



Funded by
the European Union

#TheGuideBook

LINEE GUIDA PER LA CREAZIONE DI HUB CULTURALI E
CREATIVI IN AREE RURALI O REMOTE



Empowering Culture through Business



INDICE

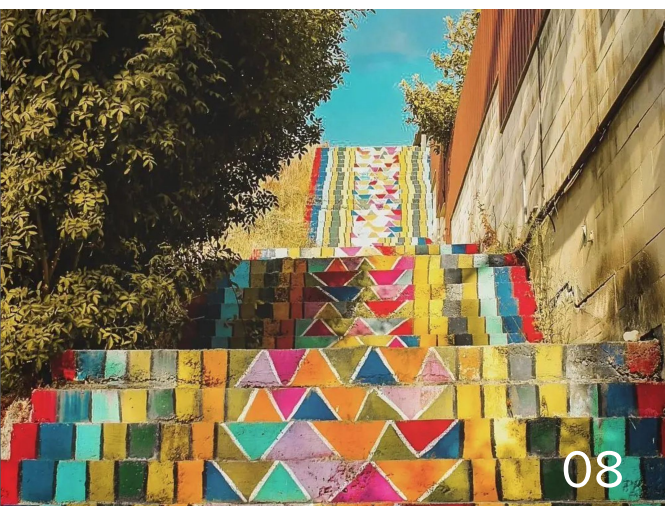
01 /
HUB CULTURALE E CREATIVO

02
ANALISI DELL'AREA E DEI BISOGNI /

03 /
VISIONE E MISSIONE

04 /
ORGANIZZAZIONE E LEADERSHIP DEL
TEAM HUB

05 /
STAKEHOLDER E NETWORKING



08



05

06 /
FINANZIAMENTI, OPPORTUNITÀ E
SOSTENIBILITÀ

07 /
MISURARE L'IMPATTO

INDICE

1.HUB CULTURALE E CREATIVO

- 1.1 Che cos'è un Hub creativo e culturale?
- 1.2 Perché creare un Hub?
- 1.3 Hub creativi nelle aree rurali
- 1.4 Storie di successo e ispirazioni
- 1.5 Per chi è pensata questa guida?

2.ANALISI DELL'AREA E DEI BISOGNI

- 2.1 Mappatura delle attività culturali e creative
- 2.2 Importanza culturale e storica dell'area
- 2.3 Punti di forza e sfide dell'area
- 2.4 Come scegliere il luogo giusto. Infrastrutture e attrezzature
- 2.5 Strumenti pratici e buone pratiche



3.VISIONE E MISSIONE

- 3.1 Introduzione
- 3.2 Come definire la propria Visione, Missione e Obiettivi
- 3.3 Beneficiari: giovani professionisti del settore culturale e creativo e comunità locali
- 3.4 Comunicare la propria visione all'interno e all'esterno dell'hub

4.ORGANIZZAZIONE E LEADERSHIP DEL TEAM HUB

- 4.1 Composizione del team Hub
- 4.2 Organizzazione e attività dell'hub: Piano di collaborazione, processo decisionale e attività
- 4.3 Sviluppo di un piano organizzativo
- 4.4 Strumenti pratici per l'organizzazione e la leadership dei team
- 4.5 Un esempio di ispirazione



05

5.STAKEHOLDER E NETWORKING

- 5.1 Il ruolo degli stakeholder nello sviluppo di un hub
- 5.2 Mappatura degli stakeholder
- 5.3 L'importanza del networking: Principi di successo del networking
- 5.4 Strumenti pratici
- 5.5 Un esempio di ispirazione

6.FINANZIAMENTI, OPPORTUNITÀ E SOSTENIBILITÀ

- 6.1 Come essere sostenibili
- 6.2 Fonti di finanziamento: Regionali, nazionali, europei
- 6.3 Generare fondi propri
- 6.4 Un esempio di ispirazione

7.MISURARE L'IMPATTO

- 7.1 Importanza di creare un impatto
- 7.2 Come misurare l'impatto: KPI e valutazione della qualità
- 7.3 Impatto sulle comunità locali



CHAPTER 1

HUB CULTURALE E CREATIVO





INTRODUZIONE GENERALE

Queste linee guida sono il risultato della collaborazione e della condivisione di esperienze e competenze tra i sei partner coinvolti nel progetto "Empowering Culture through Business", finanziato dal programma Erasmus+.

L'obiettivo principale del progetto "Empowering Culture through Business" è quello di migliorare le competenze di occupabilità e le opportunità di lavoro dei giovani professionisti del settore culturale e creativo che vivono nelle aree rurali e di ridurre il divario esistente tra il mondo dell'istruzione e il mercato del lavoro attraverso la diversificazione dei percorsi di carriera e il riconoscimento delle competenze.

Le attività del progetto si rivolgono principalmente ai professionisti dell'ambito culturale e creativo che vivono e lavorano nelle aree rurali.

Le attività e i risultati del progetto sono finalizzati sia a formare e valorizzare le giuste competenze dei giovani nel settore culturale e creativo attraverso la formazione sviluppata nella Business Academy, sia a delineare e dotare i decisori, gli enti pubblici, le associazioni e tutti gli stakeholder di linee guida per la creazione di un hub creativo, virtuale o fisico, che possa attrarre e allo stesso tempo facilitare la creazione di un punto di riferimento, di scambio, di lavoro e di formazione per i giovani del settore creativo e culturale come opportunità, soprattutto per coloro che vivono in aree rurali.



Questa guida cerca di focalizzare e richiamare l'attenzione su alcuni aspetti fondamentali per tutti gli attori e le organizzazioni private o pubbliche interessate a costruire e sviluppare un hub creativo nelle aree periferiche e rurali di vari Paesi europei.

Inoltre, oltre ad affrontare in maniera generica gli aspetti che accomunano gli Hub, si approfondiranno le peculiarità e le specificità della creazione di un hub creativo in un'area rurale come possibilità e capacità di sviluppo per un'intera area e territorio.

Per rendere la guida flessibile anche nel suo uso pratico, si è cercato di approfondire alcune questioni di base, come fossero tappe di un percorso, che non devono però necessariamente essere affrontate o prese in considerazione tutte nello stesso momento, ma a seconda delle esigenze e del momento.

Questa guida non solo presenta approfondimenti teorici sul significato dei vari aspetti da affrontare, ma ha anche un approccio fortemente pratico, in quanto sarà testata sul campo avviando la realizzazione di un prototipo di hub a Cipro.

Questa guida vuole essere un percorso per stimolare i vari stakeholder a definire i passi giusti da compiere e gli aspetti da considerare per poter promuovere la creazione di un hub creativo e culturale che possa essere un punto di partenza e una delle leve economiche e culturali per lo sviluppo dei territori, soprattutto nelle aree rurali e periferiche. Offre inoltre opportunità per lo sviluppo e il futuro dei giovani, coinvolgendoli direttamente e impegnando le comunità locali fin dall'inizio. Questo approccio inclusivo garantisce che sia i giovani che le comunità partecipino attivamente alle iniziative del progetto e ne traggano beneficio.



In questa prima sezione, verranno delineate alcune definizioni generali di hub culturale e creativo, insieme alle sue caratteristiche specifiche e uniche e alle ragioni della sua creazione.

Gli hub creativi svolgono un ruolo fondamentale nel sostenere gli imprenditori e le imprese creative, soprattutto i giovani professionisti, come punto di riferimento per creare nuove opportunità. In qualità di "convocatori e connettori di creativi", gli hub possono svolgere un ruolo e servire l'insieme delle comunità locali e mettere in contatto i professionisti della creatività.

Come in ciascuna sezione, questo capitolo approfondisce la definizione di aspetti specifici e porta esempi di hub creativi in Europa come modelli di ispirazione e buone pratiche.

Che cos'è un hub creativo e culturale?

Un Creative Hub è un luogo, fisico o virtuale, che riunisce i creativi. Si tratta di un centro di aggregazione che fornisce spazio e supporto per il networking, lo sviluppo del business e l'impegno della comunità nei settori creativo, culturale e digitale.

Gli hub creativi svolgono un ruolo fondamentale nel sostenere gli imprenditori e le imprese creative; a livello globale, si stima che circa 1,2 milioni di persone lavorino negli hub creativi, solitamente costituiti da micro, piccolo-medio imprese e freelance, che rappresentano l'85% dell'occupazione globale.

Gli hub forniscono quindi spazio e supporto per la creazione di reti e lo sviluppo del business, nonché per l'impegno della comunità. Il loro scopo è fornire i servizi a cui i professionisti e gli imprenditori creativi potrebbero non avere accesso se lavorassero da soli.

La creazione di un Creative Hub, in particolare nelle aree remote e rurali, potrebbe avere un impatto rilevante a diversi livelli, come la creazione di opportunità di lavoro, nuovi prodotti e servizi, lo sviluppo di talenti, il mantenimento dei talenti a livello regionale, l'educazione informale, la rigenerazione urbana, la ricerca e lo sviluppo, nuove reti sia a livello nazionale che europeo, modelli innovativi di organizzazione, il miglioramento della qualità della vita e la resilienza.

Gli hub creativi possono avere forme e dimensioni diverse, da edifici che ospitano professionisti e imprese creative a laboratori temporanei e spazi di incubazione che stimolano le innovazioni, oltre a reti online che riuniscono le persone. Mentre alcuni hub sono specializzati in uno specifico settore creativo e culturale, altri accolgono un'ampia gamma di discipline. Ogni hub creativo è unico, poiché il suo modello è determinato anche dalle esigenze specifiche dell'area, dalla sua collocazione geografica, dal contesto culturale, dai requisiti della comunità e dal modello di finanziamento unico.



Perché creare un Hub?

Un hub creativo potrebbe essere definito e considerato come un sistema di innovazione locale, ma anche come un nodo nelle reti di produzione e condivisione della conoscenza. Potrebbe essere prevalentemente caratterizzato da un'elevata capacità di networking interno ed esterno e di condivisione della conoscenza, dove agisce anche come punto di incontro per le comunità.

Decidere di creare e lanciare un hub creativo nelle aree rurali può avere ricadute positive a diversi livelli, per i giovani e i professionisti del settore culturale e creativo, per le organizzazioni e le imprese della zona, per le comunità in generale e per i decisori politici.

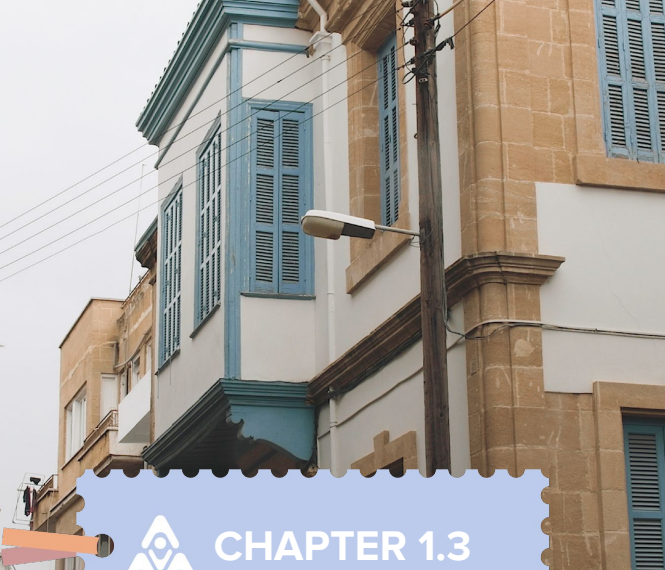
La creazione di un hub creativo è fondamentale per promuovere l'innovazione, la collaborazione e la crescita economica. Questi hub fungono da spazi dinamici in cui artisti, designer, innovatori tecnologici e imprenditori possono convergere, condividere idee e lavorare insieme. Potrebbero essere di grande ispirazione e un luogo di riferimento per la crescita personale e professionale, soprattutto per i giovani del settore culturale e creativo che vivono nelle aree rurali. Far parte di un hub fa sentire i professionisti e i giovani lavoratori autonomi parte di un progetto più ampio. Saranno in grado di connettersi, collaborare e condividere con altre persone che la pensano allo stesso modo. Far parte di una comunità aumenta la fiducia dei professionisti, la sperimentazione, la collaborazione e la crescita. Insieme possono proporsi per un lavoro, accedere a risorse e strumenti, ispirarsi a vicenda e attrarre investimenti come una collettività. Fornendo l'accesso a risorse come attrezzature, corsi e risorse per migliorare le capacità e le competenze più richieste nel settore, con opportunità di mentorship e networking, gli hub creativi stimolano lo sviluppo di nuovi prodotti, servizi ed espressioni artistiche e svolgono un ruolo significativo nello sviluppo culturale, contribuendo a rivitalizzare le comunità, ad attrarre talenti e a promuovere settori come il turismo.

Gli hub creativi possono fornire un'ampia gamma di servizi, tra cui: supporto all'avvio e allo sviluppo delle imprese sotto forma di workshop e mentoring; spazi per la prototipazione e la fabbricazione; networking ed eventi; ricerca e sviluppo. Nel complesso, gli hub creativi sono fondamentali per alimentare la creatività, sostenere le economie locali e costruire comunità vivaci e orientate al futuro.



CHAPTER 1.2





CHAPTER 1.3

Hub creativi nelle aree rurali

La creazione di un hub creativo in un'area rurale può avere un impatto trasformativo sulla comunità e sull'area in generale. Alcuni motivi principali per cui può essere strategico:

1. Accesso a risorse e opportunità: Le aree rurali spesso non hanno accesso alle risorse e alle opportunità disponibili nei centri urbani. Gli hub creativi possono colmare questo divario fornendo l'accesso a strumenti, opportunità di apprendimento, tecnologia, tutoraggio e finanziamenti, dando potere ai creatori e agli imprenditori locali.
2. Mantenimento e attrazione dei talenti: Le aree rurali spesso lottano contro l'abbandono dei giovani talenti, che partono per i centri urbani. Un hub creativo può offrire ai professionisti creativi e qualificati l'opportunità di rimanere e prosperare nella loro comunità locale, attirando nuovi talenti e prevenendo l'emigrazione.
3. Creazione di comunità: gli hub creativi promuovono un senso di comunità fornendo uno spazio condiviso, fisico o virtuale, dove le persone possono connettersi, collaborare e impegnarsi in attività culturali e creative. Questo può rafforzare i legami sociali e costruire una comunità più coesa e resiliente.
4. Innovazione e collaborazione: gli hub creativi incoraggiano la collaborazione interdisciplinare e intersettoriale, mettendo insieme persone di diversi settori per generare nuove idee e soluzioni. Questo può portare a progetti innovativi che affrontano le sfide e le opportunità locali.

5 Strategies for Successful Rural Creative Businesses.
A very interesting article
that you don't want to miss!
Find it [here](#)

5. Arricchimento culturale: promuovendo il patrimonio specifico e locale, le arti, i mestieri e le espressioni culturali locali, gli hub creativi aiutano a preservare e celebrare il patrimonio culturale unico delle aree rurali. Possono anche introdurre nuove influenze culturali e artistiche, arricchendo il paesaggio culturale locale. Possono essere una buona opportunità per riqualificare uno spazio o un edificio pubblico.
6. Rivitalizzazione economica: Gli hub creativi possono stimolare l'economia locale attirando investimenti, creando posti di lavoro e sostenendo le imprese locali. Possono trasformare spazi sottoutilizzati in vivaci centri di attività, incoraggiando l'imprenditorialità e l'innovazione.
7. Turismo e visibilità: un polo creativo ben avviato può diventare una destinazione per il turismo culturale, attirando visitatori e aumentando la visibilità dell'area rurale. Ciò può avere un effetto positivo sulle imprese locali, sull'ospitalità, sui servizi e su altre imprese locali.

Nel complesso, la creazione di un hub creativo in un'area rurale può essere un catalizzatore di cambiamenti positivi, in grado di favorire la crescita economica, migliorare la vita culturale e costruire una comunità più connessa e innovativa.



Storie di successo e ispirazioni

Ecco due storie di successo italiane ed esempi da cui trarre ispirazione: una è una rete di hub creativi fondata da un progetto Interreg Grecia-Italia dell'UE e l'altra è un hub situato a Bologna.

1- Creative@Hubs – Collegamento in rete olistico delle industrie creative attraverso gli hub

Creative@Hubs è un progetto fondato dal programma Interreg Grecia-Italia.

L'obiettivo principale del progetto Creative@Hubs è stato quello di stabilire una maggiore sinergia tra le industrie creative e le autorità pubbliche, al fine di contribuire alla capacità delle regioni di creare nuova conoscenza e di generare innovazione. Le industrie creative sono la linfa vitale dell'economia creativa, perché il loro core business è la "capacità di creare", per la produzione di nuove idee, concetti, piani, collegamenti, processi e cluster. Il progetto mirava a sostenere l'integrazione delle questioni creative a livello di governance, ad aiutare gli imprenditori creativi e le risorse nel campo delle industrie innovative, promuovendo l'innovazione attraverso i sistemi locali esistenti (cluster, laboratori, università, parchi scientifici). Grazie a questo progetto, 6 edifici sono stati ristrutturati in Creative Hubs: 4 Hubs in Grecia, nella città di Agrinio, nell'edificio neoclassico di Messolonghi, nella Scuola Agraria di Patrasso e a Pyrgos, mentre in Italia sono stati ristrutturati il padiglione 115 della Fiera del Levante e un padiglione della Fiera di Foggia.

Per saperne di più
<https://creativehubs.cti.gr/it/home>

2. Creative HuB è un'entusiasmante iniziativa situata nella Zona Roveri di Bologna. Centro multifunzionale di musica, cultura e creatività in Emilia Romagna. Riunisce aziende e individui di talento dei settori creativo e tecnologico con prestigiose istituzioni accademiche e di formazione, consentendo loro di impegnarsi, collaborare e trarre benefici commerciali. Creative HuB fornirà un ecosistema unico e dinamico e avrà partner fisici e virtuali. Il Creative Hub è una rete fisica di co-working (per startup e creativi) e di co-playing (stesso concetto per musicisti e tecnici), e un'infrastruttura territoriale collegata a una rete internazionale diffusa. L'accento è posto sulla cooperazione, sulla condivisione di informazioni e conoscenze e sull'innovazione. Ci sono spazi per il co-working, i servizi alle imprese e la produzione di media.

Per saperne di più
<https://bologna-creativehub.it/en/home-eng/>





CHAPTER 1.5



A chi è rivolta questa guida?

La linea guida si rivolge principalmente alle amministrazioni locali e alle autorità delle aree rurali o remote e comprende una serie di aspetti da tenere in considerazione e di passi che supporteranno essenzialmente le autorità nella creazione dell'hub. La guida per la creazione di un hub creativo è destinata principalmente ai responsabili politici, ma è anche importante e auspicabilmente utile per gli altri stakeholder che devono partecipare attivamente al processo di co-progettazione e co-creazione.

I responsabili politici, soprattutto nelle aree rurali, svolgono un ruolo centrale nel definire il quadro di riferimento e nel fornire il sostegno necessario per la creazione e la sostenibilità dei poli creativi. Tuttavia, il coinvolgimento di una gamma diversificata di stakeholder - tra cui comunità locali, artisti, imprenditori, educatori e organizzazioni giovanili - è essenziale per garantire che l'hub rifletta le esigenze e le aspirazioni di tutti i suoi utenti. Impegnandosi in un processo collaborativo, tutti i diversi stakeholder possono contribuire con le loro prospettive e competenze uniche, promuovendo un senso di appartenenza e una visione condivisa. Questo approccio inclusivo garantisce che l'hub creativo non sia solo uno spazio di innovazione e collaborazione, ma anche un catalizzatore per un più ampio sviluppo sociale ed economico e per la creazione di nuove opportunità.

La guida si propone di analizzare in profondità i vari aspetti chiave interconnessi che devono essere considerati in modo olistico quando si avvia un progetto di investimento o di sviluppo, come la creazione di un hub creativo in un'area rurale. Questo impegno presenta sia sfide significative che opportunità promettenti. I diversi capitoli della guida sono strutturati in modo modulare, consentendo una certa flessibilità nella loro applicazione. Ciò significa che non tutti gli aspetti devono essere affrontati contemporaneamente, ma possono essere affrontati gradualmente per adattarsi alle esigenze e alle circostanze specifiche di ciascun caso. In questo modo, la guida garantisce che il processo di creazione di un hub creativo possa essere adattato alle esigenze e alle risorse uniche di un luogo e della sua comunità.



”

Have a look!!!

Bloomberg, the online newspaper, in the 2018 article regarding the The Rise of the Rural Creative Glass, highlights the importances of Arts in boosting rural Innovation. A knowledgeable article which you can find [here](#)

“

La guida approfondisce diversi aspetti, offrendo esempi stimolanti e strumenti pratici. Fornisce spunti per raccogliere le caratteristiche specifiche di un'area, considerando sia gli attributi fisici che le esigenze locali. Si pone l'accento sulla definizione della visione e della missione dell'hub, comunicandola efficacemente all'interno e all'esterno. Inoltre, la guida esplora la struttura organizzativa, le dinamiche di leadership e la pianificazione delle attività. Offre anche strategie per l'identificazione degli stakeholder e la formazione di reti a livello locale, nazionale ed europeo. Vengono inoltre esaminate le fonti e le opportunità di finanziamento per garantire la sostenibilità delle azioni. Infine, la guida affronta la valutazione dell'impatto, completando un quadro completo per lo sviluppo sostenibile.

Riferimenti:

<https://creativeeconomy.britishcouncil.org/projects/hubs/>

http://creativehubs.net/uploads/Creative-Hubs-Madrid-Toolkit_Final.pdf

http://www.ra-un.org/uploads/4/7/5/4/47544571/4_unido_the_role_of_successful_creative_hubs_in_fostering_sustainable_development.pdf



CHAPTER 2

ANALISI DEL TERRITORIO E DEI BISOGNI





Introduzione

L'analisi dell'area e dei bisogni è una fase critica e fondamentale quando si considera la creazione di un hub in un'area rurale o in qualsiasi altro luogo. Serve a comprendere il contesto, i requisiti e le opportunità specifiche dell'area in cui si intende creare un hub culturale e creativo. L'analisi dell'area e dei bisogni vi aiuterà a comprendere meglio il contesto locale, a identificare le risorse esistenti, a valutare le infrastrutture per vedere le opportunità e i limiti, a capire come impegnarvi con la comunità locale per meglio adattare i vostri programmi e le vostre attività e così via.

Questa fase è fondamentale per prendere decisioni informate e strategiche quando si crea un hub culturale e creativo in un'area rurale. Assicura che l'hub sia ben allineato con l'ambiente locale, che massimizzi il suo impatto e che abbia una solida base per il successo a lungo termine. Nelle prossime sezioni di questo capitolo, ci concentreremo sui punti principali dell'analisi dell'area e dei bisogni che devono essere presi in considerazione.



Cyprus Museum

nicosia
The brightest capital of Europe
#visitnicosia



Mappatura delle attività culturali e creative

La creazione di una mappa delle attività culturali e creative in un'area rurale o remota è un passo cruciale nell'analisi dei bisogni quando si vuole stabilire un hub culturale e creativo. Ecco alcuni passi e considerazioni su come procedere:

- **Definire l'ambito geografico:** Determinare i confini dell'area che si vuole valutare. Può trattarsi di un villaggio, di una città, di una regione o anche di una parte specifica di una città.
- **Identificare le parti interessate:** Contattare gli stakeholder locali, come artisti, leader della comunità, autorità locali e organizzazioni culturali esistenti. Possono fornire informazioni e dati preziosi.
- **Raccolta dati:**
 - a. **Sondaggi e interviste:** Condurre sondaggi, interviste e/o focus group con i residenti, gli artisti e le organizzazioni locali per capire il loro attuale coinvolgimento nelle attività culturali e creative.
 - b. **Ricerca online:** Effettuare una ricerca approfondita dei siti web, dei social media o degli articoli di cronaca disponibili per trovare informazioni e risorse relative alle arti e alla cultura locali.
 - c. **Media locali:** Analizzare i giornali locali, le stazioni radio e gli eventi della comunità per identificare gli eventi culturali e creativi in corso.
- **Categorizzare le attività:** Classificare le attività culturali e creative in base alla loro natura (ad esempio, arti visive, arti dello spettacolo, artigianato, musica) e frequenza (ad esempio, eventi regolari, festival stagionali).
- **Dati della mappa:** È possibile creare una mappa visiva utilizzando strumenti del sistema informativo geografico (GIS) o anche piattaforme di mappatura online gratuite come Google Maps o OpenStreetMap. Tracciate la posizione delle attività culturali e creative sulla mappa per ottenere una mappa visivamente accattivante e intuitiva delle attività.
- **Misurare la partecipazione e il pubblico:** Valutare il livello di partecipazione a queste attività e le dimensioni del pubblico. Questo può aiutare a determinare la domanda di un hub culturale e creativo in quest'area.
- **Valutare lacune e sovrapposizioni:** Identificare le aree in cui potrebbero mancare attività culturali o in cui ci sono sovrapposizioni di offerte. In questo modo è possibile definire il potenziale focus del vostro hub culturale e creativo.
- **Infrastrutture e accessibilità:** Considerare la disponibilità di spazi e infrastrutture adeguate per un hub, nonché i trasporti e l'accessibilità dell'area. Per saperne di più sulle infrastrutture, consultate l'omonima sezione più avanti nel capitolo.

Mappatura delle attività culturali e creative

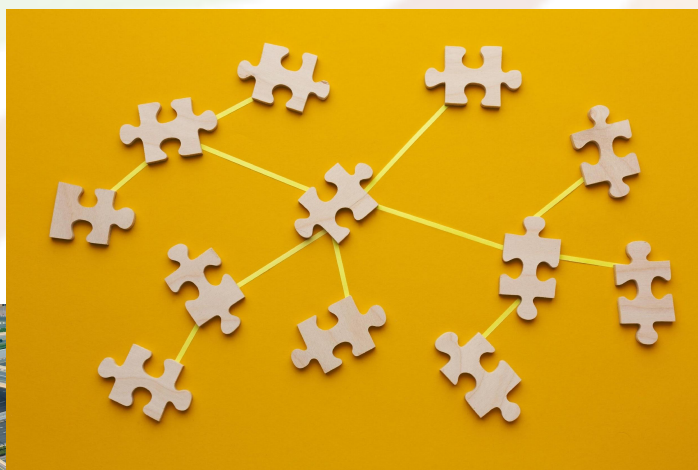
- **Impatto economico:** Valutare l'impatto economico delle attività culturali e creative esistenti sulla comunità locale. Questo può includere la creazione di posti di lavoro, il turismo e il sostegno alle imprese locali.

- **Feedback e input:** Coinvolgere la comunità locale e le parti interessate per ottenere il loro feedback sulla mappa e sull'hub proposto. Possono offrire spunti e suggerimenti: il feedback dei beneficiari è molto importante in questa fase iniziale.

- **Analisi SWOT:** Effettuare un'analisi SWOT (punti di forza, debolezza, opportunità e minacce) sulla base delle informazioni raccolte. Questo aiuterà a prendere una decisione informata sull'idoneità dell'area che state considerando per la creazione di un hub culturale e creativo. Maggiori informazioni su come si svolge esattamente un'analisi SWOT sono disponibili nella sezione Strumenti pratici.

- **Casi di studio:** Ricercare e includere casi di studio di hub culturali e creativi di successo in aree rurali o remote simili per trarre ispirazione e spunti.

Ricordate che l'analisi dei bisogni deve essere un processo continuo e iterativo. È importante adattare i piani in base al feedback e ai dati raccolti. Queste informazioni vi aiuteranno a decidere con cognizione di causa se l'area è adatta ad un hub culturale e creativo e, in caso affermativo, come adattarlo alle esigenze specifiche della comunità.





Importanza culturale e storica dell'area

Certamente, considerare l'importanza culturale e storica dell'area è un aspetto critico dell'analisi dei bisogni quando si stabilisce un hub culturale e creativo in un'area rurale o remota. La comprensione del contesto culturale e storico può fornire spunti preziosi e contribuire a definire la direzione del progetto.

Come incorporare questo aspetto nella vostra analisi?

Ricerca sulla storia locale

Iniziate con una ricerca sulla storia dell'area. Ciò può comportare lo studio di documenti storici, interviste a storici locali e l'esplorazione di archivi o musei locali. Cercate gli eventi, le figure e le tradizioni chiave che hanno plasmato l'identità culturale della zona.

Identificare il patrimonio culturale

Determinare il patrimonio culturale della regione. Questo comprende le forme d'arte tradizionali, il folklore, le usanze e le pratiche che sono state tramandate di generazione in generazione. Questo patrimonio può essere fonte di ispirazione e di orgoglio per la comunità locale.

Siti storici e punti di riferimento

Identificare eventuali siti storici, punti di riferimento o edifici significativi nell'area. Questi luoghi possono essere potenzialmente integrati nell'hub culturale e creativo, fungendo da sede di eventi o da fonte di ispirazione per gli artisti.

Influenze culturali e diversità

Riconoscere le diverse influenze culturali che hanno plasmato l'area nel corso del tempo. Le aree rurali e remote spesso presentano una ricca gamma di diversità culturale che può essere celebrata e incorporata nelle attività del centro.

Coinvolgimento della comunità

Impegnarsi con la comunità locale per comprendere il suo legame con il patrimonio storico e culturale dell'area. Raccogliere storie, aneddoti e tradizioni orali che potrebbero non essere registrati nella storia formale, ma che sono importanti per l'identità della comunità.

Conservazione e tutela

Considerare la salvaguardia e la conservazione dei beni culturali e storici. Se esistono tradizioni, forme d'arte o siti storici in pericolo, il vostro hub può svolgere un ruolo di salvaguardia e promozione.

Programmazione culturale

Quando si progetta la programmazione dell'hub culturale e creativo, incorporare elementi che rendano omaggio al significato culturale e storico dell'area. Ciò può includere mostre, spettacoli o laboratori che riflettono e celebrano il patrimonio locale.

Opportunità educative

Esplorare le opportunità di programmi educativi che insegnino a residenti e visitatori l'importanza culturale e storica dell'area. Ciò può includere laboratori, conferenze e visite guidate.

Collaborazione con esperti locali

Collaborate con storici, artisti ed esperti culturali locali per garantire che le attività del vostro hub siano autentiche e rispettose del contesto storico e culturale della zona.

Promozione dell'identità culturale

Utilizzare il polo culturale e creativo come piattaforma per promuovere e celebrare l'identità culturale della zona. Incoraggiare gli artisti e i creativi locali a trarre ispirazione dalla storia e dalla cultura della regione.

Turismo del patrimonio

Se opportuno, esplorare il potenziale del turismo del patrimonio. Evidenziare l'importanza culturale e storica dell'area può attirare turisti interessati a sperimentare e conoscere il patrimonio locale.

Integrazione con i festival locali

Se nella zona esistono festival culturali o storici, valutate come l'hub possa integrare o collaborare con questi eventi per promuovere ulteriormente l'identità culturale della regione.



Punti di forza e sfide dell'area

L'analisi dei punti di forza e delle sfide che l'area deve affrontare è di fondamentale importanza nell'analisi dei bisogni per la creazione di un hub culturale e creativo in una località rurale o remota. La comprensione di questi fattori vi aiuterà a prendere decisioni informate e ad adattare il progetto e i programmi dell'hub alle esigenze e alle circostanze specifiche della comunità.

Come affrontare questo aspetto dell'analisi?





L'analisi di questi punti di forza e delle sfide è essenziale per prendere decisioni informate sulla fattibilità e sulla progettazione del vostro hub culturale e creativo. Inoltre, vi guiderà nello sviluppo di strategie per affrontare le sfide specifiche e sfruttare i punti di forza locali per creare un hub sostenibile e di successo, a beneficio sia della comunità che del settore creativo in generale.



Come scegliere il posto giusto. Infrastrutture e attrezzature

Valutare le infrastrutture di un'area rurale o remota quando si sceglie il luogo giusto per il proprio hub culturale e creativo è essenziale, perché influisce direttamente sulla funzionalità, sull'accessibilità e sul successo complessivo dell'hub.

Ma cosa considerare esattamente per quanto riguarda le infrastrutture?

1. Infrastruttura fisica

Condizioni dell'edificio: Esaminare le condizioni dei potenziali edifici o spazi per il vostro hub. Considerate fattori come l'integrità strutturale, la sicurezza e la conformità alle norme edilizie.

Accessibilità: Valutare l'accessibilità dello spazio per le persone con disabilità. Apportare le modifiche necessarie per garantire un ambiente inclusivo.

Servizi di pubblica utilità: Valutare la disponibilità e l'affidabilità di servizi essenziali come elettricità, acqua, fognature e sistemi di riscaldamento/raffreddamento. Assicuratevi che siano in grado di soddisfare i requisiti delle strutture del vostro hub.

2. Infrastruttura digitale

Connettività Internet: L'accesso alla rete Internet ad alta velocità e affidabile è fondamentale per la maggior parte delle attività creative, tra cui l'arte digitale, le mostre online e il lavoro a distanza. Verificate la disponibilità di banda larga e la larghezza di banda.

Attrezzature tecnologiche: Considerate la disponibilità di attrezzature digitali, come computer, proiettori e apparecchiature audiovisive, e assicuratevi che soddisfino le esigenze del vostro hub.

3. Trasporto e accessibilità

Vicinanza agli snodi di trasporto: Valutare la vicinanza dell'hub a nodi di trasporto come aeroporti, stazioni ferroviarie o autostrade principali. Un buon collegamento con i trasporti rende più facile per artisti e visitatori raggiungere l'hub.

Trasporto locale: Considerare le opzioni di trasporto locale all'interno dell'area, come autobus, taxi o rideshares, per garantire che le persone possano viaggiare facilmente da e verso l'hub.

4. Considerazioni ambientali

Impatto ambientale: Valutare l'impatto ambientale delle operazioni dell'hub. Considerare l'adozione di pratiche sostenibili e di tecnologie ad alta efficienza energetica.

5. Adattabilità dello spazio

Adattabilità dello spazio: Determinare se lo spazio scelto può essere facilmente adattato per accogliere le varie attività creative. La flessibilità nell'uso dello spazio è fondamentale per soddisfare un'ampia gamma di espressioni artistiche.

Per scegliere il luogo giusto per il vostro hub culturale e creativo, è essenziale condurre una valutazione completa delle infrastrutture dell'area. Anche se può essere difficile trovare un'area con una perfetta corrispondenza infrastrutturale, una combinazione di punti di forza esistenti e un piano strategico per lo sviluppo e il miglioramento delle infrastrutture può aiutare a garantire che il luogo scelto sia adatto alle esigenze del vostro hub creativo. Inoltre, la collaborazione con le autorità locali e le parti interessate può aiutare ad affrontare le sfide infrastrutturali e a promuovere i miglioramenti necessari.



Attrezzatura

La creazione di un centro culturale e creativo fisico richiede un'attenta considerazione delle attrezzature necessarie per supportare un'ampia gamma di attività ed eventi creativi. Le attrezzature specifiche di cui avrete bisogno dipenderanno dal tipo di attività e programmi creativi che intendete offrire, ma ecco alcuni fattori chiave da considerare:

Spazi multifunzionali: Assicurarsi che l'hub disponga di spazi adattabili e multifunzionali in grado di ospitare una varietà di attività creative. Ciò include spazi di lavoro aperti, aree studio, spazi espositivi, aree per le performance e sale per i laboratori.

Attrezzature d'ufficio di base: Dotare le aree amministrative di attrezzature d'ufficio standard come computer, stampanti, scanner e proiettori per le presentazioni e le attività amministrative.

Arredi: Arredare l'hub con una varietà di sedute, superfici di lavoro e opzioni di archiviazione per accogliere artisti, creatori e visitatori. I mobili flessibili possono adattarsi a diverse attività.

Spazi per la collaborazione e le riunioni: Creare spazi per il lavoro collaborativo, le riunioni e le sessioni di brainstorming. Possono includere lavagne, proiettori e posti a sedere confortevoli.

Biblioteca e centro risorse: Creare un centro risorse con una biblioteca di libri, materiali di riferimento e computer per la ricerca e l'ispirazione creativa.

Cucina e area di ristoro: Includere una cucina o un'area di ristoro dove i visitatori e gli artisti possano accedere a cibo e bevande, favorendo un senso di comunità e comfort.

Attrezzature di sicurezza e di emergenza: Implementare misure di sicurezza, tra cui cassette di pronto soccorso, estintori e segnaletica di sicurezza per garantire il benessere degli utenti dell'hub.

Strutture di stoccaggio: Fornire un deposito sicuro per le forniture e le attrezzature degli artisti, nonché per i materiali e le decorazioni degli eventi.

A seconda del tipo di attività del vostro hub, potete anche prendere in considerazione la garanzia:

Forniture e materiali artistici, attrezzature audiovisive, strutture tecniche, strumenti e attrezzature per laboratori, strutture per gallerie ed esposizioni, strumenti per licenze e diritti d'autore.



Strumenti pratici: Analisi SWOT

PERCHÉ UTILIZZARE QUESTO STRUMENTO?

L'analisi SWOT è uno strumento di pianificazione strategica che può essere molto utile per la creazione di un hub culturale e creativo in un'area rurale o remota. Vi aiuta a valutare i punti di forza e di debolezza interni del vostro progetto e le opportunità e le minacce esterne che possono avere un impatto su di esso. Conducendo un'analisi SWOT, potete comprendere meglio le dinamiche uniche del vostro progetto e dell'ambiente locale. Questo vi aiuterà a prendere decisioni strategiche, ad allocare le risorse in modo efficace e a sviluppare una tabella di marcia per la creazione e la crescita del vostro centro culturale e creativo in un'area rurale o remota.

Un'analisi SWOT può essere utile per:

Valutazione completa: Un'analisi SWOT fornisce una visione completa del progetto, considerando i fattori interni ed esterni che possono influenzarne il successo.

Pianificazione strategica: È una fase fondamentale del processo di pianificazione strategica, che aiuta a identificare le aree in cui è possibile sfruttare i punti di forza e le opportunità e affrontare le debolezze e le minacce.

Mitigazione del rischio: Identificando le potenziali minacce e debolezze, è possibile sviluppare strategie per mitigare o superare queste sfide.

Processo decisionale: L'analisi SWOT aiuta a prendere decisioni informate sulla fattibilità e sulla direzione del vostro hub culturale e creativo.

Coinvolgimento della comunità: Coinvolgere i membri della comunità, le parti interessate e i membri del team nel processo di analisi SWOT favorisce la collaborazione e l'impegno.

Esempio di analisi SWOT per un hub culturale e creativo:





COME SI USA QUESTO STRUMENTO?

Riunire un team eterogeneo: Riunire un team di persone con prospettive diverse, compresi gli stakeholder del progetto, i membri della comunità e gli esperti dei settori pertinenti.

Definire l'ambito: Definire chiaramente l'ambito della vostra analisi SWOT, concentrandovi sulla creazione di un hub culturale e creativo in un'area rurale o remota.

Identificare i punti di forza interni: Elencate i punti di forza interni del vostro progetto. Si tratta di fattori che conferiscono un vantaggio competitivo o attributi positivi. Ad esempio, un team forte, il sostegno della comunità o risorse uniche.

Identificare i punti deboli interni: Elencate i punti deboli interni, ossia le aree in cui il vostro progetto potrebbe essere svantaggiato o avere delle difficoltà. Ad esempio, la mancanza di fondi, l'esperienza limitata o l'infrastruttura inadeguata.

Identificare le opportunità esterne: Elencate le opportunità esterne, ossia le circostanze e le tendenze dell'ambiente esterno che possono favorire il vostro progetto. Ad esempio, il crescente interesse per l'arte, le sovvenzioni disponibili o la crescita dell'industria turistica locale.

Identificare le minacce esterne: Elencare le minacce esterne, ossia i fattori esterni al progetto che potrebbero avere un impatto negativo. Tra questi potrebbero esserci la crisi economica, la concorrenza degli hub vicini o i cambiamenti normativi.

Esame incrociato dei fattori: Esamine come i vostri punti di forza possono essere sfruttati per cogliere le opportunità e come le vostre debolezze potrebbero rendervi vulnerabili alle minacce.

Sviluppare strategie: Sulla base della vostra analisi, sviluppate strategie per massimizzare i punti di forza, affrontare i punti di debolezza, capitalizzare le opportunità e mitigare le minacce.

Definizione delle priorità e piano d'azione: Stabilite le priorità degli elementi più critici dell'analisi e create un piano d'azione dettagliato per l'attuazione delle strategie. Assegnate le responsabilità e fissate le scadenze.

Revisione e aggiornamento: rivedete e aggiornate periodicamente l'analisi SWOT per garantire che rimanga pertinente con l'avanzamento del progetto.



Buone pratiche

Approccio LEADER

Pratica: L'approccio LEADER, che fa parte della Politica di Sviluppo Rurale dell'Unione Europea, incoraggia iniziative di sviluppo dal basso verso l'alto, guidate dalla comunità nelle aree rurali. Esso pone l'accento sui gruppi di azione locale (GAL) che conducono valutazioni partecipative dei bisogni e sviluppano strategie basate sui punti di forza e sulle opportunità locali.

Esempio: I progetti finanziati da LEADER in tutta Europa hanno sostenuto la creazione di poli culturali e creativi coinvolgendo le comunità locali nell'identificazione dei beni culturali, nella valutazione delle esigenze e nell'attuazione di iniziative volte a migliorare la vitalità culturale delle aree rurali. Qui potete trovare alcuni esempi di progetti finanziati da LEADER e qui potete trovare maggiori informazioni sul metodo stesso.



CAPITOLO 3

VISIONE E MISSIONE

Introduzione

CHAPTER 3.1



Decidere di creare e implementare un hub creativo, fisico o virtuale, in un'area rurale o periferica ha molteplici significati e obiettivi. Si tratta di investire risorse in un settore sempre più considerato strategico a livello europeo, strettamente legato alle radici e all'identità dei luoghi. Questo settore genera opportunità di lavoro e favorisce lo sviluppo e la coesione dei territori e delle comunità.

Tuttavia, questo impegno presenta anche diverse sfide e richiede uno sforzo significativo. Richiede un'acuta capacità di identificare le esigenze uniche dell'area, definendo chiaramente gli obiettivi, la visione e la missione. Questa chiarezza è essenziale per incrementare le risorse e aumentare l'impatto. Comprendendo e affrontando le esigenze specifiche della località e mantenendo una prospettiva europea, l'hub può contribuire efficacemente allo sviluppo socio-economico e alla vitalità culturale della regione.

Per questo motivo, soprattutto nelle fasi iniziali, è importante identificare e definire chiaramente la visione e la missione dell'hub creativo.

Definire chiaramente la visione e la missione dell'hub creativo in modo visibile e condiviso è essenziale per un'efficace comunicazione interna ed esterna dei suoi valori fondamentali. Quando questi elementi vengono stabiliti fin dall'inizio attraverso un processo di co-progettazione che coinvolge tutte le parti interessate, non solo si rafforza la comunicazione dei principi fondamentali dell'hub, ma si promuove anche un senso di appartenenza e di impegno attivo tra le persone coinvolte. Questo approccio inclusivo arricchisce l'atmosfera collaborativa e garantisce che tutti siano allineati con gli obiettivi dell'hub, contribuendo al successo dell'implementazione e alla sostenibilità delle sue attività. Coinvolgendo gli stakeholder nelle fasi iniziali, l'hub può beneficiare di prospettive diverse, che possono migliorare la qualità complessiva e la pertinenza della sua missione e visione.

I concetti di visione e missione sono strettamente correlati tra loro, ma sono utili per definire aspetti complementari che mirano a guidare l'organizzazione nel raggiungimento dei suoi obiettivi a breve e a lungo termine e nel modo in cui raggiungerli.

Il successo della missione e della visione dell'hub dipende dal modo in cui vengono comunicate, come sono allineate alla vostra organizzazione e come informate riguardo le mete e i vostri obiettivi.

La visione e la missione dell'hub creativo possono essere considerate come la sua personalità e il suo carattere plasmati da valori, credenze e comportamenti condivisi.

Una visione e una missione convincenti consentono di concentrarsi su ciò che è importante per il vostro hub per raggiungere i suoi obiettivi. Definire lo scopo è fondamentale per prendere decisioni su opportunità e sfide. Una visione e una missione chiare garantiscono anche l'allineamento interno del team e possono motivare altri soggetti, come partner e finanziatori, a partecipare alle varie attività.

Come definire la propria Visione, Missione e Obiettivi

CHAPTER 3.2



VISIONE:

La dichiarazione di visione descrive ciò a cui aspira l'hub creativo e il cambiamento che si vuole raggiungere e vedere in futuro. Dichiarare la propria visione permette di guardare avanti e di considerare l'aspetto del successo.

La dichiarazione di visione è necessaria per tenere a mente il futuro, definisce dove si sta andando, motiva direttamente la direzione e lo scopo dell'hub e ispira il team e l'organizzazione alla crescita.

La dichiarazione di visione descrive il futuro dell'organizzazione. Rivela ciò che l'azienda aspira a essere o spera di raggiungere nel lungo periodo. La dichiarazione di visione è fonte di ispirazione e motivazione, ma fornisce anche una direzione, tracciando il percorso dell'organizzazione. Serve come guida per la scelta delle linee d'azione attuali e future.

Una dichiarazione di visione efficace deve essere concisa, non ambigua, futuristica, realistica ed ispiratrice. Non deve essere generica, ma concentrarsi sui risultati specifici dell'organizzazione.

Missione:

La dichiarazione di missione fornisce il modo in cui la visione sarà realizzata e chi ne beneficerà.

La missione è lo scopo dichiarato che definisce esattamente ciò che l'hub sta facendo ora. È un'incarnazione di ciò che rappresenta, a chi si rivolge e di come lo realizza.

Una dichiarazione di missione tiene presente il presente, definisce ciò che si sta facendo, motiva direttamente obiettivi e traguardi e ispira la cultura dell'organizzazione.

Per definire la missione dell'hub, è importante capire qual è il gap (che l'hub intende colmare) e poi esprimerlo in poche parole.

In questo caso particolare, per l'hub del progetto prototipo, l'obiettivo è quello di "sostenere i giovani professionisti della cultura e della creatività", soprattutto nelle aree remote, per migliorare le loro capacità di impiego e le opportunità di lavoro e per ridurre il divario esistente tra il mondo dell'istruzione e il mercato del lavoro attraverso la diversificazione dei percorsi di carriera e il riconoscimento delle competenze". Pertanto, la missione dell'hub deve essere pertinente all'obiettivo sopra menzionato. Alcuni esempi di missione sono i seguenti:

1. Fornire ai giovani interessati a lavorare nel settore culturale tutti gli strumenti necessari per raggiungere il loro obiettivo.
2. Guidare i giovani professionisti su come aumentare le loro opportunità di lavoro nel settore culturale.
3. Sostegno ai giovani che vogliono intraprendere una carriera nel settore culturale
4. Dare forza agli artisti e agli imprenditori locali fornendo risorse, favorendo la collaborazione e promuovendo l'impegno culturale.

FRASI ISPIRAZIONI DI VISIONE

"UN FIORE ALL'OCCHIELLO DELL'INNOVAZIONE E DELLA COLLABORAZIONE NEL CUORE DELLA COMUNITÀ"

"COLTIVARE LA CREATIVITÀ, TESSERE CONNESSIONI: UN CENTRO VIBRANTE PER IL BENESSERE RURALE"



Missione



Fornire ai giovani interessati a lavorare nel settore culturale tutti gli strumenti necessari per raggiungere il loro obiettivo.

Guidare i giovani professionisti ad aumentare le loro opportunità di lavoro nel settore culturale.

Sostenere i giovani che vogliono intraprendere una carriera nel settore culturale



Come definire gli obiettivi

Gli obiettivi di un hub creativo sono gli obiettivi strategici che guidano il suo sviluppo e le sue operazioni, strettamente correlati e derivati dalla sua visione e allineati con la sua missione.

Questi obiettivi definiscono ciò che l'hub intende raggiungere e forniscono un quadro di riferimento per misurare il suo successo.

Gli obiettivi di un hub creativo sono gli obiettivi specifici e strategici che l'hub si sforza di raggiungere. Questi obiettivi sono pensati per favorire la creatività, sostenere i talenti locali, promuovere l'espressione culturale e artistica, migliorare lo sviluppo economico, fornire opportunità educative, incoraggiare la sostenibilità, garantire l'inclusione e l'accessibilità, facilitare la creazione di reti e partnership e promuovere l'impatto sociale. Essi fungono da tabella di marcia per le attività dell'hub, guidando gli sforzi.

La definizione degli obiettivi strategici a breve e lungo termine consente di determinare e pianificare l'organizzazione interna e anche gli aspetti logistici dell'hub. Questo aspetto è correlato alle risorse necessarie e al loro reperimento, in relazione all'organizzazione interna e ai ruoli, al piano di attività (approfondito nel Capitolo 4) e alla misurazione dei risultati e dell'impatto (approfondito nel Capitolo 7).

Ecco una tavola visiva con alcune domande che aiutano a definire la visione e la missione dell'hub.

Questo può essere visto come il manifesto fisico e virtuale dell'hub per guidare le sue azioni e definire la sua unicità e specificità.

VISIONE E MISSIONE

MAKE IT HAPPEN

VISIONE

Perché esiste il vostro hub?
Quali sono i cambiamenti che volete apportare con il vostro hub?
Che aspetto ha il futuro che volete creare?

La dichiarazione di visione è.....

MISSIONE

Cosa farà il vostro hub?
Chi ne beneficerà e come?
In che modo il vostro hub raggiungerà l'obiettivo dichiarato nella vostra visione?

La dichiarazione di missione è.....

Beneficiari giovani professionisti

culturali e creativi e comunità locali

Per definire efficacemente la visione, la missione e le azioni di un hub creativo, è fondamentale comprendere il suo gruppo target principale: i giovani professionisti dei settori culturali e creativi, o coloro che aspirano a entrare in questi ambiti, che vivono in aree rurali o periferiche. Queste persone hanno spesso un accesso limitato alla formazione, all'occupazione e alle opportunità di networking.

La comprensione delle loro esigenze informa e guida la direzione strategica dell'hub. L'hub deve fornire risorse che favoriscano la creatività e l'innovazione, come strumenti, tecnologie e spazi collaborativi. Il sostegno ai talenti locali comporta l'offerta di corsi di formazione per migliorare le abilità e le competenze specifiche, programmi di mentorship, workshop di sviluppo professionale e opportunità per mostrare il proprio lavoro.

La promozione dell'espressione culturale e artistica comprende l'organizzazione di eventi che celebrano la cultura e la diversità locale. Il miglioramento dello sviluppo economico può essere ottenuto attirando visitatori attraverso eventi culturali, stimolando l'economia locale e sostenendo le imprese creative. Le opportunità educative sono offerte attraverso programmi di formazione e partnership con istituzioni educative.

La sostenibilità viene promossa incoraggiando pratiche ecosostenibili e sensibilizzando sulle questioni ambientali. L'inclusività e l'accessibilità sono garantite rendendo l'hub accessibile a tutti e rimuovendo le barriere alla partecipazione. Il networking e i partenariati sono facilitati dalla creazione di connessioni con reti creative e dalla collaborazione con altre organizzazioni. L'impatto sociale è determinato dall'utilizzo di iniziative creative per affrontare questioni sociali e ispirare cambiamenti positivi, coinvolgendo la comunità più ampia nelle attività dell'hub.

Concentrandosi su queste azioni strategiche, l'hub fornisce un sostegno significativo e opportunità al suo gruppo target principale, a beneficio della comunità in generale.

CHAPTER 3.3



Comunicare la propria visione all'interno e all'esterno dell'hub

CHAPTER 3.4



Un aspetto fondamentale per il successo e la partecipazione di un hub creativo, soprattutto nelle fasi iniziali, è il coinvolgimento efficace dei vari gruppi di stakeholder attraverso una solida strategia di comunicazione. È fondamentale identificare i diversi canali di comunicazione, i destinatari specifici, lo scopo della comunicazione e i linguaggi appropriati da utilizzare.

Un metodo molto coinvolgente, soprattutto per trasmettere la missione e la visione dell'hub, è la strategia dello storytelling. Lo storytelling è un modo potente ed efficace per coinvolgere gli stakeholder, in quanto consente all'hub di condividere la propria narrazione in modo avvincente e coinvolgente. Questa strategia può evidenziare gli obiettivi, i successi e l'impatto che l'hub intende raggiungere, rendendo la missione e la visione tangibili e stimolanti per il pubblico.

Per attuare una strategia di comunicazione di successo, l'hub deve:

1. Identificare i canali di comunicazione:

Utilizzate un mix di media digitali e tradizionali, tra cui piattaforme di social media, newsletter via e-mail, giornali locali, radio comunitarie e incontri faccia a faccia.

2. Definire il pubblico di riferimento:

Segmentare il pubblico in gruppi come i giovani professionisti, le imprese locali, i leader della comunità, le istituzioni educative, le autorità pubbliche e la comunità in generale.

3. Chiarire lo scopo della comunicazione:

Indicare chiaramente gli obiettivi di ogni sforzo di comunicazione, che si tratti di informare, coinvolgere, ispirare o invitare all'azione.

4. Adattare il linguaggio e i messaggi:

Adattare il linguaggio e il tono per adattarlo ai diversi tipi di pubblico, assicurando che il messaggio sia accessibile e specifico per ciascun gruppo.

5. Narrazione:

Condividere storie che illustrino la missione e la visione dell'hub, evidenziando esempi reali di come l'hub sostiene i talenti locali, promuove la creatività e ha un impatto sulla comunità. Per raccontare queste storie, utilizzate vari formati, come articoli scritti, video, podcast e arte visiva.

Lo storytelling può trasmettere i valori fondamentali dell'hub e l'opportunità di trasformazione delle sue attività, creando un legame emotivo con gli stakeholder. Mostrando le storie personali di artisti e imprenditori locali, l'hub può dimostrare il suo impatto sulle vite individuali e sulla comunità, rendendo la missione e la visione più vivide e condivisibili.

Riferimenti:

- https://creativeconomy.britishcouncil.org/media/resources/Creative_Hub_Leaders_Toolkit.pdf
- <https://www.batonglobal.com/post/how-to-write-mission-vision-and-values-statements-with-examples>
- <https://thelearninghubgroup.co.uk/about-us/mission-statement/>



Organizzazione e leadership del Team Hub



Introduzione all'organizzazione e alla leadership di Team Hub

CHAPTER 4.1



Nel panorama del business odierno, in rapida evoluzione e interconnesso, un'organizzazione e una leadership efficaci dei team giocano un ruolo cruciale nel raggiungimento del successo. Un team hub è l'unità centrale che riunisce individui con competenze e capacità diverse per collaborare e raggiungere obiettivi comuni.

La capacità di creare un team hub ben organizzato e di fornire una leadership efficace è fondamentale per massimizzare la produttività, promuovere l'innovazione e guidare il successo generale del team. Esploreremo il concetto di organizzazione e leadership dei team hub, evidenziandone l'importanza, gli elementi chiave e le strategie per costruire un team hub forte, migliorare la comunicazione e la collaborazione, sviluppare le capacità di leadership, superare le sfide ed esplorare le tendenze e le innovazioni future. Approfondendo le dinamiche dell'organizzazione e della leadership dei team hub, i professionisti possono migliorare la loro capacità di creare team ad alte prestazioni e guidare il successo organizzativo.

Comprendere il concetto di Team Hub

Immaginate un alveare vivace, ma al posto delle api c'è un gruppo di persone di talento che lavorano insieme per un obiettivo comune. Questo è essenzialmente ciò che è un team hub: uno spazio centrale dove i membri del team collaborano, condividono idee e lavorano per raggiungere i loro obiettivi. È come la sala macchine di una nave, dove tutti gli ingranaggi girano per far sì che le cose si muovano senza intoppi.

Importanza di un'organizzazione e di una leadership efficaci nei team hub

I team hub prosperano grazie a un'organizzazione e a una leadership efficaci. Un'organizzazione efficace garantisce che tutti sappiano cosa stanno facendo, quando devono farlo e come il loro lavoro si inserisce nel quadro generale. La leadership, invece, fornisce una guida, motiva il team e mantiene tutti concentrati sull'obiettivo finale. Insieme, questi due elementi costituiscono la spina dorsale di un team hub di successo.

Un team hub ben organizzato offre una serie di vantaggi. In primo luogo, promuove l'efficienza e la produttività. Quando i compiti sono chiaramente definiti, le scadenze sono fissate e le risorse sono assegnate in modo appropriato, i membri del team possono lavorare in modo più efficace senza perdere tempo o impantanarsi nella confusione. Inoltre, un team hub ben organizzato favorisce una migliore comunicazione e collaborazione, poiché tutti sanno dove trovare le informazioni, a chi rivolgersi per ottenere supporto e come condividere le proprie competenze. Infine, migliora la responsabilità, in quanto un'organizzazione chiara consente di monitorare i progressi, identificare i possibili problemi e intraprendere tempestivamente le azioni necessarie.

D'altro canto, una scarsa organizzazione all'interno di un team hub può avere conseguenze disastrose. Si creano confusione, duplicazione degli sforzi e scadenze non rispettate. Senza ruoli e responsabilità chiari, i membri del team possono essere confusi o pensare che qualcun altro si occupi di un compito cruciale. Le interruzioni della comunicazione diventano la norma, con conseguente frustrazione e mancanza di fiducia.



Elementi chiave della leadership di Team Hub

Con personalità e stili di lavoro diversi, all'interno di un Team Hub è inevitabile che sorgano conflitti. I leader efficaci capiscono l'importanza di affrontare i conflitti in modo diretto e di promuovere dinamiche di squadra sane. Facilitando la comunicazione aperta, l'ascolto attivo e il rispetto reciproco, i leader possono aiutare a gestire i conflitti e a costruire relazioni più forti all'interno del team. Risolvere i conflitti e promuovere dinamiche positive è fondamentale per mantenere un Team Hub produttivo e armonioso.

All'interno di un team hub, i ruoli di leadership devono essere chiaramente definiti. In questo modo si garantisce che tutti sappiano a chi rivolgersi per ottenere indicazioni, prendere decisioni e risolvere i conflitti. I leader possono essere designati in base alle competenze, all'esperienza o alle abilità specifiche rilevanti per gli obiettivi del team. La chiave è avere persone che possano supervisionare il funzionamento generale del team hub e fornire indicazioni quando necessario.

I leader di team hub efficaci possiedono una miscela unica di caratteristiche e abilità. Sono buoni comunicatori, in grado di trasmettere idee e aspettative. Sono anche ascoltatori empatici che comprendono le esigenze e le preoccupazioni dei membri del team. I leader efficaci sono adattabili, in grado di affrontare le sfide e di cambiare rotta se necessario. Ispirano e motivano gli altri, promuovendo una cultura di squadra positiva e produttiva. E, naturalmente, possiedono una sana dose di arguzia e fascino, che fa sembrare un'avventura anche i compiti più banali.

Introduzione all'organizzazione e alla leadership di Team Hub



Strategie per costruire un team forte

Stabilire obiettivi e traguardi chiari

Un team hub forte inizia con obiettivi e traguardi chiari. Ciò comporta la definizione di ciò che deve essere raggiunto, la definizione di obiettivi misurabili e la garanzia che tutti comprendano i risultati desiderati. Quando gli obiettivi sono specifici e trasparenti, diventa più facile per i membri del team allineare i loro sforzi e lavorare per uno scopo comune.

Creare una cultura di squadra di supporto

La costruzione di una cultura di squadra solidale è fondamentale per un team hub forte. Si tratta di promuovere un ambiente in cui la fiducia, il rispetto e la collaborazione sono valorizzati. Incoraggiare una comunicazione aperta, riconoscere i risultati ottenuti e offrire opportunità di crescita e sviluppo sono tutti elementi essenziali per creare una cultura che faccia emergere il meglio di ogni membro del team.

Assegnazione di risorse e responsabilità

Per costruire un team hub forte, è importante allocare le risorse e le responsabilità in modo efficace. Ciò significa fornire gli strumenti, le attrezzature e le informazioni necessarie ai membri del team per svolgere i loro compiti. Inoltre, è necessario delegare le responsabilità in base ai punti di forza e alle competenze individuali, assicurando che tutti abbiano un ruolo strategico da svolgere per il successo del team. Ricordate che un po' di arguzia e di fascino possono contribuire a mantenere il team motivato e divertito durante il viaggio.

Canali e strumenti di comunicazione efficaci

Nel mondo frenetico dei team hub, una comunicazione efficace è la linfa vitale che fa funzionare tutto senza intoppi. Dalle piattaforme di messaggistica istantanea come Slack agli strumenti di gestione dei progetti come Trello, i canali e gli strumenti di comunicazione disponibili non mancano. Trovare quelli giusti per il vostro team hub può fare la differenza. Quindi, chiedetevi: preferite la semplicità delle e-mail o l'interazione in tempo reale delle videoconferenze? Sperimentate diversi strumenti e trovate quello che funziona meglio per le esigenze specifiche del vostro team.

Promuovere una comunicazione aperta e trasparente

La comunicazione non consiste solo nell'inviare messaggi, ma anche nel promuovere un ambiente di apertura e trasparenza. Incoraggiate i membri del vostro team a condividere apertamente le loro idee, le loro preoccupazioni e i loro feedback, senza temere giudizi o rappresaglie. Create canali per regolari check-in e riunioni di team in cui tutti abbiano la possibilità di contribuire. Ricordate che la comunicazione efficace è una strada a doppio senso, quindi assicuratevi di ascoltare attivamente anche il vostro team.



Incoraggiare il processo decisionale collaborativo

In un team hub, le decisioni vengono prese meglio in modo collaborativo, attingendo alle diverse prospettive e competenze dei membri del team. Incoraggiate discussioni aperte, sessioni di brainstorming ed esercizi di costruzione del consenso per garantire che tutti siano coinvolti nelle decisioni prese. Coinvolgendo il team nel processo decisionale, non solo si migliora la qualità delle decisioni, ma si promuove anche un senso di appartenenza e di impegno nei confronti dei risultati.

Superare la resistenza al cambiamento

Il cambiamento è inevitabile, ma non è sempre facile, soprattutto in un team hub. La resistenza al cambiamento può ostacolare il progresso e creare inutili blocchi. Per superare questa sfida, coinvolgete i membri del team nel processo decisionale e comunicate le ragioni di ogni cambiamento. Fornite supporto e risorse per aiutarli ad adattarsi ai nuovi metodi di lavoro. Affrontando i problemi e promuovendo una cultura del miglioramento continuo, potrete navigare senza problemi tra le onde del cambiamento.

Gestione di dinamiche di squadra diverse

I team hub riuniscono persone con background, competenze e prospettive uniche. Se da un lato la diversità può essere un punto di forza, dall'altro può presentare delle sfide in termini di dinamiche di squadra. Per gestire efficacemente le dinamiche di team diversi, promuovete una cultura di inclusione, rispetto e apertura mentale. Create opportunità per i membri del team di conoscere e apprezzare le reciproche differenze. Incoraggiate i diversi punti di forza dei membri del team per promuovere l'innovazione.



Tendenze e innovazioni future nell'organizzazione e nella leadership dei team hub

CHAPTER 4.1



Utilizzo della tecnologia per la gestione dei team hub

Nel mondo in rapida evoluzione dei team hub, la tecnologia sta giocando un ruolo sempre più vitale. Abbracciate i progressi tecnologici per ottimizzare i processi di gestione dei team hub. Esplorate gli strumenti di gestione dei progetti basati sull'intelligenza artificiale, le piattaforme di collaborazione virtuale e l'analisi dei dati per migliorare la produttività e l'efficienza. Sfruttando la tecnologia, potete essere sempre un passo avanti e creare un'esperienza di team hub senza soluzione di continuità e connessa.

Abbracciare modelli di team hub remoti e virtuali

L'aumento del lavoro remoto e virtuale ha trasformato il modo in cui operano i team hub. Accogliete questa tendenza promuovendo un ambiente di lavoro flessibile e adattabile. Investite in strumenti di collaborazione a distanza, stabilite chiare politiche di lavoro a distanza e fornite supporto per aiutare i membri del team a prosperare in un ambiente virtuale. Abbracciando i modelli di team hub remoti e virtuali, potete attingere a un bacino di talenti globale e promuovere l'equilibrio tra lavoro e vita privata per i membri del vostro team.

Integrazione di IA e automazione nei processi di Team Hub

L'intelligenza artificiale e l'automazione stanno rivoluzionando i processi di team hub, liberando tempo e risorse per un lavoro più prezioso. Esplorate le possibilità di automatizzare le attività ripetitive, come l'inserimento dei dati o la programmazione. Adottate chatbot alimentati dall'intelligenza artificiale per fornire assistenza e informazioni istantanee ai membri del team. L'adozione dell'intelligenza artificiale e dell'automazione consente di snellire le operazioni, migliorare l'efficienza e creare un ambiente di team hub più produttivo.

In conclusione, un'organizzazione efficace dei team hub e la leadership sono componenti essenziali per raggiungere il successo nell'ambiente aziendale dinamico di oggi. Comprendendo l'importanza di un team hub ben organizzato e sviluppando forti capacità di leadership, i professionisti possono creare un ambiente che promuove la collaborazione, la comunicazione e l'innovazione. Superare le sfide, abbracciare le nuove tecnologie e rimanere al passo con le tendenze future migliorerà ulteriormente l'efficacia dell'organizzazione e della leadership dei team hub. Investendo in queste aree, le organizzazioni possono coltivare una cultura del lavoro di squadra, massimizzare la produttività e ottenere un successo sostenibile nel lungo periodo.



Organizzazione e attività dell'hub: Piano di collaborazione, processo decisionale e attività

La collaborazione è il cuore di un hub creativo fiorente. I leader devono promuovere una cultura che incoraggi il lavoro di squadra, la condivisione delle conoscenze e il sostegno reciproco. Creando opportunità di collaborazione, come sessioni di brainstorming, progetti interfunzionali e attività di team building, i leader possono rafforzare i legami tra i membri del team e sbloccare il loro potenziale collettivo.

In un ambiente aziendale dinamico, è essenziale prendere decisioni rapide ed efficaci. I leader del Team Hub devono impiegare strategie che facilitino un processo decisionale informato, come la raccolta di dati rilevanti, la richiesta di contributi ai membri del team e l'analisi dei risultati potenziali. Coinvolgendo il team nel processo decisionale, i leader possono sfruttare la saggezza collettiva e aumentare le possibilità di fare le scelte giuste.

Un'organizzazione interna ben strutturata, insieme a una chiara comunicazione e condivisione di obiettivi e finalità, è fondamentale per coinvolgere la comunità e avviare processi di co-progettazione e co-creazione con il territorio e le parti interessate. Quando il team interno è allineato e tutti comprendono la missione e gli obiettivi dell'hub creativo, diventa più facile coinvolgere i partner esterni e la comunità più ampia negli sforzi di collaborazione.

Obiettivi chiari forniscono una direzione e uno scopo condivisi, consentendo alle parti interessate di capire come i loro contributi possano avere un impatto significativo. Questa trasparenza favorisce la fiducia e incoraggia la partecipazione attiva di gruppi diversi, tra cui i residenti locali, le imprese, le istituzioni educative e gli enti governativi.

A seconda delle caratteristiche specifiche di ciascun hub, fisico o virtuale, e del fatto che si tratti di un singolo settore culturale e creativo o di un lavoro intersettoriale, le attività progettate varieranno. Tuttavia, alcune attività di base sono fondamentali per ogni hub:

1. **Formazione e sviluppo delle competenze:** Essenziale per acquisire nuove competenze o aggiornare quelle esistenti per soddisfare le richieste del settore. Questo obiettivo può essere raggiunto attraverso l'organizzazione di corsi in presenza e online, workshop, seminari con esperti e programmi di mentoring. Queste attività aiutano i partecipanti a rimanere aggiornati sulle tendenze emergenti e a perfezionare le proprie competenze professionali. Un'attenzione particolare è rivolta ai giovani del settore creativo e culturale che vivono in aree rurali o periferiche e che potrebbero avere minori opportunità.
2. **Organizzazione di eventi:** È fondamentale ospitare vari eventi, come mostre, spettacoli, conferenze e incontri comunitari. Questi eventi non solo mettono in mostra talenti e progetti, ma coinvolgono anche la comunità e favoriscono un ambiente culturale vivace.
3. **Attività di networking:** Facilitare gli scambi professionali e i collegamenti con altri hub creativi. Ciò include l'organizzazione di eventi di networking, incontri e progetti di collaborazione, sia a livello locale che internazionale. Il networking aiuta a costruire relazioni, condividere conoscenze e creare opportunità di collaborazione e crescita all'interno del settore creativo.





Attività del Piano Hub:

Piano Attività Hub

Definizione degli obiettivi: Stabilire obiettivi chiari e misurabili per l'hub creativo

Pianificazione delle attività: Sviluppare un piano dettagliato che delinei le attività, i compiti e le scadenze necessarie per raggiungere gli obiettivi

Allocazione delle risorse: Stanziare le risorse, come il budget, il tempo e il personale, per supportare le attività

Gestione dei rischi: Identificare i rischi potenziali e sviluppare strategie per mitigarli. Questo include piani di emergenza per le sfide impreviste

Strategia di comunicazione: Creare un piano di comunicazione che delinei le modalità di condivisione delle informazioni all'interno del team e con le parti interessate, le diverse strategie e i diversi canali

Monitoraggio e valutazione: Implementare un sistema di monitoraggio dei progressi, valutazione dell'efficacia delle attività e della loro sostenibilità. Adattare il piano, se necessario, in base ai feedback e ai risultati



Sviluppo di un piano di business

Decidere di avviare e gestire un hub creativo comporta le stesse sfide della creazione di un'impresa. Pertanto, è fondamentale avere una chiara comprensione di tutti gli aspetti da considerare fin dall'inizio. L'utilizzo di uno strumento come il business plan è essenziale perché aiuta a delineare i passi concreti necessari. Un business plan fornisce un approccio strutturato per identificare obiettivi, risorse e strategie, assicurando che ogni elemento critico sia affrontato sistematicamente.

Questo piano sarà adattato per soddisfare le esigenze uniche di un hub creativo, che non privilegia il profitto, ma la connessione delle persone, il loro impegno diretto, la formazione professionale, l'empowerment, lo sviluppo locale e la sostenibilità.

Ciò comporta la conduzione di una ricerca approfondita sulle esigenze e sull'area, l'analisi dei concorrenti, l'identificazione dei gruppi target e degli stakeholder, la definizione degli obiettivi finanziari, la definizione delle attività e dei servizi e la definizione di un calendario per l'attuazione. È importante rivedere e aggiornare regolarmente il business plan per adattarlo ai cambiamenti delle condizioni esterne o delle circostanze interne.

L'organizzazione efficace del team dell'hub e lo sviluppo di un solido piano di business sono ingredienti fondamentali per il successo e garantiscono l'uso efficiente delle risorse e la sostenibilità a lungo termine.

Ecco un modello su come creare un business plan completo:

Business Model Plan-Creative Hub





Strumenti pratici per l'organizzazione e la leadership dei team

Gli strumenti pratici per l'organizzazione e la leadership di gruppo sono essenziali per gestire efficacemente i team e raggiungere gli obiettivi organizzativi. Ecco alcuni strumenti e tecniche pratiche che possono essere utilizzati per l'organizzazione e la leadership del team

STRUMENTI PER GESTIONE PROGETTI

Trello:

Strumento visivo intuitivo per la gestione dei progetti, ideale per organizzare le attività, stabilire le priorità e monitorare i progressi

Asana:

Strumento versatile di gestione dei progetti che aiuta i team a pianificare, eseguire e gestire il lavoro in modo efficace

GANTT CHART SOFTWARE:

Microsoft Project :

Strumento efficace per la creazione di diagrammi di Gantt, la gestione delle risorse e il monitoraggio delle pianificazioni dei progetti.

Smartsheet:

Piattaforma di gestione del lavoro collaborativo che include la funzionalità di diagramma di Gantt.

KANBAN BOARDS:

KanbanFlow:

Strumento di gestione visiva dei progetti basato sul metodo Kanban, che consente ai team di organizzare il lavoro su schede

Jira Software:

Potente strumento per la gestione agile dei progetti, comprende le schede Kanban

LEARNING MANAGEMENT SYSTEMS

Moodle:

LMS open-source per l'erogazione di contenuti formativi ed educativi.

Adobe Captivate:

Strumento di authoring eLearning per la creazione di contenuti interattivi.

STRUMENTI PER IL MIND MAPPING:

MindMeister:

Strumento collaborativo di mappatura mentale online per il brainstorming e l'organizzazione delle idee

XMind:

Popolare software di mappatura mentale con varie opzioni di visualizzazione

PIATTAFORME DI VIDEOCONFERENZA E WEBINAR:

Webex:

Piattaforma di videoconferenza e collaborazione per riunioni virtuali e webinar.

GoToWebinar:

Piattaforma di hosting per webinar per coinvolgere un vasto pubblico.

STRUMENTI DI INDAGINE E FEEDBACK:

SurveyMonkey:

Popolare strumento di indagine per la raccolta di feedback da parte del team e degli stakeholder

Typeform:

Creatore di sondaggi e moduli di facile utilizzo con design personalizzabili.

Clockify:

app per il time-tracking con funzioni per il monitoraggio delle ore fatturabili e dei costi dei progetti

STRUMENTI DI COMUNICAZIONE E COLLABORAZIONE

Slack:

Popolare app di messaggistica per la comunicazione di gruppo, con canali per diversi progetti o argomenti.

Microsoft Teams:

Piattaforma di collaborazione integrata con Microsoft 365, che offre chat, videoconferenze e condivisione di file.

Zoom:

Strumento di videoconferenza per riunioni virtuali, webinar e collaborazione tra team

Questi strumenti possono migliorare significativamente l'organizzazione, la comunicazione, la collaborazione e la leadership del team. La scelta degli strumenti dipende dalle esigenze specifiche del team, dai requisiti del progetto e dalle preferenze. L'integrazione di questi strumenti nel flusso di lavoro del team può contribuire a snellire i processi e a migliorare la produttività e l'efficacia complessive.

Conclusione

Dinamiche di squadra e leadership efficaci sono componenti essenziali e il primo passo per stabilire una struttura che garantisca che le attività e l'organizzazione siano svolte con un impegno condiviso verso gli obiettivi e la visione dell'hub creativo. In conclusione, l'organizzazione e la leadership dei team hub sono elementi critici per coltivare team ad alte prestazioni all'interno di un'organizzazione. Considerando attentamente la composizione del team, implementando un piano di hub ben definito, promuovendo una comunicazione efficace e sviluppando le competenze di apprendimento essenziali, i leader possono creare un hub fiorente che guida la collaborazione, il coinvolgimento, l'innovazione e la crescita.



Un esempio di ispirazione: Polonia ART_INKUBATOR

L'Art_Inkubator all'interno della Fabryka Sztuki (Fabbrica d'Arte) di Łódź, in Polonia, è un'istituzione culturale fondata il 1° gennaio 2007 dal Centro di Łódź, dall'Associazione Teatro Corea e dalla Città di Łódź. È un centro d'arte e un'istituzione educativa, che si concentra principalmente su varie aree culturali come il cinema, il teatro, la musica e la danza. Allo stesso tempo, opera come istituzione per l'ambiente imprenditoriale, sostenendo lo sviluppo dell'imprenditoria creativa e la professionalizzazione del settore culturale. L'Art Factory è un'istituzione pubblica e non governativa ben organizzata, impegnata in progetti nell'ambito dell'arte e della vita culturale. È stata riconosciuta come uno dei 10 migliori investimenti municipali in Polonia - un premio per progetti che si distinguono per il loro impatto significativo sull'economia, sui residenti della città e sulla regione. Nel 2015, questo premio è stato assegnato all'Art Factory, a conferma del fatto che l'azienda fissa obiettivi, pianifica attività, sviluppa un business plan e intraprende azioni ponderate.

Per saperne di più http://www.fabrykasztuki.org/fabrykasztuki_org/en/





STAKEHOLDER E NETWORKING



Nel mondo dei progetti e delle organizzazioni, i concetti di stakeholder e di rete sono pilastri fondamentali del successo. Gli stakeholder, in sostanza, sono individui o gruppi che hanno un interesse personale nei risultati e nelle attività di un particolare progetto. Il networking, invece, è l'arte di connettersi e costruire relazioni con gli altri per condividere conoscenze, risorse e supporto.

Nell'ambito di un hub culturale e creativo, questi principi assumono un significato unico. Qui, infatti, accogliamo le parti interessate non solo come partecipanti, ma come catalizzatori di creatività e arricchimento culturale. La nostra rete si estende ben oltre il convenzionale, fungendo da nodo per artisti, creativi, appassionati e visionari per collaborare, innovare e celebrare la diversità dell'espressione umana.



COMPRENDERE GLI STAKEHOLDER

La comprensione degli stakeholder (portatori d'interesse o parti interessate) è essenziale per la creazione e la gestione di un hub creativo e culturale. In questo contesto, gli stakeholder sono gli individui o i gruppi che hanno un interesse personale o sono direttamente influenzati dallo sviluppo e dal funzionamento dell'hub. Analizziamo il significato di stakeholder in questo contesto specifico:

1. Gruppi di stakeholder diversi: Un hub creativo e culturale può coinvolgere un'ampia gamma di stakeholder, tra cui artisti, residenti locali, enti governativi, investitori, organizzazioni culturali e altri ancora. Ogni gruppo porta con sé prospettive e interessi unici.

2. Influenza sulla direzione creativa: Gli artisti e le organizzazioni culturali sono soggetti chiave che possono influenzare in modo significativo la direzione creativa e i contenuti dell'hub. Il loro coinvolgimento e i loro input possono plasmare i tipi di mostre, spettacoli o eventi ospitati nell'hub.

3. Coinvolgimento della comunità: I residenti locali e i membri della comunità sono parti interessate che possono essere direttamente coinvolte dall'hub. Comprendere le loro esigenze e le loro preoccupazioni è fondamentale per costruire un rapporto positivo con la comunità e per affrontare i potenziali disagi o le sfide che l'hub potrebbe comportare.

4. Conformità normativa: Le agenzie governative sono stakeholder che possono influenzare il funzionamento dell'hub attraverso regolamenti e permessi. Il rispetto di queste normative è essenziale per la sostenibilità legale e operativa dell'hub.

5. Finanziatori: Gli investitori o gli sponsor svolgono un ruolo cruciale nel finanziamento e nel mantenimento dell'hub. Capire le loro aspettative finanziarie e il ritorno sull'investimento è importante per assicurarsi un sostegno continuo.

6. Impatto culturale ed educativo: Le istituzioni educative e gli appassionati di cultura possono essere interessati al potenziale impatto educativo e culturale dell'hub. Le loro prospettive possono aiutare a definire una programmazione in linea con gli obiettivi educativi e di arricchimento culturale.

7. Mitigazione del rischio: L'identificazione e la comprensione degli stakeholder può anche contribuire alla gestione del rischio. Essendo a conoscenza di potenziali conflitti o sfide, la direzione dell'hub può affrontare in modo proattivo i problemi e mitigare i rischi per garantire il successo a lungo termine dell'hub.



GESTIONE DEGLI STAKEHOLDER

Per gestire efficacemente gli stakeholder, è necessario innanzitutto identificarli e riconoscerli. Iniziate a considerare chi potrebbe essere direttamente o indirettamente influenzato dalle vostre attività.

Ai nostri fini, per gestire efficacemente gli stakeholder di un hub creativo e culturale, è essenziale seguire un approccio personalizzato che tenga conto delle dinamiche e degli interessi unici degli individui e dei gruppi coinvolti.

Di seguito trovate una guida specifica su come gestire efficacemente gli stakeholder in questo contesto:

Identificare e riconoscere gli stakeholder: Iniziare a identificare tutti i potenziali stakeholder che possono essere direttamente o indirettamente influenzati dall'hub creativo e culturale. Ciò include artisti, residenti locali, agenzie governative, investitori, organizzazioni culturali, istituzioni educative e altro ancora.

Analizzare le caratteristiche degli stakeholder: Condurre un'analisi dettagliata di ogni stakeholder, considerando fattori quali il livello di influenza, il potere, l'interesse e il potenziale impatto sulle attività dell'hub. Comprendere le loro specifiche esigenze, aspettative e preoccupazioni riguardo alle iniziative culturali e creative dell'hub.

Definire le priorità degli stakeholder: Privilegiare gli stakeholder in base alla loro influenza, al loro interesse e al loro potenziale impatto. Questo aiuta ad allocare le risorse e l'attenzione in modo efficace. Riconoscete che gli artisti, i residenti locali e le organizzazioni culturali possono avere un'influenza significativa e un forte interesse per il successo dell'hub.

Stabilire una comunicazione aperta: Promuovere canali di comunicazione proattivi e trasparenti con le parti interessate. Teneteli informati sugli sviluppi, i programmi e le iniziative dell'hub. Creare piattaforme che permettano agli stakeholder di fornire feedback, condividere idee e dare voce alle loro preoccupazioni. Cercare regolarmente il loro contributo.

Creare fiducia e coinvolgimento: Costruire la fiducia è fondamentale per gestire efficacemente gli stakeholder. Rispondete alle loro preoccupazioni e aspettative e intervenite per risolverle. Coinvolgere attivamente gli stakeholder nei processi decisionali che li riguardano direttamente, come la selezione di mostre, spettacoli o programmi comunitari.

Riconoscere i contributi: Riconoscere e apprezzare i contributi degli stakeholder del polo creativo e culturale. Questo riconoscimento può rafforzare il loro impegno e il loro sostegno. Considerate la possibilità di mettere in mostra il lavoro di artisti locali o di coinvolgere la comunità in eventi culturali come modo per dimostrare il vostro apprezzamento.

Monitoraggio e adattamento: Monitorare costantemente l'evoluzione delle esigenze e degli interessi degli stakeholder. Siate pronti ad adattare le vostre strategie e i vostri programmi per allinearvi alle mutevoli aspettative. Essere proattivi nell'affrontare qualsiasi rischio, conflitto o opportunità emergente che possa avere un impatto sull'hub.

Collaborare e promuovere la cooperazione: Incoraggiare la collaborazione tra le parti interessate per creare un senso di appartenenza e di responsabilità condivisa per il successo dell'hub. Cercare di sfruttare le risorse e le competenze degli stakeholder per migliorare l'offerta culturale e creativa dell'hub.



MAPPATURA DELLE PARTI INTERESSATE

La creazione di una mappa degli stakeholder aiuta a visualizzare e analizzare le diverse parti interessate coinvolte nel vostro progetto. Mappando il loro livello di influenza e interesse, potete adattare le vostre strategie di comunicazione e coinvolgimento di conseguenza. Considerate fattori come il loro potere, la legittimità e l'urgenza per dare priorità ai vostri sforzi.

Fase 1: identificare gli stakeholder: Iniziare a compilare un elenco completo delle parti interessate all'hub culturale e creativo. Considerate sia le parti interne che quelle esterne, tra cui:

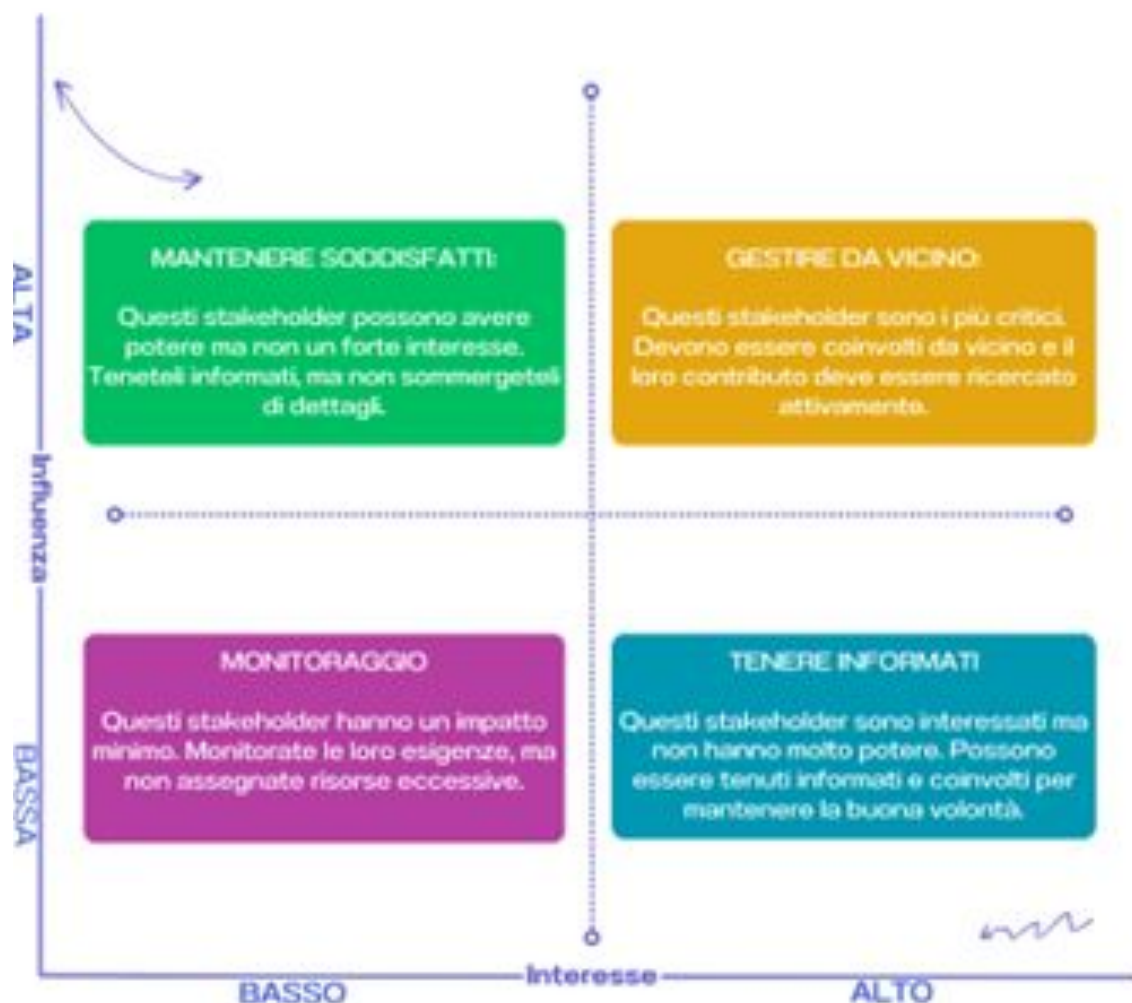
- **Artisti:** Artisti locali e regionali che possono contribuire o beneficiare dell'hub.
- **Residenti locali:** Membri della comunità che potrebbero essere interessati dalle attività dell'hub o che potrebbero avere un forte interesse nel suo successo.
- **Organizzazioni culturali:** Altre istituzioni o organizzazioni culturali della zona che potrebbero collaborare o competere con l'hub.
- **Agenzie governative:** Enti governativi locali, regionali o nazionali che possono avere un'influenza normativa o di finanziamento.
- **Investitori:** Individui o organizzazioni che forniscono un sostegno finanziario.
- **Istituzioni educative:** Scuole, college o università che possono essere interessate ai programmi educativi dell'hub.
- **Autorità turistiche:** Se pertinenti, enti che si occupano della promozione del turismo nella regione.
- **Media:** Media locali, in quanto possono influenzare la percezione pubblica.

Fase 2: Determinare l'influenza e l'interesse: Valutare il livello di influenza e interesse di ogni stakeholder nel contesto dell'hub culturale e creativo. L'influenza può essere classificata come alta, media o bassa in base al potere decisionale, alle risorse finanziarie o all'autorità. L'interesse può essere classificato come alto, medio o basso in base al loro livello di impegno o coinvolgimento nell'hub.

Fase 3: Mappare gli stakeholder: Visualizzate gli stakeholder su una griglia o un grafico, con l'influenza su un asse e l'interesse sull'altro. In questo modo si crea una matrice con diversi quadranti che rappresentano i gruppi di stakeholder in base alle loro caratteristiche:



Il processo di mappatura



Fase 4: Analisi e definizione delle priorità: Analizzare la mappa degli stakeholder e identificare le intuizioni chiave.



FATTORI DA CONSIDERARE PER LA DEFINIZIONE DELLE PRIORITÀ

Quando si dà la priorità agli sforzi di coinvolgimento degli stakeholder per un hub culturale e creativo, è essenziale considerare i seguenti fattori:

Potere: Valutare il potere o la capacità degli stakeholder di influenzare le decisioni o i risultati relativi all'hub. Questo può includere:

- **Artisti e creativi:** Coloro che hanno un'influenza significativa sulla direzione artistica dell'hub, come artisti famosi o creatori di contenuti influenti.
- **Autorità locali:** Enti o agenzie governative con l'autorità di fornire permessi, finanziamenti o supervisione normativa.
- **Grandi investitori:** Individui o organizzazioni che forniscono un sostegno finanziario sostanziale all'hub.
- **Leader della comunità:** Figure influenti all'interno della comunità locale che possono influenzare la percezione e il sostegno dell'opinione pubblica.

Il coinvolgimento di stakeholder di alto livello può avere un impatto significativo sul successo e sulla sostenibilità del polo culturale e creativo.

Legittimità: Valutare la legittimità del coinvolgimento degli stakeholder nel contesto dell'hub. Questo può includere:

- **Residenti locali e rappresentanti della comunità:** In quanto legittimi portatori di interesse, essi sono interessati all'impatto dell'hub sulla comunità.
 - **Istituzioni culturali:** Organizzazioni con un ruolo formale nella promozione e conservazione del patrimonio culturale dell'area.
 - **Istituzioni educative:** Scuole o università con un ruolo nella formazione culturale o nelle opportunità di collaborazione.
- Riconoscere e rispettare i diritti, le responsabilità e i ruoli formali di questi legittimi stakeholder nelle attività dell'hub.

Urgenza: Considerare l'urgenza o la sensibilità temporale delle esigenze o delle preoccupazioni delle parti interessate relative all'hub culturale e creativo:

- **Residenti locali:** Le loro preoccupazioni immediate per il rumore, il traffico o le interruzioni durante gli eventi possono richiedere un'azione rapida e una mitigazione.
- **Artisti:** Le esigenze urgenti di spazi espositivi, di finanziamenti o di sostegno per i prossimi progetti devono essere affrontate tempestivamente.
- **Agenzie di finanziamento:** Quelli che forniscono sovvenzioni o sostegno finanziario in tempi stretti possono richiedere un'attenzione immediata per garantire le risorse.

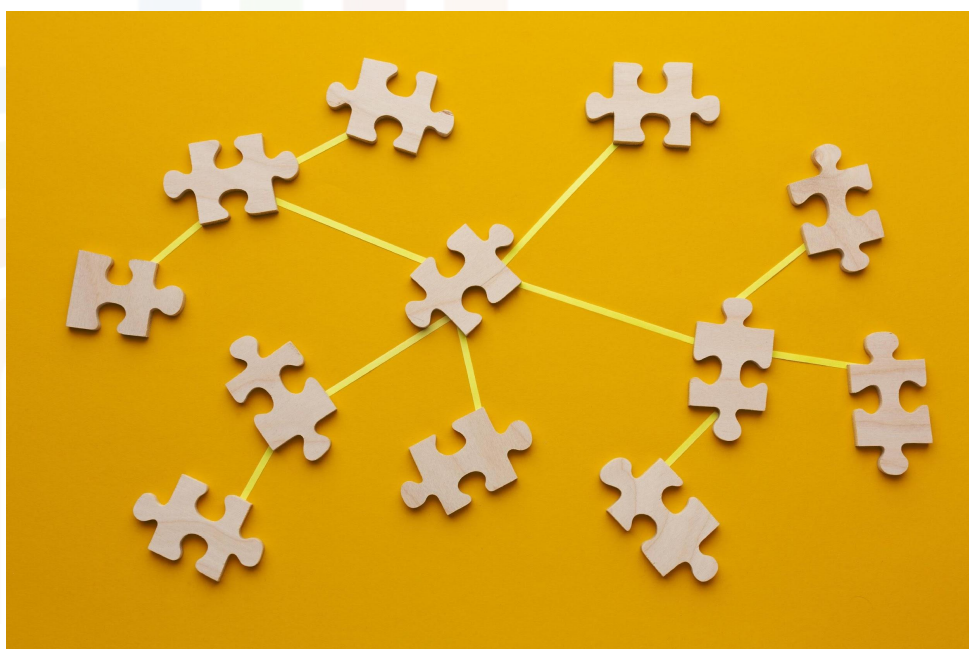
Bilanciare l'urgenza di rispondere a queste esigenze con gli obiettivi strategici a lungo termine dell'hub è fondamentale per un coinvolgimento efficace degli stakeholder.



BENEFICI DELLA MAPPATURA DEGLI STAKEHOLDER

La mappatura delle parti interessate offre diversi vantaggi, tra cui:

- **Comunicazione chiara:** Visualizzando le caratteristiche e le priorità degli stakeholder, potete adattare le vostre strategie di comunicazione per coinvolgere efficacemente ciascun gruppo. In questo modo si garantisce che i messaggi rispondano ai loro interessi e alle loro preoccupazioni specifiche.
- **Coinvolgimento mirato:** La definizione delle priorità degli stakeholder in base al loro livello di influenza e di interesse consente di concentrare gli sforzi su coloro che hanno il maggiore impatto sul progetto. In questo modo si massimizza l'efficacia delle attività di coinvolgimento degli stakeholder.
- **Gestione del rischio:** Identificando e analizzando le parti interessate, è possibile anticipare i potenziali rischi o conflitti che potrebbero sorgere durante l'impresa. Questo approccio proattivo vi permette di sviluppare strategie per mitigare o affrontare queste sfide.
- **Opportunità di collaborazione:** La mappatura degli stakeholder aiuta a identificare potenziali collaboratori o partner che condividono obiettivi o interessi comuni. Il coinvolgimento di queste parti interessate può portare a collaborazioni preziose, alla condivisione delle conoscenze e a un maggiore sostegno.





L'IMPORTANZA DEL NETWORKING

Il networking svolge un ruolo fondamentale nella creazione e nella crescita di un hub culturale e creativo. Si tratta di coltivare attivamente le relazioni con individui e gruppi che possono contribuire al successo dell'hub. Nel contesto della creazione di un hub culturale e creativo, il networking si riferisce al processo di connessione e coinvolgimento attivo con persone che possono sostenere e arricchire gli obiettivi artistici e culturali dell'hub. Il networking nell'ambito di un hub culturale e creativo offre diversi vantaggi chiave:

1. **Accesso alle risorse:** Il networking consente all'hub di attingere a un'ampia gamma di risorse, tra cui informazioni, conoscenze, competenze artistiche e approfondimenti sul panorama culturale. Queste risorse possono informare le decisioni di programmazione e migliorare l'offerta creativa dell'hub.
2. **Opportunità di collaborazione:** Mettendo in contatto artisti, appassionati di cultura e organizzazioni che la pensano allo stesso modo, l'hub può identificare potenziali collaboratori. Queste collaborazioni possono portare a progetti innovativi, mostre, spettacoli ed eventi culturali a beneficio sia dell'hub che della comunità in generale.
3. **Ampliamento della cerchia professionale:** Un networking efficace espande la cerchia professionale dell'hub, aumentando la probabilità di scoprire nuove prospettive e opportunità artistiche.
4. **Sistema di supporto:** Il networking crea una comunità di supporto di individui che condividono la passione per l'arte e la cultura. Questa comunità può offrire indicazioni, consigli, mentorship e feedback costruttivi, che sono preziosi per coltivare il talento artistico e affrontare le sfide.
5. **Promozione dei talenti locali:** Attraverso il networking, l'hub può entrare in contatto con gli artisti locali e fornire loro una piattaforma per mostrare il proprio lavoro. Ciò promuove e celebra il talento locale, contribuendo al ruolo dell'hub nel promuovere la creatività all'interno della comunità.

Per sfruttare al meglio le opportunità di networking, è essenziale attenersi ai seguenti principi:

- **Partecipazione attiva:** Impegnarsi attivamente in attività di networking partecipando a eventi, seminari, conferenze o iscrivendosi ad associazioni professionali. Siate presenti, avviate conversazioni e dimostrate un interesse genuino per gli altri. La partecipazione attiva vi permette di stabilire connessioni e costruire rapporti.
- **Reciprocità:** Il networking è una strada a doppio senso. Siate disposti a offrire supporto, assistenza e competenza ai vostri contatti. Cercate attivamente modi per contribuire e fornire valore agli altri. Questa reciprocità rafforza le relazioni e favorisce lo spirito di collaborazione.
- **Interesse genuino:** Avvicinatevi al networking con un sincero desiderio di capire e di entrare in contatto con gli altri. Mostrate un interesse genuino per le loro esperienze, prospettive e obiettivi. La costruzione di relazioni autentiche basate sulla fiducia e sul rispetto crea una solida base per legami duraturi.
- **Comunicazione efficace:** Sviluppare una forte capacità di comunicazione per trasmettere efficacemente i propri pensieri, idee e obiettivi. Ascoltate attivamente gli altri, ponete domande ponderate e fornite contributi significativi. Una comunicazione efficace favorisce la comprensione e crea un'impressione positiva.





COSTRUIRE LA RETE

La creazione di una rete solida è un elemento fondamentale per il successo della creazione e del funzionamento di un hub culturale e creativo. In questa sede analizzeremo alcune fasi importanti per la creazione di una rete solida e specificamente adattata alle esigenze del vostro progetto culturale e creativo:

Fase 1: chiarire obiettivi e finalità: Prima di iniziare a costruire la vostra rete per l'hub culturale e creativo, prendetevi il tempo necessario per chiarire i vostri obiettivi e le vostre finalità.

Fase 2: Identificare le connessioni rilevanti: Identificate i tipi di individui e organizzazioni che possono contribuire al successo del vostro hub culturale e creativo. Considerate quelli che operano nel campo delle arti, della cultura e dei settori correlati.

Fase 3: utilizzare diverse piattaforme: Esplorate una serie di piattaforme di networking per ampliare la vostra rete. Oltre alle interazioni personali, prendete in considerazione la possibilità di sfruttare piattaforme online come i social media, i forum dedicati e le comunità online rilevanti per il settore artistico e culturale.

Fase 4: Partecipare a eventi rilevanti: Partecipate a eventi, conferenze, seminari e mostre specifici del settore che offrono preziose opportunità di networking.

Fase 5: aderire ad associazioni professionali: Considerate la possibilità di aderire ad associazioni professionali o organizzazioni culturali rilevanti per il settore dell'hub creativo e culturale.

Fase 6: promuovere relazioni reciprocamente vantaggiose: Ricordate che fare rete non significa solo prendere, ma anche dare. Siate proattivi nel sostenere gli altri offrendo la vostra assistenza, le vostre intuizioni o le vostre risorse quando si presentano le opportunità.



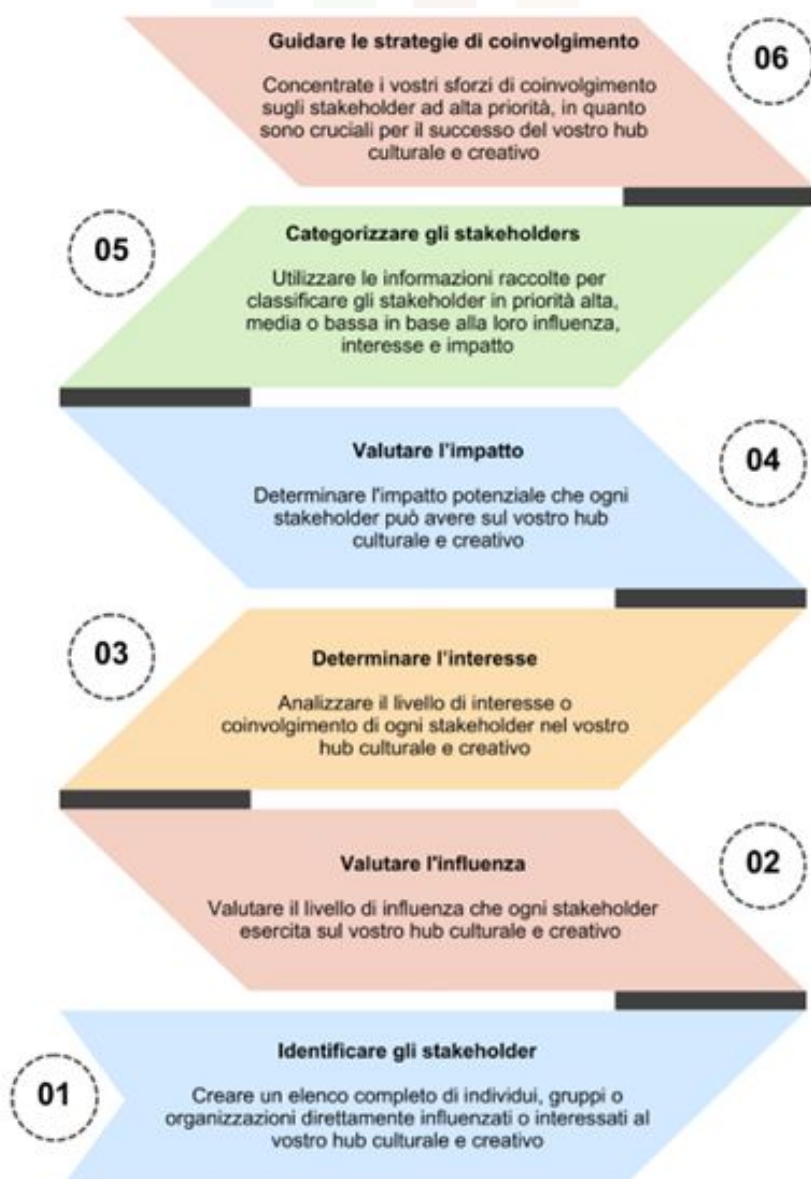


STRUMENTI PRATICI PER LA MAPPATURA E IL COLLEGAMENTO IN RETE DELLE PARTI INTERESSATE

Oltre a comprendere l'importanza della mappatura degli stakeholder e del networking, esistono strumenti pratici che possono aiutarvi a gestire efficacemente gli stakeholder e a costruire una rete solida. In questo capitolo esamineremo tre strumenti pratici, compresi i passi da compiere per migliorare la mappatura degli stakeholder e il lavoro di rete.

MATRICE DI ANALISI DELLE PARTI INTERESSATE

La Matrice di analisi degli stakeholder è uno strumento prezioso per valutare gli stakeholder nel contesto della creazione di un hub culturale e creativo. Aiuta a classificare gli stakeholder in base alla loro influenza, al loro interesse e al loro potenziale impatto sul successo dell'hub, consentendo di adattare efficacemente le strategie di coinvolgimento. Ecco i passaggi chiave per utilizzare la Matrice di analisi degli stakeholder a questo scopo:





Eventi di networking e conferenze

La partecipazione a eventi, conferenze e seminari del settore è preziosa per chi è coinvolto nella creazione e nella gestione di un hub culturale e creativo. Questi incontri offrono opportunità uniche di networking, consentendovi di entrare in contatto con persone che condividono la vostra passione per l'arte e la cultura. Ecco alcuni consigli su misura per sfruttare al meglio gli eventi e le conferenze di networking nel contesto di un hub culturale e creativo:

1. Ricerca e identificazione degli eventi:

- Identificate eventi specifici del settore, festival culturali, mostre d'arte o forum creativi che siano in linea con gli obiettivi e il focus artistico del vostro hub culturale e creativo.
- Cercate eventi che attirino artisti, curatori, appassionati di cultura e potenziali collaboratori che possano contribuire al successo del vostro hub.

2. Stabilire gli obiettivi:

- Stabilite obiettivi chiari per la partecipazione a questi eventi. Considerate ciò che volete ottenere, sia che si tratti di trovare nuovi artisti con cui collaborare, sia che si tratti di acquisire conoscenze sulle tendenze artistiche emergenti, sia che si tratti di stabilire partnership con organizzazioni culturali.
- Stabilite obiettivi specifici di networking che siano in linea con la missione del vostro hub.

3. Impegnarsi attivamente:

- Siate proattivi nell'avviare conversazioni con i partecipanti. Avvicinatevi alle persone nuove con un interesse genuino per il loro lavoro artistico o le loro iniziative culturali.
- Scambiatevi informazioni di contatto per stabilire connessioni. Considerate la possibilità di avere a disposizione biglietti da visita o profili digitali da condividere.

4. Partecipare a workshop e panel:

- Approfittate di workshop, tavole rotonde o presentazioni pertinenti agli obiettivi del vostro hub. Spesso queste sessioni vedono la partecipazione di esperti del settore e leader di pensiero.
- Partecipate a conversazioni significative durante questi eventi per ottenere approfondimenti, condividere la missione del vostro hub e imparare da professionisti esperti.

5. Seguito:

- Dopo l'evento, seguite le connessioni che avete stabilito. Inviare messaggi personalizzati in cui esprimete il vostro interesse per potenziali collaborazioni, per la condivisione di risorse o per il proseguimento delle discussioni.
- Mantenete le relazioni rimanendo in contatto, aggiornando i vostri contatti sulle attività del vostro hub ed esplorando le opportunità di crescita reciproca e le iniziative artistiche.



PIATTAFORME DI NETWORKING ONLINE

Le piattaforme di networking online svolgono un ruolo cruciale nel collegare ed espandere la portata degli hub culturali e creativi. Queste piattaforme, come LinkedIn, forum dedicati e comunità online, offrono modi pratici per entrare in contatto con individui e organizzazioni di tutto il mondo che condividono l'interesse per le arti e la cultura. Ecco alcuni consigli su misura per sfruttare le piattaforme di networking online per i poli culturali e creativi:

1. Creare un profilo Hub convincente:

- Sviluppare un profilo professionale online per il vostro hub culturale e creativo che comunichi efficacemente la sua missione, il suo orientamento artistico e i suoi contributi al panorama culturale.
- Evidenziare i risultati, i programmi e gli artisti sostenuti dall'hub.

2. Impegnarsi in discussioni su arte e cultura:

- Partecipare attivamente alle discussioni e alle conversazioni online relative alle arti, alla cultura e alle attività creative.
- Condividere preziose informazioni sul processo creativo, sui prossimi eventi o sulle tendenze culturali che si allineano con le attività del vostro hub.

3. Cercare comunità artistiche e culturali:

- Unitevi a gruppi o comunità online specificamente dedicati al settore artistico e culturale.
- Partecipate attivamente alle discussioni e alle attività di questi gruppi, entrando in contatto con persone che condividono la stessa passione per l'arricchimento culturale.

4. Connettersi e collaborare:

- Mettetevi in contatto con professionisti, artisti, curatori e appassionati di cultura interessati alla visione artistica del vostro hub.
- Raggiungete potenziali collaboratori o partner che possano contribuire ai progetti e alle iniziative creative del vostro hub.

5. Esplorare le opportunità di mentorship e collaborazione:

- Utilizzate le piattaforme online per cercare opportunità di mentorship, consulenza o collaborazione con persone e organizzazioni che la pensano allo stesso modo.
- Impegnarsi in conversazioni con professionisti culturali esperti che possono offrire una guida e un sostegno alla crescita del vostro hub.

6. Connettersi con altri hub culturali e creativi

Connettersi con altri hub culturali e creativi o reti di hub, a livello nazionale ed europeo, per scambiare esperienze, opportunità di formazione e lavoro, nuovi progetti, attivare collaborazioni (ad esempio <https://creativehubs.net/index.php>, <https://cultureactioneurope.org>, <https://encc.eu/>)

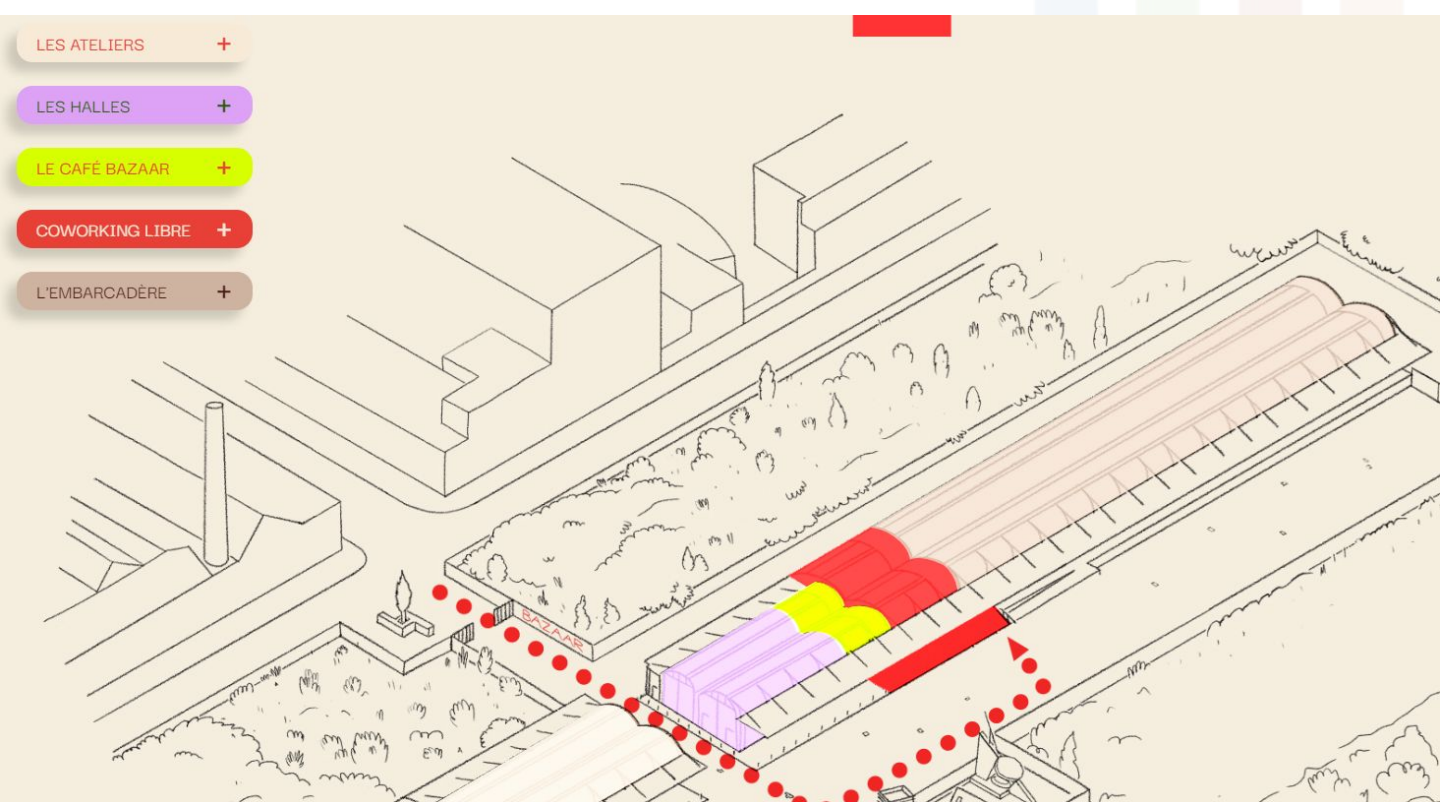


Un esempio di ispirazione:

Il modello Bazaar St-So per gli hub dell'economia creativa

Nel campo degli stakeholder e del networking, il modello del Bazaar St-So funge da faro per l'innovazione e la collaborazione, dimostrando l'importanza vitale di creare spazi dinamici che favoriscano l'impegno degli stakeholder e il networking. Trasformando un'ex stazione ferroviaria in un vivace hub di 5.000 m² dedicato all'economia creativa, il Bazaar St-So esemplifica il potere trasformativo di spazi di lavoro inclusivi e diversificati, di un'ampia programmazione e di un accesso aperto. Questo modello non solo facilita gli incontri casuali e l'impollinazione incrociata delle idee, ma promuove anche i valori sociali e la coesione della comunità. L'adozione del modello Bazaar St-So sottolinea il ruolo cruciale dell'impegno degli stakeholder e del networking nel coltivare ecosistemi vibranti dove la creatività prospera, le collaborazioni fioriscono e si ottiene un impatto duraturo.

Per saperne di più <https://www.bazaar.coop/>





FINANZIAMENTI, OPPORTUNITÀ E SOSTENIBILITÀ





COME ESSERE SOSTENIBILI

In questo capitolo discuteremo della sostenibilità dell'hub dopo la sua creazione e in particolare della sua sostenibilità finanziaria. Il capitolo mira a sottolineare l'importanza della sostenibilità di un hub e a fornire un elenco di diverse fonti attraverso le quali raggiungere la sostenibilità finanziaria.

Quando si crea un hub è di vitale importanza pensare alla sua sostenibilità. In termini generali, la sostenibilità implica il mantenimento generale dell'hub e la continuazione futura delle sue attività. Più specificamente, la sostenibilità si riferisce alla capacità dell'hub di:

- mantenere le proprie attività nei confronti del gruppo target per un determinato periodo di tempo;
- misurare il suo impatto sul gruppo target prescritto e sulla località in cui l'hub è stabilito;
- massimizzare la propria capacità finanziaria; e
- diversificare le proprie fonti finanziarie.

Nel definire la sostenibilità, entrano in gioco diversi aspetti e fattori, di solito economici, sociali e ambientali. Nel contesto di questo capitolo ci concentreremo principalmente sulla sostenibilità finanziaria degli Hub culturali e creativi, poiché le altre questioni dipendono dagli obiettivi e dalle ambizioni di un hub. Allo stesso tempo, la sostenibilità finanziaria sembra essere la principale causa di preoccupazione per gli Hub creativi.



Per la crescita e la sostenibilità finanziaria a lungo termine di un hub, soprattutto se di recente costituzione, è essenziale considerare i finanziamenti. I finanziamenti dovranno garantire il mantenimento delle attività dell'hub e il loro rafforzamento, il beneficio dell'hub stesso, dei gruppi target e dell'area in cui l'hub è situato.

In pratica, i finanziamenti ricevuti e generati dall'hub dovrebbero essere gestiti in modo da coprire i costi di mantenimento, rafforzare le attività già esistenti e crearne di nuove. Queste nuove attività aumenteranno l'impatto dell'hub e gli forniranno nuove conoscenze e competenze. A loro volta, queste nuove conoscenze e competenze creeranno maggiori opportunità per l'hub di ricevere finanziamenti e, di conseguenza, garantiranno la sua sostenibilità.



FONTI DI FINANZIAMENTO

Per garantire la sostenibilità, è importante la diversificazione delle fonti finanziarie, in modo che un hub non dipenda esclusivamente da un'unica fonte di finanziamento. In generale, i finanziamenti possono assumere varie forme e avere un impatto diverso sull'hub, a seconda della fonte. Nel pensare alla fonte di finanziamento è importante pensare in modo strategico, tenendo conto delle aspirazioni e degli obiettivi a lungo termine dell'hub.

Il seguente elenco indica alcuni dei principali esempi di fonti di finanziamento:

- Finanziamento regionale e nazionale
- Finanziamento europeo
- Generare un reddito proprio
- Crowdfunding

Ciascuna delle suddette fonti di finanziamento presenta vantaggi e sfide proprie.

Finanziamento europeo

L'Unione europea dispone di diversi programmi nell'ambito dei quali un'organizzazione o un singolo individuo può presentare domanda e, in caso di esito positivo, ricevere finanziamenti per l'attuazione di azioni dopo la pubblicazione di un invito a presentare proposte.

Ogni programma di finanziamento dell'UE ha un proprio ambito di applicazione, ad esempio il programma Horizon Europe è il programma di finanziamento dell'UE per la ricerca e l'innovazione, Erasmus+ è il programma di finanziamento dell'UE per l'istruzione e la formazione e il programma Europa Creativa è il programma faro dell'UE che fornisce un sostegno specifico ai settori culturali e creativi.

La conoscenza dei programmi di finanziamento dell'UE è di vitale importanza poiché, a seconda di ciò che desiderate realizzare, dovete trovare il programma di finanziamento corretto che corrisponde alle vostre ambizioni. Ad esempio, se desiderate sviluppare un programma di formazione, probabilmente il programma Erasmus+ sarà il più adatto a cui fare domanda.

I fondi europei possono essere impiegati dalle autorità e dagli enti locali sia per la creazione di un hub culturale e creativo sia per sostenere e organizzare le diverse attività previste. Inoltre, questi fondi possono essere un ottimo argomento per la formazione specializzata rivolta ai giovani nel settore culturale e creativo, migliorando le loro conoscenze e ampliando le loro opportunità educative e lavorative.

A questo proposito, la formazione Business Academy sviluppata nell'ambito del progetto "Empowering Culture Through Business" comprende un modulo dedicato ai finanziamenti europei, disponibile a questo link <https://empoweringculture.erasmus.site/module/2>.



FONTI DI FINANZIAMENTO

Crowdfunding

Il crowdfunding è un modo per raccogliere fondi per un individuo o un'organizzazione raccogliendo donazioni attraverso la famiglia, gli amici, gli amici degli amici, gli sconosciuti, le aziende e altro ancora. Utilizzando i social media, le persone possono raggiungere un numero maggiore di potenziali donatori rispetto alle forme tradizionali di raccolta fondi.

I professionisti della creatività e le organizzazioni culturali possono utilizzare il crowdfunding per raccogliere fondi online per qualsiasi idea o progetto e, allo stesso tempo, costruire comunità e migliorare la visibilità.

Per saperne di più sul crowdfunding potete visitare i seguenti link:

<https://www.crowdfunding.com/>

<https://crowdfunding4culture.creativehub.net/>

Gli esempi di fonti di finanziamento sopra citati possono essere utilizzati indipendentemente o in combinazione tra loro per aumentare la sostenibilità finanziaria.

Finanziamento regionale e nazionale

Spesso le autorità a livello nazionale o regionale (ad esempio i ministeri o le agenzie nazionali) dedicano finanziamenti a enti che operano nei settori culturali e creativi o a comuni rurali che vogliono svolgere attività culturali. In questo modo, il polo può sostenere le proprie attività e addirittura arricchirle.

Allo stesso tempo, le autorità nazionali o regionali di solito dispongono di fondi per sostenere entità o comuni in aree rurali o remote. Sebbene questo tipo di finanziamento non sia direttamente destinato ai settori creativi e culturali, può essere utilizzato come strumento per rafforzare le attività di un'organizzazione in generale. Ad esempio, il Ministero della Cultura di un Paese potrebbe finanziare l'acquisto di attrezzature da parte di comuni o autorità locali.

In questo caso, un'autorità locale rurale può richiedere questa sovvenzione per attrezzare il suo hub fisico che ospita nella sua zona. Un altro esempio è che il Ministero della Cultura potrebbe avere dei finanziamenti per l'accoglienza di attività culturali nelle aree rurali. L'hub stesso (a seconda che sia un'entità giuridica indipendente), o l'autorità locale che ospita l'hub, può richiedere questo finanziamento per mantenere le proprie attività culturali.

Per un comune rurale che desidera creare un Creative Hub, questo finanziamento può contribuire alla manutenzione dell'hub, mantenendone così il finanziamento sostenibile. Per saperne di più sulle opportunità di finanziamento regionali/nazionali, potete contattare le autorità locali/regionali/nazionali, Europe Direct o Enterprise Europe Network della vostra regione.



Generare i propri fondi

Gli hub, sia con una presenza digitale che fisica, hanno l'opportunità di generare un reddito proprio, grazie alla rete sviluppata e all'uso del know-how. La generazione di entrate proprie dipende tuttavia dal tipo di organizzazione in cui l'hub è stato costituito e dalla legislazione nazionale in materia.

Alcuni esempi di come un hub può generare il proprio reddito sono:

1. Luogo di workshop per artisti locali che possono affittare lo spazio per un piccolo compenso.
2. Creazione di una cooperativa che raccolga e venda il lavoro delle persone locali che lavorano nei settori culturali e creativi.
3. Affitto dello spazio per eventi.
4. Fornitura di servizi.

Come evidenziato in diverse analisi, tra cui questa specifica di European Creative Hubs Network - Sustainability of Creative Hubs co-creation session, dopo aver creato l'organizzazione e la comunità, ci sono cinque asset chiave su cui concentrarsi per garantire la sostenibilità a lungo termine dell'hub:

- Rete: relazioni, vivere e lavorare insieme, apertura, capacità, reputazione, credibilità
- Spazio: luoghi culturali, attrezzature, sito, edifici, laboratori di lavoro e collaborazione, strutture, appartamento, biblioteca, cucina, terreno, proprietà.
- Conoscenza: know-how, competenza, esperienza, idee, creatività, capacità di innovazione, talento, conoscenza dello sviluppo aziendale, soluzioni creative, pensiero fuori dagli schemi.
- Marchio: pubblicazioni, visibilità online, strumenti di fabbricazione digitale, homepage, nome
- Servizi: workshop, viaggi, pacchetto nomadi digitali, residenza, servizio postale, tour gastronomici, visite guidate, consulenza tessile, registrazione aziendale, B2B, processi testati, sistemi di linee guida, strumenti





Un esempio di ispirazione:

ALTER EGO (X), in Francia, è un hub creativo nel campo del teatro e dei media. L'hub sviluppa progetti innovativi e inclusivi, creando collegamenti tra diverse discipline artistiche e utilizzando nuovi strumenti e pratiche. ALTER EGO (X) dirige o partecipa a progetti di cooperazione europea sostenuti dalla Commissione europea e si impegna con il pubblico attraverso numerosi workshop in Europa e altrove.

Per saperne di più <https://www.alterego-x.eu/en>





CHAPTER 7

MISURARE L'IMPATTO





Creare un impatto attraverso un hub creativo è particolarmente importante in un'area rurale per diversi motivi. Un hub creativo può stimolare le economie locali attirando turisti, creando posti di lavoro e sostenendo le imprese locali, fornendo una spinta economica necessaria in aree dove le opportunità sono spesso limitate. Favorisce il senso di comunità offrendo uno spazio in cui le persone possono riunirsi, collaborare e condividere idee, rafforzando così i legami sociali e costruendo una comunità più coesa. Inoltre, le aree rurali hanno spesso ricche tradizioni culturali e un hub creativo può aiutare a preservarle, incoraggiando al contempo l'innovazione e nuove espressioni culturali.

Un hub può anche responsabilizzare i giovani offrendo opportunità di istruzione, formazione ed espressione creativa, dando loro motivi per rimanere o tornare nelle loro comunità rurali invece di trasferirsi nelle aree urbane. Inoltre, gli hub creativi possono promuovere pratiche sostenibili integrando nelle loro attività e nei loro progetti la consapevolezza ambientale, che è fondamentale nelle aree rurali strettamente legate alle risorse naturali. Infine, un hub creativo può fornire accesso a risorse che altrimenti non sarebbero disponibili nelle aree rurali, come tecnologia, opportunità di finanziamento e reti professionali.

Una volta stabiliti la missione, la visione, il team dell'hub, il piano delle attività e altri elementi fondamentali, è importante stabilire le linee guida per misurare l'impatto dell'hub.

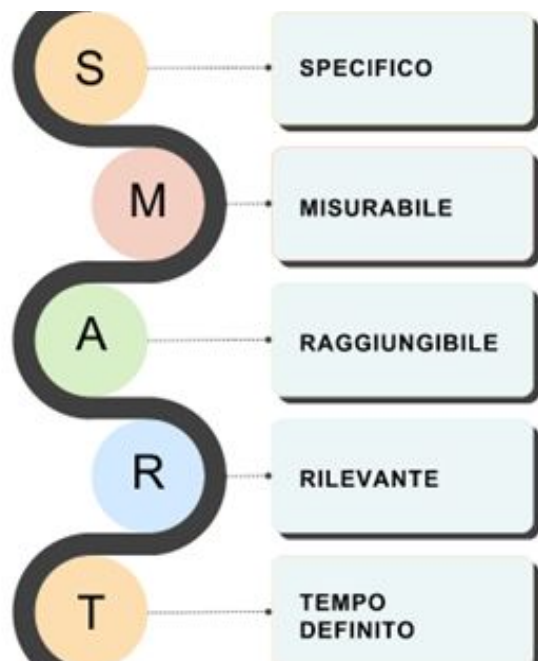
La valutazione dell'impatto è fondamentale non solo per determinare il successo dell'hub, ma anche per identificare i modi per migliorare i servizi offerti, comprendere il livello di coinvolgimento e soddisfazione della comunità, nonché disporre di dati che dimostrino l'efficacia dell'hub e forniscano prove dei suoi risultati. Queste informazioni sono essenziali per giustificare le richieste di contributi e finanziamenti.





Indicatori chiave di prestazione (KPI)

Un primo passo per progettare un modello per misurare l'impatto dell'hub è quello di stabilire chiari indicatori chiave di prestazione (KPI). Questi indicatori dovrebbero essere definiti in base ai servizi che l'hub offre, ad esempio in materia di formazione, e alla missione e alla visione che si prefigge. I KPI devono essere progettati sulla base del modello SMART, ovvero devono essere specifici, misurabili, raggiungibili, pertinenti e limitati nel tempo.



Questo modello garantirà che gli indicatori siano raggiungibili e che l'hub abbia il tempo sufficiente per raggiungerli. Alcuni esempi di indicatori potrebbero essere il numero di giovani che frequentano la formazione, il numero di giovani che completano con successo un corso, la misura in cui il discente è soddisfatto dell'hub e dei suoi servizi, ecc. Inoltre, gli indicatori potrebbero misurare l'esperienza post-formazione dei giovani. Ad esempio, quanti giovani sono riusciti a intraprendere una carriera nel settore creativo e culturale. Tutti questi KPI aiuteranno l'hub a valutare il proprio funzionamento e quindi ad adottare nuove pratiche, se necessario, o ad adattare il materiale dei corsi per renderlo più pertinente a ciò che è effettivamente necessario.

Impostazione dei fondamenti per la misurazione dei KPI

Dopo il processo di definizione dei KPI, è necessario definire una procedura per la misurazione degli stessi. Pertanto, i KPI devono essere suddivisi in base ai risultati, se sono qualitativi (ad esempio, feedback) o quantitativi (ad esempio, numeri). Inoltre, i KPI devono essere suddivisi in base ai confronti che possono essere fatti. Ad esempio, un KPI sul numero di giovani che hanno completato con successo un corso può essere confrontato con il numero di giovani (preferibilmente dello stesso gruppo) che hanno intrapreso una carriera nel settore culturale.

Un altro elemento importante del processo è la definizione degli strumenti necessari per misurare i KPI. Ad esempio, i sondaggi e i questionari sono alcuni degli strumenti più comuni per misurare gli indicatori. Altri strumenti sono l'osservazione, l'analisi, i focus group e i risultati dei test.

Misurazione dei KPI

Una volta che tutto è stato predisposto, si stabilisce un periodo di tempo per misurare i KPI. Questo processo si chiama "valutazione della qualità". La persona incaricata di questa responsabilità deve utilizzare gli strumenti necessari per misurare i KPI e poi esporre chiaramente i risultati. Questi risultati devono essere confrontati con l'obiettivo che è stato stabilito di raggiungere e con i risultati della precedente valutazione della qualità, per poi concludere i risultati. Questi risultati saranno la base di partenza per valutare se è necessario apportare modifiche all'hub per ottenere risultati migliori.

Un processo di valutazione della qualità potrebbe essere implementato anche per l'organizzazione interna dell'hub per migliorare l'ambiente interno, in particolare durante le fasi iniziali.



Impatto sulle comunità locali



Lo scopo del progetto, e quindi un importante obiettivo dell'hub, è quello di assistere i giovani professionisti creativi e culturali, in particolare nelle aree remote. Queste aree e le loro comunità sperimenteranno l'impatto dell'hub sui giovani. Pertanto, è fondamentale considerare non solo come l'hub beneficerà le comunità locali attraverso le sue operazioni, ma anche quali azioni specifiche l'hub può intraprendere per avere un impatto positivo sulla comunità.

Per misurare l'impatto dell'hub sulle comunità locali è necessario stabilire degli indicatori chiave di prestazione (KPI). Questi KPI aiuteranno a valutare la portata dell'impatto, sia esso positivo o negativo, e a identificare le aree di ulteriore miglioramento.

Una volta stabilitosi in un luogo, l'hub dovrebbe integrarsi con la comunità locale e attuare azioni che favoriscano un impatto positivo. Ad esempio, l'hub potrebbe partecipare a eventi e spazi pubblici locali per informare le persone sulla sua missione e coinvolgere i giovani della comunità. La comunità locale comprende non solo i residenti ma anche le imprese locali, come ristoranti e caffè, che contribuiscono all'economia locale.

Abbracciando la comunità locale e cercando attivamente di avere un impatto positivo, l'hub può migliorare la sua rilevanza ed efficacia, favorendo legami più forti e il sostegno reciproco all'interno dell'area.

**Empowering Culture through
Business:** Introducing
Business Academies for Culture &
Creative Young
Professionals in rural and remote
areas!



Funded by
the European Union