

PATRIMONIO CULTURALE URBANO E RIGENERAZIONE DELLA CITTÀ

MANIFESTAZIONE DI INTERESSE A PARTECIPARE A UN SEMINARIO INTERNAZIONALE A TORINO

ROCK - Regeneration and Optimization of Cultural Heritage in Creative and Knowledge cities è un progetto europeo guidato dal Comune di Bologna assieme a 32 partner internazionali, supportato dal programma di finanziamento europeo Horizon2020 per la ricerca e l'innovazione. Coinvolge dieci città europee che hanno attivato o sono interessate ad attivare **politiche urbane volte alla rigenerazione territoriale attraverso la valorizzazione del proprio patrimonio culturale** (Atene, Bologna, Cluj-Napoca, Eindhoven, Lisbona, Liverpool, Lione, Skopje, Torino, Vilnius).

All'interno del progetto, per "patrimonio culturale" si intende quel complesso di elementi identitari e comuni nel quale sono inclusi:

- patrimoni **tangibili** - edifici di interesse storico, monumenti, artefatti, abbigliamento, opere d'arte, libri, macchine, città storiche, siti archeologici, ecc.;
- patrimoni **intangibili** - pratiche, rappresentazioni, espressioni, conoscenze, competenze, e i relativi strumenti, oggetti e spazi culturali, cui le persone attribuiscono valore (lingua e tradizioni orali, arti dello spettacolo, pratiche sociali e artigianato tradizionale, ecc.);
- **risorse naturali** - paesaggi, flora e fauna;
- **patrimoni digitali** - risorse create in forma digitale (opere d'arte digitali, animazione, ecc.) o che sono state digitalizzate in modo da garantirne la conservazione (testi, immagini, video, registrazioni).
- Fuoco principale di ROCK è il **ruolo che la valorizzazione del patrimonio culturale delle città può avere nell'attivazione di politiche di rigenerazione urbana**, agendo come fattore chiave di sviluppo economico sostenibile, come ambito per la messa a sistema di attori, competenze, conoscenze e valori, e come elemento per la definizione delle strategie di competitività internazionale dei sistemi urbani.

LA DISCUSSIONE IN CORSO.

VALORIZZARE I PATRIMONI CULTURALI URBANI

Il partenariato ROCK, di cui fanno parte anche Città di Torino e Urban Center Metropolitano come terza parte, unisce organizzazioni di diversa natura (municipalità, università, imprese tecnologiche, reti internazionali,...) e le coinvolge in una serie di attività di dibattito, mentoring,

cooperazione e confronto su politiche, processi, azioni e strumenti che hanno favorito nel tempo la rigenerazione dei centri storici attraverso la convivenza di diversi aspetti, come ad esempio la conservazione del patrimonio, le politiche ambientali, lo sviluppo economico locale, la coesione sociale, l'innovazione.

All'interno di questa cornice più generale si collocano una serie di attività focalizzate sulla **dimensione economica e di promozione** per metterle in relazione **con le strategie di valorizzazione del patrimonio culturale delle città**. Ciò che si propone come tema di lavoro è l'idea che la promozione del territorio possa essere qualcosa di più che la produzione di loghi e di campagne di comunicazione rivolte a pubblici specifici (turisti e visitatori, investitori internazionali, talenti e nuove tipologie di abitanti, ecc.) o orientate a sostenere politiche settoriali, ma che possa costituire **un'opportunità per avviare processi identitari di lungo periodo più radicati localmente**.

La proposta è quella di rileggere il city-branding come un'attività capace anche di intercettare e mobilitare attori, risorse e competenze sul territorio, restituendo un ruolo nuovo al discorso pubblico sul patrimonio culturale. Per poterne utilmente cogliere il potenziale è necessario individuare **nuovi elementi e nuovi strumenti utili a costruire narrazioni ed immaginari capaci di combinare identità, visioni e prospettive sulla città differenti fra loro** (per provenienza, campo disciplinare, modelli di riferimento, ecc.), facendo delle strategie di promozione uno strumento di sviluppo urbano integrato che sappia rivolgersi efficacemente all'interno del sistema locale (verso cittadini e organizzazioni) come all'esterno (verso turisti, investitori, ecc.).

A partire dai primi mesi del 2018 una serie di seminari internazionali multidisciplinari svoltisi in sei diverse città europee (Vilnius, Cluj, Bologna, Lisbona, Atene e Skopje) hanno coinvolto in questa discussione circa 200 persone provenienti da settore pubblico, privato, mondo no-profit e organizzazioni internazionali. Esperti locali, studiosi, policy-makers, city-makers, practitioners provenienti da aree disciplinari differenti (cultura, comunicazione, marketing, sviluppo locale, impresa e industria, innovazione sociale, istituzioni, ecc.) sono stati coinvolti in attività di studio e formazione di alto livello, dedicate a ripensare il ruolo degli strumenti di valorizzazione del patrimonio culturale urbano.

SETTIMO SEMINARIO ROCK SUL CITY-BRANDING. UN WORKSHOP APERTO A TORINO.

In occasione di "Torino. Design of the City", il **22 e 23 ottobre 2018** si terrà presso gli spazi di **Talent Garden - Fondazione Agnelli** il settimo seminario ROCK sul city branding. Organizzato da **Città di Torino** e **Urban Center Metropolitano** in collaborazione con **Gruppo Taso**, **ICLEI - Local Governments for Sustainability** e **Eurocities**, il workshop si organizza attorno ad una serie di sessioni di lavoro dedicate alle pratiche più innovative di city branding in Europa. Il racconto e l'analisi di una serie di casi studio internazionali, si combina al confronto con esperti provenienti da altre città europee, a partire dalla rilettura critica di quanto avvenuto a Torino nell'arco degli ultimi vent'anni.

Nel proporre **una serie di attività operative e pratiche su narrazioni e immaginari, target e pubblici, strategie di comunicazione e di coinvolgimento degli attori locali, il workshop stimola i partecipanti ad esplorare nuove prospettive per il patrimonio culturale torinese**.

L'iniziativa, che si svolge interamente in lingua inglese, è aperta a figure professionali provenienti dai seguenti ambiti/settori:

- musei, istituzioni culturali e organizzazioni che si occupano di promuovere manifestazioni culturali ed eventi;
- convention centers, agenzie di promozione di investimenti, turismo e cultura;
- strutture aeroportuali, parchi tecnologici, università, centri di ricerca e istituti di istruzione superiore;
- camere di commercio, associazioni di imprese e di categoria;
- aziende, imprese e compagnie con sede in area metropolitana torinese;
- istituzioni pubbliche locali (municipalità, area metropolitana, regione);
- libera professione, comunicazione, creatività, city-making;
- enti filantropici e settore no-profit.

CARATTERISTICHE DEI CANDIDATI

Vista la limitata disponibilità dei posti, per assicurare una buona riuscita del workshop sarà selezionato **un massimo di 20 partecipanti** che abbiano le seguenti caratteristiche:

- conoscere molto bene la realtà torinese nel proprio ambito professionale e in generale;
- essere altamente motivati, creativi e costruttivi;
- essere orientati a pensare al futuro, in termini di visione e progettazione;
- conoscere bene l'inglese;
- avere esperienza e attitudine al lavoro di squadra, ottime doti comunicative e relazionali;
- impegnarsi a partecipare attivamente al workshop in ogni sua parte

UNA STORIA TORINESE

Dato il forte orientamento alla pratica proposto dal workshop e l'interesse di organizzatori e partnership di progetto a lavorare su questioni concrete ed ancorate al contesto territoriale di riferimento, si richiede ai partecipanti al workshop di proporre, in fase di candidatura, un tema di lavoro di loro interesse.

Il tema proposto dovrà **inquadrare una o più dimensioni del patrimonio culturale torinese, attraverso la proposta di una storia di eccellenza da raccontare, che metta in luce risorse, valori condivisi, potenzialità ed opportunità** (di tipo culturale, economico, tecnologico, sociale, ecc.) **del nostro sistema urbano.**

Grandi e piccoli **spunti per successive narrazioni**, che rendano conto della complessità del nostro contesto territoriale e **che, a parere dei candidati, abbiano la capacità e la forza di mettere in relazione la città e le comunità locali del presente con traiettorie di sviluppo possibili per il futuro.**

Le proposte - micro e macro-, possono riguardare l'intera area metropolitana o le sue parti, intercettando, a titolo di esempio, tematiche come arte contemporanea, arti performative ed eventi, cibo, eccellenze della produzione, innovazione (tecnologica, sociale, ecc.), architettura e paesaggio, patrimonio industriale, esperienze urbane, patrimonio industriale, istruzione e formazione, sport e loisir, design e saper fare, storia della città e dei suoi abitanti, ecc.

Per illustrare la propria proposta i candidati potranno a propria scelta:

- realizzare un video di massimo 90 secondi
- redigere un testo di massimo 2000 battute spazi inclusi
- realizzare una sequenza di massimo 5 immagini accompagnate da brevi didascalie (max 300 battute spazi inclusi per ogni didascalia)

Ogni proposta dovrà essere redatta in lingua inglese, avere un titolo di massimo 50 battute spazi inclusi e, qualora fosse necessario, un sottotitolo di massimo 50 battute spazi inclusi.

MODALITÀ DI CANDIDATURA

Le candidature devono essere inviate **entro le 12.00 di venerdì 14 settembre 2018** via email all'indirizzo segreteria.bandit@urbancenter.to.it Urban Center Metropolitan provvederà a provare l'avvenuta ricezione.

Dovranno essere trasmessi:

- curriculum vitae del candidato/a (in italiano, formato word o pdf);
- short bio di massimo 800 battute spazi inclusi (in inglese, formato word o pdf);
- una fotografia del candidato/a
- proposta di lavoro (alternativamente video, testo o sequenza di immagini).
-

Gli allegati inviati via e-mail non dovranno superare i 3MB - video e presentazioni possono essere trasmessi via link senza scadenza (dropbox, drive, etc.) o fornendo direttamente un URL.

MODALITÀ DI SELEZIONE

La selezione avverrà attraverso valutazione dei curricula e delle proposte di lavoro, alla luce dei seguenti elementi:

Attinenza documentabile del percorso di studio, professionale e lavorativo del candidato (max 30 punti);

Esperienze di studio o di lavoro all'estero (max 10 punti);

Conoscenza della lingua inglese (max 15 punti);

Esperienza nel campo del city-branding, del marketing e della comunicazione (max 15 punti)

Valore della proposta di lavoro (max 30 punti);

La valutazione terrà conto dell'adeguatezza dei candidati ma anche dell'equilibrio complessivo (disciplinare e di genere) del gruppo di lavoro.

GIURIA

Entro **venerdì 21 settembre 2018** verranno pubblicati sul sito internet di Urban Center Metropolitan i nominativi dei membri della Giuria di nomina interna così composta:

- un rappresentante della Città di Torino;
- un rappresentante di Urban Center Metropolitan;
- un rappresentante della partnership di ROCK;
- due esperti esterni.

La Giuria comunicherà la lista dei candidati selezionati entro il **1° ottobre 2018**.

BRIEFING INIZIALE

Si informano in anticipo i candidati che prima dello svolgimento del workshop è previsto un incontro preliminare che si terrà l'**8 ottobre 2018 dalle 10.00 alle 13.00** presso la sede pubblica di Urban Center Metropolitano in Piazza palazzo di Città 8f. La partecipazione all'incontro preliminare è condizione per poter far parte del gruppo di lavoro.

INFORMAZIONI UTILI

Per eventuali domande o chiarimenti sulla manifestazione di interesse, è possibile inviare una mail a segreteria.bandit@urbancenter.to.it

Per maggiori informazioni sullo svolgimento del workshop:

Seminari già svolti:

Lisboa: <https://rockproject.eu/news-details/68>

Cluj-Napoca: <https://rockproject.eu/news-details/45>

Vilnius: <https://rockproject.eu/news-details/40>

Per conoscere meglio il progetto ROCK:

<https://rockproject.eu/>

Organizzato da



In collaborazione con



Nell'ambito di



Per

