prevista l'implementazione di nuovi enti al partenariato candidato in Fase 1;
- **scheda di strutturazione del team e del partenariato** (FORMAT) di progetto da cui si desumano la presenza di almeno il 30% di giovani (under 35 anni, nati dal 1987 in poi), le dinamiche interne di organizzazione e comunicazione previste;
- il **Curriculum Vitae** del responsabile dell'iniziativa;

## In luce.

### Valorizzare e raccontare le identità culturali dei territori

- una **relazione sui beni** (con l'indicazione se siano i medesimi proposti in Fase 1 o se gli stessi siano stati implementati) e **sulle attività** oggetto dell'iniziativa, illustrando le relazioni e le coerenze con l'identità culturale individuata;
- l'eventuale documento di **nulla osta** rilasciato dalle istituzioni competenti, qualora sia previsto dalla legge rispetto alle azioni/opere previste dal progetto;
- il **budget** del progetto di Fase 2 (FORMAT) suddiviso per capitoli di spesa e sottoscritto da tutti gli enti, con specifica delle quote di partecipazione di ogni istituzione coinvolta comprensivo delle fonti di finanziamento;
- **scheda crowdfunding** (FORMAT) qualora sia stata programmata una campagna specifica in tal senso;
- l'**analisi del più ampio contesto di riferimento** (locale, regionale, nazionale, estero), dell'identificazione dei suoi stakeholder esterni e delle collaborazioni attivate nel progetto (FORMAT);
- il **piano marketing e di comunicazione** (FORMAT);
- **scheda** relativa alle azioni presenti nel progetto e volte a favorire e supportare finalità, temi e pratiche di **turismo sostenibile** dal punto di vista **ambientale** (FORMAT).

### Scadenza di presentazione delle domande

La scadenza di presentazione delle candidature alla Fase 2 è fissata alle **ore 12 di giovedì 22 dicembre 2022**.

### Valutazione delle iniziative

I dossier di candidatura della Fase 2 del bando saranno oggetto di valutazione comparativa da parte di un collegio composto da esponenti della Compagnia e da esperti di settore indipendenti. Si ricorda che la responsabilità dell'aggiudicazione finale è in capo al Comitato di Gestione della Fondazione Compagnia di San Paolo.



## In luce.

### Valorizzare e raccontare le identità culturali dei territori

Saranno considerate non ammissibili le candidature non conformi con quanto stabilito nel bando circa soggetti e iniziative, nonché alle disposizioni individuate, alla completezza e alla regolarità della documentazione presentata. Queste proposte progettuali saranno pertanto escluse dalla fase di selezione di merito. In presenza di carenze di ordine formale di rilievo minore rispetto a quanto richiesto, la Fondazione si riserva di richiedere documentazione integrativa ai fini dell'istruttoria.

Circa la valutazione di merito dei dossier, saranno presi in considerazione:

#### 1) Qualità della proposta

- la qualità dei contenuti, rispetto all'identità individuata in Fase 1, ed in particolare la loro *coerenza* e la *completezza* rispetto agli obiettivi di Fase 2, alle finalità del Piano Pluriennale di Valorizzazione presentato in Fase 1 e alla proiezione futura di quest'ultimo;
- la solidità di progetto, e in particolare: la *concretezza* e la *completezza* delle azioni proposte e la loro coerenza in relazione agli obiettivi individuati nel progetto di Fase 2; la *strutturazione del team* di progetto, le sue dinamiche interne di organizzazione e di comunicazione; la chiarezza *nell'identificazione dei beneficiari* delle azioni previste; la presenza e la solidità degli *strumenti di controllo*;
- la sostenibilità di progetto, rispetto alla *congruità del budget*, alla diversificazione delle fonti di finanziamento riferita a quantità e varietà dei soggetti e delle fonti previste e alla *capacità del progetto di generare ricavi e favorire l'emergere o il consolidarsi di imprenditorialità* locale in ambito turistico-culturale.

#### 2) Solidità del partenariato e delle relazioni con il contesto di riferimento

- la solidità del partenariato, dal punto di vista *economico* in termini di cofinanziamenti, di *strutturazione* in termini di governance e di comunicazione interna, con la chiara definizione di ruoli, responsabilità e attività e anche attraverso lo sviluppo e la presenza di processi e strumenti di coprogettazione;
- la conoscenza e la solidità dell'analisi del più ampio contesto di riferimento del progetto, finanche internazionale, dell'identificazione dei suoi stakeholder esterni e delle collaborazioni attivate;

## In luce.

### Valorizzare e raccontare le identità culturali dei territori

- la rappresentatività della rete di collaborazioni attivate in termini di *ampiezza*, *varietà* e *complementarità* dei rispettivi componenti.

#### 3) Marketing e Comunicazione

- rispetto al piano di marketing, *chiarezza* e *concretezza* nell'identificazione della proposta di valore che si vuole generare e sua coerenza con il prodotto, gli obiettivi e i target identificati nel piano;
- rispetto al piano di comunicazione, *coerenza* del piano di comunicazione col piano marketing (rispetto a proposta di valore, prodotto, obiettivi e target), nonché *completezza* e *concretezza* del piano di comunicazione in termini di messaggio, obiettivi, azioni, presenza e impiego di strumenti attuativi.

#### 4) Turismo sostenibile

- la capacità del progetto di promuovere un'offerta turistica orientata a preservare le biodiversità del territorio, valorizzare il patrimonio arboreo e proteggere le risorse idriche, nonché riconvertire aree o siti contaminati, per favorire la sostenibilità dei sistemi naturali e /o antropici;
- la presenza di percorsi ed azioni di sensibilizzazione ed education alla tutela e alla fruizione del capitale naturale;
- la presenza di azioni volte a favorire la mobilità green e slow;
- la presenza di azioni volte a favorire l'economia circolare e a ridurre la produzione dei rifiuti in fase realizzativa delle varie iniziative progettuali;
- la presenza di azioni volte al monitoraggio della riduzione dell'impronta ecologica degli eventi proposti;
- la partecipazione della comunità locale alle azioni di progetto e al processo di realizzazione delle stesse;
- l'attivazione nel progetto del contesto territoriale del settore sociale, culturale, della formazione e dell'educazione (anche nella dimensione del volontariato);

## In luce.

### Valorizzare e raccontare le identità culturali dei territori

- l'attivazione nel progetto del settore economico locale, in particolare di ambito turistico-culturale, anche attraverso pratiche di coprogettazione nella definizione del prodotto turistico.

Infine, verrà considerato **elemento preferenziale**, la presenza nel progetto di processi ed azioni capaci di rispondere con **innovazione** ai bisogni del contesto (innovazione sociale), alla digital transformation nel turismo (innovazione tecnologica) e alla metodologia progettuale.

La Fondazione Compagnia di San Paolo includerà infine nei criteri allocativi la distribuzione territoriale degli interventi, al fine di assicurare un impatto geografico quanto e se possibile equilibrato.

## Esiti

Gli esiti dell'istruttoria e delle deliberazioni verranno pubblicati sul sito della Fondazione entro **martedì 28 febbraio 2023**. È inteso che le iniziative non citate debbano ritenersi non accolte.

## Modalità di rendicontazione

Il contributo attribuito al partenariato sarà corrisposto con le seguenti modalità: il 40% del contributo sarà versato in anticipo, sul conto corrente intestato all'ente capofila al ricevimento della documentazione richiesta nella lettera di delibera e nei suoi allegati; il 40% a stato avanzamento lavori dietro la presentazione, entro il 15 ottobre 2023 sulla piattaforma ROL, di un budget e di una relazione sulle attività svolte al 30 settembre 2023, nonché della rendicontazione della prima tranche del contributo. Il saldo del 20% sarà versato al termine dell'attività, ricevuta la documentazione prevista e completata la procedura di controllo da parte degli uffici.

La Compagnia potrà effettuare verifiche dirette o indirette sull'attuazione dell'iniziativa e sulle concrete ricadute. Il riscontro di circostanze non conformi al bando comporterà per l'ente selezionato l'esclusione dal contributo e dalla sua erogazione.



## In luce.

# Valorizzare e raccontare le identità culturali dei territori

### Attività connesse al bando che coinvolgono i partenariati selezionati

È in fase di realizzazione il percorso di capacity building ed empowerment che prevede per i soggetti vincitori della Fase 1 del bando un accompagnamento finalizzato alla condivisione della metodologia di monitoraggio dei progetti, del loro svolgimento e della loro sostenibilità economica, nonché alla valutazione del raggiungimento degli obiettivi specifici individuati nelle candidature. Il percorso potrà continuare per i soggetti selezionati nella Fase 2.

Tale accompagnamento, calibrato sul potenziale dei soggetti beneficiari e della loro partnership, è curato dall'Obiettivo Cultura della Compagnia coadiuvato da istituzioni formative e consulenti esperti sui temi del project management, della sostenibilità e della progettazione e promozione turistica.

### Contatti

Informazioni e chiarimenti potranno essere richiesti esclusivamente all'indirizzo e-mail: [missioneattrattivita@compagniadisanpaolo.it](mailto:missioneattrattivita@compagniadisanpaolo.it), specificando nell'oggetto: "In luce. Valorizzare e raccontare le identità culturali dei territori".

Domande di natura tecnica sulla compilazione della ROL dovranno essere inoltrate all'indirizzo e-mail: [assistenzarol@compagniadisanpaolo.it](mailto:assistenzarol@compagniadisanpaolo.it).

### Questo bando partecipa al raggiungimento degli SDGs:

- 8. Lavoro dignitoso e crescita economica
- 9. Imprese innovazione e infrastrutture
- 11. Città e comunità sostenibili
- 12. Consumo e produzioni responsabili



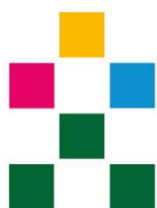


Scadenza: 16 settembre 2021

MISSIONE: Creare Attrattività

In luce.

Valorizzare e raccontare le identità culturali dei territori



Fondazione  
Compagnia  
di San Paolo

Corso Vittorio Emanuele II, 75 - 10128 Torino (Italia) / T: +39 011 5596911 / CF 00772450011

[compagniadisanpaolo.it](http://compagniadisanpaolo.it)



Fondazione  
Compagnia  
di San Paolo