

TEMPLATE

Output factsheet: Trainings

Version 1

Project index number and acronym	CE1565 SACHE
Lead partner	Chamber of Commerce, Industry, Craft and Agriculture of Venice Rovigo
<i>Output number and title</i>	D.T2.3.4 Informal training for different users (Creative professionals, students, etc.)
Responsible partner (PP name and number)	Friuli Venezia Giulia Autonomous Region (FVGAR) - Department for Culture and Sport, PP3
Project website	https://www.interreg-central.eu/Content.Node/SACHE.html
Delivery date	27/01/2021

Summary description of the implemented training measure(s), explaining the specific goal(s) and target groups

The training event was held on the ZOOM platform. The main topics were related to good practices of collaboration between cultural institutions and private companies, culturally-based territorial development projects, successful cases in the application of new technologies for the enhancement of cultural heritage and tourism. The training involved different measures: an informative module concerning the analysis of case histories in the field of cultural innovation, Digital Heritage and public-private partnerships and collaboration, new forms of partnerships between cultural institutions and CCIs; two modules dedicated to the collection of critical feedback, suggestions and proposals of innovative solutions provided by CCIs. The aim of the training was to provide to the participants indications and information for: orienting themselves among the tools and practices of collaboration between public cultural institutions and private companies; analyze culturally based territorial development projects; analyze successful cases in the application of new technologies to cultural heritage and cultural tourism. Different targets were involved: in addition to the main target, cultural and creative companies interested in developing acceleration and development projects together with the cultural institutions and museums of FVG AR, target groups reached, included Universities, freelancers, organizations operating in the cultural and creative sector, local authorities and general public as part of the regional cultural and creative ecosystem.

NUTS region(s) where training(s) have been conducted (relevant NUTS level)

The participants to the on-line training were based in the Friuli Venezia Giulia Region, NUTS 2 region (ITH\$) and specifically in the 4 NUTS 3 level areas: Pordenone (ITH41); Udine (ITH42); Gorizia (ITH43); Trieste (ITH44)

Expected impact and benefits of the trainings for the concerned territories and target groups

The improvement of cultural and creatives companies' capacity in dealing with tools and practices useful for public (cultural institutions) -private (cultural and creatives companies) partnerships management and for the design of culturally based territorial development projects, will make cultural and creative SMEs able to share new initiatives and projects with other actors of the FVG AR cultural and creative ecosystem, on the basis of a coherent and effective matching. Particularly relevant will be, in this respect, the development of projects with the cultural institutions and museums of Friuli Venezia Giulia Autonomous Region applying new technologies to cultural heritage and cultural tourism.

Sustainability of the training(s) and developed training material(s) and their transferability to other territories and stakeholders

Since the focus of the training event was the development of collaborations between cultural and creative enterprises and public partners, the good practices and peculiarities of the Italian cultural system were considered. Transferability is therefore possible if other realities want to consider some initiatives/case histories as benchmarks with which compare/calibrate public-private partnerships in other contexts. Another part of the subjects addressed, referring to the perspective role of cultural and creative operators in the design and implementation of the "New Editing" of contemporary reality through new cultural products/events and experiences, shows a good level of transferability. The training material shared with the participants is available in the FVG AR site (see the section "References to relevant deliverables and web-links")

Lessons learnt from the development and implementation of training measures and added value of transnational cooperation

The main lessons learnt from the development and implementation of training measures were the followings:

- the digital creativity spurred by Covid-19 pandemic redefined consumption and cultural markets as the new digital formats, disrupting traditional market relations in the sectors of artistic enhancement (e.g. art market) and cultural tourism services;
- the collaboration between cultural institutions and CCIs will be fundamental to define a new sustainable tourism, where flows are redistributed and there is a different perception of the territory. Then the need to invent from scratch a model of proximity tourism, for small numbers, integrating existing resources.

- the opportunity to place at the center of collaboration between cultural actors and CCIs, the role of the Culture as a factor of socio-economic development and a relevant factor to foster well-being and overcome fragility, as the health dimension will remain relevant in the medium term.

These lessons learned, if we abstract from their contextualization to the Italian cultural reality, can constitute interesting themes around which to develop a transnational cooperation. In particular, the themes of new tourism and of the growing social and health dimension (well-being) of Culture constitute themes and trends common to various territories.

References to relevant deliverables and web-links

If applicable, pictures or images to be provided as annex

The recordings of the training and the materials shared with the participants are available at the following links:

<http://www.regione.fvg.it/rafv/export/sites/default/RAFVG/cultura-sport/progetti-bandi-europei/FOGLIA10/FOGLIA4/allegati/>

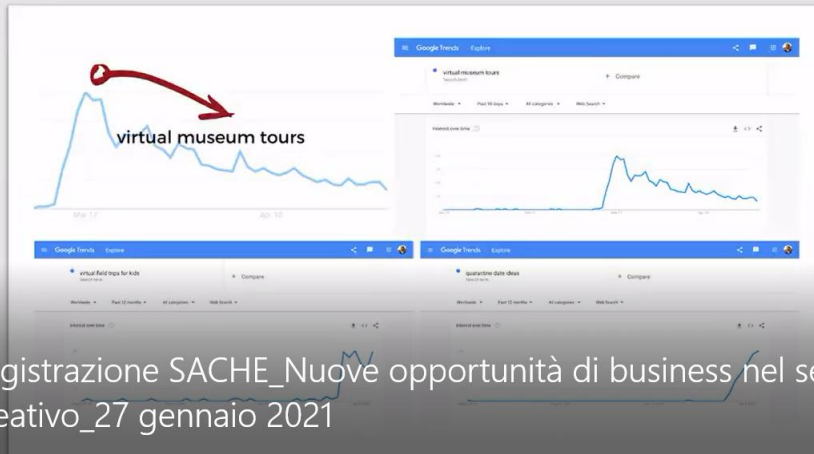
Presentazione_SACHE_Nuove_opportunitx_di_business_nel_settore_culturale_e_creativo_27_gennaio_2021.pdf

<http://www.regione.fvg.it/rafv/export/sites/default/RAFVG/cultura-sport/progetti-bandi-europei/FOGLIA10/FOGLIA4/allegati/>

Registrazione_SACHE_Nuove_opportunitx_di_business_nel_settore_culturale_e_creativo_27_gennaio_2021.zip

Pictures:

Digital Trends, tra luoghi comuni e sorprese



Registrazione SACHE_Nuove opportunità di business nel settore culturale e creativo_27 gennaio 2021

00:41:44

2021-01-27 10:06:08
02:26:07



La nuova mappa del consumo culturale Italiano

I consumi culturali nel 2020 si sono dimezzati (-47%) passando da 113 euro di spesa media mensile per famiglia di dicembre 2019 a circa 60 euro a dicembre 2020.

È crollata la spesa per spettacoli dal vivo bloccati dal lockdown e dalle misure di contenimento della pandemia: -90% gli spettatori per cinema, concerti, teatro e forti riduzioni di spesa, con punte di oltre il 70%, da parte dei consumatori tra dicembre 2019 e settembre 2020.

Ha tenuto la lettura sia dei libri, con una preferenza per il cartaceo sebbene oltre un italiano su tre utilizzi anche il formato digitale, che dei quotidiani, consultati principalmente in versione gratuita online e con un rapporto di circa 1 a 2 tra lettori in digitale a pagamento e lettori in cartaceo.

In calo tutte le forme di abbonamento a servizi culturali a pagamento ad eccezione della tv in streaming (+17 punti su dicembre 2019) e con un terzo di italiani che pensa di utilizzare prevalentemente piattaforme streaming a pagamento piuttosto che l'offerta televisiva generalista.

La forma di fruizione tradizionale della cultura ha lasciato spazio al digitale con la visione di spettacoli dal vivo, opere, balletti e musica classica soprattutto sul web o in tv.

Una tendenza che, alla luce delle attuali restrizioni, sembra confermarsi anche per la prima parte del 2021: le restrizioni imposte dalla pandemia e la conseguente spinta sul digitale sembrano aver mutato anche la declinazione del concetto di cultura da parte degli italiani con il rischio di renderne più effimeri significati e sfumature.

I FRUITORI DI BENI E SERVIZI CULTURALI

TIPO	DIC 2019	SET 2019	DIC 2020	DIC2020/ DIC2019
Libri	23%	24%	25%	+9%
Giornali	17%	18%	19%	+12%
Riviste e fumetti	20%	16%	16%	-20%
Tv a pagamento	27%	41%	37%	+37%
Cinema	38%	6%	nr	-84%*
Teatro	10%	1%	nr	-90%*
Musica	14%	6%	11%	-21%
Concerti dal vivo	9%	1%	nr	-89%*
Spettacoli all'aperto	5%	2%	nr	-60%*
Festival culturali	7%	1%	nr	-86%*
Mostre, musei	21%	8%	nr	-62%*

(*) Dato calcolato su settembre 2020-dicembre 2019

Fonte: Osservatorio Impresa Cultura Italia-Confindustria e Swg • Creato con Datawrapper

2021-01-27 09:48:52

00:24:28

02:43:23



← — □ ×

Turismo e Cultura 4.0 nel Recovery Plan Un investimento da 8 miliardi di euro

- L'obiettivo: *"incrementare l'attrattività del sistema turistico e culturale del Paese attraverso la modernizzazione delle infrastrutture materiali e immateriali, la formazione e il potenziamento delle strutture ricettive attraverso investimenti in infrastrutture e servizi turistici strategici e il finanziamento dei progetti dei Comuni per investimenti su luoghi identitari sul proprio territorio"*.
- Il progetto viene chiamato **Turismo e Cultura 4.0** e vuole essere radicato nel tessuto sociale del paese, finalizzato a *"promuovere l'integrazione tra scuola, università, impresa e luoghi della cultura, prevede interventi in modo da destinare una quota significativa di risorse alle regioni del Mezzogiorno e agli ambiti di attività caratterizzati da un'incidenza elevata di professionalità femminile e giovanile"*.
- Tra le altre linee guida citate ci sono una migliore fruibilità digitale e accessibilità fisica e cognitiva della cultura; la rigenerazione dei borghi e delle periferie urbane; la messa in sicurezza e il restauro dei luoghi di culto e del patrimonio storico e architettonico, la promozione dei percorsi "città Mura" (sfruttando anche l'occasione del Giubileo che si terrà a Roma nel 2025) e "Percorsi nella Storia" per promuovere la capacità attrattiva del patrimonio storico artistico e incentivare un turismo lento e sostenibile.

01:50:33 2021-01-27 11:14:57 01:17:18

🔊 🗨️ ↶ ▶ ↷ 📄 📷 ↗ ⋮

Registrazione SACHE. Nuove opportunità di business nel settore culturale e creativo_27 gennaio 2021