



Premio **CULTURA+IMPRESA** Seconda Edizione 2014



**Meeting conclusivo del Comitato di Giuria – Proclamazione Vincitori-
Sede ASSOLOMBARDA - 16 gennaio 2015**


**PREMIO
CULTURA
+ IMPRESA**
seconda edizione 2014

*Il Premio dei migliori progetti di
Sponsorizzazione e Partnership nella
Cultura, e di Produzione culturale
d'Impresa, in Italia*

Promosso da:

CULTURA+impresa



Powered by:



FEDERCULTURE



In collaborazione con:

Fondazione
Italiana
Accenture



idea TREGO

Il **Premio CULTURA + IMPRESA** fa parte del '**Progetto CULTURA + IMPRESA**', che ha lo scopo di creare in Italia – a livello nazionale e con moduli regionali – un market-place on-off- line per intensificare e rendere più efficienti i rapporti tra 'Sistema Cultura' e 'Sistema Impresa' favorendo l'attuazione di Sponsorizzazioni e Partnership culturali.

La Prima Edizione del **Premio CULTURA + IMPRESA** ha dimostrato l'utilità di questa iniziativa che viene riconfermata dall'edizione 2014.

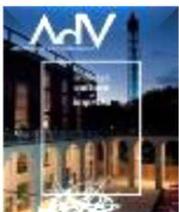
I numerosi Progetti presentati esprimono la qualità e la diversità con cui si estrinseca oggi, in tutta Italia, il rapporto tra Cultura e Impresa.



Cultura + Impresa - Gennaio 2015



EDITORIA MULTIMEDIALE ON-OFF LINE



BORSACULTURA

Piattaforma on-line
Incontri BtoB nazionali/locali

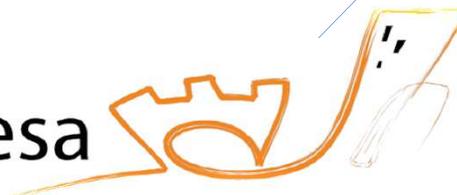
FORMAZIONE MANAGERIALE



**WORKSHOP CULTURA - IMPRESA
COMUNICARE CON LA CULTURA, IN LOMBARDIA:
QUALI OPPORTUNITÀ PER IL 'SISTEMA IMPRESA'?**

La Cultura è oggi una scelta efficace per la Comunicazione Corporate e Marketing della Impresa. Migliore la Relazione, supporta il Marketing Relazionale, crea Opportunità inedite e qualificanti. Il Dialogo tra Cultura e Impresa deve quindi diventare più efficace e produttivo. Nell'ambito dell'Università della Cultura e di una più consapevole 'Comunicazione culturale'. Questo Workshop vuole generare un confronto aperto, dibattito, fertile e non accademico tra Operatori culturali e Professionisti del Marketing e della Comunicazione.

CULTURA+impresa



FUND RAISING SPONSORSHIP MANAGEMENT

INTELLIGENCE

Misurazione dei risultati
delle Sponsorizzazioni
culturali

IL CIRCOLO CULTURA + IMPRESA

INDAGINI, STUDI, RICERCHE



PREMIO CULTURA + IMPRESA

prima edizione **2013**



FEDERCULTURE

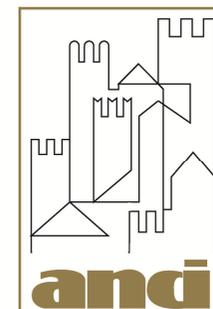


The
ROUND
TABLE
project of cultural sociology

I PATROCINI 2014



Regione Lombardia



ASSOCIAZIONE
NAZIONALE
COMUNI
ITALIANI



CAMERA DI
COMMERCIO
MILANO



Cultura + Impresa Gennaio 2015





Fondazione Italiana Accenture



PROGETTI DI PRODUZIONE CULTURALE D'IMPRESA

L'edizione 2014 del **Premio CULTURA+IMPRESA** apre una nuova sezione dedicata ai **Progetti culturali d'Impresa**: iniziative realizzate da Aziende che investono in Cultura con iniziative culturali di rilevanza sociale, ma non in forma di Sponsorizzazione

Il premio CULTURA + IMPRESA

PROGETTI DI SPONSORIZZAZIONE E PARTNERSHIP CULTURALE

presentati da Operatori Culturali pubblici e privati; Amministrazioni pubbliche centrali e locali; Aziende, Fondazioni e Organizzazioni non profit; Agenzie di comunicazione; o loro combinazioni;

PROGETTI DI PRODUZIONE CULTURALE d'IMPRESA

ovvero di Progetti culturali realizzati e promossi da Imprese

TIPOLOGIE DI PROGETTI

TIPOLOGIA	N° progetti
Stagione spettacolo teatrale, musica, danza	2
Progetti edutainment	4
Concerto di Musica Classica	1
Concorso	3
Festival	3
Festival Letterario	1
Festival arti performative	5
Installazione Artistica/Performance Arte contemporanea	5
Mostra	5
Mostra d'Arte Contemporanea	2
Restauro e Valorizzazione di un Bene Culturale	5
Performance Artistica	2
Produzioni multimediali	5

La Giuria del **Premio CULTURA+IMPRESA 2014** è composta da **13** rappresentanti dei Partner Istituzionali e professionali, e da professionalità eccellenti nei settori della Cultura e della Comunicazione d'Impresa:

- ❖ **Laura Cantoni**, Ricercatrice e Fondatrice di ASTAREA
- ❖ **Palmina Clemente**, Responsabile Servizio Cultura e Creatività per il sistema economico della Camera di Commercio di Milano
- ❖ **Andrea Cornelli**, Presidente ASSOREL
- ❖ **Fabrizio Grifasi**, Direttore della FONDAZIONE ROMAEUROPA per FEDERCULTURE
- ❖ **Giovanna Maggioni**, Direttore Generale UPA
- ❖ **Francesco Moneta**, Presidente del COMITATO CULTURA+IMPRESA
- ❖ **Anna Puccio**, Segretario Generale della FONDAZIONE ITALIANA ACCENTURE
- ❖ **Patrizia Rutigliano**, Presidente FERPI
- ❖ **Vincenzo Santoro**, Responsabile Ufficio Cultura, Sport e Legalità per ANCI
- ❖ **Catterina Seia**, Vice Presidente Fondazione Fitzcarraldo, Direttore de « Il Giornale delle Fondazioni, Arti e Imprese»
- ❖ **Rossella Sobrero**, referente per ASSOCOM.
- ❖ **Massimiliano Tarantino**, Segretario Generale della FONDAZIONE GIANGIACOMO FELTRINELLI
- ❖ **Michele Verna**, Direttore Generale di ASSOLOMBARDA

LA PARTECIPAZIONE COMPLESSIVA, LE PREMIAZIONI

I PROGETTI CARICATI:	43	(25+18)
BOZZE CARICATE:	18	(7+11)
 Totale applicazioni:	 61	
 PROGETTI CONGRUI PRESELEZIONATI:	 41	 (25+17)
 PROGETTI FINALISTI	 20	 (15+5)
PRIMI PREMI	2	(1+1)
ALTRI PROGETTI PREMIATI	5	(4+1)
 MENZIONI SPECIALI	 TBD	

I PARAMETRI DI VALUTAZIONE

La valutazione prevede -per ogni Progetto - l'assegnazione di un punteggio massimo **100 punti**.

Parametri	Range di punteggio
Innovazione di obiettivi, soluzioni scelte, modalità esecutive	0 – 10
Strategia e attivazione di un piano di Comunicazione Integrata	0 – 15
Benefici ottenuti dai fruitori del Progetto culturale e del Territorio di appartenenza	0 – 15
Networking con Istituzioni, Media, Aziende	0 – 10
Sostenibilità economica del Progetto e gestione delle risorse	0 – 15
Integrazione con campagne di CSR – Corporate Social Responsibility	0 – 10
Modalità di misurazione dei risultati rispetto agli obiettivi ottenuti da entrambi i Partner	0 – 15
Creazione di opportunità di lavoro per Operatori culturali e della comunicazione	0 – 10
	100 punti

L'edizione 2014 del **Premio CULTURA +IMPRESA** prevede:

- . la segnalazione pubblica dei **15 + 5 Progetti finalisti meglio classificati**;
- .l'assegnazione di un **Primo Premio** – cui verrà consegnata un'opera d'arte personalizzata, come nell'edizione 2013 - e la consegna di **4 attestati** ai Progetti classificatisi nelle successive quattro posizioni per la sezione 'Sponsorizzazioni e Partnership Culturali';
- . l'assegnazione di **un Premio al primo progetto classificato nella sezione 'Produzioni culturali d'Impresa' + 1 Attestato**

La Giuria si riserva la possibilità di assegnare **Menzioni Speciali** ai Progetti rivelatisi particolarmente efficaci in uno dei parametri oggetto di valutazione.

Tra i Premi sono previsti anche iniziative di **formazione professionale**, come la partecipazione gratuita di un Membro dei Team vincitori a Master e Corsi di formazione, in funzione delle Partnership che verranno acquisite, con l'obiettivo di distribuire queste opportunità in maniera equa e accessibile sul territorio a rappresentanza delle capitali italiane operanti nel settore dell'imprenditoria della Cultura

Sono fin d'ora previsti gli accessi a :

- **Milano:**

I. UPA-Utenti Pubblicità Associati -ha messo a disposizione un posto nella Scuola di Alta Formazione, a favore della formazione professionale in particolare di Operatori culturali;

II. Fondazione Italiana Accenture- oltre alla messa a disposizione della piattaforma ideaTRE60.it si è resa disponibile all'organizzazione di un **Seminario di analisi dei Progetti vincitori, alla presenza dei protagonisti**, dedicato ai Giovani professionisti dei settori della Produzione e Management Culturale, e della Comunicazione d'Impresa. In questo contesto verranno anche trattate le modalità più efficaci di presentazione dei progetti culturali ai potenziali Partner e Sponsor, da parte degli Operatori Culturali

- **Roma:** la **LUMSA** metta a disposizione di uno dei vincitori un modulo formativo da utilizzare nel corso del 2015.
- **Torino: Fondazione Fitzcarraldo-** ha messo a disposizione un posto per il Corso di Perfezionamento per Responsabili di Progetti Culturali.

PROGETTI DI

SPONSORIZZAZIONE E PARTNERSHIP CULTURALE

presentati da Operatori Culturali pubblici e privati; Amministrazioni pubbliche centrali e locali; Aziende, Fondazioni e Organizzazioni non profit; Agenzie di comunicazione; o loro combinazioni;

I PROGETTI CANDIDATI- 24 Sponsorizzazioni e Partnership

PROVE APERTE: LA FILARMONICA DELLA SCALA INCONTRA LA CITTÀ

Filarmonica della Scala + UniCredit

RIPRISTINO INTERNO SAN FRANCESCO CONVERSO D'ASSISI

Assisi Chiesa Nuova+ Sergej Matvienko- Consolato Onorario Federazione russa di Ancona

THE EUROPEAN DREAM- ROAD TO BRUXELL

Associazione culturale ONTHEMOVE+ FAI Service società cooperativa

GIOCARE CON LA STORIA PER LE GENERAZIONI FUTURE

Associazione Officine culturale+ BCC 'La riscossa di Regalbuto'

BiennaleMArteLive

Associazione Culturale Procult+ Regione Lazio

RESTAURO SALA DELLE ASSE DEL CASTELLO SFORZESCO

Comune di Milano, MIBACT, Opificio delle pietre dure, Arcus, Poli-Mi+A2A

INTRAMOENIA EXTRA ART-HOLY ADRIATIC

Eclettica cultura dell'arte+Regione Puglia

SKIN TASTE

Fluviale srl+Banca Generali

SORSI D'AUTORE 2014

Fondazione AIDA-Teatro stabile InnOvazione+ Associazione Famiglie dell'Amarone d'Arte

E-STRAORDINARIO

Fondazione Ermanno Casoli+ ACRAF,Gruppo 24ORE,Elica

THE POWER OF CREATION

Fondazione Musei Civici di Venezia+Moet Hennesy Italia Spa-Dom Pérignon

LA SETTIMA A SETTIMO

Fondazione per la Cultura Torino+Pirelli&C. Spa

LUMINOUS BRAND SOUL

Lisa Borgiani - CliniWorks

MANDRIONE CREATIVO

Fondazione per l'Arte Onlus+ Banca Leonardo Spa

LA LIBRERIA DELLA POESIA

Fondazione Pordenonelegge.it+COOP Librerie

KIDS CREATIVE LAB-TESSERE

Fondazione Solomon R.Guggenheim+OVS Spa

UBS E GAM

Galleria d'Arte Moderna di Milano+ UBS Italia Spa

LA MUSICA UN PONTE FRA I POPOLI

Ipsia Acli Forli-Cesena+ Istituto Musicale A. Masini

GIARDINI PUBBLICI STORICI DELLA PUGLIA

Italia Nostra Onlus+ Eido lab(Associazione di promozione sociale)

IL TEATRO DEI LUOGHI FEST

Koreja Soc.Coop a.r.l.+Caripuglia, Teatro Pubblico Pugliese, Comune di Lecce

RACCONTA IL BUONO DI

Matera2019/Capitale Europea della Cultura+ Di Leo Pietro Spa

PACCO D'ARTISTA

Giubiliarte Srl + Poste Italiane

TOP TEATRI OFF PADOVA

Soc.Coop. di Impresa sociale Top Teatri OFF PADOVA+Fondazione Antonveneta

FESTIVAL PAGANINIANO DI CARRO 2014

Società dei concerti onlus+ Isagro Spa

IL LABORATORIO

Terza Cultura Soc.Coop. Spin-off Università di Firenze+Ente Cassa di risparmio di Firenze

I PROGETTI FINALISTI - 15 Sponsorizzazioni e Partnership

*** PROVE APERTE: LA FILARMONICA DELLA SCALA INCONTRA LA CITTÀ**
Filarmonica della Scala + UniCredit

***THE EUROPEAN DREAM- ROAD TO BRUXELL**
Associazione culturale ONTHEMOVE+ FAI Service società cooperativa

***INTRAMOENIA EXTRA ART-HOLY ADRIATIC**
Eclettica cultura dell'arte+Regione Puglia

***SORSI D'AUTORE 2014**
Fondazione AIDA-Teatro stabile InnOvazione+ Associazione Famiglie dell'Amarone d'Arte

***E-STRAORDINARIO**
Fondazione Ermanno Casoli+ ACRAF,Gruppo 24ORE,Elica

***THE POWER OF CREATION**
Fondazione Musei Civici di Venezia+Moet Hennesy Italia Spa-Dom Pérignon

***LA SETTIMA A SETTIMO**
Fondazione per la Cultura Torino+Pirelli&C. Spa

***LA LIBRERIA DELLA POESIA**
Fondazione Pordenonelegge.it+COOP Librerie

***KIDS CREATIVE LAB-TESSERE**
Fondazione Solomon R.Guggenheim+OVS Spa

***UBS E GAM**
Galleria d'Arte Moderna di Milano+ UBS Italia Spa

***LA MUSICA UN PONTE FRA I POPOLI**
Ipsia Acli Forlì-Cesena+ Istituto Musicale A. Masini

***IL TEATRO DEI LUOGHI FEST**
Koreja Soc.Coop a.r.l.+Caripuglia, Teatro Pubblico Pugliese, Comune di Lecce

***RACCONTA IL BUONO DI**
Matera2019/Capitale Europea della Cultura+ Di Leo Pietro Spa

***PACCO D'ARTISTA**
Giubiliarte Srl + Poste Italiane

***TOP TEATRI OFF PADOVA**
Soc.Coop. di Impresa sociale Top Teatri OFF PADOVA+Fondazione Antonveneta

VOTAZIONI ONLINE- Punteggi - Sponsorizzazioni e Partnership

★ **E-STRORDINARIO**

punteggio 845

Fondazione Ermanno Casoli+ ACRAF, Gruppo 24ORE,Elica
ANCONA

★ **KIDS CREATIVE LAB-TESSERE**

punteggio: 836

Fondazione Solomon R.Guggenheim+OVS Spa
VENEZIA

★ **IL TEATRO DEI LUOGHI FEST**

punteggio 788

Koreja Soc.Coop a.r.l.+Caripuglia, Teatro Pubblico Pugliese, Comune di Lecce
LECCE

★ **PROVE APERTE: LA FILARMONICA DELLA SCALA INCONTRA LA CITTÀ**

punteggio:773

Filarmonica della Scala + UniCredit
MILANO

★ **THE EUROPEAN DREAM- ROAD TO BRUXELLES**

punteggio768

Associazione culturale ONTHEMOVE+ FAI Service società cooperativa
CORTONA-AREZZO

PACCO D'ARTISTA

punteggio: 732

Giubiliarte Srl + Poste Italiane
ROMA

TOP TEATRI OFF PADOVA

punteggio: 729

Soc.Coop. di Impresa sociale Top Teatri OFF PADOVA+Fondazione Antonveneta
PADOVA

INTRAMOENIA EXTRA ART-HOLY ADRIATIC

punteggio 707

Eclettica cultura dell'arte+Regione Puglia
BARLETTA

LA LIBRERIA DELLA POESIA

punteggio: 691

Fondazione Pordenonelegge.it+COOP Librerie
PORDENONE

UBS E GAM

punteggio: 631

Galleria d'Arte Moderna di Milano+ UBS Italia Spa
MILANO

LA MUSICA UN PONTE FRA I POPOLI

punteggio: 662

Ipsia Acli Forlì-Cesena+ Istituto Musicale A. Masini
CESENA-FORLÌ

RACCONTA IL BUONO DI

punteggio:548

Matera2019/Capitale Europea della Cultura+ Di Leo Pietro Spa
MATERA

PROGETTI DI
PRODUZIONE CULTURALE d'IMPRESA
ovvero di Progetti culturali realizzati e promossi da Imprese

I PROGETTI CANDIDATI – 17 Produzioni Culturali D'impresa

WE LOVE CINEMA – HELLO! SERIES
BNL Gruppo BNP Paribas"

CONSAPEVOL.MENTE
AmbienteParco Impresa Sociale Srl

DISEGNAMI.IT
Bracco S.p.a.

FESTIVAL DELLA CULTURA CREATIVA
Associazione Bancaria Italiana ABI

IT'S TISSUE WORLD TOUR
MVIVA S.r.l.

JUNIOR TIM CUP
Telecom Italia

L'ARTE DEL RICICLO
Fondazione Piaggio Onlus

MARTINI RACING, INSEGUENDO IL MITO
Martini & Rossi S.p.A. – Gruppo Bacardi Martini

THE CONVENT – BORN 1610
Il Conventino di Mentana

THE PROMISE
Almo Nature spa

UNA STORIA DI LUPI - JUST FREEDOM
Almo Nature spa

VINCENZO RUSCIANO – SPONDA
R.O.M.A CONSORZIO-Restauro Opere e Manufatti Artistici- Impresa artigiana-

VOX IMAGO
Intesa San Paolo

WIKIPHILLO
NetPhilo srl

NUITÈ DESMUSEÈ 2014
Museo della Liquirizia Amarelli

SETTIMANA DELLA CULTURA D'IMPRESA
Museo della Liquirizia Amarelli

MOSTRA ANGIOLO D'ANDREA
Fondazione Bracco

I PROGETTI FINALISTI : 5 Produzioni Culturali D'impresa

FESTIVAL DELLA CULTURA CREATIVA

Associazione Bancaria Italiana ABI

ROMA

DISEGNAMI.IT

Bracco S.p.a.

MILANO

VOX IMAGO

Intesa Sanpaolo

MILANO

WE LOVE CINEMA – HELLO! SERIES

BNL Gruppo BNP Paribas«

ROMA

L'ARTE DEL RICICLO

Fondazione Piaggio Onlus

PISA

I PROGETTI FINALISTI : 5 Produzioni Culturali D'impresa



FESTIVAL DELLA CULTURA CREATIVA

Punteggio 802

**Associazione Bancaria Italiana ABI
ROMA**



DISEGNAMI.IT

Punteggio 790

**Bracco S.p.a.
MILANO**

VOX IMAGO

Punteggio 725

**Intesa Sanpaolo
MILANO**

WE LOVE CINEMA – HELLO! SERIES

Punteggio 681

**BNL Gruppo BNP Paribas«
ROMA**

L'ARTE DEL RICICLO

Punteggio 608

**Fondazione Piaggio Onlus
PISA**

I PROGETTI SELEZIONATI - Sponsorizzazioni e Partnership

PROVE APERTE: "LA FILARMONICA DELLA SCALA INCONTRA LA CITTÀ"

Soggetto proponente: **Filarmonica della Scala**

Partner della Sponsorizzazione: **UniCredit Foundation & UniCredit**

Descrizione sintetica del progetto di sponsorizzazione/Partnership

Le Prove Aperte costituiscono un'esperienza musicale unica, offrendo la possibilità di assistere in anteprima alla messa a punto di un grande concerto e garantendo l'accesso al Teatro alla Scala a prezzi contenuti, ma sono anche un'importante occasione di solidarietà che sostiene progetti concreti a favore del non profit ambrosiano, rendendo la cultura motore di sviluppo e inclusione sociale. Nato in forma organica nel 2010, il progetto "La Filarmonica della Scala incontra la città" consiste in un ciclo di prove di concerti dell'orchestra, aperte al pubblico con finalità benefica, presso il Teatro alla Scala di Milano. Grazie a Unicredit Foundation e UniCredit, Main Partner dell'orchestra, che coprono interamente i costi organizzativi, l'incasso di ogni prova è destinato a un'organizzazione non profit milanese. Ogni anno si individua una particolare area di intervento e ogni onlus si impegna a destinare i fondi a un progetto specifico. Ogni prova è introdotta da un critico musicale che, con il direttore d'orchestra, spiega al pubblico il programma. Nel 2014 si è tenuta la quinta stagione con cinque Prove Aperte: la prima gratuita, aperta alla città, le successive a pagamento a favore di quattro onlus. L'area d'intervento scelta è stata l'assistenza agli anziani indigenti, coinvolgendo quali enti beneficiari: Caritas Ambrosiana, Auser Milano, Fondazione Progetto Arca e Seneca Onlus. Per ogni serata è stato raggiunto il tutto esaurito e sono stati devoluti alle onlus oltre 130k.

THE EUROPEAN DREAM - ROAD TO BRUXELLES

Soggetto proponente: **Associazione Culturale ONTHEMOVE**

Partner della Sponsorizzazione: **Fai Service Società Cooperativa**

Descrizione sintetica del progetto di sponsorizzazione/Partnership

Una mostra itinerante del fotografo Alessandro Penso, vincitore del World Press Photo, sono state ripercorse le tappe che i giovani in fuga dai loro paesi raggiungono per rincorrere il sogno europeo. Come base mobile è stato scelto un vero e proprio camion, che da Bari è giunto a Bruxelles, per terminare il viaggio simbolicamente di fronte al Parlamento Europeo, toccando le città di Ancona, Roma, Firenze, Milano, Ginevra, Strasburgo, Cortona e Cuneo. Durante le soste (alcune di un giorno altre più durature come i 5 giorni in Via de Fori Imperiali a Roma) cittadini e turisti venivano invitati a visitare la mostra, mentre i dialogatori UNHCR sensibilizzavano il pubblico sul tema dei richiedenti asilo. L'iniziativa, finanziata da Fai Service, è stata realizzata da Cortona On The Move in collaborazione con UNHCR. Il viaggio è stato seguito da una blogger sul web e sui social, da una troupe che ha prodotto un documentario per SkyArte e supportato da un ufficio stampa nazionale e territoriale. Dell'iniziativa hanno parlato i principali media italiani (da Repubblica a Caterpillar Radio 2, da Internazionale a Agorà Rai 2) e alcune testate internazionali, tra cui El Pais, New York Times, Times Magazine. Il mezzo impiegato, il camion, è stato trasformato da strumento di trasporto merci a strumento per trasportare una storia e per sensibilizzare le persone: nell'intenzioni di Fai service c'era infatti modificare la percezione del mezzo.

I PROGETTI SELEZIONATI - Sponsorizzazioni e Partnership

LA SETTIMA A SETTIMO

Soggetto proponente: **Fondazione per la Cultura Torino.**

Partner della Sponsorizzazione: **Pirelli & C. SpA**

Descrizione sintetica del progetto di sponsorizzazione/Partnership

La Settima a Settimo": un concerto di musica classica tenutosi presso il Polo Industriale Pirelli di Settimo Torinese. Inserito nella programmazione del Festival MITO Settembre Musica, il concerto è stato eseguito dall' Orchestra Filarmonica di Torino che, diretta dal Maestro Micha Hamel, ha suonato la Sinfonia n. 1 in Do maggiore op. 21 e la Sinfonia n. 7 in La maggiore op. 92" di Ludwig van Beethoven. Il concerto si è svolto appunto in una location unica e molto inusuale, cioè uno stabilimento tra i più tecnologicamente avanzati il cui progetto architettonico e la direzione artistica del suo corpo centrale (che ospita i servizi per i dipendenti) e di tutte le opere di viabilità interna e di illuminazione sono stati affidati ad un architetto di fama mondiale come Renzo Piano. Lo stabilimento Pirelli testimonia quindi come sia cambiata e cresciuta la fabbrica, attraverso investimenti in tecnologie sofisticate (in termini di innovazione di processi produttivi, di attenzione alla sostenibilità) e scelte estetiche di grande attenzione verso la qualità dell'ambiente lavorativo. In questa cornice si è inserita quindi l'esperienza de "La Settima a Settimo": attraverso l'ascolto musicale il pubblico ha potuto comprendere il senso profondo di questi cambiamenti. L'iniziativa gratuita, oltre a tutti i dipendenti Pirelli, è stata rivolta anche a tutta la cittadinanza, a dimostrare il legame che l'azienda ha con i territori che ospitano le proprie realtà industriali.

THE POWER OF CREATION

Soggetto proponente: **Fondazione Musei Civici di Venezia**

Partner della Sponsorizzazione: **Moët Hennessy Italia Spa, per il brand Dom Pérignon**

Descrizione sintetica del progetto di sponsorizzazione/Partnership

L'accordo di collaborazione tra la Fondazione Musei Civici di Venezia e Dom Pérignon ha reso possibile un progetto di restauro e la valorizzazione di un nuovo spazio espositivo -"Spazio Dom Pérignon"- a Ca' Pesaro, sede della Galleria Internazionale di Arte Moderna, destinandolo a mostre di giovani artisti nazionali e internazionali nonché alla valorizzazione di opere conservate nei depositi del Museo. Ca' Pesaro dal 1908 al 1924 ospitò le Mostre Bevilacqua La Masa che, in contrapposizione alle Biennali di Venezia, favorirono una generazione di artisti esclusi dalle Esposizioni Internazionali. Oggi Ca' Pesaro coniuga un'architettura antica con un'articolata presenza espositiva del mondo artistico moderno e contemporaneo offrendo così visitatore progetti culturali dove i diversi linguaggi creativi vengono confrontati favorendo un inedito approccio critico. In quest'ottica la strategia della Fondazione e di Dom Pérignon, prestigioso marchio di Moët Hennessy parte del Gruppo LVMH, tende a riconoscere il valore della creatività attraverso il confronto tra i linguaggi artistici del Novecento ed i paradigmi contemporanei. Il sostegno di Dom Pérignon a questo iniziativa consente sia di valorizzare il patrimonio museale, sia offrire concrete possibilità a giovani artisti. Entrambi i partner riconoscono l'importanza della creatività tesa all'eccellenza favorendone la sua divulgazione con l'ausilio di nuove tecnologie nel campo della comunicazione e della valorizzazione.

I PROGETTI SELEZIONATI - Sponsorizzazioni e Partnership

INTRAMOENIA EXTRA ART

Soggetto proponente: **Eclettica_Cultura**

Partner della Sponsorizzazione: **Regione Puglia**

Descrizione sintetica del progetto di sponsorizzazione/Partnership

INTRAMOENIA EXTRA ART è un'officina d'innovazione perchè sposa il concetto arte-turismo-economia e favorisce il consolidamento di competenze professionali. Ha accompagnato la Puglia in un processo di internazionalizzazione del territorio e sperimentazione della cultura viva; ha valorizzato castelli federiciani, aragonesi, angioini e palazzi nobiliari; ha animato borghi decentrati, esaltato siti inaccessibili, accogliendo l'arte in un'ottica "multiculturale, multimediale e transnazionale", indagando tematiche globali; ha generato risultati duraturi e favorito il consolidamento di poli di riferimento per la fruizione del prodotto turistico culturale, per il confronto e sviluppo di nuovi talenti, specie pugliesi; ha favorito la comprensione dell'arte contemporanea nelle fasce giovanili; ha innescato ricadute produttive nell'ambito di arti visive, design, architettura, teatro-danza, accompagnando attività di marketing.

IL TEATRO DEI LUOGHI FEST

Soggetto proponente: **KOREJA SOC. COOP. A R.L.**

Partner della Sponsorizzazione: **CARIPUGLIA, TEATRO PUBBLICO PUGLIESE, COMUNE DI LECCE**

Descrizione sintetica del progetto di sponsorizzazione/Partnership

TEATRO DEI LUOGHI FEST è un processo innovativo di produzione culturale che coniuga valorizzazione del patrimonio e dell'eredità culturale, coinvolgimento dei cittadini e qualità della produzione artistica. Propone un cambio di prospettiva nel rapporto tra individuo e luoghi, tra identificazione e appartenenza diffondendo i principi e i valori della Convenzione di Faro lanciata dal Consiglio d'Europa. L'edizione 2014 si è svolta a Lecce dal 20 al 24 luglio 2014. In luoghi più suggestivi della città di Lecce (Cantieri Teatrali Koreja, Masseria Sant'Angelo, MUST, Teatro Romano, Ex Convento degli Olivetani, Palazzo Tamborino-Cezzi) cinque intense giornate di teatro, musica, arte, danza e performances con il coinvolgimento diretto della cittadinanza e con la presenza di Foltin (MK), Assoc. VAN (VE), Tarantarte (LE), F. Planquette (FR), ACTI (TO) e Koreja. Quattro anteprime nazionali e momenti di incontro e scambio con artisti e ospiti internazionali. In particolare si sono svolti due convegni internazionali: il primo su CITTA' E TEATRI con la partecipazione di: Push Festival (Canada), Festival d'Automne (France), La rose des vents - Scène nationale (France), Théâtre G. Philipe (France), Israeli Festival (Israel), Skampa Festival (Albania), Schauspiel Leipzig (Germany), Ex Ponto international Performing arts Festival (Slovenia), Wiesbaden and festival NEW PLAYS. Il secondo coLA CONVENZIONE DI FARO E IL VALORE DEL PATRIMONIO CULTURALE PER LA SOCIETA' (vedi brochure allegata)

I PROGETTI SELEZIONATI - Sponsorizzazioni e Partnership

LA LIBRERIA DELLA POESIA

Soggetto proponente: **Fondazione Pordenonelegge.It**

Partner della Sponsorizzazione: **Librerie COOP**

Descrizione sintetica del progetto di sponsorizzazione/Partnership

Una ex tipografia abbandonata compie il suo destino e diventa per tre giorni, la Libreria della poesia, cuore poetico della città, arca di libri introvabili, ritorno alla vita di testi di grandi e piccole collane editoriali, spazio di incontro e ascolto poetico. In piena controtendenza con le scelte commerciali del mercato che vogliono l'estinzione degli spazi dedicati alla poesia all'interno delle librerie, pordenonelegge e Librerie Coop, sponsor, riadattano i locali di una ex tipografia per creare uno spazio dedicato solo alla poesia: centinaia i libri da riscoprire, consultare, leggere e acquistare; 10 gli eventi, 37 poeti da incontrare e ascoltare, un salotto per conversare, riflettere e confrontarsi. A crederci, altri attori: aziende sponsor tecnici per l'allestimento, l'Assessorato della Cultura del Comune di Pordenone, la Provincia di Pordenone col progetto Europe Direct come sostegno artisti di alcuni concept e [particolari](#) autori. Il pubblico: tre giorni di sold out

UBS E GAM - UN PROGETTO PER MILANO

Soggetto proponente: **Galleria d'Arte Moderna Milano (GAM)**

Partner della Sponsorizzazione: **UBS Italia S.p.A.**

Descrizione sintetica del progetto di sponsorizzazione/Partnership

In linea con la propria vocazione di istituzione attenta alle migliori energie della società e della cultura, UBS ha trovato nell'arte un ambito di intervento capace di raccontare la propria identità e costruire nuove frontiere d'azione. Da qui la decisione di legarsi alla GAM avviando una partnership con il Comune di Milano a sostegno dell'arte e della cultura destinata alla città stessa e ai suoi abitanti, con l'obiettivo di portare nuova luce su un gioiello artistico e culturale della città per porsi così tra i protagonisti della scena culturale del territorio in cui opera. Il progetto si configura come una piattaforma ricca di attività che prevedete tre principali ambiti di intervento: - il contributo per interventi diretti sulla GAM attraverso la valorizzazione del patrimonio esistente - la creazione di contenuti artistici attraverso mostre temporanee d'arte contemporanea - la messa a punto di un calendario culturale con [incontri](#) aperti al pubblico Il progetto ha preso avvio con la presentazione della mostra temporanea gratuita YEAR AFTER YEAR. Opere su carta dalla UBS Art Collection, curata da Francesco Bonami. La partnership ha permesso una ristrutturazione del secondo piano del museo, che ha incluso il restauro dell'allestimento museale e il riallestimento del percorso espositivo delle collezioni Grassi e Vismara. Nell'ambito del progetto sono state organizzate numerose attività aperte al pubblico quali conferenze, presentazioni, didattica e laboratori.

I PROGETTI SELEZIONATI - Sponsorizzazioni e Partnership

PACCO D'ARTISTA

Soggetto proponente: **Poste Italiane**

Partner della Sponsorizzazione: **Giubilarte srl**

Descrizione sintetica del progetto di sponsorizzazione/Partnership

Il progetto «Pacco d'artista», giunto ormai alla seconda edizione, nasce dalla volontà di avvicinare il grande pubblico all'arte contemporanea attraverso un'operazione di public art, trasformando in opera d'arte un classico prodotto aziendale: il pacco giallo usato da Poste Italiane per le spedizioni diventa un «pezzo da collezione». La campagna di comunicazione dal titolo «pezzo d'artista» ha puntato sul gioco linguistico per svelare in parte gli artisti le cui opere sono state selezionate ma soprattutto per promuovere la votazione dei loro pacchi. E' un esempio di comunicazione integrata che si è avvalso principalmente di canali online. La scelta di collaborare con un'affermata società che rappresenta molti dei più promettenti artisti contemporanei rende il progetto sostenibile a fronte della visibilità raggiunta e della valenza della cultura quale priorità della RSI.

BiennaleMArteLive 2014

Soggetto proponente: **Associazione Culturale Procult**

Partner della Sponsorizzazione: **Regione Lazio**

Descrizione sintetica del progetto di sponsorizzazione/Partnership

Il progetto BiennaleMArteLive si sviluppa in 6 giorni di spettacolo in ogni sua forma, dalle arti visive alle performative, dalla musica (ogni genere) alla pittura, la danza, il circo e il teatro. Tutto ciò è avvenuto in numerose location romane (circa 42) e in diversi comuni del Lazio. Il fatto di essere presenti in più comuni e spazi contemporaneamente portando arte e spettacolo a chi solitamente non riesce a beneficiarne, è ciò che ha spinto la Regione Lazio a credere nel nostro progetto e a contribuire alla sua realizzazione. Tra i comuni coinvolti citiamo Frosinone, Cassino (FR), Roviano (RM), Tivoli (RM), Carpineto Romano (RM), Tolfa (RM), Civitavecchia (RM), Contigliano (RI) che in quei giorni sono stati centro di iniziative culturali di qualità. La comunicazione è stata pianificata interamente all'interno del progetto usufruendo del marchio/patrocinio della Regione Lazio inserito in tutti i comunicati, stampe, manifesti etc. I benefici di questa collaborazione sono stati molteplici oltre ovviamente al mero fattore economico. Gli impatti per il territorio sono stati notevoli grazie agli esperimenti di street art nelle periferie del comune romano e nelle numerose manifestazioni culturali avvenute negli altri comuni laziali e ad iniziative sociali attraverso il progetto MArteSocial. Questo ha portato ad ampliare notevolmente il nostro network di contatti e a collaborare con diverse realtà laziali sia come partner tecnici che media partner.

I PROGETTI SELEZIONATI - Sponsorizzazioni e Partnership

KIDS CREATIVE LAB - !TESSERE!

Soggetto proponente: **Collezione Peggy Guggenheim (Fondazione Solomon R. Guggenheim)**

Partner della Sponsorizzazione: **OVS SpA**

Descrizione sintetica del progetto di sponsorizzazione/Partnership

1.800 scuole, 12.000 classi, 300.000 bambini: questi i numeri della seconda edizione di Kids Creative Lab (in seguito KCL) che confermano il successo del progetto nato dalla collaborazione tra OVS e Collezione Peggy Guggenheim e dedicato a tutte le Scuole Primarie d'Italia. I bambini hanno dato libero sfogo alla fantasia con il Kit d'artista !Tessere! che ha permesso loro di sperimentare la tecnica del mosaico grazie alle tessere di vetro riciclato prodotte da Trend, sponsor tecnico dell'iniziativa. !Tessere! ha permesso a ciascun bambino di lavorare in maniera individuale e al contempo collegiale, realizzando un'opera collettiva. L'enorme installazione collettiva è stata esposta al pubblico alla Collezione Peggy Guggenheim dal 25/4 al 4/5 2014. I colori delle tessere sono stati assegnati alle varie regioni d'Italia in base alle tonalità degli elementi naturali e paesaggistici che le caratterizzano: in questo modo il mosaico finale è diventato una mappa simbolica di tutta Italia. Arte, moda, creatività si sono unite così a temi quali l'ecologia e la natura, proponendo un percorso dalle finalità educative e sociali.

LA MUSICA: UN PONTE FRA I POPOLI 2014

Soggetto proponente: **Ipsia Acli Forlì-Cesena**

Partner della Sponsorizzazione: **Istituto Musicale A.Masini**

Descrizione sintetica del progetto di sponsorizzazione/Partnership

Il progetto ha inizio nel 2013, con il "gemellaggio" fra l'orchestra giovanile dell'Istituto musicale "A. Masini" di Forlì e quella della Skola e Muzike "Lorenc Antoni" di Prizren (Kosovo). Nell'estate 2014, 5 docenti hanno tenuto masterclass in Kosovo assegnando 6 borse di studio per il corso di "Musica Insieme" della Scuola di musica "C. Roveroni" di Santa Sofia. Obiettivi: a) formazione musicale dei giovani kosovari e italiani, b) conoscenza e dell'integrazione fra realtà diverse attraverso il linguaggio senza parole della musica. Strategia: reciproca conoscenza, creazione di relazioni e forme "alte" di rispetto, in linea con la relazione "Vicinati e allargamento europeo" ("Osservatorio Balcani" 1/10/2014): "il rischio della deriva politica di questi piccoli stati incuneati nello spazio politico comune favorisce la loro presa in carico da parte di Bruxelles". Benefici: a) incremento delle iscrizioni alla "Lorenc Antoni" b) contributi dell'Ambasciata Usa in Kosovo a importanti lavori di rifacimento della scuola, c) costruzione di una nuova "Sala concerti" entro l'estate 2015. Networking: 1) Comune di Forlì 2) Comune di Prizren 3) Scuola di musica "Lorenc Antoni" di Prizren. Sostenibilità: contributi pubblici e privati. Modalità di misurazione: a) concerti b) relazioni fra Istituzioni (Comune di Forlì/Comune di Prizren). Opportunità di lavoro: gli attestati assegnati agli studenti dei masterclass costituiscono un fattore di peso nei loro curriculum

I PROGETTI SELEZIONATI - Sponsorizzazioni e Partnership

TOP TEATRI OFF PADOVA

Soggetto proponente: **Soc.Cop d'Impresa sociale TOP Teatri Off Padova**

Partner della Sponsorizzazione: **Fondazione Antonveneta**

Descrizione sintetica del progetto di sponsorizzazione/Partnership

La cooperativa di impresa sociale TOP Teatri Off Padova nasce in seguito ad un importante percorso di consolidamento organizzativo che ha interessato un gruppo di cinque teatri off della città di Padova unitisi ad aprile 2014. TOP nasce grazie al sostegno in fase di start up di Fondazione Antonveneta (che ha fattivamente partecipato alla fase di ideazione del progetto, condividendone le finalità ed apportando la propria esperienza nella individuazione delle modalità di attuazione), Fondazione Cariparo e del Comune di Padova che hanno creduto in una visione di "cultura motore di sviluppo" in grado di generare a breve medio termine occupazione per i giovani. In TOP oggi lavorano circa 20 artisti e operatori del settore e suo indotto. Il finanziamento complessivo messo a disposizione dal network di soggetti privati e pubblici è stato complessivamente di 30.000 euro per il primo anno di attività.

SORSI D'AUTORE 2014

Soggetto proponente: **Fondazione AIDA**

Partner della Sponsorizzazione: **Associazione Famiglie dell'Amarone Arte**

Descrizione sintetica del progetto di sponsorizzazione/Partnership

Nel 2014 "Sorsi d'autore" è giunta alla sua quindicesima edizione. Nata per iniziativa di Fondazione Aida, la manifestazione vede tra i promotori l'Istituto Regionale Ville Venete e la Regione del Veneto-Assessorato alle Politiche dell'Agricoltura e del Turismo. Scopo di "Sorsi d'autore" è promuovere le eccellenze del territorio veneto – vitivinicole, agroalimentari e turistiche - attraverso un programma di appuntamenti ospitati nei principali luoghi ad elezione vitivinicola della Regione del Veneto. Tutti i sei appuntamenti sono stati organizzati in una diversa Villa Veneta, per affiancare "l'arte" vitivinicola al patrimonio architettonico e storico rappresentato dalle Ville stesse. Grazie alle preziose collaborazioni con l'Associazione Ville Venete e l'Associazione Italiana Sommelier, ogni giornata ha previsto due momenti di degustazione di produzioni vitivinicole locali e un'incontro serale - aperto liberamente al pubblico - con un personaggio illustre del mondo della cultura nazionale ed internazionale. Nel 2014, con la mediazione del noto giornalista Luca Telese, sono stati coinvolti Olivero Toscani, Neri marcoré, Vittorio Feltri, Philippe daverio, Red Ronnie e Dario Vergassola. La sponsorizzazione della Associazione "Famiglie dell' Amarone d'Arte" ha permesso di coinvolgere le undici realtà che producono questo famoso vino Veneto e realizzare anche uno spettacolo teatrale a tema.

I PROGETTI SELEZIONATI - Sponsorizzazioni e Partnership

E-STRAORDINARIO

Soggetto proponente: **Fondazione Ermanno Casoli**

Partner della Sponsorizzazione: **ACRAF, Gruppo 24ORE, ELICA**

Descrizione sintetica del progetto di sponsorizzazione/Partnership

Nel 2014 "Sorsi d'autore" è giunta alla sua quindicesima edizione. Nata per iniziativa di Fondazione Aida, la manifestazione vede tra i promotori l'Istituto Regionale Ville Venete e la Regione del Veneto-Assessorato alle Politiche dell'Agricoltura e del Turismo. Scopo di "Sorsi d'autore" è promuovere le eccellenze del territorio veneto – vitivinicole, agroalimentari e turistiche - attraverso un programma di appuntamenti ospitati nei principali luoghi ad elezione vitivinicola della Regione del Veneto. Tutti i sei appuntamenti sono stati organizzati in una diversa Villa Veneta, per affiancare "l'arte" vitivinicola al patrimonio architettonico e storico rappresentato dalle Ville stesse. Grazie alle preziose collaborazioni con l'Associazione Ville Venete e l'Associazione Italiana Sommelier, ogni giornata ha previsto due momenti di degustazione di produzioni vitivinicole locali e un'incontro serale - aperto liberamente al pubblico - con un personaggio illustre del mondo della cultura nazionale ed internazionale. Nel 2014, con la mediazione del noto giornalista Luca Telese, sono stati coinvolti Olivero Toscani, Neri marcoré, Vittorio Feltri, Philippe daverio, Red Ronnie e Dario Vergassola. La sponsorizzazione della Associazione "Famiglie dell' Amarone d'Arte" ha permesso di coinvolgere le undici realtà che producono questo famoso vino Veneto e realizzare anche uno spettacolo teatrale a tema.

RACCONTA IL BUONO DI

Soggetto proponente: **Matera 2019/Candidata a capitale della Cultura Europea**

Partner della Sponsorizzazione: **Di Leo Pietro Spa**

Descrizione sintetica del progetto di sponsorizzazione/Partnership

Descrizione sintetica del progetto di sponsorizzazione/Partnership

Il progetto si fonda sulla collaborazione pubblico privato a sostegno della candidatura di Matera 2019 a capitale europea della cultura 2019. Il Concorso Regionale per le scuole "Porta la tua Scuola nel 2019" aveva l'obiettivo di stimolare la fantasia e la creatività di bambini e ragazzi per realizzare la propria proposta progettuale ispirata ai temi di candidatura presenti nel dossier di Matera 2019. È consistito nella comune promozione della candidatura della città sia verso il pubblico del territorio e sia verso un pubblico più ampio, raggiunto dall'investimento media che il partner privato ha messo a disposizione, con il coinvolgimento della rete di associazioni culturali del territorio (CRESCO). Il partner privato, con il brand DiLeo biscotti, legato alle tradizioni gastronomiche del territorio, ha inteso rafforzare il legame sostenendo la candidatura in coerenza con i temi contenuti nel dossier.

I PROGETTI SELEZIONATI - Produzioni Culturali D'impresa

WE LOVE CINEMA -HELLO! SERIES

BNL Gruppo BNP PARIBAS

Descrizione sintetica del progetto di produzione culturale d'impresa

BNL è da circa 80 anni banca di riferimento del cinema e sostiene tutta la filiera dell'industria cinematografica. Un impegno che ha permesso di realizzare in questi anni oltre 5.000 film, molti dei quali hanno fatto la storia del cinema italiano. Due anni fa BNL ha lanciato "We Love Cinema", iniziativa dedicata dalla Banca alla community di appassionati del grande schermo, che conta ad oggi circa 120mila fan su Facebook e 34mila follower su Twitter. Attraverso tali canali, BNL celebra il cinema in tutte le sue forme, ponendo in primo piano i protagonisti che contribuiscono alla realizzazione e al successo delle produzioni: dagli attori alle maestranze, fino al pubblico (il nostro claim è prima e dopo il film). Con Hello Series abbiamo voluto posizionarci nel territorio delle web series richiedendo a giovani videomaker/registi la produzione di un contenuto sul tema della digital life. Ai vincitori abbiamo dato la possibilità di produrre e distribuire la loro serie.

FESTIVAL DELLA CULTURA CREATIVA

Associazione Bancaria Italiana

Descrizione sintetica del progetto di produzione culturale d'impresa

La prima edizione del Festival della Cultura Creativa, promosso e realizzato dalle banche grazie al coordinamento dell'Abi. Una manifestazione interamente dedicata alla cultura per ragazzi che si è svolta in 50 città con la partecipazione di oltre 10.000 bambini, articolata attraverso una ricca costellazione di eventi, iniziative e laboratori diffusi su tutto il territorio nazionale e dedicati all'arte, alla pittura, all'archeologia, alla musica, al canto, alla lettura, al linguaggio, al racconto e al teatro. La manifestazione, si è tenuta durante la settimana dal 12 al 18 maggio 2014, rivolta in particolare ai bambini e ai ragazzi dai 6 ai 13 anni, con l'obiettivo di avvicinarli alla cultura e in particolare agli aspetti più "generativi" della creatività. Il Festival è stato un momento di incontro, tra il mondo degli adulti - i genitori, gli insegnanti e gli operatori culturali - e quello dei bambini, ma anche tra il mondo bancario, quello della cultura e il territorio. In questa direzione, proprio le banche sono state il catalizzatore di nuove esperienze culturali e creative, accogliendo e coinvolgendo soggetti e istituzioni locali. La manifestazione - che ha il Patrocinio dell'UNESCO e del Ministero dei Beni e delle Attività Culturali e del Turismo e ha ottenuto la Medaglia del presidente della Repubblica - s'inserisce nel più ampio e articolato Piano d'azione 2014-2015 a sostegno dell'arte e della cultura messo a punto dall'Abi.

I PROGETTI SELEZIONATI - Produzioni Culturali D'impresa

L'ARTE DEL RICICLO

Fondazione Piaggio Onlus

Descrizione sintetica del progetto di produzione culturale d'impresa

Il progetto consiste nella realizzazione di tre mostre e di un convegno incentrati sul tema del "riciclo" inteso come riuso dell'oggetto di scarto che si trasforma e diventa arte o moda. Riciclati ad arte Mostra-laboratorio organizzata in collaborazione con il Comune di Pontedera e con l'azienda toscana Waste Recycling e gli artisti del progetto "SCART". Storie di Terra – il favoloso mondo ceramico di Deborah Ciolli Mostra dedicata al concetto di Uomo Ecologico che vive in armonia e in sintonia con la natura. Le opere sono realizzate con l'utilizzo di legni spiaggiati e altri materiali di recupero come metalli, pietre e frammenti di vetro. L'oggetto ri-fiutato. Tre artisti a confronto tra riuso e post modernismo Collettiva di tre artisti che hanno scelto di esprimere l'arte tramite l'utilizzo di materiali di recupero. Gli oggetti di scarto - legni spiaggiati, ingranaggi meccanici usurati – vengono fiutati dall'artista e tornano a nuova vita trasformati e sublimati in arte. La moda che visse due volte. Il bello e sostenibile dell'artigianalità italiana Convegno Organizzato dalla Fondazione Piaggio in collaborazione con l'Istituto di formazione Modartech e con la Maison Gattinoni. Evento con la partecipazione delle scuole superiori a livello regionale. Tre giovani artisti portano le loro testimonianze di successo sulla moda ecosostenibile. Con questo progetto la Fondazione si propone di sensibilizzare le giovani generazioni verso una cultura e una coscienza ecologica

DISEGNAMI.IT

Bracco Spa

Descrizione sintetica del progetto di produzione culturale d'impresa

Disegnami.it è un concorso nazionale che ha come protagonisti i bambini e i ragazzi fino ai 14 anni. Si è trattato di una simpatica gara di fantasia e disegno su cinque temi (mal di pancia, mal di gola, mal di orecchi, febbre e tosse), nato con l'obiettivo di stimolare i bambini a raccontare i loro sentimenti quando sono costretti a casa da un malanno stagionale. Il progetto è stato sostenuto da un percorso artistico e da un percorso sociale. Il primo ha coinvolto lo storico d'arte Philippe Daverio che ha valutato e paragonato i disegni dei bambini alle opere d'arte dei grandi artisti evidenziando come l'artista ritorni allo stadio della sua infanzia per creare liberamente. Dal punto di vista sociale, il progetto ha portato i laboratori di creatività secondo il Metodo Bruno Munari, nei reparti di pediatria di 5 ospedali su territorio nazionale (Bologna, Milano e Roma). Disegnami.it ha portato tali laboratori, creati ad hoc per il progetto, anche in due musei italiani: la Triennale di Milano e il Museo Explora di Roma. Dal progetto che si è concluso il 26 agosto 14 è stata organizzata una mostra dal titolo TRA COLPI DI TOSSE E COLPI DI GENIO, con alcuni degli oltre 2000 disegni arrivati al sito www.disegnami.it. La mostra ripercorre sia l'aspetto culturale che quello sociale del progetto. Grazie ad un'imponente campagna stampa Disegnami.it è stato ripreso dalle più importanti Radio nazionali, dai principali quotidiani ed è stato protagonista di due servizi televisivi RAI

I PROGETTI SELEZIONATI - **Produzioni Culturali D'impresa**

VOX IMAGO

Intesa SanPaolo

Descrizione sintetica del progetto di produzione culturale d'impresa

Il progetto multimediale Vox Imago si propone di stimolare, favorire e diffondere la conoscenza del melodramma a più livelli, avvalendosi di un volume, di un Dvd, di un Cd, di contenuti rom e di un sito internet. Ogni edizione della collana viene dedicata a un significativo titolo operistico, scelto nel calendario delle rappresentazioni scaligere, i cui temi vengono approfonditi attraverso una serie di chiavi di accesso che guidano alla comprensione degli aspetti musicali, drammaturgici, storici, sociali, culturali e politici. In questo viaggio ideale, il documentario e gli highlight restituiscono il clima culturale che ha visto nascere i capolavori del teatro musicale prescelti. La registrazione integrale in compact disc e nel formato Mp3 consente di apprezzare con immediata fruibilità il genio dei più grandi compositori, mentre il volume, i contenuti rom e il sito internet offrono idee e argomenti per ampliare la conoscenza delle tematiche proposte dal documentario e dall'ascolto.

The Round Table

Via G. Leopardi, 2
20123 Milano – Italy
Tel :

Francesco Moneta

+39. 335. 676.2085

francesco.moneta@theroundtable.it

Segreteria organizzativa

Valentina Nicolò

+39 02. 36528324/9545

premio@culturapiuimpresa.it

valentina.nicolo@theroundtable.it

Grazie per la collaborazione e la disponibilità