



Co-funded by the
Creative Europe Programme
of the European Union



Excerpt from the newsletter:

S&D Atti del Convegno “Cultura e
Sviluppo”, a cura di Patrizia Toia,
Milano, Settembre 2015, pp. 6-11

1. Esperienze vincenti. Un esempio di progetto finanziato all'interno del Programma "Creative Europe"

L'Università degli Studi di Milano, grazie ad una fruttuosa collaborazione con l'Associazione non-profit Atelier Europeo di Brescia, specializzata in europrogettazione(*), ha recentemente vinto un finanziamento europeo per la realizzazione di un progetto all'interno del Programma Creative Europe, linea "Cooperation Projects - small scale". Illustreremo qui di seguito le linee portanti di tale progetto, al fine di mostrare il modo in cui esso è stato in grado di intersecare diverse priorità del programma Europa Creativa e di ottenere un'ottima valutazione. Su 101 progetti "small scale" italiani presentati, solo nove sono stati selezionati per il finanziamento; a livello europeo i progetti presentati sono stati 476, 64 dei quali sono stati finanziati.

Riassumiamo innanzitutto i dati del progetto in una *breve scheda*:

Titolo Progetto	SENSE : the sensory theater New transnational strategies for theater audience building
Programma	Creative Europe - Culture Sub-programme (2014-2020) - 'Support to European cooperation projects - Smaller scale cooperation projects'
Bando	Call for proposals EACEA 32/2014 - Budget 2015
Finanziamento richiesto	€ 199.995,85 (60%)
Costo complessivo progetto	€ 333.326,43 (100%)
Ente Capofila	Università degli Studi di Milano (ITALIA)
Partner (ITALIA)	• Associazione Culturale ScenAperta - Altomilanese teatri
	• Teatrul Muzical "Nae Leonard", Galati (ROMANIA)
	• Universitatea Dunarea De Jos Din Galati (ROMANIA)
	• Université d'Avignon et des pays de Vaucluse (FRANCIA)

Ogni progetto deve nascere da specifici bisogni, i quali devono essere adeguatamente analizzati ed esposti. Nel nostro caso, possiamo distinguere due livelli di bisogni:

A) Bisogni interni

B) Bisogni esterni

(*) L'Associazione Atelier Europeo nasce il 9 maggio del 2013 per promuovere una internazionalizzazione delle Associazioni e Cooperative operanti nel volontariato, nel terzo settore, nel mondo della formazione, del lavoro e delle relazioni industriali, ma anche per promuovere, in senso più lato, la "cultura" della progettazione europea. Quest'ultima, consente di liberare effetti di crescita per il territorio non solo per il potenziale di risorse economiche di cui consente di disporre, ma anche per gli effetti di valore aggiunto che è in grado di innescare perlomeno su tre piani: a) la conoscenza delle politiche europee, sempre calibrate sul medio e lungo termine e già di per sé in grado di innescare uno sguardo comparativo e di ampia prospettiva; b) la conoscenza delle buone prassi europee rispetto ai propri settori di operatività; c) l'acquisizione di una

A) *Bisogni interni.* Dal punto di vista della struttura proponente o “applicant” (l’Università degli studi di Milano) i bisogni da cui il progetto ha preso le mosse sono di tre tipi:

i. Portare la ricerca universitaria a interagire col mondo della produzione culturale.

Si fa valere qui un’esigenza molto sentita nell’ambito di tutti i settori di ricerca dell’area umanistica (le “Social Sciences and Humanities”, giusta la classificazione dell’European Research Council), ovvero quella di collegare i curricula universitari al vivo delle professioni culturali, fornendo sbocco concreto verso determinate professioni legate al mondo delle imprese culturali e creative.

ii. Sviluppare competenze di progettazione europea nei giovani ricercatori (PhD e post PhD).

Una forte anomalia si manifesta – in particolare in Italia, sebbene non solo – rispetto alla capacità del mondo della ricerca di assorbire il personale specificamente formato per la ricerca. Se è vero che solo un Dottore di ricerca su dieci riesce di fatto a entrare nel mondo della ricerca pubblica (che in area umanistica è quasi esclusivamente universitaria), le competenze di una grande massa di dottori di ricerca non verrà mai sfruttata nelle aree disciplinari nelle quali si è focalizzata la loro formazione. Si tratta pertanto di individuare altri canali verso cui far convergere questo enorme patrimonio di risorse umane ampiamente sottoutilizzato.

iii. Internazionalizzare una buona prassi già affermata a livello locale.

Era appena stato portato a compimento un progetto di livello locale finanziato dalla Fondazione Cariplo, basato anch’esso sul coinvolgimento sensoriale del pubblico teatrale. I risultati avevano mostrato un buon impatto su un pubblico giovanile ed era emersa l’importanza di proporre spettacoli anche in luoghi informali, seguiti da un dibattito teorico volto ad incrementare l’impatto culturale dello spettacolo appena fruito.

B) *Bisogni esterni.* Dal punto di vista esterno, i dati dell’Eurobarometro pubblicati nel novembre 2013, mostravano alcuni dati di tendenza che spingevano proprio nella direzione che l’Università di Milano aveva già intrapreso a livello locale, ovvero:

i. Una diminuzione del pubblico teatrale del 4% registratasi dal 2007 al 2013: la percentuale media di persone che nell’ultimo anno sono state almeno una volta a teatro scende in Europa dal 32% al 28%.

ii. Questo decremento risulta particolarmente rilevante rispetto al pubblico giovanile (età compresa tra 15 e 24 anni), presso il quale la motivazione prevalente della disaffezione al teatro non è, come si potrebbe pensare, l’eccessivo costo dello spettacolo, bensì una “mancanza di interesse”.

iii. In alcuni paesi, tra cui la Romania – proprio per questo scelta come partner progettuale – tra le motivazioni relative al basso tasso di fruizione teatrale emergono anche una programmazione che offre poca scelta, con una bassa qualità degli spettacoli.

iv. Da un’indagine effettuata sui progetti precedentemente finanziati emerge che il tema della sensorialità del pubblico risulta essere ancora assente; anche a livello della produzione teatrale sperimentale europea il tema non risulta essere stato ancora affrontato puntando ad una sistematica fenomenologia di tutti e cinque sensi.

Dopo l’analisi dei bisogni, la quale costituisce l’antefatto preliminare per ogni buona progettazione, prendiamo ora in considerazione gli indicatori in base a cui i progetti vengono valutati all’interno di questa linea di ricerca operativa improntata alla sostenibilità delle azioni, ovvero alla capacità delle azioni progettuali di sprigionare risultati positivi anche dopo il termine del progetto e/o del finanziamento. Attualmente Atelier Europeo ha all’attivo 22 progettisti, specializzati in 12 differenti aree e tutti operanti “a risultato”, ovvero senza costi per le organizzazioni nel caso in cui il progetto non venga finanziato (prospettiva che si sta manifestando molto significativa in particolare per gli enti pubblici: università, scuole, amministrazioni comunali etc.). Diversi sono i progetti sino ad ora fatti vincere dai progettisti di Atelier Europeo.

finanziamento del Programma Europa Creativa; essi sono quattro, ovvero:

1. Rilevanza
2. Qualità delle attività progettuali
3. Comunicazione e disseminazione
4. Qualità del partenariato

Ci concentriamo qui, per ragioni di spazio, solo sui primi due: *rilevanza e qualità del progetto*.

1. Rilevanza. Con “rilevanza” si intende la capacità del progetto di intercettare le priorità dello specifico Programma a cui si partecipa. Nel nostro caso, tre possono essere considerate le priorità che vengono adeguatamente perseguite dalle azioni progettuali previste. Esse sono:

- a) *“Audience development”, ovvero differenziazione e sviluppo quali/quantitativo del pubblico, con particolare attenzione al target giovanile*
- b) *Cooperazione internazionale tra operatori del settore, ovvero coinvolgimento internazionale delle figure coinvolte nella produzione e distribuzione degli spettacoli*
- c) *Sviluppo di competenze di operatori del settore, ovvero incremento di competenze professionali generato dalla collaborazione internazionale innescata dal progetto*

2. Qualità delle attività progettuali. Il livello di qualità della organizzazione delle attività progettuali si misura in base alla capacità che tale organizzazione lascia intuire di realizzare certamente i risultati attesi del progetto. Al fine di realizzare gli obiettivi del progetto le attività si sono concentrate lungo due principali vettori:

- a) *La co-produzione transnazionale di tre spettacoli*
- b) *La distribuzione di tutti e tre gli spettacoli co-prodotti in tutti e tre i paesi partner*

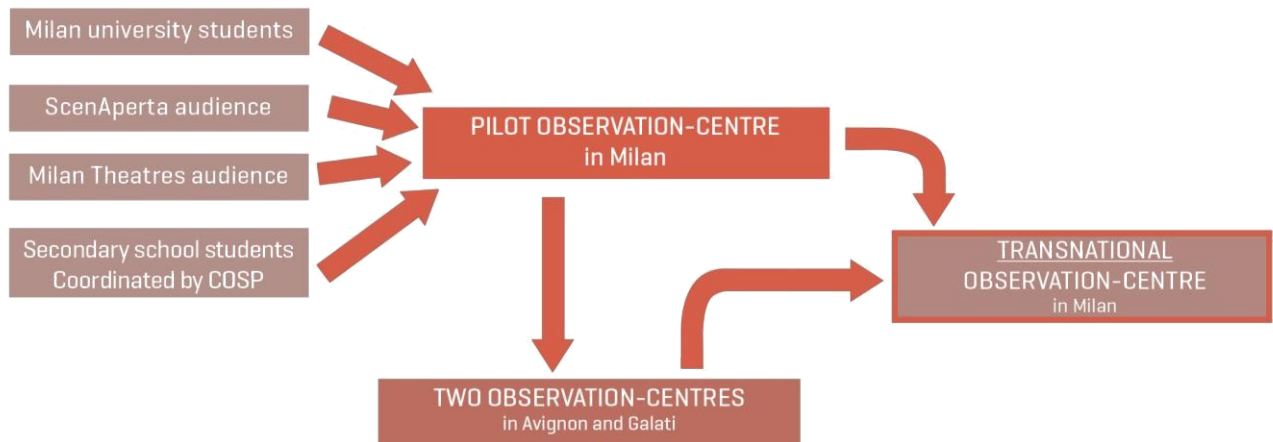
Consideriamo ora più analiticamente i suddetti tre aspetti inerenti alla rilevanza e i due aspetti relativi alla qualità delle azioni progettuali.

1. Rilevanza

1a Per quanto concerne l’audience development, si è puntato principalmente sui seguenti aspetti:

- *Coinvolgimento della sensorialità del pubblico, basato tanto sulla scelta del contenuto drammaturgico, quanto sulle scenografie e sull’allestimento dello spettacolo.*
- *Coinvolgimento di giovani di età compresa tra i 15 e i 24 anni, individuati all’interno sia delle Università partner, sia dell’ampio network di scuole secondarie superiori da coinvolgere.*
- *Dibattiti “after the show”, da organizzare nel caso delle rappresentazioni degli spettacoli in luoghi non convenzionali, finalizzati ad attivare dinamiche di consapevolezza della “educazione sensoriale” prodotta dallo spettacolo appena fruito.*
- *Attivazione di un “Osservatorio sullo spettacolo” animato da un duplice obiettivo: da un lato, quello di oggettivare i gusti del pubblico teatrale presso alcuni teatri previamente selezionati che hanno aderito all’Osservatorio già in fase di stesura del progetto (il primo anno a Milano, successivamente anche nelle città di Avignone e Galati). Dall’altro, quello di restituire agli operatori della produzione e della programmazione teatrale un feedback circa gli effettivi “bisogni culturali” dei giovani di età 15-24 e la compatibilità di tali bisogni con la forma teatrale; ciò attraverso l’attivazione di una serie di laboratori sulla sensorialità a teatro da effettuare nelle Scuole secondarie superiori nell’area delle tre città europee coinvolte.*

Lo sviluppo delle attività dell'Osservatorio sullo spettacolo (denominato TEMPO: "Theatrical Enjoyment Measurement and Production Observation-centre") è schematizzata mediante il seguente diagramma:



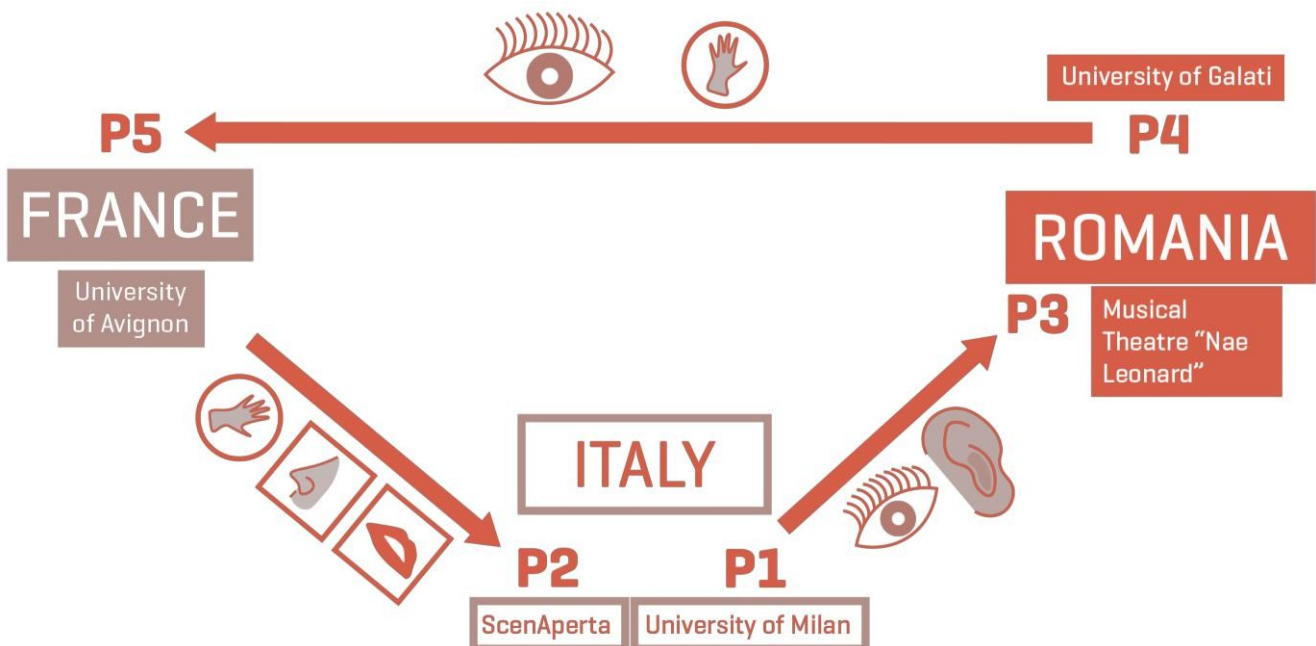
Per quanto concerne il “Milan Theatres audience” per la stagione 2013/2014 i teatri aderenti all’Osservatorio sullo spettacolo hanno coinvolto il seguente pubblico:

- Piccolo Teatro di Milano - Teatro d’Europa (541.960 persone);
- Teatro Elfo Puccini (85.846 persone);
- A.T.I.R. Teatro ringhiera (27.535 persone);
- Teatro i (5.750 persone)

1b La cooperazione internazionale tra operatori del settore si realizza attraverso l’istituzione di un innovativo meccanismo di scrittura, produzione e rappresentazione teatrale a livello transnazionale. Tale struttura fa principalmente leva su due aspetti:

- Innovativi laboratori universitari finalizzati alla elaborazione di una drammaturgia. I laboratori partono dall’analisi di quali sensi siano effettivamente coinvolti nella fruizione teatrale, indagando quale sia il loro ruolo nella attivazione di una consapevolezza teoretico-critica dello spettatore. Su questa base, col supporto anche di drammaturghi esterni, il Laboratorio passa ad elaborare una drammaturgia sulla cui base lo spettacolo verrà prodotto.

- La drammaturgia prodotta a partire dal laboratorio universitario in un certo paese fungerà da base per la produzione del relativo spettacolo in un altro paese. Ciascuna drammaturgia punterà a enfatizzate alcuni determinati canali sensoriali, secondo il seguente schema:



1c Lo sviluppo di competenze di operatori del settore si realizza tramite l'identificazione di due nuovi profili professionali, quello del "Dramaturg" e quello del "Drama Designer"

- "Dramaturg" è termine tedesco, da noi lasciato in originale in quanto si tratta di una figura professionale attiva specificamente solo nel mondo teatrale tedesco. Si tratta di una figura intermedia tra drammaturgo in senso stretto e regista teatrale, competente come quest'ultimo anche su costumi e scenografie. All'interno del nostro progetto il Dramaturg ha il compito di rifinire la drammaturgia prodotta all'interno dei laboratori universitari e di gestire il coordinamento con la direzione della produzione dello spettacolo - produzione che, ai sensi dello schema sopra visto

- dovrà svolgersi in un paese diverso da quello in cui è stata elaborata la drammaturgia.

- Il "Drama designer" è una figura totalmente innovativa, messa a fuoco specificamente per lo sviluppo del presente progetto. Si tratta di una nuova figura di promotore teatrale competente sull'estetica del gusto, il quale opera all'interno dell'Osservatorio sulla spettacolo (cfr 1a), facendo tuttavia al contempo da interfaccia con i laboratori organizzati nelle scuole. Su questa base il Drama Designer fornirà indicazioni ai produttori teatrali circa i bisogni culturali dei giovani compatibili con le diverse possibili forme teatrali.

2. Qualità delle azioni progettuali

Per quanto concerne la qualità delle azioni progettuali, due sono i work packages di maggiore criticità che si

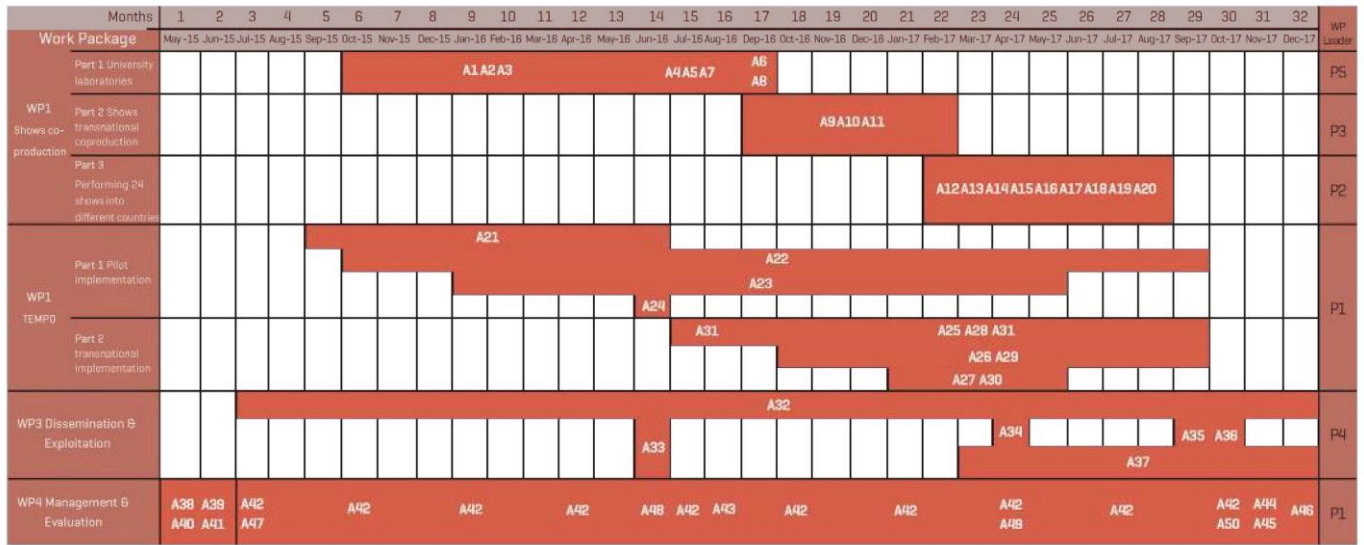
è deciso di tenere particolarmente sotto controllo. Essi sono:

b) La co-produzione transnazionale dei tre spettacoli. Si è fatto in modo che le relazioni tra i partner dei diversi paesi avvenissero nella maniera più fluida possibile, insistendo particolarmente sulla funzione di management centralizzato presso la struttura capofila. Essenziale a questo riguardo è stato anche il riferimento alla figura del "Dramaturg" di cui s'è detto sopra, al quale viene assegnato il compito di fare da trait d'union rispetto al team transnazionale di produzione

a) La distribuzione di tutti e tre gli spettacoli co-prodotti in tutti e tre i paesi partner. Al fine di realizzare gli obiettivi del progetto era essenziale che il pubblico di un paese potesse essere messo a confronto con uno spettacolo ideato o prodotto in un altro paese europeo. Per questo è stata riservata particolare attenzione anche alla esportazione degli spettacoli all'estero, con adeguate traduzioni che li rendessero accessibili anche al pubblico locale. Sono stati a questo riguardo curati particolarmente tre aspetti:

- L'effettuazione di almeno due rappresentazioni in luoghi non convenzionali per ciascuno spettacolo prodotto negli altri paesi
- Traduzioni in simultanea
- Organizzazione di dibattiti "After the show" realizzati negli stessi luoghi immediatamente dopo la performance e finalizzati a rafforzare e rendere maggiormente consapevole l'impatto sensoriale dello spettacolo.
- Effettuazione all'interno del paese in cui è stato prodotto (ma non scritto) di almeno quattro rappresentazioni in differenti contesti dello spettacolo realizzato in co-produzione, in modo da poter testare adeguatamente il suo impatto su diverse tipologie di pubblico.

Infine, la pianificazione complessiva delle 50 azioni progettuali previste è visualizzabile sinotticamente grazie al seguente diagramma temporale:



EUGENIO DE CARO

MADDALENA MAZZOCUT-MIS

