

PIANO DELLE ATTIVITÀ 2021

Sommario

PREMESSA	2
INTERVENTI PROMOSSI E GESTITI SINGOLARMENTE DALLE DIVERSE STRUTTURE OPERATIVE DELLA FONDAZIONE	4
Film Commission	4
Gestione delle attività di produzione, raccolta, conservazione, diffusione e promozione dei materiali audiovisivi	7
Gestione delle attività di catalogazione, valorizzazione e fruizione del patrimonio culturale, attraverso il sistema informativo regionale e le relative banche dati	8
Realizzazione dell'integrazione tra offerta culturale e turistica, attraverso attività di comunicazione web e social media anche mediante l'organizzazione di eventi	14
Attuazione di servizi per la valorizzazione dei musei, degli istituti e dei luoghi della cultura del territorio	18

PREMESSA

La Fondazione Marche Cultura in coerenza con i propri dettami statutari, si occupa, per conto della Regione Marche delle attività di Film Commission e di quelle di produzione, raccolta, conservazione e diffusione dei materiali audiovisivi riguardante la storia, la cultura e le tradizioni delle Marche, nonché della catalogazione del patrimonio culturale e della sua valorizzazione e fruizione, anche attraverso la gestione del sistema informativo regionale e delle relative banche dati. La Fondazione, inoltre, rispetto alle funzioni sopra elencate, opera per la realizzazione dell'integrazione tra l'offerta culturale e quella turistica - attraverso attività di comunicazione web e social media e anche mediante l'organizzazione di eventi - e per l'attuazione di servizi di valorizzazione e promozione di musei, istituti e luoghi della cultura regionali.

Infine, la Fondazione eroga per conto della Regione Marche attività e servizi gratuiti di carattere tecnico specialistico rivolti a cittadini, imprese, istituti e luoghi della cultura del territorio ed esercita le proprie competenze nell'ambito dei principi stabiliti dalla L.R. n. 7/2009 e dalla L.R. n. 4/2010, nonché degli indirizzi e delle direttive approvate dalla Giunta regionale.

Con L.R. 43/2019 di modifica della L.R. 30/2015, la Regione Marche ha individuato la Fondazione come organismo in-house providing ed ha avviato il processo di trasformazione; con DGR 916 del 19/07/2021 sono stati approvati i criteri e le modalità di svolgimento del controllo analogo congiunto. Allo stato attuale, in conformità alle LL.RR. n.7/2009 - n.4/2010 - n.30/2015 e DGR 462 del 19/04/2021 "Indirizzi e direttive per lo svolgimento delle attività della Fondazione Marche Cultura anno 2021", si riporta la previsione delle attività da svolgere nell'anno 2021, distinto per gli ambiti di competenza e in coerenza con il Piano Triennale della Cultura 2021/2023 approvato con Deliberazione dell'Assemblea Legislativa Regionale n. 9 del 20/04/2021.

Il Piano delle attività della FMC indica gli interventi promossi e gestiti singolarmente dalle diverse strutture operative della Fondazione, distinti fra "attività ordinaria" (quella sostenuta dal contributo di funzionamento erogato annualmente dalla Regione a favore della FMC) e "attività straordinaria" (che qualifica azioni da sostenere con fondi aggiuntivi).

Precede la descrizione del Piano l'organigramma delle strutture operative della FMC che comprende lo staff dipendente e i collaboratori e non include la Direzione e i consulenti legali e fiscali.

ORGANIGRAMMA DELLA FONDAZIONE MARCHE CULTURA



INTERVENTI PROMOSSI E GESTITI SINGOLARMENTE DALLE DIVERSE STRUTTURE OPERATIVE DELLA FONDAZIONE

Film Commission

La Film Commission muoverà su tre direttrici di sviluppo:

1. sarà riorganizzata e rafforzata la struttura della Film Commission;
2. saranno potenziati i servizi e le attività della Film Commission sia per promuovere le Marche come luogo di produzione cine televisiva, sia per sostenere il comparto regionale del cinema in tutte le sue funzioni: produzione, distribuzione, esercizio e formazione.
3. saranno rinsaldate le relazioni a livello nazionale e internazionale con le istituzioni che regolano e sostengono l'attività cinematografica.

ATTIVITA' ORDINARIA

1. Promozione delle Marche come luogo di produzione cinetelevisiva anche a fini turistici.

- a) prosecuzione del progetto MyMarche (che avrà compimento nel 2022), sostenuto da Fondazione Marche Cultura con sponsorizzazioni aziendali. Si tratta di uno scouting fotografico ad opera del noto location manager Giuseppe Nardi e della pubblicazione su edizione cartacea di prestigio - destinata in particolar modo al mercato nord americano - di una serie di proposte di location regionali inedite e uniche, luoghi che possano suggerire o ispirare la realizzazione di produzioni cinematografiche, pubblicitarie, televisive e fotografiche e le relative occasioni di valorizzazione turistica e cineturistica;
- b) realizzazione in collaborazione con il Comune di Porto Recanati della seconda edizione del Festival *VediamocineMarche* per la promozione della cinematografia marchigiana e dei giovani cinemakers
- c) realizzazione in collaborazione con il Comune di San Benedetto del Tronto della prima edizione di *San Benedetto MovieStar* per valorizzare l'identità filmica e cinematografica della città.
- d) Condividere e implementare i progetti di promozione promossi dalla Direzione Generale del Cinema e Audiovisivo del MIC e da Italia Film Commission. In particolare sarà realizzato

in concorso con il Provveditorato agli Studi Regionale un progetto di formazione, di educazione all'immagine.

2. **Sostegno alle Produzioni Cinematografiche** che intendono utilizzare il territorio regionale come set. Saranno prestati i servizi canonici di Film Commission alle produzioni che ne faranno richiesta e vieppiù alle produzioni che sono beneficiarie di finanziamenti regionali a valere su Bandi pregressi.

L'assistenza alle produzioni sarà prestata anche in collaborazione con le Amministrazioni locali e attraverso l'attivazione di Convenzioni e Protocolli d'intesa con le Associazioni del territorio (quali al esempio l'ADSI - Associazione Dimore Storiche Italiane, o la Rete Terre Martiniane ecc).

3. **Stesura, pubblicazione e gestione in collaborazione con la Regione Marche di eventuali Bandi** a sostegno del comparto del cinema regionale ovvero a favore delle produzioni cinetelevisive.

4. **Sviluppo della filiera locale.**

- a) organizzazione e coordinamento con la Regione Marche di un Tavolo Tecnico del Cinema partecipato dalle Associazioni di Categoria (CNA Cinema; AGICI; Autori Marche; AGIS; ACEC etc.) e dagli operatori del settore, di tutti i comparti - produzione, distribuzione, formazione, esercizio. Il Tavolo di Coordinamento servirà anche all'elaborazione di una proposta di linee guida di sviluppo del settore cineaudiovisivo regionale, anche in funzione della prossima programmazione dei fondi SIE 2021-2027 della Regione Marche.

- b) organizzazione di attività per la formazione e la professionalizzazione degli operatori del settore. Più nel dettaglio:

- sarà prestata attività di formazione di professionisti che operano nella Produzione per l'upgrade dei loro livelli di conoscenza gestionale, amministrativa e finanziaria, sia sul piano regionale, che su quello nazionale ed europeo;
- si procederà, di concerto con le strutture competenti regionali, alla riformulazione aggiornata dei profili professionali di settore al fine anche di integrare più strettamente il settore dei Codici Ateco 5911 all'interno dei piani di Formazione destinati ai Bandi FSE
- verrà attivato un nuovo database regionale "Actor Marche" un Registro delle Attrici e degli Attori delle Marche finalizzato innanzitutto a normare, a livello regionale, il ruolo

professionale, attraverso l'inserimento di criteri specifici di accesso. Il database potrà essere richiamato all'interno dei Bandi per il sostegno alle imprese di produzione cinetelevisive e condizionarne le scelte in funzione dell'attribuzione del punteggio.

ATTIVITA' STRAORDINARIA

1. Realizzazione di un nuovo sito della Marche Film Commission in grado di comunicare le attività della struttura e che fornisca strumenti e servizi per tutti gli operatori di settore e per le case di produzione, nazionali ed internazionali. Sarà dotato fra l'altro di una location guide attrattiva, una production guide aggiornata e un "registro" degli attori marchigiani;
2. **avvio del progetto di Distretto Regionale del Cinema di Animazione** - come previsto dalla DGR 827/2019 e dal Documento di programmazione Cultura 2019, favorendo la sinergia tra enti di formazione, imprese, associazioni ed enti territoriali;
3. **definire e realizzare**, in raccordo con il Servizio Turismo della Regione, **le azioni di promozione del Cluster Cineturismo**. In esito alla crescente attenzione regionale al fenomeno cineturistico, in presenza di dotazione finanziaria dedicata potranno essere attivati:
 - studi e ricerche nel settore cinematografico e cineturistico, in particolare in ordine alla predisposizione di un Osservatorio Cineturistico, in grado di fornire dati reali ed aggiornati sul fenomeno;
 - corsi per guide cineturistiche che potranno implementare le figure professionali esistenti, anche professionalizzando il precedente livello di "guida turistica".

Come previsto della linee guida regionali – e come già avviato per la presente stagione turistica 2021 - si potrà procedere inoltre all' *"organizzazione di eventi cineaudiovisivi e cineturistici"* che valorizzino i prodotti cineaudiovisivi già realizzati con il sostegno della Regione Marche e di Marche Film Commission creando, attorno ad essi, eventi pubblici articolati in proiezioni, incontri con autori e attori, e proposte cineturistiche in termini di cinewalk o movietour collegati alla tematica video e alle caratteristiche identitarie e turistiche della località ospite.

Le attività inerenti prodotti cineaudiovisivi sostenuti a vario titolo, cineturismo e Cluster Marche Cinema saranno condotte sempre in sinergia con le linee di programmazione del SMT relative all'obiettivo statutario citato dalle linee di indirizzo regionali di: "Realizzazione

dell'integrazione fra offerta culturale e turistica, attraverso attività di comunicazione web e social media anche mediante l'organizzazione di eventi".

4. **partecipazione a Festival e Mercati di settore**, dove avvengono prioritariamente incontri e contatti con le principali produzioni nazionali ed internazionali, e dove sono presenti ed attive nella competizione di mercato le FC regionali più attive. Sarà organizzato un momento celebrativo delle Marche e della cinematografia marchigiana in seno alla 78° edizione della Mostra del Cinema di Venezia
5. progettare e realizzare attività "attrattive" nei confronti delle produzioni cinematografiche ed audiovisive da realizzarsi attraverso la collaborazione di un **ufficio stampa** esperto, dedicato al cinema, capace di superare il livello della semplice comunicazione istituzionale, di risonanza per lo più locale.

Gestione delle attività di produzione, raccolta, conservazione, diffusione e promozione dei materiali audiovisivi

Il patrimonio audiovisivo del settore Mediateca consta di oltre 1.600 documenti con più di 2.000 materiali digitali utili alla fruizione e comprende una sezione master e documentazione inedita di audio/video. Conformemente alle linee di indirizzo della Regione Marche e allo Statuto della Fondazione, il settore provvede alla produzione, raccolta, conservazione e diffusione di materiali audiovisivi riguardanti la storia, la cultura e le tradizioni delle Marche.

In questo settore saranno svolte le seguenti attività:

ATTIVITA' ORDINARIA

1. Riordino e catalogazione del patrimonio audiovisivo mediatecale. Sarà verificato lo stato di conservazione del materiale attualmente presente presso la sede della Fondazione, ne sarà compiuta la catalogazione e laddove possibile e opportuno si provvederà alla digitalizzazione dei documenti.
2. implementazione dell'archivio audiovisivo, attraverso l'acquisizione di materiale inerente alla storia delle Marche, alla valorizzazione del territorio, alle eccellenze paesaggistiche ed ambientali, nonché al patrimonio artistico della regione

3. Ripristino dell'esercizio del deposito legale della produzione cine audiovisiva regionale in coerenza con la normativa vigente.

ATTIVITA' STRAORDINARIA

1. Attività di promozione e valorizzazione del patrimonio della Mediateca. Sarà effettuata una pianificazione dell'attività di promozione e valorizzazione del patrimonio della Mediateca. In particolare verrà realizzato un catalogo multimediale da pubblicare nel sito internet della Fondazione (che sarà completamente ripensato e rinnovato) da promuovere attraverso i canali social anche con creazione di nuovi profili.
2. Progettazione e organizzazione di un Servizio di accesso e consultazione del materiale audiovisivo conservato presso la Mediateca. Saranno predisposte delle postazioni informatiche costituite da un pc, un lettore blue-ray e lettore DVD. Sarà avviata la predisposizione di un Regolamento sul funzionamento della Mediateca corredato dalla Carta dei Servizi per la consultazione e per l'eventuale prestito

Gestione attività di catalogazione, valorizzazione e fruizione del patrimonio culturale, attraverso il SIRPaC

La catalogazione del ricco patrimonio culturale regionale nella banca dati SIRPaC è intesa quale attività trasversale di servizio e di sviluppo per la valorizzazione di tutto il sistema culturale regionale configurandosi come azione prioritaria per la conoscenza, la tutela e la promozione anche mediante la collaborazione con enti ed istituzioni nazionali ed internazionali. L'allineamento e la riorganizzazione dei dati catalografici e fotografici, è azione fondamentale per poter produrre, secondo una logica unitaria di implementazione e consultazione on line, dati strutturati che possano costituire un solido punto di riferimento per ulteriori progetti capaci di coinvolgere il territorio marchigiano, incrementandone l'attrattività.

ATTIVITA' ORDINARIA

1. PIANO DI REINGEGNERIZZAZIONE SIRPaC – STUDIO DI FATTIBILITA'

La Fondazione intende predisporre un piano per una nuova implementazione del SIRPaC a partire dalla ri-progettazione del sistema informatico, al fine di migliorarne o aggiungervi funzionalità, di

garantire l'interoperabilità e l'interfacciamento con altri processi o sistemi nazionali ed europei, di realizzare piattaforme di supporto, di aumentarne qualità ed efficacia (includendo facilità d'uso, manutenibilità, leggibilità), ed eventualmente implementandolo con nuove tecnologie al posto di quelle precedentemente utilizzate.

DESCRIZIONE: In primo luogo la Fondazione avvierà in collaborazione con le competenti strutture regionali (P.F. Beni e Attività Culturali e P.F. Informatica e Crescita digitale) un'interlocuzione da un lato con il Ministero e le Soprintendenze, con la Conferenza Episcopale e gli Enti Locali finalizzata alla formalizzazione di un nuovo accordo per la gestione e la consultazione delle banche dati catalografiche e dall'altro con i principali operatori culturali per la raccolta delle esigenze degli utenti di settore, con particolare attenzione ad impiegati di uffici tecnici, a operatori museali, a catalogatori e a referenti delle università regionali. Successivamente la Fondazione effettuerà una attenta analisi dei processi che governano il sistema per porre le basi alla successiva fase di reingegnerizzazione e scrittura del nuovo sistema informativo. L'obiettivo intermedio sarà quello di mappare le funzioni e la dimensione quantitativa e qualitativa delle competenze esercitate, di analizzare in dettaglio l'organizzazione interna dell'Ufficio Catalogo della Fondazione e l'allocazione e l'utilizzo delle risorse umane, strumentali e tecnologiche disponibili, individuando criticità e ridondanze. L'obiettivo finale sarà quello della integrale, sebbene progressiva, reingegnerizzazione del sistema informatico e informativo del catalogo.

2. MANUTENZIONE ORDINARIA E MESSA IN SICUREZZA DELLA BANCA DATI

Durante tutta la fase di analisi e riscrittura del SIRPaC, la Fondazione, in collaborazione con la P.F. Informatica e Crescita digitale, si occuperà della manutenzione ordinaria e della messa in sicurezza delle banche dati.

Sarà predisposto un piano di interventi urgenti finalizzati all'aggiornamento hardware e software della infrastruttura sia lato back-end, che lato front-end e, altresì, sarà avviata una procedura per l'affidamento del servizio di assistenza manutentiva ed evolutiva triennale.

3. GESTIONE DELLE BANCHE DATI IN RIFERIMENTO ALLE NORMATIVE SU TRATTAMENTO DATI PERSONALI, DIRITTO D'AUTORE E PUBBLICAZIONE DI DATI E IMMAGINI

In base al contenuto della DGR 462/2021 si rendono necessarie una verifica puntuale e un aggiornamento della policy di fruizione del materiale fotografico esistente, nel rispetto della normativa vigente sul diritto d'autore e sul diritto alla pubblicazione, riproduzione e diffusione delle immagini, oltre che una verifica del rispetto del GDPR 679/2016 e della normativa sul trattamento

dei dati personali, per quanto attiene le banche dati catalografiche. L'attività prevista consisterà essenzialmente in un'attenta ricognizione dell'Archivio Fotografico SIRPaC (Fototeca e Banca Immagini) e dei relativi Fondi acquisiti nel corso degli anni a vario titolo dalla Regione Marche, in esito a campagne di catalogazione, a progetti speciali e ad attività di digitalizzazione di intere collezioni di proprietà di istituzioni culturali regionali.

DESCRIZIONE: Sarà effettuata la ricognizione di n. 82 Fondi Fotografici che costituiscono l'Archivio fotografico SIRPaC. Si precisa che un Fondo fotografico è rappresentato dall'insieme omogeneo delle immagini acquisite a seguito di uno specifico intervento di digitalizzazione derivante nella maggior parte dei casi, da convenzioni/accordi della competente struttura regionale per il catalogo e terzi parti titolari degli originali. L'analisi avrà lo scopo di tentare di ricostruire la fonte di provenienza/acquisizione di ogni singolo Fondo per accertarne la tipologia e la natura dei diritti d'uso in capo alla Regione. Successivamente sarà predisposto un piano dettagliato delle azioni da compiere al fine di definire le necessarie autorizzazioni da richiedere ai diretti interessati, qualora non sia possibile ad oggi risalire alla convenzione originale. L'obiettivo finale prevede una mirata attività di redazione e acquisizione dei necessari consensi e autorizzazioni da parte degli autori e dei titolari dei diritti di utilizzazione esclusiva, ai sensi della vigente legislazione sul diritto d'autore (Legge n. 633/1941 e ss.mm.ii.).

4. GESTIONE E IMPLEMENTAZIONE S.I.R.P.a.C.

Saranno assicurate le funzionalità del sistema informativo, sia per quanto riguarda la consultazione sia per quanto riguarda le attività di data-entry e implementazione delle banche dati catalografiche.

DESCRIZIONE: La competente struttura della Fondazione opererà al fine di assicurare la consultazione della banca dati regionale SIRPaC – sia in libero accesso che in modalità registrata –, supportare il completamento dei lavori di integrazione della banca dati regionale con la piattaforma *CulturaSmart!*, garantire le attività di data-entry attraverso il costante supporto tecnico specialistico, operare la normalizzazione dei vocabolari, garantire il trasferimento dei dati delle nuove catalogazioni al sistema ministeriale SIGEC-ICCD, garantire l'assistenza e il coordinamento delle attività progettuali, dalla fase di progettazione, a quella operativa fino alla fase di verifica finale e implementazione dei dati nel sistema.

5. GESTIONE FRONT-OFFICE S.I.R.P.a.C.

Sarà assicurata la funzione dello sportello di front-office così da garantire la celere risposta alle richieste degli utenti del servizio quali: profilazione utenti per accesso riservato; concessione utilizzo immagini alta risoluzione; assistenza ad azioni di studio e ricerca specifica.

DESCRIZIONE: gestione delle richieste da parte degli utenti esterni e azioni di promozione del servizio.

ATTIVITA' STRAORDINARIA

1. NUOVE CAMPAGNE DI CATALOGAZIONE DEL PATRIMONIO CULTURALE: INTERVENTI DI RIORDINO, CATALOGAZIONE, DIGITALIZZAZIONE DEL PATRIMONIO CULTURALE MONUMENTALE: SCHEDE BENE ARCHITETTONICO (SCHEDE A)

OBIETTIVI: fornire una progettualità dettagliata per l'aggiornamento delle schede A e garantire il supporto tecnico specialistico alla competente struttura regionale per l'attuazione di bandi specifici di aggiornamento delle schede di bene architettonico con particolare attenzione agli 80 comuni "del cratere".

DESCRIZIONE: la banca dati regionale contiene 21.081 schede di bene architettonico realizzate secondo la normativa ministeriale (SCHEDE A 2.00) tecnicamente e scientificamente validate, georeferenziate su base areale e aggiornate agli interventi realizzati su beni e strutture a seguito del precedente sisma del 1997. Si rendono necessarie attività di ricognizione ed aggiornamento delle schede A anche in relazione agli interventi realizzati a seguito del sisma 2016-2017.

In previsione della futura reingegnerizzazione del SIRPaC, si intende altresì fornire un'analisi delle schede A volta all'individuazione di contenitori museali e/o luoghi della cultura al fine di mappare la conversione dei dati esistenti con il formato *authority file* Contenitore Fisico (scheda CF) dell'ICCD per l'allineamento con le banche dati ministeriali.

2. NUOVE CAMPAGNE DI CATALOGAZIONE DEL PATRIMONIO CULTURALE: INTERVENTI DI RIORDINO, CATALOGAZIONE, DIGITALIZZAZIONE DEL PATRIMONIO CULTURALE MONUMENTALE: SCHEDE SITO ARCHEOLOGICO (SCHEDE SI)

OBIETTIVI: popolamento delle nuove schede SI versione ICCD di recente implementazione nel SIRPaC e relativa georeferenziazione attraverso attività di mappatura, conversione e aggiornamento delle vecchie schede di sito archeologico versione regionale.

DESCRIZIONE: la banca dati contiene 2.146 schede di sito archeologico tracciato regionale tecnicamente e scientificamente validate nonché georeferenziate su base areale e puntuale. L'aggiornamento dei dati e la successiva migrazione degli stessi saranno realizzati suddividendo l'archivio in 5 gruppi corrispondenti alle aree geografiche provinciali. A tale scopo è già stata avviata una efficace collaborazione con l'ICCD e la Soprintendenza Archeologia Belle Arti e Paesaggio (SABAP) delle Marche che ha censito a sua volta ulteriori 3.000 schede di sito archeologico e si prevede di attivare contatti con le Università del Territorio attive nella ricerca archeologica così da raggiungere un allineamento di tutti i dati.

3. NUOVE CAMPAGNE DI CATALOGAZIONE DEL PATRIMONIO CULTURALE: IL PATRIMONIO CULTURALE MUSEALIZZATO

OBIETTIVI: I dati catalografici relativi ai beni musealizzati presenti nella banca dati regionale sono fondamentali sia per fini di gestione interna (registrazione, incremento patrimoniale, conservazione, movimentazione beni, prestiti, ecc.), che per finalità scientifiche (studio, ricerca, mostre, guide, pubblicazioni), nonché per tutte le azioni di educazione al patrimonio culturale, recupero e ripristino delle raccolte. Si ritiene pertanto necessario avviare una **pianificazione di interventi sistematici** di catalogazione del patrimonio musealizzato attraverso **l'istituzione di un Tavolo di lavoro permanente** a regia regionale con la partecipazione dei soggetti titolari dei beni, degli enti locali, degli istituti di ricerca e delle Università.

DESCRIZIONE: Preliminarmente, la Fondazione effettuerà l'analisi dell'ultimo intervento di *Autovalutazione dei Musei* con la finalità:

- di perseguire il completamento della catalogazione dei beni musealizzati conservati presso le strutture di qualità riconosciute come di interesse regionale e/o identificate quale centro-polo così da sviluppare la qualificazione dell'offerta museale anche in relazione ai criteri di accreditamento al Sistema Museale Nazionale (DM N. 113/2018)
- di valutare la quantificazione del "non esposto", anche in prospettiva del cambio delle esposizioni nonché della valorizzazione multimediale.

Tale analisi sarà presentata al Tavolo di lavoro permanente che dovrà individuare **linee di intervento condivise** che tengano conto anche delle direttive inserite nel piano triennale della cultura con particolare riguardo alla procedura di accreditamento delle strutture museali regionali al Sistema Museale Nazionale; al progetto di valorizzazione "Mostrare Le Marche", relativo al patrimonio culturale delle aree delle Marche colpite dal sisma e ai grandi eventi espositivi in programmazione.

La Fondazione garantirà il supporto tecnico-specialistico nella gestione complessiva delle eventuali campagne di catalogazione che saranno avviate.

4. INTERVENTI DI RIORDINO, CATALOGAZIONE, DIGITALIZZAZIONE DEL PATRIMONIO CULTURALE: SCHEDE CS – SCHEDE SIN – SCHEDE BDI E SCHEDE BA

OBIETTIVI: fornire una analisi dettagliata degli archivi esistenti finalizzata al riordino e alla valorizzazione delle schede CS – SIN – BDI – BA presenti nella banca dati regionale al fine di supportare la competente struttura regionale nell'attuazione di bandi e progetti specifici con particolare riguardo al più ampio progetto regionale pluriennale MARCHESTORIE, al rinnovato interesse per la cultura immateriale e alle azioni previste dal *Recovery Plan* al punto “**Piano nazionale per migliorare l’attrattività dei borghi**”.

DESCRIZIONE: la banca dati regionale contiene:

- 885 schede di centro storico versione regionale (schede CS SIRPaC parzialmente compatibile ICCD) tecnicamente e scientificamente validate e georeferenziate su base areale;
- 500 schede di sito naturalistico di interesse antropologico versione regionale (schede SIN SIRPaC) tecnicamente e scientificamente validate e georeferenziate;
- 200 schede di bene demoetnoantropologico versione 2.00 (schede BDI) tecnicamente e scientificamente validate;
- 2.885 schede di bene audiovisivi versione regionale (schede BA) tecnicamente e scientificamente validate.

Si rendono necessarie sia attività di ricognizione dei dati presenti in SIRPaC sia un eventuale studio di fattibilità per interventi di aggiornamento e/o allineamento delle suddette schede di catalogo alle attuali normative ministeriali ICCD nonché l’avvio di una stretta collaborazione con la SABAP per favorire lo scambio reciproco dei dati.

5. PROGETTI DI VALORIZZAZIONE. STRUMENTO DI CONSULTAZIONE WEB INNOVATIVO. LORENZO LOTTO, L’ARTISTA E L’UOMO

OBIETTIVI: L’attività prevede un nuovo intervento di valorizzazione della figura di Lorenzo Lotto, come artista e uomo, che consiste nella realizzazione di un apposito strumento di consultazione web, secondo un modello replicabile per contenuti e tematismi diversificati. Il modello di consultazione che si intende realizzare prevede, altresì, la creazione di una community di soggetti interessati al patrimonio culturale, costantemente attiva e animata, nonché la messa in atto di azioni di coinvolgimento “dal basso” che rendano l’utente un vero e proprio fornitore di contenuti.

DESCRIZIONE: Si prevede di arricchire le informazioni dei dati catalografici della Banca dati SIRPaC, aggiornati nel 2020, e di valorizzare ancora di più il consistente patrimonio di immagini presenti nell'Archivio Fotografico SIRPaC relativo all'artista, sia in modo puntuale attraverso l'inserimento di commenti (note o piccoli saggi critici che ampliano la descrizione dell'oggetto catalogato) e allegati multimediali (brevi video e/o audio da rendere disponibili come approfondimenti per l'utente), sia tramite la costruzione di percorsi culturali, che mettano in evidenza la relazione tra determinate schede, al fine di rappresentare specifici tematismi o contesti, come ad esempio mostre, musei o itinerari virtuali sul territorio.

Realizzazione dell'integrazione tra offerta culturale e turistica, attraverso attività di comunicazione web e social media anche mediante l'organizzazione di eventi

Il Social Media Team della Fondazione Marche Cultura è composto da un responsabile con funzioni di coordinamento che definisce la strategia, le azioni e attua la fase di controllo delle attività; tre Social Media Specialist che seguono rispettivamente il mercato Italia e la redazione del Blog; il mercato internazionale ed il settore cultura; la parte creativa ed alcuni social media. Si avvale di volta in volta di altre figure interne alla FMC per l'implementazione di progetti speciali. Tutti i membri del team sono impegnati in funzioni comuni secondo esigenza, competenza ed in ragione dei progetti non ordinari in carico.

L'attività si divide tra parte web (sito e blog), parte social (tra mercato nazionale ed internazionale e cluster), campagne di comunicazione e attività off-line (formazione-influencer marketing-photowalk). Affianca la Regione Marche in eventi, fiere ed iniziative sul territorio ed ha costanti rapporti con il territorio per sviluppare nuove conoscenze. Dal 2019 si è dotato di un Osservatorio Digitale che indaga sullo stato di alfabetizzazione digitale del sistema turismo e cultura.

Si riporta sotto un punto-elenco delle attività specifiche che il Social Media Team svolgerà nel corso del 2021 con un minimo dettaglio descrittivo.

ATTIVITA' ORDINARIA

ATTIVITÀ: Blog ufficiale Turismo www.destinazionemarche.it

DESCRIZIONE: gestione del sito, piano editoriale e pubblicazione contenuti

OBIETTIVI: approfondire temi di interesse, suggerire esperienze da realizzare in un linguaggio narrativo ed empatico

ATTIVITÀ: Social Media Marketing – Turismo Mercato Italia

DESCRIZIONE: gestione e presidio di: pagina Facebook “Marche Tourism” – account Instagram “Marche Tourism” – account Twitter “Marche Tourism” – account Pinterest “Marche Tourism” – account Flickr “Tourism” – account Foursquare “Marche Tourism” – account TikTok “Marche Tourism” - canale Youtube “Marche Tourism” – Gruppo Facebook “Destinazione Marche”

OBIETTIVI: attraverso strategie, iniziative e piani editoriali dedicati, promuovere il turismo nella Regione Marche e creare una community profilata Marche

ATTIVITÀ: Social Media Marketing – Turismo Mercato Internazionale

DESCRIZIONE: gestione e presidio di: pagina Facebook “Marche Tourism EN” – pagina Facebook “Marche Tourism DE” – account Twitter “Marche Tourism EN”

OBIETTIVI: presidiare i mercati di interesse internazionale utilizzando la lingua nativa e l’uso del tone of voice corretto

ATTIVITÀ: Social Media Marketing – Turismo Cluster

DESCRIZIONE: gestione e presidio di: pagina Facebook “Marche di Gusto” – pagina Facebook “Tesori delle Marche

OBIETTIVI: valorizzare singoli cluster in base all’interesse dimostrato dagli utenti e dalle politiche turistiche regionali

ATTIVITÀ: Digital Marketing – Ambassador Destinazione Marche

DESCRIZIONE: coordinamento e gestione delle candidature. Pubblicazione di contenuti originali degli Ambassador a favore del Blog e delle attività social. Coinvolgimento degli Ambassador in iniziative sul territorio. Gruppo Facebook “Ambassador Destinazione Marche”

OBIETTIVI: valorizzazione delle competenze ed esperienze marchigiane dedicate al turismo regionale

ATTIVITÀ: Digital Marketing – Gestione banca dati

DESCRIZIONE: raccolta e gestione di lead attraverso database dedicato. Le mail sono sfruttate per l’invio di newsletter periodiche. Realizzazione e raccolta di video e foto attraverso database dedicato

OBIETTIVI: fidelizzare la community acquisita dalle attività del blog e dei social per poter fornire loro aggiornamenti costanti. Dotarsi di una banca dati video-fotografica qualificata ad uso interno ed esterno qualora necessario

ATTIVITÀ: Creatività, grafica, editing video

DESCRIZIONE: servizio di realizzazione di materiale grafico e video e favore della Regione, della FMC e dei suoi settori

OBIETTIVI: sostenere le attività dei servizi regionali e della FMC al fine di migliorare la riconoscibilità e l’identità istituzionale e delle iniziative in programma

ATTIVITÀ STRAORDINARIA

ATTIVITÀ: Regione Marche – Advertising su social media

DESCRIZIONE: azione di adv a sostegno dei contenuti pubblicati sui canali social gestiti

OBIETTIVI: profilare l'utente in target e rendere visibili i contenuti pubblicati

ATTIVITÀ: Regione Marche – Influencer Marketing

DESCRIZIONE: blog tour con travel blogger per la produzione di contenuti da pubblicare su “Marche Tourism” e su quelle degli influencer

OBIETTIVI: comunicare esperienze di viaggio attraverso soggetti influenti e noti a chi decide di pianificare o scegliere una destinazione turistica

ATTIVITÀ: Regione Marche – Sito ufficiali turismo www.turismo.marche.it

DESCRIZIONE: controllo contenuti, implementazione con nuovi contenuti e correzioni elementi non corretti. Gestione del sito

OBIETTIVI: comunicare esperienze di viaggio attraverso soggetti influenti e noti a chi decide di pianificare o scegliere una destinazione turistica

ATTIVITÀ: Regione Marche – Osservatorio Digitale su Turismo e Cultura

DESCRIZIONE: estrarre, aggregare e classificare i dati sulle attività di comunicazione digitale di tutti i soggetti del sistema. Presentazione pubblica del lavoro

OBIETTIVI: ricerca sullo stato di alfabetizzazione digitale dei settori per restituire un documento che attesti i risultati conseguiti, evidenziare le criticità e fornire elementi su cui intervenire per raggiungere performance migliori

ATTIVITÀ: Fano - Città che legge

DESCRIZIONE: formazione agli studenti delle scuole medie superiori sull'uso dei social media per valorizzare il progetto di promozione della lettura

OBIETTIVI: educare le nuove generazioni sul corretto uso dei social e della loro importanza come veicolo promozionale per iniziative culturali

ATTIVITÀ: Montalto Marche – Celebrazioni Papa Sisto V

DESCRIZIONE: comunicazione web e social degli eventi celebrativi e delle destinazioni turistiche del territorio compreso nel progetto (comune capofila Montalto Marche)

OBIETTIVI: mettere in relazione la figura di Sisto V con il territorio ed esaltarne le eccellenze e le possibilità di visita

ATTIVITÀ: Jesi – Mostra “Raffaello - Colocci”

DESCRIZIONE: comunicazione web e social della mostra

OBIETTIVI: oltre ai contenuti propri della mostra, evidenziare le nuove opportunità di fruizione che l'occasione dell'evento hanno creato

ATTIVITÀ: Consiglio Regionale delle Marche – Comunicazione

DESCRIZIONE: comunicazione digital delle iniziative e degli eventi promossi dall'Assemblea Legislativa delle Marche, aventi per oggetto le politiche turistiche e culturali, anche attraverso la messa a disposizione e la gestione di piattaforme per conference rooms.

OBIETTIVI: far conoscere alla comunità regionale le iniziative di carattere non istituzionali e fortemente legate agli interessi comuni, attraverso il linguaggio diretto ed empatico dei social media

ATTIVITÀ: Comune di Ancona – Progetto di Destinazione Turistica

DESCRIZIONE: Brand Book con linee guida relativi alla comunicazione turistica di “Ancona Tourism”. Campagna advertising su Google e social. Corso formazione per operatori turistici. Ricerca dell’Osservatorio Digitale sul Turismo sul sistema ricettivo territoriale. Influencer Marketing.

ATTIVITÀ: Regione Marche – Progetto “Viaggio Italiano”

DESCRIZIONE: apertura e gestione dei social media per il cluster Outdoor a favore di tutte le regioni italiane

OBIETTIVI: valorizzare il bike come esperienza di viaggio e di vacanza praticabile su tutto il territorio nazionale, attraverso le iniziative, gli eventi, i protagonisti ed i percorsi messi a disposizione dai territori

ATTIVITÀ: Fondazione Marche Cultura – Progetto Comunicazione

DESCRIZIONE: strategia di comunicazione digitale delle attività della FMC e dei suoi settori attraverso sito istituzionale e social media. Programmazione e piano editoriale

OBIETTIVI: posizionare FMC sui canali digitali, per esaltarne le funzioni e l’operatività dei settori, evidenziandone l’identità, i valori e l’unicità. Comunicare alla comunità locale la capacità di sviluppo di politiche di sistema nel settore culturale regionale e nazionale

ATTIVITÀ: Regione Marche – Progetto Brand “Marche Cultura”

DESCRIZIONE: creazione di un’immagine identitaria, coordinato grafico, identity book. Campagna di promozione off-line ed on-line “Marche Cultura”.

OBIETTIVI: trasformare le politiche culturali in un brand posizionato, conosciuto e fruibile al grande pubblico. Fornire al sistema culturale regionale ogni soluzione necessaria per identificarsi in una comunicazione unica ed integrata

Attuazione di servizi per la valorizzazione dei musei, degli istituti e dei luoghi della cultura del territorio

In coerenza con le Linee di Indirizzo della Regione Marche e degli strumenti di programmazione culturale regionale, la Fondazione svolgerà attività di supporto alla Regione, in particolare al Servizio Sviluppo e Valorizzazione delle Marche P.F. Beni e attività culturali, collaborando alle iniziative di settore (eventi, manifestazioni, mostre, convegni, conferenze, seminari) e alla progettazione, gestione e realizzazione di campagne di comunicazione integrate di istituti, musei e luoghi della cultura, nonché di beni culturali e paesaggistici marchigiani.

L’azione della FMC nel settore della “valorizzazione dei musei, degli istituti e dei luoghi della cultura del territorio” avrà tre orientamenti prioritari:

- Favorire la digitalizzazione dei musei e dei luoghi della cultura: per quanto riguarda la gestione, l'offerta e la promozione.
- Favorire il coordinamento dei servizi e delle funzioni dei musei, degli istituti e dei luoghi della cultura regionali;
- Sostenere forme di integrazione dell'offerta culturale con il mondo dell'economia, della scuola, del sociale per contribuire a favorire lo sviluppo sostenibile del territorio.

ATTIVITA' ORDINARIA

1. La Fondazione collaborerà con la struttura regionale alla implementazione di CulturaSmart! per l'organizzazione e l'implementazione dei suoi servizi e delle soluzioni di utilizzo, anche nella prospettiva di sostenere la digitalizzazione dei musei e del patrimonio culturale regionale. L'azione di implementazione di CulturaSmart! sarà combinata con la produzione di contenuti digitali originali (in collaborazione con la Politecnica delle Marche, altri istituti regionali e con aziende private) e con azioni di formazioni sulla gestione del patrimonio culturale digitale, a beneficio di conservatori, operatori culturali e tecnici dei musei. A questo scopo precipuo sarà presentata una proposta di progetto in seno al Bando ERASMUS PLUS - Attività chiave 2: Cooperazione per l'innovazione e le buone pratiche - Misura: Partenariati strategici – settore educazione adulti. L'idea è quella di dotare i piccoli musei di figure specializzate (Curatore Digitale) che possano applicare le più moderne risorse digitali a una pluralità di aspetti: management delle strutture, catalogazione delle opere, gestione e aggiornamento degli archivi, disseminazione e promozione del museo via web, ideazione di nuovi format ed esperienze di visita per il pubblico, supporto all'utente sia negli spazi fisici che in quelli digitali.
2. La FMC proseguirà la collaborazione con la Regione Marche per le edizioni annuali di Grand Tour Cultura e Grand Tour Musei, relativamente all'ideazione e predisposizione del materiale grafico, oltreché al coordinamento degli eventi, alla comunicazione e promozione attraverso canali web e social. L'attività della FMC sarà anche tesa a "trasformare" il Grand Tour Cultura e il Grand Tour Musei delle Marche, che oggi costituiscono due importanti azioni di promozione e valorizzazione del patrimonio culturale e museale regionale, ma di carattere episodico e di durata limitata, in un'attività strutturata e permanente. È un'esigenza dei piccoli musei e degli istituti culturali regionali sparsi sul territorio che non godono più

dell'azione di coordinamento già esercitata dalle Province, non partecipano più ai Sistemi Museali. Con questa ambizione la FMC si doterà di una figura di comprovata esperienza nel campo della gestione dei musei e delle reti museali per sperimentare nuove soluzioni in specie attraverso il ricorso alle tecnologie digitali.

3. A seguito della esperienza di Infodi, i webinar di informazione su temi e pratiche culturali realizzati in periodo di lockdown per il covid-19, la FMC ambisce a qualificarsi come centro di informazione culturale della regione. In questo senso si propone di fornire un servizio di hosting e di regia gratuito a tutti gli istituti culturali, musei, biblioteche, archivi che vogliano organizzare incontri, eventi, dibattiti on line. Fra le altre attività la Fondazione promuoverà un ciclo di incontri on line per la presentazione del Supplemento del Capitale Culturale dell'Università di Macerata.

ATTIVITA' STRAORDINARIA

1. Marchestorie. La FMC concorrerà alla realizzazione della prima edizione di Marchestorie, il festival dei borghi, per la promozione del patrimonio culturale immateriale della regione. La Fondazione curerà l'attività della comunicazione e della promozione del festival. L'attività non dovrà avere un carattere effimero ma vertere verso la costruzione di una strategia, di un sistema strutturato di comunicazione dei borghi storici delle Marche.

Allegato: cronoprogramma attività suddiviso per strutture operative