

SCHEDA PROGETTO

Titolo progetto: Ostia UP

Ente di finanziamento: MiBAC (*Ministero per i Beni e le Attività Culturali - Direzione Generale Arte e Architettura contemporanee e Periferie urbane*)

Bando di finanziamento: “*Scuola attiva la cultura*”

Partenariato:

- Sei scuole:
 - **Capofila progetto:** Liceo classico Anco Marzio (Classico e Scienze Umane),
 - ITCG, Toscanelli (turistico commerciale),
 - IIS Via di Saponara 150 (turistico),
 - liceo scientifico F. Enriques,
 - i.c. via Giuliano da San Gallo,
 - i.c. Antonio Vivaldi.
- Enti del terzo settore:
 - Affabulazione (produzione teatrale),
 - Magazzino dei Semi (tecnologie creative digitali),
 - Pachis (archeologia e food),
 - a.DNA (urban art, grafica),
 - Arte Degas (fotografia),
 - PMT (progettazione, monitoraggio e valutazione)
- Professionisti impiegati nel progetto:
 - Franco Carrozzino (audiovisivo),
 - Matteo Gori (Architetto visuale),
 - Sebastiano Zammataro (ingegnere informatico e docente dell'istituto scolastico Toscanelli)
- Imprese:
 - Società Ambire srl (formazione e coaching),
 - DotSlot Srl (comunicazione),
 - Netlit srl (tecnologie digitali).
- Soggetto esterno cofinanziatore:

Centro di formazione professionale alberghiero Castel Fusano (Dip.to V serv. 4 Città metropolitana di Roma Capitale)
- Soggetti esterni di supporto in rete:
 - Municipio Roma X (ente locale);
 - Associazione TdL (Teatro del Lido di Ostia),
 - AAA Doc Service srl (audiovisivo),
 - APNS Fotografia (fotografia e editing digitale).

Luoghi di realizzazione: Le attività si svolgono a Ostia e nel Municipio Roma X in 6 presidi territoriali

Durata del progetto: 8 mesi (Ottobre 2019/ Maggio 2020)

Budget:

Complessivo: 100.000 Euro (di cui 20.000 Euro di cofinanziamento)

Contributo del Mibac: 80.000 Euro

Obiettivo Generale: promuovere la cultura per favorire il benessere e migliorare la qualità della vita degli abitanti dei quartieri complessi e prioritari del territorio del Municipio X di Roma Capitale, per la rigenerazione urbana attraverso la realizzazione di attività culturali e creative.

Obiettivi Specifici:

1. Costruire nuove opportunità per il miglioramento sociale ed economico del Municipio X, incubatore di forme innovative di impresa culturale, per modificare l'identità culturale del territorio e disporlo alle effettive possibilità di sviluppo delle pratiche di accoglienza attraverso dinamiche partecipative;
2. aprire la scuola capofila (Anco Marzio) e le 5 scuole partners, quali Presidi Scolastici, al territorio e alla cittadinanza;
3. promuovere una società civile organizzata che prevede l'uso di tecnologie digitali innovative intrecciate a percorsi formativi di impulso alla cittadinanza attiva e mirati al trasferimento di competenze professionalizzanti;
4. rigenerare l'immagine e l'identità di Ostia, stigmatizzata dai media quale città ai margini della legalità, e promuovere un suo rilancio nazionale, anche in chiave turistico-culturale.

Metodologia:

Nella prospettiva della “**collaborazione civica come metodo**” la proposta progettuale Ostia UP si svolge attraverso l'istituzione di **6 Presidi scolastici costituenti un Patto Territoriale** (collaboratorio) aperto alla Società civile tramite la valutazione di un percorso di progettazione partecipata sostenibile.

Azioni progettuali e attività:

Azione 1 – LABORATORI. Ad inizio progetto, i presidi scolastici propongono alla popolazione residente 12 laboratori tematici creativi e di innovazione culturale. Gli esiti dei laboratori saranno resi pubblici ogni bimestre e in una rassegna finale outdoor e indoor

Attività specifiche relative all'azione 1 (LABORATORI):

1. **OSTIA FILMLAB:** acquisizione dei linguaggi tecnici e pratica sui mezzi di ripresa.
2. **Urban ART:** acquisizione di competenze: artista visivo, curatore d'arte, assistente di produzione, ricercatore storico, guida turistica, operatore

- culturale.
3. **CREAZIONE APP:** da scaricare su Android e Tablet per il marketing territoriale.
 4. **TEATRO ITINERANTE E STORYTELLING:** raccolta di fonti orali per recuperare la memoria sociale, sviluppo di moduli di storytelling itinerante di narrazione del territorio.
 5. **STOP MOTION:** editing digitale, animazione visiva e composizione sonora tra tecnologia e manualità.
 6. **3D:** competenze digitali in photoshop, 3DSMax, conoscenza base motori di rendering.
 7. **ARCHEOLOGIA E FOOD:** approfondimento storico-archeologico ricette culinarie dell'antica Roma, eventi archeo-gastronomici ispirati alla vita di una comunità romana nel sito archeologico di Villa di Plinio.
 8. **CITTADINANZA DIGITALE E PROGETTAZIONE:** la formazione di progettisti sociali e comunicatori per la nuova narrazione del territorio, campagne di sensibilizzazione e informazione, con elaborati audiovisivi, uso dei social network, Blog e interazione con la App.
 9. **FOTOGRAFIA:** attività teoriche/pratiche e azioni sul campo orientate alla valorizzazione dei siti di interesse identitario e turistico. Allestimento di mostre ed expo finali.
 10. **WEBRADIO:** Creazione di un canale radio e video su Web con la produzione di podcast. Il canale diffonde notizie sul progetto e di valorizzazione del territorio.
 11. **SVILUPPO COMPETENZE PER IL TURISMO CULTURALE:** gestione e sviluppo impresa, competenze comportamentali quali orientamento al cliente, lavoro di gruppo, capacità di risolvere problemi.
 12. **IDENTITÀ E COMUNICAZIONE:** Creazione dell'identità visiva (logo e immagine grafica integrata) e l'identità delle parole (pay off e body copy).
 13. **LABORATORIO DI COORDINAMENTO:** i Laboratori si incontrano mensilmente in un "Laboratorio sperimentale di innovazione culturale".

Azione 2 – PATTO TERRITORIALE: Stipula di un Patto Territoriale teso alla generazione di comunità solidali e di ambienti favorevoli alla creazione di impresa. Il Patto Territoriale si costituisce come la "cabina di regia del progetto" ed ha la funzione innovativa di partecipare alle attività di valutazione e monitoraggio dell'impatto del progetto sul Territorio.

Attività specifiche relative all'azione 2:

1. Presentazione e **apertura del Patto Territoriale** con la sottoscrizione dei Presidi Scolastici (ottobre 2019).
2. **Elezione di 3 rappresentanti** per ogni Presidio Territoriale entro il primo trimestre di attività, provenienti ciascuno da una realtà diversa, quali, la scuola, il terzo settore e la cittadinanza attiva.
3. **Evento pubblico** (Dicembre 2019) nel quale i 18 rappresentanti eletti sottoscrivono il Patto Territoriale proposto dalle scuole, accettando la proposta dei presidi ed aprendo così la partecipazione e la collaborazione al territorio e

alla società civile, comprese le diverse categorie di imprese, professionisti, ente locale, l'agenzia per l'impiego, la Camera del commercio, i sindacati, gli studenti.

4. **Riunioni mensili** tra i rappresentanti del Patto Territoriale che relazionano sulle attività e sull'impatto dei 12 laboratori distribuiti tra i 6 presidi territoriali attivi (tutti i rappresentanti dei Presidi saranno anche dei partecipanti ai laboratori).

Azione 3 – COMUNICAZIONE E MARKETING: La società civile organizzata produce nuove narrative di marketing territoriale in chiave turistico/culturale.

Attività specifiche relative all'Azione 3:

1. riapertura del “**punto informativo turistico**”, nel centro storico di Ostia;
2. creazione di **1 App** come strumento di marketing territoriale dinamico e in continuo aggiornamento;
3. generazione di **n. 1 impresa di comunità** affiliata al marchio “Ostia UP”;
4. **campagna stampa** nazionale;
5. creazione di **due campagne di crowdfunding** a sostegno dell' impresa giovanile.

Impatto Atteso:

1. Impatto economico atteso

- Formalizzazione di 6 presidi territoriali confluenti in 1 Patto territoriale della società civile tra categorie di imprese, professionisti, ente locale, l'agenzia per l'impiego, la Camera del commercio, i sindacati, in qualità di incubatori di impresa giovanile con percorsi guidati per accesso a finanziamenti locali, regionali e nazionali per le start up giovanili in ambito turistico-culturale
- creazione di minimo 1 impresa giovanile (su turismo culturale e/o ristorazione)
- partecipazione a bandi culturali e finanziamenti per start up.

2. Impatto sociale atteso

- laboratori di formazione professionalizzante di innovazione sociale che coinvolgono circa 300 residenti beneficiari diretti in 12 laboratori innovativi.
- percorsi di progettazione partecipata incubati e valorizzati dal Patto Territoriale, con consulte del volontariato, della cultura, le commissioni municipali commercio, cultura, sociale

3. Impatto ambientale atteso

- realizzare 5 produzioni culturali sul territorio e di valorizzazione del patrimonio archeologico, paesaggistico, architettonico, culturale per promuovere un modello di economia circolare basato su impatto zero
- Rigenerazione di 1 area verde tramite interventi di land art

4. Impatto urbano atteso

identificazione e rigenerazione di 3 spazi inutilizzati restituiti all'uso collettivo

5. Impatto culturale atteso

il Patto Territoriale (collaboratorio) diventa una community hub stabile per la partecipazione attiva e l'incubazione di imprese di comunità.

Innovatività della proposta:

- a) **Innovazione culturale:** Il progetto si basa sulla progettazione partecipata mirata a valorizzare le risorse locali a vocazione turistico-culturale.
- b) **Innovazione istituzionale e giuridico amministrativa:** partenariato pubblico/privato che associa le istituzioni scolastiche ad enti del terzo settore, imprese, professionisti di settore. L'Ente Locale, nella veste dell'assessorato alle politiche sociali e scolastiche, appoggia il progetto. Ulteriore elemento di innovazione è la costituzione di un Patto Territoriale sostenibile e duraturo, una cabina di regia partecipata e ripercorribile alle pratiche di valutazione e monitoraggio dell'impatto del progetto sul Territorio.
- c) **Innovazione sociale:** capacità di generare accoglienza, innanzitutto per i residenti e in modo che possano agire il territorio generando a loro volta nuove possibilità di accoglienza. Il presidio territoriale è il nuovo centro di aggregazione, formazione e socializzazione del quartiere, luogo di prossimità e strumento di animazione sociale e culturale che produce accoglienza. I presidi presuppongono laboratori di innovazione sociale permanente che coinvolgono i residenti sin dalle fasi di analisi del contesto e di sviluppo progettuale, secondo la filosofia del 'bilancio partecipato'.
- d) **Innovazione economica e finanziaria:**
Si prevede la riapertura dello storico "punto informativo turistico", nel centro storico di Ostia. I laboratori di marketing e comunicazione promuovono i risultati di ciascun laboratorio per farli confluire in una App, strumento di marketing territoriale dinamico e in continuo aggiornamento. Una impresa di comunità si costituisce e si sostiene tramite il marchio "Ostia UP".
- e) **Innovazione tecnologica e digitale:** Il progetto di rete Ostia Up prevede l'uso di tecnologie digitali innovative intrecciate a percorsi formativi di impulso alla cittadinanza attiva e mirati al trasferimento di competenze professionalizzanti.