

SERVICE

“LA CITTA’ TRA PASSATO E FUTURO”

= **Relazione illustrativa** =

Sono Patrizia Niccolaini del Lions Club Ancona, da due anni coordinatrice del Service Distrettuale “*La città tra passato e futuro*”, service già realizzato con successo, anche ripetutamente, in numerosi club, sfruttando le molte e diverse possibilità che offre ed è questa la ragione per la quale, assieme ad altri Club proponenti o sostenitori, abbiamo deciso di candidarlo quale service nazionale al prossimo congresso.

Il service risponde in pieno alla Mission 1.5 di accrescere il numero dei soci in modo da poter raggiungere e servire più persone.

Per far questo è necessario farsi conoscere, arrivare a sempre maggiori fasce di popolazione, con particolare riguardo ai giovani, entrare nelle istituzioni, nelle scuole, nel tessuto economico e commerciale delle città come interlocutori qualificati capaci di rispondere a bisogni che non sono solo quelli materiali ma anche culturali, di recupero dei valori, della propria storia e delle proprie radici, riappropriandosi di passato e tradizioni e gettando nel contempo un ponte tra le diverse generazioni.

Il service “La città tra passato e futuro” risponde a tutti questi scopi ed ha permesso a chi lo ha realizzato, ripetendolo anche negli anni tanto da farlo diventare un appuntamento atteso e auspicato, di ricoprire un posto privilegiato nei rapporti con la cittadinanza (sempre più partecipe alle iniziative proposte), le scuole (coinvolte in molte forme, dalle elementari alle superiori), le istituzioni (ben felici di sostenere eventi di riscoperta e ricostruzione storica e identitaria), la stampa (“assetata” di argomenti che interessino la popolazione cittadina e costituiscano eventi culturali e storici) e il tessuto economico cittadino (ben felice di associare il proprio nome ad eventi popolari e culturali).

Tutti questi soggetti, una volta appurata l’importanza degli eventi organizzati e il diffuso interesse tra la popolazione, vengono in qualche modo “fidelizzati” (e chi parla lo fa con cognizione di causa, essendo ormai arrivata Ancona Host al settimo anno di programmazione con eventi annuali plurimi su diversi aspetti della vita della città che riscuotono ogni anno un successo esponenzialmente crescente, mentre altri club sono arrivati al secondo o terzo evento, vedi Matelica e Gubbio) e si crea un rapporto privilegiato per ogni iniziativa si voglia

mettere in campo, oltre attirare una quantità di nuovi soci fra fasce della popolazione prima spesso lontane dai Lions.

Si tratta di un service estremamente duttile, adattabile alle varie realtà territoriali e sociali e, come detto, ripetibile nel tempo in relazione ai tanti aspetti di una città (lo stesso format può toccare infatti un anno la storia della città, poi quella dei suoi quartieri, degli esercizi commerciali storici, degli eventi importanti che vi si sono svolti, le fonti d'acqua, i teatri, le strade, il porto - o la montagna o i parchi o i laghi- , le società sportive e comunque ogni aspetto che interessi e unisca le generazioni) o alle diverse modalità di attuazione, da realizzarsi nella forma e per la durata che ciascun Club riterrà più utile alle proprie esigenze, alla propria organizzazione e capacità economica.

Può trattarsi di una giornata di studi con convegno, di una mostra fotografica aperta alla cittadinanza da realizzarsi con l'apporto di documentazione dalla stessa fornite, anche tramite raccolte promosse dai giornali locali, di un percorso con borse di studio per le scolaresche e agli studenti delle scuole superiori che abbiano portato a termine il miglior lavoro sulla storia della loro città (gli studenti delle ultime classi delle superiori possono essere coinvolti anche con l'alternanza scuola/lavoro nell'allestimento delle mostre o come guide, mentre i piccoli allievi delle elementari possono svolgere un compito di educazione civica accostando le foto che ritraggono i vari luoghi della città antica con quella che è diventata) o di percorsi alla riscoperta di angoli perduti (tutte modalità già sperimentate con successo nei vari Club), della pubblicazione di un libro sulla storia della città o di diverse forme di realizzazione del progetto che hanno tutte lo stesso scopo: da una parte recuperare la propria storia e creare di un momento di incontro e confronto intergenerazionale e dall'altra di aumentare la visibilità dei Lions consentendo di avvicinare soprattutto il mondo dei giovani e della scuola e raggiungere fasce di popolazione prima molto lontane dalle iniziative dei club.

Cosa estremamente interessante è che il risultato di questi eventi può essere permanente, nel senso che dagli studi effettuati sui vari aspetti della città può essere ricavato un libro od un opuscolo che l'amministrazione o il club può donare agli ospiti (vedi Civitanova Marche, Ancona), le foto delle mostre possono essere donate alle varie istituzioni, pubbliche e non, per essere permanentemente esposte come dono dei Lions (sullo scalone del Comune di Ancona, sono state affisse 44 delle 87 foto della prima mostra realizzata precedute dalla nostra targa, mentre quelle delle mostre successive capeggiano in uffici pubblici, amministrazioni, mercati comunali ecc.), possono essere realizzate chiavette dei lavori da

vendere anche permanentemente nelle librerie a favore degli appassionati o cataloghi fotografici commentati con pezzi di costume che ricostruiscono la vita in città, che costituiscono un bellissimo regalo, i filmati realizzati possono essere regalati alle amministrazioni affinché li proiettino (anche in questo caso facendo conoscere i Lions - vedi Club Osimo) nelle occasioni di incontri istituzionali e non e, per di più, tali iniziative possono costituire una fonte di introiti anche considerevoli (se si trova uno sponsor per la stampa di foto, cataloghi e pennette o si ottiene un contributo dalle istituzioni, il ricavato della vendita consente non solo di ripetere gli eventi ma di avere dei fondi anche per altri service).

Possono poi essere fatte altre iniziative collaterali, specie se l'evento non si esaurisce in una sola giornata, attinenti con il tema trattato, anch'esse utilissime non solo a farsi conoscere ma a reperire fondi (dalle presentazioni di libri alle cene con i piatti storici a rappresentazioni cinematografiche o teatrali), tutti eventi che avvicinano una quantità di popolazione.

L'importante è rimanere tra la gente, coltivare i loro ricordi proiettandoli anche verso i progetti futuri per la città, arrivare a tutti.

Quanto ai costi ed ai tempi di realizzazione sono variabili a seconda della forma prescelta e della durata dell'evento: possono essere pari a zero se si dispone di una sala e di relatori che partecipano gratuitamente (come di solito avviene) e si decide di optare per una forma di pubblicità solo sui social o online; possono essere pari al valore della borsa di studio se si sceglie questa forma (ovviamente il lavoro di selezione e divulgazione dell'iniziativa deve essere svolto dai soci), ma anche in questo caso possono essere coinvolti degli sponsor azzerando i costi e intessendo rapporti con imprenditori e istituzioni; possono essere anche molto elevati, come nel caso di Ancona (campagna pubblicitaria, stampa cataloghi, locandine e manifesti, affissione, allestimento mostra, stampa foto, guardiania, assicurazioni, eventi collaterali) ma interamente coperti da sussidi pubblici (amministrazione comunale, regione) e privati (confartigianato, confindustria, banche, arcidiocesi, esercizi commerciali, giornali locali, ordini professionali ecc) e dalla vendita dei cataloghi in mostra e presso le librerie (solo nella scorsa edizione della mostra sono stati incassati oltre 8.000,00 euro), quindi a costo zero per il club ed anzi con notevoli ricavi (ovviamente questo è un risultato raggiunto con gli anni, partendo da singole giornate sugli angoli perduti della città).

Con un buon progetto sul recupero culturale si può anche partecipare a bandi comunali e regionali che danno ottimi risultati perché interessano sia il settore della cultura che quello del turismo e che hanno particolare attenzione al coinvolgimento dei giovani.

Quanto all'organizzazione, qualora l'evento diventi più complesso (negli altri casi basta l'apporto dei soci) è necessario creare un comitato organizzatore (che si occupi della gestione generale dell'evento, dei rapporti con le istituzioni, con gli sponsor e la stampa) ed un comitato scientifico (che si occupi dei contenuti dell'evento, degli interventi, della stesura dei testi, dell'impostazione storica e dei cataloghi ecc.).

Inoltre è importantissima la comunicazione: i club che non abbiano un addetto stampa possono incaricare un socio dei rapporti con la stampa che, se coinvolta, aderisce volentieri ad ogni iniziativa che riguardi il territorio.

Trattandosi, appunto, di un service che riguarda il territorio è importante interagire con i relativi assessorati (comunali e regionali) lavorando in partnership con loro e non chiedendone semplicemente il patrocinio: offrire un ruolo nella presentazione o nella realizzazione di un evento che riguarda il proprio territorio o la propria città contribuisce, oltre che alla realizzazione dell'iniziativa, a creare un rapporto di fiducia e di collaborazione che potrà essere speso più volte in futuro e consente di usufruire dei rispettivi uffici stampa con un impatto sicuramente notevole sui risultati e un risparmio economico non sottovalutabile.

Si tratta quindi di un service che può essere realizzato da ogni club e che può crescere di anno in anno e per tutti questi motivi e per molti altri che mi auguro potrete constatare di persona riteniamo che questo service debba essere esportato su tutto il territorio nazionale. Altro aspetto importante: raggiungere e farsi conoscere e apprezzare dalle fasce giovani della popolazione coinvolte nei vari eventi costituisce punto di forza per la creazione e l'implementazione dei Club Leo.

Qui di seguito, in sintesi, riassumo quelle che sono le finalità di Club nella realizzazione del service:

- **promuovere i rapporti con le Istituzioni territoriali, le Associazioni di categoria e/o le singole realtà/i singoli individui**, in grado di contribuire alla ricostruzione di un patrimonio storico territoriale attraverso video/foto e/o altri materiali di valore artistico/culturale, mettendo a disposizione spazi espositivi e/o collaborando in qualsiasi altra forma possa servire a realizzare queste iniziative così creando anche un legame forte con le stesse che può durare nel tempo e di cui usufruire per ogni iniziativa Lions
- **aumentare la visibilità del Club e dell'attività Lionistica all'interno della propria comunità, puntando soprattutto ai giovani** attraverso la promozione di queste

iniziative nelle scuole e/o collaborando direttamente con le stesse alla realizzazione dell'iniziativa, **avvicinando i ragazzi alla "loro" storia e avvicinandoli, al contempo, alla realtà e alle attività dei Lions.**

- **individuare nella promozione culturale e, soprattutto, nella valorizzazione della storia dei territori, un obiettivo importante di "ricostruzione identitaria" della collettività,** fondamentale tanto quanto la solidarietà e la vicinanza ai bisogni delle fasce più deboli della popolazione, **perché "servire" in una società sempre più disgregata sia anche e sempre più promuovere, socialità, senso di appartenenza ad una comunità, al suo territorio e alle sue tradizioni, e, quindi, conoscerne la storia, per immaginarne il futuro.**

Un'ultima nota: quello che vi ho illustrato è un service per molti versi "anomalo" rispetto a quelli su cui siamo abituati a lavorare, ma rivalutare la cultura, la riscoperta dei valori, delle proprie radici e dei punti di incontro tra generazioni è uno dei servizi più grandi che possano essere fatti e un nuovo modo per riaffermare con orgoglio "we serve!".

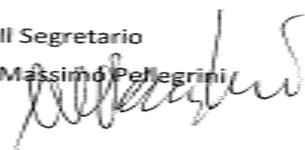
Grazie infinite per l'attenzione.

Patrizia Niccolaini

Lions Club Ancona Host

Il Segretario

Massimo Pellegrini



Il Presidente

Michele Menghini



Piano d'azione e comunicazione

(Service nazionale)

Obiettivo: Mettere a confronto la storia di ieri, oggi e domani della propria città creando momenti di incontro e confronto intergenerazionali e aumentando conseguentemente la visibilità dei Lions facendoli diventare interlocutori privilegiati nei rapporti con la cittadinanza, le scuole, le istituzioni, la stampa ed il tessuto economico cittadino, raggiungendo fasce di popolazione prima lontane dal Club e favorendo la creazione di Club Leo.

Progetti	Sfide/Ostacoli	Soluzioni possibili
1) Realizzazione di convegni che evidenzino il la metamorfosi della città sia dal punto di vista architettonico che nelle usanze quotidiane di vita	Identificare esperti di alto livello in grado di rendere la trattazione degli argomenti fruibili a tutti i livelli di popolazione e particolarmente ai giovani Trovare una location adeguata che in qualche modo rappresenti l'argomento trattato dal convegno Pubblicizzazione dell'evento	Identificare i relatori nelle università e nelle amministrazioni pubbliche Coinvolgere la pubblica amministrazione nell'identificazione della sala. Appoggiarsi ai canali locali di informazione quali: radio, TV e giornali. Coinvolgere la pubblica amministrazione al fine di sfruttare i relativi canali pubblicitari. Progettare una campagna su social media anche forzata i cui costi sono irrisori. Stampare volantini e manifesti. Produrre materiale divulgativo per rendere vivo il service anche dopo il suo svolgimento (cataloghi, chiavette con le presentazioni etc.)
2) Realizzazione di una mostra fotografica che evidenzi la metamorfosi della città sia dal punto di vista architettonico che nelle usanze quotidiane di vita con possibile visuale anche	Raccolta del materiale necessario che non sia solamente illustrativo di case strade ecc. ma che racconti la vita e le abitudini dei luoghi fotografati	Attingere agli archivi comunali e a lavori e libri sulla storia della città, identificare soggetti a conoscenza della storia della città, fotografi storici con i loro archivi, chiedere ai cittadini ed ai quotidiani locali

<p>sugli sviluppi futuri o che tocchi caratteri specifici della vita cittadina (quartieri, chiese, mura, acque, feste, sport, teatri, esercizi commerciali, luoghi di divertimento, mari o montagne, porti ecc..) con eventuale stampa di un catalogo che raccolga foto, storie e documenti ed eventi collaterali a tema</p>	<p>Trovare una location adeguata che sia consona al tema trattato e usufruibile facilmente anche dalle scolaresche</p> <p>Provvedere ad un'adeguata guardiania che consenta l'apertura per il maggior tempo possibile della mostra</p> <p>Coinvolgere i giovani delle scuole superiori sia nell'allestimento che nelle guide alla mostra</p> <p>Coinvolgere le insegnanti delle scuole elementari e medie affinché la visita alla mostra e lo studio della storia della città diventi oggetto di lezioni di educazione civica</p> <p>Identificare degli esperti di lato livello per rendere la narrazione fotografica omogenea e conseguente al filo logico ed al messaggio che si vuole inviare, per provvedere all'allestimento e all'eventuale stesura dei cataloghi</p> <p>Pubblicizzazione dell'evento</p>	<p>Coinvolgere la pubblica amministrazione o associazioni private (banche, fondazioni, associazioni cittadine), nell'identificazione della sala</p> <p>Chiedere all'amministrazione o all'ente proprietario della sala di impiegare propri dipendenti includendo ciò nella proposta di sostegno; impiegare propri soci; impiegare soggetti socialmente bisognosi prevedendo un compenso</p> <p>Rivolgersi al Provveditorato sia direttamente che attraverso i singoli professori o presidi</p> <p>Rivolgersi alle singole insegnanti o ai presidi in sede di programmazione</p> <p>Si possono identificare tra coloro che hanno scritto sulla città, giornalisti, soggetti che hanno lavorato o lavorano nelle amministrazioni pubbliche, storici dell'arte, arcidiocesi, parrocchie</p> <p>Appoggiarsi ai canali locali di informazione quali: radio, TV e giornali. Coinvolgere la pubblica amministrazione al fine di sfruttare i relativi canali pubblicitari.</p> <p>Progettare una campagna su social media anche forzata i cui costi sono irrisonanti.</p> <p>Stampare volantini e manifesti. Produrre materiale divulgativo per rendere vivo il service anche dopo il suo svolgimento (cataloghi, chiavette con le presentazioni etc.)</p>
--	---	--

	<p>Realizzazione eventi collaterali</p> <p>Reperimento risorse</p>	<p>Usufruire della location della mostra per esempio per la presentazione di libri sull'argomento o per convegni a tema</p> <p>Contributi comunali e regionali, sponsor, vendita cataloghi e chiavette</p>
<p>3) Indizione di Borse di Studio per gli alunni delle scuole superiori che abbiano realizzato il miglior studio (o il miglior filmato) sulla storia della città e la vita che vi si svolgeva o su un particolare aspetto della stessa</p>	<p>Individuare le scuole cui rivolgersi senza creare disparità o scelte divisive</p> <p>Identificare i soggetti che debbano giudicare i lavori svolti</p> <p>Trovare una location adeguata per la presentazione e la premiazione dei lavori per portarli a conoscenza dei cittadini</p> <p>Trovare uno sponsor che finanzi la borsa di studio</p> <p>Pubblicizzazione dell'evento</p>	<p>Rivolgersi al provveditorato o direttamente ai presidi delle scuole offrendo a tutte la possibilità di partecipazione</p> <p>Creare una commissione composta da soci ed esperti</p> <p>Coinvolgere le scuole o l'amministrazione per identificare una sala idonea</p> <p>Può trattarsi dell'amministrazione stessa, di un privato oppure il service può essere realizzato con fondi del club</p> <p>La pubblicizzazione preventiva può avvenire tramite canali scolastici o comunali, oltre che a mezzo stampa e sui social. In occasione della premiazione è opportuno far ricorso ai canali locali di informazione quali: radio, TV e giornali, oltre che ai social. La pubblica amministrazione può sfruttare i suoi canali pubblicitari. Stampare volantini e manifesti. Produrre materiale divulgativo per rendere vivo il service anche dopo il suo svolgimento (chiavette con le presentazioni etc.)</p>

<p>4) Realizzazione di un libro sulla storia della città o su un particolare aspetto della stessa</p>	<p>Identificare esperti di alto livello in grado di rendere la verità storica e la trattazione degli argomenti fruibili a tutti i livelli di popolazione e particolarmente ai giovani</p> <p>Individuare un curatore (o un comitato scientifico) responsabile dei contenuti letterari, storici e grafici</p> <p>Trovare un editore per la stampa del libro e sponsor</p> <p>Pubblicizzazione dell'evento</p>	<p>Identificare gli estensori tra gli scrittori, nelle università, nelle amministrazioni pubbliche o tra coloro, esperti di storia cittadina, che abbiano già affrontato l'argomento</p> <p>Appoggiarsi ad istituti universitari, storici e ad esperti della materia</p> <p>Possono essere fatti accordi con gli editori per la successiva vendita, ci si può rivolgere alle amministrazioni pubbliche donando in cambio copie del libro o a sponsor privati (es: Banche) che possono utilizzarli non solo come pubblicità ma come dono per i propri clienti locali</p> <p>All'uscita del libro deve essere fatta un'adeguata pubblicità e non solo con una presentazione formale (presso il comune, una banca o una libreria ad esempio) appoggiarsi ai canali locali di informazione quali: radio, TV e giornali. Coinvolgere la pubblica amministrazione al fine di sfruttare i relativi canali pubblicitari. Progettare una campagna su social media anche forzata i cui costi sono irrisori. Stampare volantini e manifesti.</p>
<p>5) Realizzazione di eventi a tema storico sulla città (Rappresentazioni</p>	<p>Individuare l'evento che si vuole creare tenendo conto del format e andando a toccare un tema che</p>	<p>Di volta in volta bisogna definire bene l'evento individuando i soggetti più idonei alla sua realizzazione e coinvolgendo</p>

<p>teatrali, anche dialettali, ricostruzioni storiche, cene con antichi cibi tipici, visite guidate ecc)</p>	<p>costituisca ricostruzione storica dei costumi, delle usanze, dei percorsi</p> <p>Trovare una location adeguata</p> <p>Pubblicizzazione dell'evento</p>	<p>l'amministrazione nella progettazione e realizzazione</p> <p>Può essere un teatro, una piazza dove tenere manifestazioni o cene tipiche (strutture di competenza comunale) o la determinazione di un percorso storico a favore di adulti o scolaresche e le soluzioni devono essere adattate ai singoli eventi</p> <p>Appoggiarsi ai canali locali di informazione quali: radio, TV e giornali. Coinvolgere la pubblica amministrazione al fine di sfruttare i relativi canali pubblicitari.</p> <p>Progettare una campagna su social media anche forzata i cui costi sono irrisori.</p> <p>Stampare volantini e manifesti.</p> <p>Produrre materiale divulgativo per rendere vivo il service anche dopo il suo svolgimento</p>
--	---	--

Risorse necessarie (persone)	Risorse necessarie (materiali)
-------------------------------------	---------------------------------------

Progetto 1	
-------------------	--

<p>n.1 - responsabile di progetto n.1 – responsabile rapporto con i relatori n.1- responsabile rapporti con la pubblica amministrazione n.1 – responsabile comunicazione n.1 – responsabile rapporti con eventuali sponsor</p>	<p>Supposto che la sala opportunamente attrezzata sia messa a disposizione a titolo gratuito (in caso contrario il costo può aggirarsi sui 500 euro) le spese sono relative ad eventuali rimborsi spese per i relatori (indicativamente attorno ai 200 euro a persona) e alla produzione del materiale divulgativo (spesa variabile da 150 euro – pubblicità forzata sui social – a 1.000 euro – stampa e affissione manifesti, oltre l'eventuale produzione di chiavette – circa 6 euro l'una – e opuscoli illustrativi – da 1 a 3 euro a seconda della quantità e dei contenuti).</p>
--	---

Progetto 2	
-------------------	--

<p>n.1 - Responsabile di progetto n.1 – comitato organizzatore (membri a seconda dell'entità del progetto con specifici compiti) n.1- comitato scientifico</p>	<p>Sala opportunamente corredata di supporti (se non messa a disposizione dell'amministrazione il costo varia a seconda della grandezza, del periodo di esposizione e degli accordi raggiunti e può essere stimato dai 1.000 ai 3.000 euro); stampa foto (a</p>
--	--

<p>n.1 – responsabile comunicazione n.1 – allestitore n.1 – pubblicitario n.1 – tipografo</p>	<p>seconda del tipo di foto, del tipo di supporto, della grandezza, il costo può andare da 5/6 euro a foto a 70/100 euro);guardiana (se non fornita dall'amministrazione e non fatta dai volontari, può aggirarsi, a seconda della durata della mostra e degli orari di apertura, da 500 a 3000 euro circa); stampa eventuale cataloghi/chiavette (il costo per i cataloghi varia a seconda del numero dei cataloghi del loro contenuto, del tipo di carta che si usa, del numero delle foto e dei testi, andando da un minimo di 7 euro a catalogo a somme maggiori, costo cui va aggiunto quello per l'impaginazione, il controllo dei contenuti e lo studio grafico per una somma di circa 1000 euro); allestimento e disallestimento (il costo, se si vuole dare un'impronta professionale e un allestimento di livello per la qualificazione della mostra – altrimenti può essere fatto anche dai soci – si aggira sui 1000/1500 euro); eventuale assicurazione (se i locali messi a disposizione o affittati non sono muniti di assicurazione per eventuali incidenti agli utenti ed al personale impiegato è opportuno provvedervi, per un costo variabile a seconda della location e della durata della mostra tra i 300 e i 600 euro circa) produzione del materiale divulgativo (il costo della stampa dei manifesti e locandine varia a seconda del numero prodotto, da qualche euro a copia a somme decrescenti per numeri maggiori; il costo dell'affissione oltre che a variare da comune a comune ed alle posizioni scelte dipende dal numero dei manifesti e dalle loro dimensioni, stimabile nella media in circa 350/500 euro; la distribuzione delle locandine nei negozi e dei volantini può essere fatta con gli scout o con altre cooperative sociali ad un prezzo minimo attorno ai 150/200 euro; la pubblicità forzata sui social, anche ripetuta, comporta un costo attorno ai 200 euro; gli eventi collaterali possono essere privi di costi se svolti nella stessa location della mostra o con costi limitati ai materiali divulgativi (es. volantini).</p>
<p>Progetto 3</p>	
<p>n.1 - responsabile di progetto n.1- responsabile rapporti con le scuole n.1 – commissione giudicante n.1 – responsabile comunicazione n.1 – responsabile rapporti con eventuali sponsor</p>	<p>Supposto che la sala opportunamente attrezzata per presentazione e premiazione sia messa a disposizione a titolo gratuito (in caso contrario vale quanto sopra detto circa l'affitto di una sala, il cui costo potrebbe aggirarsi attorno ai 500 euro), le spese sono relative all'importo della borsa di studio (la cui entità può essere stabilita da ciascun club); alla produzione del materiale divulgativo (in questo caso limitata, visto che basta interessare il provveditorato ed i presidi delle scuole portando loro un bando che può essere auto-prodotto); alla</p>

	<p>produzione di eventuali chiavette (se si tratta di un video può semplicemente essere trasportato sul supporto con il costo della chiavetta di qualche euro) o opuscoli divulgativi (il cui costo varia a seconda della tipologia del contenuto, delle foto ecc. da un minimo di 2/3 euro – o anche di meno – in su)</p>
--	--

Progetto 4	
<p>n.1 - responsabile di progetto n.1- curatore responsabile contenuti letterari e grafici o comitato scientifico n. (variabile) – scrittore/i n. 1 - responsabile impaginazione e stampa n.1 – responsabile comunicazione n.1 – rapporti con pubblica amministrazione ed eventuali sponsor</p>	<p>Supposto che gli estensori del libro forniscano la loro opera gratuitamente (in caso contrario il costo non è prevedibile, dovendo essere stabilito con l'autore in sede di determinazione del budget), le spese sono relative all'impaginazione e stampa del libro (variabili a seconda della lunghezza, del contenuto, della qualità dei materiali impiegati, della copertina ecc., con un minimo stimabile da 7/10 euro a copia in su); alla produzione del materiale divulgativo dell'evento di presentazione qualora non venga fatto da librerie o dall'amministrazione (se ci si limita ai social, anche forzando la pubblicità il costo si aggira sui 200 euro).</p>

Progetto 5	
<p>n.1 - responsabile di progetto n.1 – comitato organizzatore degli eventi n.1- responsabile rapporti con la pubblica amministrazione n.1 – responsabile comunicazione n.1 –responsabile rapporti con gli sponsor</p>	<p>Variano a seconda del tipo di evento che si vuole produrre. Per uno spettacolo teatrale è necessario disporre della sala (spesso offerta gratuitamente dal comune o affittata ad un prezzo che può andare dai 500 euro ai 2000 circa per un teatro); per le ricostruzioni storiche di spazi consoni (anche questi spesso messi a disposizione dall'Amministrazione o affittati ai costi sopra indicati) e dei costumi (spesso anch'essi reperibili nei magazzini del comune o di qualche teatro o affittabili con costi dai 30 ai 50 euro ciascuno), le visite guidate nei luoghi della storia necessitano del pagamento della guida, qualora la stessa non si offra gratuitamente (con un costo di circa 100/150 euro per mezza giornata), le cene storiche tipiche sono quasi sempre organizzate dai ristoratori scelti e la location se non presso gli stessi offerta dal comune. Restano le spese relative alla produzione del materiale divulgativo (variabili, con i costi indicati per gli altri tipi di service, a seconda di che cosa si vuole produrre), tenendo però conto che saranno gli stessi ristoratori a pubblicizzare l'evento e che in questo caso i social sono il miglior mezzo di diffusione.</p>

CHE COSA?			
<p>Obiettivo 1):</p> <p>Realizzazione di convegni che evidenzino il la metamorfosi della città sia dal punto di vista architettonico che nelle usanze quotidiane di vita</p>			

COME? (azioni da intraprendere)	QUANDO? (Data di scadenza per il completamento)	CHI? (Persone responsabili delle azioni)	COME SI SAPRA'? (In che modo sarà possibile stabilire di aver portato a termine le varie azioni)
- Nominare i responsabili delle varie azioni all'interno del club	Prima assemblea o direttivo utile	Soci del club	Delibera direttivo
- Definire argomento e titolo del convegno	Non appena presa la decisione di realizzare l'evento	Possono farlo il direttivo o l'assemblea o il socio proponente anche con l'aiuto dei relatori	Delibera direttivo/assemblea
- Definire le modalità di realizzazione	Subito dopo la scelta di titolo e argomento	Responsabile del progetto	Comunicazione al Consiglio
- Coinvolgere le pubbliche amministrazioni	Dal momento in cui si decide di realizzare l'evento	Responsabile dei rapporti con le pubbliche amministrazioni	Delibere di concessione dei patrocinii, delle sale, dei contributi economici
- Coinvolgere eventuali sponsor	Una volta determinato il progetto	Responsabile rapporti con gli sponsor	Concessione contributi
- Scegliere e prenotare la location	Una volta pronto il progetto di massima	Responsabile del progetto e amministrazione concedente	Comunicazione al Consiglio
- identificare e contattare i relatori	Subito dopo la determinazione del titolo e del progetto di massima	Responsabile contatti con i relatori	Comunicazione al Consiglio
- stabilire una scaletta di interventi	Una volta determinato su che cosa si interviene in relazione al tema	Responsabile del progetto, dei rapporti con i relatori, relatori stessi	Comunicazione al consiglio
- assicurarsi che la sala sia munita	Al momento della prenotazione e nei	Responsabile del progetto	Verifica del materiale

di tutti i dispositivi necessari	giorni precedenti l'evento		
- coordinare gli interventi	Subito prima dell'evento e durante lo stesso	Giornalista o responsabile comunicazione	Comunicazione al Consiglio
- Inviare gli inviti	10/15 giorni prima dell'evento	Segretario Club	Avvenuto invio
- Pubblicizzare l'evento	Dal momento in cui sono definiti data, relatore e veste grafica * I tempi di realizzazione del service (tenendo anche conto della disponibilità della sala e dei relatori) possono variare da qualche settimana a qualche mese; un lasso di tempo abbastanza lungo favorisce la pubblicizzazione dell'evento	Responsabile comunicazione	Notizie stampa, social, manifesti, locandine ecc..

Obiettivo 2):

Realizzare una **mostra fotografica** che evidenzi la metamorfosi della città sia dal punto di vista architettonico che nelle usanze quotidiane di vita con possibile visuale anche sugli sviluppi futuri o che tocchi caratteri specifici della vita cittadina (quartieri, chiese, mura, acque, feste, sport, teatri, esercizi commerciali, luoghi di divertimento, mari o montagne, porti ecc..) con eventuale stampa di un **catalogo** che raccolga foto, storie e documenti **ed eventi collaterali** a tema

COME?	QUANDO?	CHI?	COME SI SAPRA'?
- Scegliere il tema della mostra	Quando si intende realizzare l'evento	Soci del club/Direttivo	Delibera Direttivo / Assemblea
- Nominare un responsabile del progetto	Primo direttivo utile	Direttivo	Delibera direttivo

- Nominare un comitato organizzatore esecutivo	Primo direttivo utile	Responsabile del progetto/Direttivo	Delibera direttivo
- Individuare e nominare un comitato scientifico	Non appena chiaro il tema della mostra ed i suoi risvolti	Responsabile del progetto/comitato organizzatore	Informativa al direttivo
- Individuare responsabile della comunicazione, allestitore, pubblicitario e tipografo	Prima riunione dopo la nomina dei comitati	Responsabile del progetto/comitato organizzatore	Comunicazione al direttivo
- contattare la pubblica amministrazione per il coinvolgimento nel progetto, concessione della sala, pubblicità	Non appena definito il progetto	Comitato organizzatore	Comunicazione al direttivo
- scegliere e prenotare location	Dopo le risposte di disponibilità dell'amministrazione e di eventuali sponsor	Comitato organizzatore	Delibere delle pubbliche amministrazioni/sponsor/ comunicazione al direttivo e ai soci
- raccogliere e scegliere foto	Subito dopo la nomina del comitato organizzatore e di quello scientifico	Comitato organizzatore, responsabile progetto, amministrazione se coinvolta	Comunicazione direttivo/soci
- raccogliere e scegliere testi per eventuale catalogo	Una volta scelte le foto ed individuato il messaggio che si vuole dare	Comitato scientifico	Comunicazione direttivo
- contattare gli sponsor	Una volta definito il progetto	Comitato organizzatore	Comunicazione al direttivo
- raccogliere i patrocini	Una volta definito il progetto	Comitato organizzatore	Delibere

- contattare provveditorato e scuole	Una volta definito il ruolo dei ragazzi e stabilita la data di svolgimento della mostra e degli eventi collaterali	Comitato organizzatore	Comunicazione al direttivo
- allestire la mostra	Subito dopo aver avuto la disponibilità della sala, solitamente qualche giorno prima dell'inaugurazione	Allestitori/ soci	Occupazione spazio espositivo
- organizzare la campagna pubblicitaria	Contemporaneamente alla definizione dell'evento	Responsabile comunicazione/pubblicitario	Manifesti, giornali, locandine, pubblicità sui social ecc...
- organizzare l'inaugurazione	Almeno 15/20 giorni prima della data fissata	Comitato organizzatore	Avvisi ai soci e alle autorità
- realizzare l'evento principale e di quelli collaterali	Data fissata e appuntamenti collaterali nelle date stabilite	Responsabile del progetto/comitato organizzatore/comitato scientifico	Apertura mostra/ realizzazione eventi
	<p>*I tempi di realizzazione del service sono in genere piuttosto lunghi (da 2/3 mesi a 7/8 a seconda dell'importanza e della complessità dell'evento principale e degli eventi collaterali nonché della redazione di eventuali pubblicazioni).</p>		

Obiettivo 3):

Indizione di **Borse di Studio** per gli alunni delle scuole superiori che abbiano realizzato il miglior studio (o il miglior filmato) sulla storia della città e la vita che vi si svolgeva o su un particolare aspetto della stessa

COME?	QUANDO?	CHI?	COME SI SAPRA'?
- Individuare il tema specifico da trattarsi	Quando si intende realizzare l'evento	Soci del club/direttivo	Delibera
- Nominare un responsabile del service ed i vari responsabili	Primo direttivo utile	Direttivo	Delibera
- Decidere in che modo finanziare la borsa di studio	Primo direttivo utile	Soci club	Delibera
- Contattare eventuali sponsor	Non appena pronto il progetto di massima	Responsabile rapporti con gli sponsor	Copertura totale/parziale borsa di studio
- Fissare termini e modalità del concorso	Una volta determinati il tema e l'obbiettivo	Responsabile progetto/direttivo	Delibera
- Prendere contatto con il provveditorato e/o con i presidi delle scuole interessate	Non appena pronto il progetto e stabiliti i termini di partecipazione	Responsabile rapporti con le scuole	Comunicazione al direttivo
- Nominare un comitato scientifico che valuti i lavori svolti	Non appena indetto il concorso	Responsabile del progetto/direttivo	Delibera
- Contattare l'amministrazione comunale per renderla partecipe dell'evento e chiedere la disponibilità di uno spazio idoneo per la presentazione e premiazione dei lavori, in caso non fosse possibile ottenerlo individuare e	Una volta preparato il progetto di massima	Responsabile del progetto	Comunicazione al direttivo, delibera pubblica amministrazione

<p>prenotare una sala</p> <p>- dare pubblicità all'evento</p> <p>- assegnare il premio e gli attestati al termine della selezione</p>	<p>All'interno delle scuole fin dalla sua progettazione, all'esterno in vista della premiazione</p> <p>Una volta terminate le selezioni (la data va però stabilita al momento dell'indizione del concorso)</p> <p>*I tempi di realizzazione del service sono di qualche mese e comunque contenuti all'interno dell'anno scolastico</p>	<p>Responsabile comunicazione</p> <p>Presidente club, responsabile evento, amministratori, sponsor</p>	<p>Materiale divulgativo, locandine, avvisi nelle scuole, social</p> <p>Evento pubblico</p>
--	--	---	--

Obiettivo 4):

Realizzazione di un **libro** sulla storia della città o su un particolare aspetto della stessa

COME?	QUANDO?	CHI?	COME SI SAPRA'?
<p>- Identificare l'argomento che si vuole trattare</p>	<p>Quando si intende realizzare l'evento</p>	<p>Soci del club/direttivo</p>	<p>Delibera</p>
<p>- Nominare un responsabile del service</p>	<p>Primo direttivo utile</p>	<p>Direttivo</p>	<p>Delibera</p>
<p>- Identificare gli estensori materiali del libro</p>	<p>Primo direttivo utile o direttivo convocato all'esito di indagini da svolgersi</p>	<p>Presidente/Direttivo/Soci</p>	<p>Riunione con i soggetti contattati</p>
<p>- Individuare un curatore o un comitato scientifico per i contenuti letterari, storici e grafici</p>	<p>Subito dopo la determinazione del tema</p>	<p>Direttivo</p>	<p>Delibera</p>

- Individuare un editore per la stampa del libro ed una tipografia	Non appena il progetto letterario è pronto	Presidente/ Curatore/ Comitato/ Soci	Informativa al direttivo
- Individuare degli sponsor tra cui le amministrazioni	Quando il progetto ha preso forma	Responsabile rapporti con gli sponsor	Delibere pubbliche, lettere di impegno finanziario
- Pubblicizzare l'evento	A partire da circa un mese prima dell'uscita del libro	Responsabile comunicazione	Social, locandine, giornali
- Organizzare la presentazione del libro	In coincidenza con la sua uscita * I tempi di realizzazione del service sono piuttosto lunghi e dipendono dalla disponibilità di materiali ed estensore (oltre che da quelli di stampa), stimabili dai 6 mesi ad un anno circa	Presidente, responsabile service, curatore, autore, amministrazione, librerie	Presentazione pubblica

Obiettivo 5):

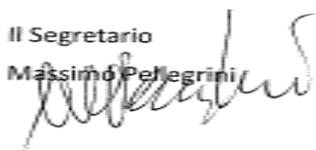
Realizzazione di **eventi a tema storico** sulla città (Rappresentazioni teatrali, anche dialettali, ricostruzioni storiche, cene con antichi cibi tipici, visite guidate ecc)

COME?	QUANDO?	CHI?	COME SI SAPRA'?
- Individuare l'evento che si vuole creare	Quando si identifichi un tema di interesse	Soci/ Direttivo	Delibera
- Nominare un responsabile della realizzazione	Primo direttivo utile	Direttivo	Delibera
- contattare le amministrazioni pubbliche o le associazioni interessate o le guide	Non appena il singolo progetto è strutturato	Responsabile evento, comitato organizzatore, responsabile rapporti con la pubblica amministrazione	Informativa al direttivo

- Trovare una location adeguata per la realizzazione	Non appena determinato il tipo di evento e le sue modalità di realizzazione	Comitato organizzatore/Responsabile del service/ Amministrazione/ Associazioni coinvolte	Informativa al direttivo/ Delibere/Lettere di impegno
- Individuare eventuali sponsor	Una volta preparato il progetto	Responsabile rapporti con gli sponsor	Comunicazione al direttivo/ lettere d'impegno
- reperire i materiali necessari	Appena pronto il progetto esecutivo	Comitato organizzatore degli eventi/ Amministrazione/ Responsabile service	Comunicazione al direttivo
- Pubblicizzare l'evento	Con congruo anticipo sulla sua realizzazione (almeno 15/20 giorni prima). * I tempi di realizzazione dei vari service di questo gruppo sono estremamente variabili, essendo necessarie poche settimane per organizzare un'escursione e pubblicizzarla, mentre le rappresentazioni teatrali o storiche richiedono qualche mese di lavoro	Responsabile comunicazione	Manifesti, locandine, avvisi sui giornali, social

Il Segretario

Massimo Pellegrini



Il Presidente

Michele Menghini

