



REGIONE DEL VENETO

SCHEDA N.1: DATI RIASSUNTIVI DEL PROGETTO

Soggetto proponente:	APINDUSTRIA SERVIZI SRL		
Titolo del progetto:	I MUSEI E LE NUOVE CULTURE DIGITALI: CORSO DI FORMAZIONE PER OPERATORI CULTURALI		
Tipologia progetto:	Progetti per utenza occupata		
Ateco progetto (cl. ATECO 2007):	Altra formazione culturale		
Comune attività:	Venezia	Istat attività:	027042
Provincia attività:	VE	Province di diffusione:	VE,PD,BL
Referente progetto:	NICOLA ZANON		
Ruolo referente:	LEGALE RAPPRESENTANTE		
Telefono referente:	041 396 9133	Cellulare referente:	0000
E-mail referente:	info@apindustriaservizi.it		

SCHEDA N.2: SOGGETTO PROPONENTE

Codice fiscale:	03266230279	Partita IVA:	03266230279
Indirizzo:	VIA TORINO, 63		
Comune:	Venezia	Provincia:	VE
Telefono:	041 3969133	Fax:	041 8651249
Dimensione proponente:		Numero Addetti:	0
E-mail:	info@apindustriaservizi.it	PEC:	apindustriaservizi@pec.it
Attività categoria (cl. ATECO 2007):	Altre Attività di consulenza imprenditoriale e altra consulenza amministrativo-gestionale e pianificazione aziendale		
Attività economica (MONIT):	Nessuna attività economica		
Legale rappresentante:	ZANON NICOLA		
Presentazione proponente:	<p>Apindustria Servizi S.r.l. inizia la sua attività nel settembre 2001 per volontà di Apindustria Venezia, con lo scopo di dare una risposta il più puntuale possibile ai bisogni di formazione a tutti i livelli, attraverso la promozione di interventi mirati, sia alla preparazione di chi deve entrare nel mondo del lavoro, che nell'attualizzazione delle competenze di chi già opera in azienda. Grazie alla collaborazione con partner leader del settore, Apindustria Servizi S.r.l. offre alle imprese progetti formativi di alto livello, i cui programmi vengono delineati per fornire una conoscenza accurata dei principi specifici e delle nuove tecniche di management dei settori più importanti delle imprese. Apindustria Servizi S.r.l, ente accreditato per la formazione continua e superiore e per i servizi al lavoro cod. L087, eroga formazione e assistenza nelle proprie sedi operative (Rovigo, Porto Viro, Occhiobello, Mestre, San Donà di Piave, Portogruaro, Belluno, Conegliano) nelle seguenti aree:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Amministrazione, Finanza e Controllo -Fiscale e Legale -Estero -Ict -Qualità -Sicurezza e Ambiente -Organizzazione e Risorse Umane -Commerciale e Marketing -Produzione, Logistica e Tecnica <p>Le iniziative di Apindustria Servizi S.r.l. si dividono in:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Formazione cofinanziata per aziende -Formazione per diplomati e laureati -Formazione finanziata per disoccupati ed inoccupati -Corsi di formazione cofinanziati per personale aziendale <p>Apindustria Servizi S.r.l. realizza corsi a catalogo pensati per la formazione e lo sviluppo del personale aziendale, pratiche di finanziamento, bandi Comunitari e Regionali.</p>		

SCHEMA N.3: DATI PARTENARIATO

Indice partner:	1	Codice ente partner:	0
Denominazione soggetto partner:	MAGNIFICA COMUNITA' DI CADORE		
Tipologia partenariato:	AZ		
Codice fiscale:	00204620256	Partita IVA:	00204620256
Comune sede legale:	Pieve di Cadore	Provincia sede legale:	BL
Istat comune sede legale:	025039	Indirizzo sede legale:	VIA BORTOT 18/C
Settore attività (Ateco):	Attività degli organi legislativi ed esecutivi, centrali e locali; amministrazione finanziaria; amministrazioni regionali, provinciali e comunali		
Settore economico:	Altri servizi non specificati		
Forma giuridica partner:	Altro ente pubblico non economico nazionale		
Dimensione partner:	MIC	Numero addetti:	2
Legale rappresentante:	Renzo Bortolot		
Telefono:	0435 32262	Fax:	0435 32585
E-mail:	segreteria@magnificacomunitadicadore.it	Email PEC:	magnificacomunitadicadore.bl@pecveneto.it
Accreditato:	NO	Codice accreditamento:	
Presentazione:	<p>La Magnifica Comunità di Cadore è un ente a personalità giuridica pubblica costituito dall'unione dei ventidue comuni del Cadore. E' erede della storia unitaria della regione, delle sue esperienze di autogoverno e dei valori tradizionali espressi dalle genti cadorine e costituisce, ancor oggi, un punto di riferimento delle realtà istituzionali e sociali operanti nel territorio.</p> <p>Concorre a conservare l'identità culturale e le risorse ambientali e a promuovere la formazione e lo sviluppo morale ed economico delle comunità locali, individuando e valorizzando gli elementi di carattere unitario che, nel rispetto delle realtà istituzionali e sociali, possono contribuire al progresso complessivo del Cadore anche mediante iniziative volte a favorire il raccordo e la concertazione.</p> <p>La Comunità possiede un ampio territorio fra la strada statale e il fiume Ansiei, in località Gogna nel Comune di Auronzo di Cadore, dove si sono insediate diverse attività industriali e artigianali che, con i loro affitti, contribuiscono a sostenere l'Ente. Ci sono poi i proventi che derivano da alcuni boschi posseduti nei comuni di Comelico Superiore e di S. Pietro e dall'affitto del "Gran Caffè Tiziano" di Pieve. Queste entrate consentono alla Magnifica di svolgere le proprie attività e adempiere alle proprie finalità di conservazione e promozione culturale, nell'interesse di tutti i cadorini.</p> <p>A fianco della Magnifica Comunità operano, quali soggetti partners, la Fondazione Centro Studi Tiziano e Cadore, la Fondazione Angelini di Belluno, il Gruppo di Azione Locale Alto Bellunese, il Club Alpino Italiano di Auronzo e il Museo dell'Occhiale di Pieve.</p>		

Ruolo partner:	Il partner dopo un'analisi interna e la condivisione con i dipendenti ha deciso di mettere in formazione il proprio personale, in particolare chi si occupa dell'area web/digital in modo che possa sviluppare e/o ampliare nuove competenze nel settore. Verrà fornita inoltre formazione specifica mirata all'acquisizione di competenze trasversali quali il fundraising.		
Funzioni affidate:	Messa in formazione lavoratori		
Importo previsto affidamento:	€ 0,00	Numero destinatari riferibili all'impresa/ente/scuola/università:	1
Referente soggetto partner:	MATTEO DA DEPPO		
Ruolo referente:	AMMINISTRATIVO		
E-mail referente:	segreteria@magnificacomunitadicadore.it		
Telefono referente:	0435 32262	Cellulare referente:	00000

SCHEDA N.3: DATI PARTENARIATO

Indice partner:	2	Codice ente partner:	0
Denominazione soggetto partner:	GRUPPO FOLKLORICO DI VESIOMAGGIORE		
Tipologia partenariato:	AZ		
Codice fiscale:	00232810259	Partita IVA:	00232810259
Comune sede legale:	Cesiomaggiore	Provincia sede legale:	BL
Istat comune sede legale:	025011	Indirizzo sede legale:	SERAVELLA 1
Settore attività (Ateco):	Attività di organizzazioni che perseguono fini culturali, ricreativi e la coltivazione di hobby		
Settore economico:	Altri servizi non specificati		
Forma giuridica partner:	Associazione riconosciuta		
Dimensione partner:	PIC	Numero addetti:	14
Legale rappresentante:	BROCCON STEFANO		
Telefono:	3470994460	Fax:	0000
E-mail:	INFO@GRUPPOFOL KCESIO.IT	Email PEC:	no@pec.it
Accreditato:	NO	Codice accreditamento:	

Presentazione: Il Gruppo folklorico di Cesiomaggiore nacque nel 1971, con l'obiettivo di ripristinare il vecchio Gruppo esistente prima della Seconda Guerra Mondiale e di riproporre con continuità il ricco patrimonio di tradizioni popolari esistenti a Cesiomaggiore. La prima apparizione in pubblico avvenne il 12 febbraio 1971, al seguito di una sfilata di carri mascherati organizzata in occasione del carnevale di San Gregorio. La simpatia e il divertimento sono peculiarità che hanno costantemente accompagnato l'attività del sodalizio.

Tuttavia, l'allegria, la voglia di stare insieme e di divertirsi, non hanno mai impedito di realizzare i rigidi obiettivi che sin dall'inizio i fondatori si erano prefissati.

Il Gruppo intraprese subito un serio lavoro di ricerca al fine di acquisire competenze filologiche e tecniche, non solo per fronteggiare le varie esigenze sceniche e di confronto, ma anche perché intui che le proprie esibizioni non dovevano limitarsi all'intrattenimento, ma potevano costituire un interessante veicolo per divulgare la cultura popolare.

Il Gruppo si è spinto anche oltre oceano, a Portorico (America Centrale) e, una rappresentanza ha anche preso parte ad una manifestazione a Taipei e Taiwan. Nel 2009 il Gruppo ha avuto l'onore di visitare, grazie all'aiuto di Bellunesi nel Mondo, Aratiba città nello Stato di Rio Grande do Sul, gemellata con il comune di Cesiomaggiore: il Brasile è stata una meta sospirata che ha lasciato un vivo segno nei nostri cuori e in quelli dei brasiliani, quasi tutti di origine italiana.

Il Gruppo, negli anni, si è esibito in importanti teatri, partecipando a festival del folklore e a manifestazioni di rappresentanza, ma si è proposto e continua a proporsi spesso in spettacoli di semplice intrattenimento nelle piazze, nelle fiere e nelle sagre paesane, in alcuni casi anche solo per beneficenza.

Degno di nota è anche l'impegno per la divulgazione delle tradizioni popolari e del folklore nelle scuole elementari, medie e superiori della provincia di Belluno.

Il Gruppo ha infatti sempre accettato di collaborare ai progetti scolastici riguardanti le tradizioni locali offrendo la possibilità agli studenti di imparare alcune danze popolari.

Ruolo partner: Il partner dopo un'analisi interna e la condivisione con i dipendenti ha deciso di mettere in formazione il proprio personale, in particolare chi si occupa dell'area web/digital in modo che possa sviluppare e/o ampliare nuove competenze nel settore. Verrà fornita inoltre formazione specifica mirata all'acquisizione di competenze trasversali quali il fundraising.

Funzioni affidate: Messa in formazione lavoratori

Importo previsto affidamento: € 0,00

Numero destinatari riferibili all'impresa/ente/scuola/università: 8

Referente soggetto partner: CONZ RITA

Ruolo referente: AMMINISTRATIVA

E-mail referente: INFO@GRUPPOFOLKCESIO.IT

Telefono referente: 3470994460

Cellulare referente: 00000

SCHEDA N.3: DATI PARTENARIATO

Indice partner:	3	Codice ente partner:	0
Denominazione soggetto partner:	ASSOCIAZIONE CULTURALE TRAMEDISTORIA		
Tipologia partenariato:	AZ		
Codice fiscale:	93053470253	Partita IVA:	01182030252
Comune sede legale:	Selva di Cadore	Provincia sede legale:	BL
Istat comune sede legale:	025054	Indirizzo sede legale:	VIA IV NOVEMBRE 49
Settore attività (Ateco):	Attività di organizzazioni che perseguono fini culturali, ricreativi e la coltivazione di hobby		
Settore economico:	Altri servizi non specificati		
Forma giuridica partner:	Associazione non riconosciuta		
Dimensione partner:	PIC	Numero addetti:	12
Legale rappresentante:	SIMONE PEDRON		
Telefono:	3338081965	Fax:	0000
E-mail:	ARCHEOMOTTE@GMAIL.COM	Email PEC:	no@pec.it
Accreditato:	NO	Codice accreditamento:	
Presentazione:	<p>TRAMEDISTORIA nasce nel 2015 dall'idea di un gruppo di persone di diversa formazione artistica, antropologica e archeologica, con pluriennale esperienza nell'ambito della didattica. Forti dell'esperienza maturata in parchi archeologici e musei, gli operatori specializzati sono in grado di proporre laboratori ad hoc a seconda dell'età dei bambini/ragazzi che li devono svolgere. Le attività si basano sui principi della Didattica Attiva, che consiste nel far partecipare ai percorsi gli utenti, attraverso attività pratiche e momenti di confronto. TRAMEDISTORIA si rivolge anche agli enti pubblici, alle strutture museali, ad associazioni culturali e affini, per dimostrazioni di archeologia sperimentale, pubblicazioni, workshop e cicli di conferenze pluritematiche.</p>		
Ruolo partner:	Il partner dopo un'analisi interna e la condivisione con i dipendenti ha deciso di mettere in formazione il proprio personale, in particolare chi si occupa dell'area web/digital in modo che possa sviluppare e/o ampliare nuove competenze nel settore. Verrà fornita inoltre formazione specifica mirata all'acquisizione di competenze trasversali quali il fundraising.		
Funzioni affidate:	Messa in formazione lavoratori		
Importo previsto affidamento:	€ 0,00	Numero destinatari riferibili all'impresa/ente/scuola/università:	9
Referente soggetto partner:	SIMONE PEDRON		

Ruolo referente: LEGALE RAPPRESENTANTE

E-mail referente: ARCHEOMOTTE@GMAIL.COM

Telefono referente: 3338081965

Cellulare referente: 00000

SCHEDA N.3: DATI PARTENARIATO

Indice partner:	4	Codice ente partner:	0
Denominazione soggetto partner:	FENDERL SCS ONLUS		
Tipologia partenariato:	AZ		
Codice fiscale:	03138510262	Partita IVA:	03138510262
Comune sede legale:	Vittorio Veneto	Provincia sede legale:	TV
Istat comune sede legale:	26092	Indirizzo sede legale:	via della Seta 23
Settore attività (Ateco):	Produzione di pasti e piatti pronti di altri prodotti alimentari		
Settore economico:	Attività dei servizi sanitari		
Forma giuridica partner:	Società cooperativa sociale		
Dimensione partner:	MIC	Numero addetti:	0
Legale rappresentante:	CIACCHI MASSIMO		
Telefono:	0438501744	Fax:	0438509126
E-mail:	info@fenderlcoop.it	Email PEC:	fenderlcoop@legalmail.it
Accreditato:	NO	Codice accreditamento:	
Presentazione:	<p>FENDERL è una società cooperativa sociale a scopo PLURIMO (A+B) senza fini di lucro (ONLUS) che opera nel campo dei servizi alla persona dal 1997.</p> <p>Al 31 dicembre 2014, FENDERL conta 62 soci (27 maschi, 35 femmine) di cui 41 soci prestatori, 20 volontari, 1 socio fruitore. I lavoratori sono 54 di cui 48 dipendenti, 1 co.co.pro., 3 lavoratori occasionali, 2 lavoratori autonomi. Le persone frequentanti i centri sono 83 di cui 18 nel CD L'Incontro, 23 nel CEOD di Cozzuolo, 37 nel CLG Le Filande, 5 nella Comunità Alloggio psichiatria. Ha un capitale sociale di 36.798,00 euro. Il fatturato annuo della Cooperativa ammonta a circa 1.500.000 euro.</p>		
Ruolo partner:	Il partner dopo un'analisi interna e la condivisione con i dipendenti ha deciso di mettere in formazione il proprio personale, in particolare chi si occupa dell'area web/digital in modo che possa sviluppare e/o ampliare nuove competenze nel settore. Verrà fornita inoltre formazione specifica mirata all'acquisizione di competenze trasversali quali il fundraising.		
Funzioni affidate:	Messa in formazione lavoratori		
Importo previsto affidamento:	€ 0,00	Numero destinatari riferibili all'impresa/ente/scuola/università:	3
Referente soggetto partner:	FRANCESCA GARBELOTTO		

Ruolo referente: AMMINISTRATIVA

E-mail referente: info@fenderlcoop.it

Telefono referente: 0438501744

Cellulare referente: 00000

SCHEDA N.3: DATI PARTENARIATO

Indice partner:	5	Codice ente partner:	0
Denominazione soggetto partner:	FONDAZIONE MUSEO DELL'OCCHIALE ONLUS		
Tipologia partenariato:	AZ		
Codice fiscale:	92005960254	Partita IVA:	00856710256
Comune sede legale:	Pieve di Cadore	Provincia sede legale:	BL
Istat comune sede legale:	025039	Indirizzo sede legale:	VIA ARSENALE 15
Settore attività (Ateco):	Attività di organizzazioni che perseguono fini culturali, ricreativi e la coltivazione di hobby		
Settore economico:	Attività artistiche, di intrattenimento e divertimento, industrie creative		
Forma giuridica partner:	Fondazione (esclusa fondazione bancaria)		
Dimensione partner:	MIC	Numero addetti:	3
Legale rappresentante:	VITTORIO TABACCHI		
Telefono:	043532953	Fax:	0435500213
E-mail:	MUSEODELLOCCHIALE@ALICE.IT	Email PEC:	no@pec.it
Accreditato:	NO	Codice accreditamento:	
Presentazione:	<p>Il Museo dell'Occhiale raccoglie oltre 4.000 reperti che documentano la storia dell'occhiale, dai primordi ai giorni nostri. In molti casi si tratta di pezzi eccezionali, unici nel loro genere, preziosi documenti non solo della storia della tecnica e del costume ma anche dell'arte. Oltre agli occhiali di ogni genere, all'interno del Museo sono conservati pince-nez, fassamani, astucci, ventagli con occhiali o lorgnette celati al loro interno, binocoli, cannocchiali, bastoni da passeggio con occhiali, lenti o cannocchiali inseriti nel manico, monocoli, lenti di ingrandimento, astucci e tanti altri oggetti curiosi che richiamano l'occhiale.</p> <p>Il museo è strutturato su due piani: il primo piano ha percorsi finalizzati a ricostruire la storia, la tipologia, l'uso sociale degli occhiali e degli altri strumenti basati sull'impiego delle lenti, nonché l'evoluzione storica degli astucci. Il secondo piano del Museo è dedicato alla rappresentazione della storia dell'occhialeria cadorina e bellunese dalla fine del XIX secolo ai giorni nostri. A completamento del Museo vi è una piccola biblioteca che raccoglie trattati sugli occhiali risalenti anche al Seicento, oltre a numerose pubblicazioni recenti sulla storia e sull'evoluzione dell'occhiale e numerose tesi di laurea in materia.</p>		
Ruolo partner:	Il partner dopo un'analisi interna e la condivisione con i dipendenti ha deciso di mettere in formazione il proprio personale, in particolare chi si occupa dell'area web/digital in modo che possa sviluppare e/o ampliare nuove competenze nel settore. Verrà fornita inoltre formazione specifica mirata all'acquisizione di competenze trasversali quali il fundraising.		
Funzioni affidate:	Messa in formazione lavoratori		

Importo previsto affidamento:	€ 0,00	Numero destinatari riferibili all'impresa/ente/scuola/università:	3
Referente soggetto partner:	LAURA ZANDONELLA		
Ruolo referente:	AMMINISTRATIVA		
E-mail referente:	MUSEODELLOCCHIALE@ALICE.IT		
Telefono referente:	043532953	Cellulare referente:	00000

SCHEMA N.3: DATI PARTENARIATO

Indice partner:	6	Codice ente partner:	0
Denominazione soggetto partner:	MUSEO DELLA GRANDE GUERRA IN MARMOLADA ONLUS		
Tipologia partenariato:	AZ		
Codice fiscale:	93011190258	Partita IVA:	00807660253
Comune sede legale:	Agordo	Provincia sede legale:	BL
Istat comune sede legale:	025001	Indirizzo sede legale:	VIA MALAGA CIAPELA 48
Settore attività (Ateco):	Attività di musei		
Settore economico:	Attività artistiche, di intrattenimento e divertimento, industrie creative		
Forma giuridica partner:	Associazione riconosciuta		
Dimensione partner:	MIC	Numero addetti:	5
Legale rappresentante:	ALBERTO CURTI		
Telefono:	0437522984	Fax:	0437722972
E-mail:	VISITMUSEO@MUSE OMARMOLADAGRAN DEGUERRA.COM	Email PEC:	no@pec.it
Accreditato:	NO	Codice accreditamento:	
Presentazione:	<p>Il Museo della Grande Guerra in Marmolada ha avuto un ideatore, il Dr. Mario Bartoli ed un finanziatore, il Dr. Bruno Vascellari. Entrambi sono stati dei precursori riguardo a Musei dedicati alla memoria dei Caduti nella Grande Guerra ed il Museo della Marmolada è stato inaugurato il 9 giugno 1990. In seguito, ne sono sorti numerosi altri in diverse località.</p> <p>Nel 2015, venticinque anni dopo, l'associazione Museo della Grande Guerra in Marmolada Onlus e la società Marmolada Srl che avevano promosso la nascita del Museo hanno ritenuto di ristrutturarlo ex novo, per la commemorazione del Centenario della Grande Guerra.</p> <p>Il Direttivo dei Soci del Museo ed il Comitato scientifico hanno optato anche per un cambiamento espositivo: non solo una mostra di cimeli, reperti, armi, divise e documenti.</p> <p>Hanno inteso dare al Museo anche un significato sensoriale: fare sentire ai visitatori l'ambiente della guerra combattuta proprio sui luoghi dove il Museo è ubicato, a 3000 m d'altitudine, tra roccia e ghiaccio risultando così il più alto d'Europa.</p> <p>A questo scopo si è ricorso alle conquiste della tecnica, realizzando un percorso interattivo, multimediale e multisensoriale, che guida il visitatore nel racconto della guerra in Marmolada, attraverso l'esperienza, il racconto, le testimonianze degli uomini che davvero l'hanno dovuta combattere.</p>		

Ruolo partner:	Il partner dopo un'analisi interna e la condivisione con i dipendenti ha deciso di mettere in formazione il proprio personale, in particolare chi si occupa dell'area web/digital in modo che possa sviluppare e/o ampliare nuove competenze nel settore. Verrà fornita inoltre formazione specifica mirata all'acquisizione di competenze trasversali quali il fundraising.		
Funzioni affidate:	Messa in formazione lavoratori		
Importo previsto affidamento:	€ 0,00	Numero destinatari riferibili all'impresa/ente/scuola/università:	2
Referente soggetto partner:	GIULIANA BOSCHERI		
Ruolo referente:	AMMINISTRATIVA		
E-mail referente:	VISITMUSEO@MUSEOMARMOLADAGRANDEGUERRA.COM		
Telefono referente:	0437522984	Cellulare referente:	00000

SCHEMA N.3: DATI PARTENARIATO

Indice partner:	7	Codice ente partner:	0
Denominazione soggetto partner:	ASD DANZA E DINTORNI		
Tipologia partenariato:	AZ		
Codice fiscale:	93049180255	Partita IVA:	93049180255
Comune sede legale:	Cortina d'Ampezzo	Provincia sede legale:	BL
Istat comune sede legale:	025016	Indirizzo sede legale:	VIA CAMPO DI SOTTO 57
Settore attività (Ateco):	Attività di organizzazioni che perseguono fini culturali, ricreativi e la coltivazione di hobby		
Settore economico:	Altri servizi non specificati		
Forma giuridica partner:	Associazione non riconosciuta		
Dimensione partner:	MED	Numero addetti:	70
Legale rappresentante:	GIOIA DE BIGONTINA		
Telefono:	3471093118	Fax:	0000
E-mail:	NICOLETTA.CARGNE L@ALICE.IT	Email PEC:	no@pec.it
Accreditato:	NO	Codice accreditamento:	
Presentazione:	L'Associazione Sportiva Dilettantistica Danza e Dintorni nasce a Cortina d'Ampezzo con lo scopo di insegnare l'arte della danza classica e moderna. Diversi sono i corsi studiati per tutte le fasce d'età: "Giochiamo a danza" e propedeutica sono dedicati ai più piccoli, livelli I, II (principianti-intermedio) e III (intermedio-avanzato) dai 7 anni in su e il corso adulti iniziando da un livello base. A questi si aggiungono anche uno/due giorni al mese di laboratorio teatrale con Martino Apollonio, lezione di ginnastica artistica con Ornella Trivisano e un sabato al mese lezione di danza classica accademica a Belluno con Dorian Grori (primo ballerino della compagnia Così-Stefanescu e responsabile del Nuovo Balletto Classico di Reggio Emilia).		
Ruolo partner:	Il partner dopo un'analisi interna e la condivisione con i dipendenti ha deciso di mettere in formazione il proprio personale, in particolare chi si occupa dell'area web/digital in modo che possa sviluppare e/o ampliare nuove competenze nel settore. Verrà fornita inoltre formazione specifica mirata all'acquisizione di competenze trasversali quali il fundraising.		
Funzioni affidate:	Messa in formazione lavoratori		
Importo previsto affidamento:	€ 0,00	Numero destinatari riferibili all'impresa/ente/scuo la/università:	2
Referente soggetto partner:	NICOLETTA CARGNEL		

Ruolo referente: AMMINISTRATIVA

E-mail referente: NICOLETTA.CARGNEL@ALICE.IT

Telefono referente: 3471093118

Cellulare referente: 00000

SCHEMA N.3: DATI PARTENARIATO

Indice partner:	8	Codice ente partner:	0
Denominazione soggetto partner:	ISTITUTO CULTURAL LADIN CESA DE JAN		
Tipologia partenariato:	AZ		
Codice fiscale:	93036870256	Partita IVA:	01014710253
Comune sede legale:	Colle Santa Lucia	Provincia sede legale:	BL
Istat comune sede legale:	025014	Indirizzo sede legale:	VIA VILLAGRANDE 54
Settore attività (Ateco):	Attività di musei		
Settore economico:	Altri servizi non specificati		
Forma giuridica partner:	Associazione non riconosciuta		
Dimensione partner:	MIC	Numero addetti:	5
Legale rappresentante:	ELSA ZARDINI		
Telefono:	0437720609	Fax:	0000
E-mail:	INFO@ISTITUTOLADINO.ORG	Email PEC:	no@pec.it
Accreditato:	NO	Codice accreditamento:	
Presentazione:	<p>L'Istitut Cultural Ladin Cesa de Jan è un'associazione culturale istituita nel 2004 (link a statuto) che opera a sostegno della popolazione ladina storica di Colle S. Lucia, Cortina d'Ampezzo e Livinallongo del Col di Lana. Soci fondatori sono i tre Comuni e le tre Unioni Ladine di Colle S. Lucia, Cortina d'Ampezzo e Livinallongo del Col di Lana. Collabora con le altre Istituzioni culturali dell'area ladina alla valorizzazione, promozione e tutela della identità ladina: storia, lingua, cultura, toponomastica e tradizioni. Si pone, inoltre, come strumento operativo per lo sviluppo dei progetti finanziati ai sensi della Legge n. 482 del 15 dicembre 1999 "Norme in materia di tutela delle minoranze linguistiche storiche". E' riconosciuto formalmente dalla Provincia di Belluno, assieme al Istituto Ladin de la Dolomites di Borca di Cadore, quale Istituto Provinciale deputato alla valorizzazione della cultura ladina.</p>		
Ruolo partner:	<p>Il partner dopo un'analisi interna e la condivisione con i dipendenti ha deciso di mettere in formazione il proprio personale, in particolare chi si occupa dell'area web/digital in modo che possa sviluppare e/o ampliare nuove competenze nel settore. Verrà fornita inoltre formazione specifica mirata all'acquisizione di competenze trasversali quali il fundraising.</p>		
Funzioni affidate:	Messa in formazione lavoratori		
Importo previsto affidamento:	€ 0,00	Numero destinatari riferibili all'impresa/ente/scuola/università:	2

Referente soggetto partner:	MORENO KERER		
Ruolo referente:	AMMINISTRATIVO		
E-mail referente:	INFO@ISTITUTOLADINO.ORG		
Telefono referente:	0437720609	Cellulare referente:	00000

SCHEDA N.3: DATI PARTENARIATO

Indice partner:	9	Codice ente partner:	0
Denominazione soggetto partner:	COMITATO D'INTESA TRA LE ASSOCIAZIONI VOLONTARISTICHE DELLA PROVINCIA DI BELLUNO		
Tipologia partenariato:	AZ		
Codice fiscale:	93001500250	Partita IVA:	93001500250
Comune sede legale:	Belluno	Provincia sede legale:	BL
Istat comune sede legale:	025006	Indirizzo sede legale:	VIA DEL PIAVE 5
Settore attività (Ateco):	Attività di organizzazioni che perseguono fini culturali, ricreativi e la coltivazione di hobby		
Settore economico:	Altri servizi non specificati		
Forma giuridica partner:	Associazione riconosciuta		
Dimensione partner:	MED	Numero addetti:	200
Legale rappresentante:	GIORGIO ZAMPIERI		
Telefono:	3200437641	Fax:	0000
E-mail:	DERIZ.LAURA@GMAIL.COM	Email PEC:	no@pec.it
Accreditato:	NO	Codice accreditamento:	
Presentazione:	<p>Il Centro di Servizio per il Volontariato della provincia di Belluno (Csv di Belluno) è uno dei sette centri istituiti dal Comitato di Gestione del Fondo Speciale della Regione del Veneto. Opera dal primo febbraio 1997 ed è il primo ad essere stato attivato in Italia.</p> <p>I Centri di Servizio per il Volontariato sono previsti sia dalla normativa nazionale (Legge 11 agosto 1991 n. 266) sia dalla normativa regionale (L.R. 30 agosto 1993 n. 40, L.R. 18 gennaio 1995 n. 1) e sono uno strumento di sostegno, promozione e valorizzazione del volontariato. I suoi servizi sono gestiti dal Comitato d'Intesa tra le Associazioni Volontaristiche della provincia di Belluno ed opera gratuitamente al servizio dei cittadini, delle realtà di volontariato iscritte o non iscritte al registro regionale delle organizzazioni di volontariato e operanti nelle quattro aree tematiche previste dalla legge:</p> <ul style="list-style-type: none"> Valorizzazione e assistenza alla persona; Ambito socio-sanitario; Tutela dell'ambiente e dei beni culturali; Soccorso e protezione. <p>Il Csv si rivolge inoltre a tutte le iniziative no profit che si esprimono attraverso attività solidaristiche.</p>		
Ruolo partner:	Il partner dopo un'analisi interna e la condivisione con i dipendenti ha deciso di mettere in formazione il proprio personale, in particolare chi si occupa dell'area web/digital in modo che possa sviluppare e/o ampliare nuove competenze nel settore. Verrà fornita inoltre formazione specifica mirata all'acquisizione di competenze trasversali quali il fundraising.		
Funzioni affidate:	Messa in formazione lavoratori		

Importo previsto affidamento:	€ 0,00	Numero destinatari riferibili all'impresa/ente/scuola/università:	4
Referente soggetto partner:	LAURA DE RIZ		
Ruolo referente:	AMMINISTRATIVA		
E-mail referente:	DERIZ.LAURA@GMAIL.COM		
Telefono referente:	3200437641	Cellulare referente:	00000

SCHEMA N.3: DATI PARTENARIATO

Indice partner:	10	Codice ente partner:	0
Denominazione soggetto partner:	ASSOCIAZIONE BELLUNESE AMICI DELLA BANDA		
Tipologia partenariato:	AZ		
Codice fiscale:	00735910259	Partita IVA:	00735910259
Comune sede legale:	Belluno	Provincia sede legale:	BL
Istat comune sede legale:	025006	Indirizzo sede legale:	PIAZZA DUOMO 1
Settore attività (Ateco):	Attività di organizzazioni che perseguono fini culturali, ricreativi e la coltivazione di hobby		
Settore economico:	Attività artistiche, di intrattenimento e divertimento, industrie creative		
Forma giuridica partner:	Associazione non riconosciuta		
Dimensione partner:	MED	Numero addetti:	230
Legale rappresentante:	GIANNI GIANNEZU		
Telefono:	3400544376	Fax:	0000
E-mail:	CANNU_88@HOTMAIL.IT	Email PEC:	no@pec.it
Accreditato:	NO	Codice accreditamento:	
Presentazione:	La Filarmonica di Belluno 1867 è probabilmente la più antica istituzione culturale, nel settore musicale, in città. Vanta una storia che, iniziata nei primi decenni dell'ottocento, si è svolta ininterrottamente fino ad oggi. La città intera e i moltissimi amministratori succedutisi hanno sempre mostrato grande affetto e interesse per le attività bandistiche ritenendole importanti sia culturalmente che socialmente.		
Ruolo partner:	Il partner dopo un'analisi interna e la condivisione con i dipendenti ha deciso di mettere in formazione il proprio personale, in particolare chi si occupa dell'area web/digital in modo che possa sviluppare e/o ampliare nuove competenze nel settore. Verrà fornita inoltre formazione specifica mirata all'acquisizione di competenze trasversali quali il fundraising.		
Funzioni affidate:	Messa in formazione lavoratori		
Importo previsto affidamento:	€ 0,00	Numero destinatari riferibili all'impresa/ente/scuo la/università:	2
Referente soggetto partner:	MATTEO ISOTTON		
Ruolo referente:	AMMINISTRATIVO		
E-mail referente:	CANNU_88@HOTMAIL.IT		

Telefono referente: 3400544376

Cellulare referente: 00000

SCHEMA N.3: DATI PARTENARIATO

Indice partner:	11	Codice ente partner:	0
Denominazione soggetto partner:	ISOIPSE SINERGIE STRATEGIE TERRITORIO		
Tipologia partenariato:	NA		
Codice fiscale:	93050410252	Partita IVA:	01175150257
Comune sede legale:	Belluno	Provincia sede legale:	BL
Istat comune sede legale:	025006	Indirizzo sede legale:	VIA SOTTOCASTELLO 22
Settore attività (Ateco):	Attività di organizzazioni che perseguono fini culturali, ricreativi e la coltivazione di hobby		
Settore economico:	Attività artistiche, di intrattenimento e divertimento, industrie creative		
Forma giuridica partner:	Associazione riconosciuta		
Dimensione partner:	MIC	Numero addetti:	5
Legale rappresentante:	VALENTINA DE MARCHI		
Telefono:	3331651542	Fax:	0000
E-mail:	SERVIZIEDUCATIVI@ISOIPSE.IT	Email PEC:	no@pec.it
Accreditato:	NO	Codice accreditamento:	
Presentazione:	<p>Il gruppo Isoipse nasce dal desiderio di una decina di giovani residenti in Provincia di Belluno di mettere insieme le proprie professionalità in un'esperienza di co-working.</p> <p>All'interno del gruppo si intersecano competenze in ambito sociologico, ambientale, economico e comunicativo. Il gruppo rimane aperto a continue e nuove sinergie.</p> <p>L'ambito che unisce tanti diversi professionisti è il legame con il territorio, nello specifico con la montagna. [La stessa personale scelta di vivere in questo luogo implica la volontà di relazionarsi con esso, conoscerlo e valorizzarlo.</p> <p>Il gruppo Isoipse fa ricerca e sviluppa conoscenza sul territorio; suggerisce strategie a enti e istituzioni; si propone come incubatore di idee e innovazione; promuove e valorizza il territorio.</p>		
Ruolo partner:	ISOIPSE si inserisce nel progetto in qualità di partner OPERATIVO e come esperto nella materia oggetto della formazione, rilevando il fabbisogno territoriale e stilando la proposta progettuale con la quale rispondervi. Contribuirà, inoltre, all'erogazione di parte delle ore formative in aula.		
Funzioni affidate:	Progettazione/preparazione,Docenza,Analisi fabbisogni,Altro		
Importo previsto affidamento:	€ 30.277,00	Numero destinatari riferibili all'impresa/ente/scuola/università:	0

Referente soggetto partner:	STEFANIA ZARDINI LACEDELLI		
Ruolo referente:	AMMINISTRATIVA		
E-mail referente:	SERVIZIEDUCATIVI@ISOIPSE.IT		
Telefono referente:	3331651542	Cellulare referente:	00000

SCHEMA N.3: DATI PARTENARIATO

Indice partner:	12	Codice ente partner:	0
Denominazione soggetto partner:	MAZAROL SOCIETA` COOPERATIVA		
Tipologia partenariato:	AZ		
Codice fiscale:	00965410251	Partita IVA:	00965410251
Comune sede legale:	Limana	Provincia sede legale:	BL
Istat comune sede legale:	025029	Indirizzo sede legale:	VIA PIEVE DI LIMANA, 5
Settore attività (Ateco):	Attività di organizzazioni che perseguono fini culturali, ricreativi e la coltivazione di hobby		
Settore economico:	Agricoltura e foreste		
Forma giuridica partner:	Società cooperativa sociale		
Dimensione partner:	PIC	Numero addetti:	23
Legale rappresentante:	CASANOVA YURI		
Telefono:	043942723	Fax:	
E-mail:	GUIDE.PNDB@LIBER O.IT	Email PEC:	MAZAROL2014@LEG ALMAIL.IT
Accreditato:	NO	Codice accreditamento:	
Presentazione:	<p>La Cooperativa Mazarol, costituita nel luglio del 2002, riunisce 21 Soci, laureati o diplomati, che da molti anni si occupano di educazione ambientale, escursionismo, promozione della cultura locale e valorizzazione del territorio delle Dolomiti, del Bellunese e in varie zone del Veneto, con proposte di ecoturismo dolce, sostenibile e di qualità. Per i servizi di Educazione Ambientale ed Escursionismo, la Cooperativa Mazarol possiede il Marchio di qualità del Circuito Carta Qualità del Parco Nazionale Dolomiti Bellunesi. La Cooperativa Mazarol fa parte del Consorzio "InDolomiti", che gestisce ed anima, per conto del Comune di Santa Giustina, l'Ostello Altanon e il Mulino di Santa Libera lungo la Via dell'Acqua del torrente Veses a Santa Giustina. Anche l'Ostello Altanon ha ottenuto il Marchio di Qualità del Parco Nazionale Dolomiti Bellunesi per i servizi turistici.</p> <p>Diverse sono le collaborazioni con Enti e strutture di animazione culturale del territorio: Bellunum srl per l'educazione ambientale sulla raccolta differenziata corretta nel Comune di Belluno, il Museo Etnografico di Seravella di Cesiomaggiore per le attività di educazione ambientale e museale tra natura, storia ed antropologia culturale, e il Comune di Rivamonte Agordino per la gestione e animazione culturale dell'edificio-museo dei Forni Fusori e del sito delle ex- miniere di Valle Imperina.</p>		
Ruolo partner:	Il partner dopo un'analisi interna e la condivisione con i dipendenti ha deciso di mettere in formazione il proprio personale, in particolare chi si occupa dell'area web/digital in modo che possa sviluppare e/o ampliare nuove competenze nel settore. Verrà fornita inoltre formazione specifica mirata all'acquisizione di competenze trasversali quali il fundraising.		
Funzioni affidate:	Messa in formazione lavoratori		

Importo previsto affidamento:	€ 0,00	Numero destinatari riferibili all'impresa/ente/scuola/università:	2
Referente soggetto partner:	FLORA ROSSI		
Ruolo referente:	AMMINISTRATIVA		
E-mail referente:	GUIDE.PNDB@LIBERO.IT		
Telefono referente:	043942723	Cellulare referente:	00000

SCHEDA N.3: DATI PARTENARIATO

Indice partner:	13	Codice ente partner:	0
Denominazione soggetto partner:	ASSOCIAZIONE BELLUNESI NEL MONDO		
Tipologia partenariato:	AZ		
Codice fiscale:	00213580251	Partita IVA:	00213580251
Comune sede legale:	Belluno	Provincia sede legale:	BL
Istat comune sede legale:	025006	Indirizzo sede legale:	VIA CAVOUR 3
Settore attività (Ateco):	Attività di organizzazioni che perseguono fini culturali, ricreativi e la coltivazione di hobby		
Settore economico:	Altri servizi non specificati		
Forma giuridica partner:	Associazione riconosciuta		
Dimensione partner:	MIC	Numero addetti:	10
Legale rappresentante:	OSCAR DE BONA		
Telefono:	0437941160	Fax:	04371952048
E-mail:	MARCO.CREPAZ@B ELLUNESINELMOND O.IT	Email PEC:	no@pec.it
Accreditato:	NO	Codice accreditamento:	

Presentazione: L'Associazione Bellunesi nel Mondo: assiste e indirizza gli associati in materia previdenziale in Italia e all'Estero, in campo fiscale, nelle ricerche anagrafiche per il recupero della cittadinanza, avvalendosi anche di esperti per consulenze esterne; promuove iniziative culturali di interesse sociale in Provincia e nei luoghi di emigrazione, anche con l'affiliata "Belluno senza frontiere"; organizza viaggi, vacanze culturali, visite alle "Famiglie" in tutti i continenti; organizza corsi formativi rivolti a giovani discendenti di emigranti bellunesi e veneti; agli stessi e ad anziani di origine veneta organizza soggiorni e visite ai luoghi d'origine; favorisce interscambi sociali, culturali ed economici tra la Provincia e le comunità bellunesi nel mondo ; organizza assemblee e dibattiti su maggiori temi di interesse dei Bellunesi nel mondo e sull'emigrazione; promuove iniziative editoriali anche in forma multimediale sugli stessi argomenti; favorisce il contatto con i giovani, in particolare nelle scuole, per una loro maggiore conoscenza del fenomeno migratorio collegato alla storia, alla cultura e alle tradizioni della loro terra; promuove attività di aggregazione e di valorizzazione della nuova realtà, soprattutto giovanile, dei conterranei residenti all'estero. L'Associazione pubblica ogni mese, ininterrottamente dal 1966, il suo giornale "Bellunesi nel Mondo", anche in edizione on line, organo ufficiale per le notizie e i problemi del mondo degli emigrati. Nella sede di via Cavour a Belluno sono ospitati il museo e la biblioteca dell'emigrazione, dotati di ricca documentazione. Sono aperti al pubblico, alle scolaresche, ai discendenti degli emigranti, alle nuove generazioni dei Bellunesi nel mondo ed a quanti sono interessati allo studio del fenomeno migratorio.

Ruolo partner: Il partner dopo un'analisi interna e la condivisione con i dipendenti ha deciso di mettere in formazione il proprio personale, in particolare chi si occupa dell'area web/digital in modo che possa sviluppare e/o ampliare nuove competenze nel settore. Verrà fornita inoltre formazione specifica mirata all'acquisizione di competenze trasversali quali il fundraising.

Funzioni affidate: Messa in formazione lavoratori

Importo previsto affidamento: € 0,00

Numero destinatari riferibili all'impresa/ente/scuola/università: 5

Referente soggetto partner: MARCI CREPAZ

Ruolo referente: AMMINISTRATIVO

E-mail referente: MARCO.CREPAZ@BELLUNESINELMONDO.IT

Telefono referente: 0437941160

Cellulare referente: 00000

SCHEDA N.3: DATI PARTENARIATO

Indice partner:	14	Codice ente partner:	0
Denominazione soggetto partner:	ASSOCIAZIONE ARS SACRA		
Tipologia partenariato:	AZ		
Codice fiscale:	93041060257	Partita IVA:	01056020256
Comune sede legale:	Belluno	Provincia sede legale:	BL
Istat comune sede legale:	025006	Indirizzo sede legale:	PIAZZA DUOMO 3
Settore attività (Ateco):	Attività di organizzazioni che perseguono fini culturali, ricreativi e la coltivazione di hobby		
Settore economico:	Altri servizi non specificati		
Forma giuridica partner:	Associazione non riconosciuta		
Dimensione partner:	PIC	Numero addetti:	25
Legale rappresentante:	MOTTES ANGELO LINU		
Telefono:	3491344314	Fax:	0000
E-mail:	GIOVANNIZANNIN@GMAIL.COM	Email PEC:	no@pec.it
Accreditato:	NO	Codice accreditamento:	
Presentazione:	<p>Inaugurato nel 2007 dopo una lunga stagione di restauri, il Museo Diocesano di Feltre è sorto per volontà del vescovo Vincenzo Savio (2000-2004), promotore dell'impegnativo recupero, non ancora del tutto concluso, dell'antica residenza episcopale.</p> <p>Museo Diocesano Monaco del Monte Athos, Croce post-bizantina, 1542 Particolare con Adorazione dei Magi</p> <p>La complessa operazione è stata possibile grazie alla collaborazione tra Diocesi di Belluno-Feltre, Regione del Veneto, Comunità Montana Feltrina, Soprintendenze per i Beni Artistici e Storici, per i Beni Architettonici e Ambientali e per i Beni Archeologici del Veneto e con il fondamentale contributo di Fondazione Cariverona.</p> <p>Il museo è gestito dall'Associazione Ars Sacra ed è in rete con il sistema museale provinciale icona link esterno. Collabora in particolare con il Museo Civico e la Galleria d'Arte Moderna "Carlo Rizzarda" di Feltre icona link esterno e con il Museo Civico di Belluno icona link esterno. È iscritto all'Associazione Musei Ecclesiastici Italiani icona link esterno.</p> <p>Alle finalità di tutela e valorizzazione delle opere di arte sacra presenti nel territorio, il museo affianca numerose iniziative didattiche e divulgative quali mostre, convegni, conferenze, concerti e laboratori per le scuole.</p> <p>Entro il 2016 è prevista l'apertura dell'ala occidentale, che consentirà di raddoppiare gli spazi espositivi.</p>		

Ruolo partner:	Il partner dopo un'analisi interna e la condivisione con i dipendenti ha deciso di mettere in formazione il proprio personale, in particolare chi si occupa dell'area web/digital in modo che possa sviluppare e/o ampliare nuove competenze nel settore. Verrà fornita inoltre formazione specifica mirata all'acquisizione di competenze trasversali quali il fundraising.		
Funzioni affidate:	Messa in formazione lavoratori		
Importo previsto affidamento:	€ 0,00	Numero destinatari riferibili all'impresa/ente/scuola/università:	1
Referente soggetto partner:	ZANNIN GIOVANNI		
Ruolo referente:	AMMINISTRATIVO		
E-mail referente:	GIOVANNIZANNIN@GMAIL.COM		
Telefono referente:	3491344314	Cellulare referente:	00000

SCHEMA N.3: DATI PARTENARIATO

Indice partner:	15	Codice ente partner:	1567
Denominazione soggetto partner:	PROVINCIA DI BELLUNO		
Tipologia partenariato:	AZ		
Codice fiscale:	93005430256	Partita IVA:	93005430256
Comune sede legale:	Belluno	Provincia sede legale:	BL
Istat comune sede legale:	025006	Indirizzo sede legale:	VIA S. ANDREA, 5
Settore attività (Ateco):	Attività degli organi legislativi ed esecutivi, centrali e locali; amministrazione finanziaria; amministrazioni regionali, provinciali e comunali		
Settore economico:	Pubblica amministrazione		
Forma giuridica partner:	Provincia		
Dimensione partner:	MED	Numero addetti:	229
Legale rappresentante:	GABRIELLA FAORO		
Telefono:	0437 959116	Fax:	0437 959368
E-mail:	lavoro@provincia.belluno.it	Email PEC:	cultura.lavoro.sviluppo. provincia.belluno@pec veneto.it
Accreditato:	NO	Codice accreditamento:	
Presentazione:	<p>L'istituzione della provincia di Belluno risale ai sommovimenti politico-militari accaduti tra i secoli XVIII e XIX. Furono aggregati assieme alcuni territori – in particolare il Bellunese, il Feltrino, il Cadore e la contea di Mel - che durante la Serenissima facevano capo a propri organi di governo. Con il Regno Italico furono superate le antiche forme di governo locale, come, a Belluno, i Consigli Maggiore e Minore dei nobili, l'Università dei popolari, il Corpo territoriale dei villici. La ragione principale della scelta di Belluno a capoluogo attiene alla sua posizione geografica centrale, nel medio corso del Piave.</p> <p>La provincia di Belluno (provincia de Beun in veneto, provincia de Belun in ladino) è una provincia italiana del Veneto di 206 069 abitanti.</p> <p>Il territorio totalmente montano si estende per 3 678 km² nel settore delle Alpi Orientali, dove sono presenti la maggior parte dei gruppi dolomitici per cui può essere ritenuta la provincia delle Dolomiti. Il Piave, che la attraversa da nord a sud, è il principale corso d'acqua.</p> <p>Secondo l'indagine annuale de Il Sole 24 Ore, la provincia di Belluno si è classificata al primo posto fra le province italiane per qualità della vita nel 2009 migliorando il secondo posto del 2008, migliorando altresì la posizione del 2007 che la vedeva comunque al quarto posto.</p>		

Ruolo partner:	Il partner dopo un'analisi interna e la condivisione con i dipendenti ha deciso di mettere in formazione il proprio personale, in particolare chi si occupa dell'area web/digital in modo che possa sviluppare e/o ampliare nuove competenze nel settore. Verrà fornita inoltre formazione specifica mirata all'acquisizione di competenze trasversali quali il fundraising.		
Funzioni affidate:	Messa in formazione lavoratori		
Importo previsto affidamento:	€ 0,00	Numero destinatari riferibili all'impresa/ente/scuola/università:	3
Referente soggetto partner:	CRISTINA BUSATTA		
Ruolo referente:	AMMINISTRATIVA		
E-mail referente:	C.BUSATTA@PROVINCIA.BELLUNO.IT		
Telefono referente:	0437 959116	Cellulare referente:	00000

SCHEMA N.3: DATI PARTENARIATO

Indice partner:	16	Codice ente partner:	0
Denominazione soggetto partner:	UNION DE I LADIS DE ANPEZO		
Tipologia partenariato:	AZ		
Codice fiscale:	90000750258	Partita IVA:	00928950252
Comune sede legale:	Cortina d'Ampezzo	Provincia sede legale:	BL
Istat comune sede legale:	025016	Indirizzo sede legale:	VIA PIAZZETTA SAN FRANCESCO 1
Settore attività (Ateco):	Attività di organizzazioni che perseguono fini culturali, ricreativi e la coltivazione di hobby		
Settore economico:	Altri servizi non specificati		
Forma giuridica partner:	Associazione non riconosciuta		
Dimensione partner:	PIC	Numero addetti:	5
Legale rappresentante:	ELSA ZARDINI		
Telefono:	0436868615	Fax:	0000
E-mail:	GERHARD.ALVERA@GMAIL.COM	Email PEC:	no@pec.it
Accreditato:	NO	Codice accreditamento:	
Presentazione:	<p>La U.L.d'A. (Unione Ladini d'Ampezzo) è un'associazione culturale che ha lo scopo di difendere e valorizzare le tradizioni originarie di Cortina d'Ampezzo, e in particolare la tutela e lo sviluppo della cultura socio-linguistica legata alla tradizione ladina della valle.</p> <p>Ampezzo è stata infatti per molti secoli una delle vallate in cui si è sviluppata e mantenuta una forte componente linguistica legata ai primi insediamenti latino-romani sulle Dolomiti, poi autonomamente evoluti in uno specifico linguaggio e in caratteristici costumi di vita e di tradizione. La U.L.d'A. si propone da quasi trent'anni il mantenimento e la trasmissione alle nuove generazioni del patrimonio culturale e linguistico ampezzano, con particolare riferimento alla parlata, ai costumi, alla tradizione orale e a quant'altro ha legato e lega ancora oggi la comunità ampezzana alle sue origini.</p> <p>L'Union cura anche i rapporti con le altre vallate ladine dolomitiche, e in particolare con le componenti culturali dei cosiddetti "Ladini del Sella", che rappresentano i gruppi linguistici delle valli di Badia, Gardena, Fassa, Livinallongo e Colle Santa Lucia.</p>		
Ruolo partner:	Il partner dopo un'analisi interna e la condivisione con i dipendenti ha deciso di mettere in formazione il proprio personale, in particolare chi si occupa dell'area web/digital in modo che possa sviluppare e/o ampliare nuove competenze nel settore. Verrà fornita inoltre formazione specifica mirata all'acquisizione di competenze trasversali quali il fundraising.		
Funzioni affidate:	Messa in formazione lavoratori		

Importo previsto affidamento:	€ 0,00	Numero destinatari riferibili all'impresa/ente/scuola/università:	2
Referente soggetto partner:	GERHARD ALVERA'		
Ruolo referente:	AMMINISTRATIVO		
E-mail referente:	GERHARD.ALVERA@GMAIL.COM		
Telefono referente:	0436868615	Cellulare referente:	00000

SCHEDA N.3: DATI PARTENARIATO

Indice partner:	17	Codice ente partner:	0
Denominazione soggetto partner:	TRISKEL SRL		
Tipologia partenariato:	NA		
Codice fiscale:	03470370283	Partita IVA:	03470370283
Comune sede legale:	Padova	Provincia sede legale:	PD
Istat comune sede legale:	028060	Indirizzo sede legale:	VIA VENEZIA
Settore attività (Ateco):	Produzione di software non connesso all'edizione		
Settore economico:	Azioni di informazione e comunicazione, comprese le telecomunicazioni, le attività dei servizi d'informazione, la programmazione informatica, la consulenza e le attività connesse		
Forma giuridica partner:	Società a responsabilità limitata		
Dimensione partner:	MIC	Numero addetti:	3
Legale rappresentante:	BONIOLO CEDRIC		
Telefono:	0497800645	Fax:	0497800645
E-mail:	CEDRIC@TRISKEL.IT	Email PEC:	TRISKEL@ITAPEC.E U
Accreditato:	NO	Codice accreditamento:	
Presentazione:	<p>Triskel è una società specializzata nella consulenza e nell'implementazione di soluzioni sistemistiche avanzate, che si propone sul mercato come partner altamente specializzato e professionale per la gestione ed il mantenimento di tutte le vostre strutture Informatiche aziendali.</p> <p>La nostra azienda è in grado di offrire servizi di assistenza e consulenza su tutto il territorio nazionale, garantendo livelli di soddisfazione dei clienti senza precedenti.</p> <p>Sviluppiamo soluzioni informatiche stabili, sicure e adattabili.</p>		
Ruolo partner:	TRISKEL si inserisce nel progetto in qualità di partner OPERATIVO esperto nella materia oggetto della formazione. Contribuirà, infatti, all'erogazione di parte delle ore formative in aula.		
Funzioni affidate:	Docenza		
Importo previsto affidamento:	€ 3.600,00	Numero destinatari riferibili all'impresa/ente/scuo la/università:	0
Referente soggetto partner:	BONIOLO CEDRIC		
Ruolo referente:	AMMINISTRATIVO		

E-mail referente: CEDRIC@TRISKEL.IT

Telefono referente: 0497800645

Cellulare referente: 00000

SCHEMA N.3: DATI PARTENARIATO

Indice partner:	18	Codice ente partner:	4130
Denominazione soggetto partner:	SUMO SOCIETA' COOPERATIVA SOCIALE		
Tipologia partenariato:	NA		
Codice fiscale:	03523900276	Partita IVA:	03523900276
Comune sede legale:	VENEZIA-MESTRE	Provincia sede legale:	VE
Istat comune sede legale:	27042	Indirizzo sede legale:	VIA MILANO, 50
Settore attività (Ateco):	Altre Attività di assistenza sociale non residenziale nca		
Settore economico:	Attività di assistenza sociale, servizi pubblici, sociali e personali		
Forma giuridica partner:	Società cooperativa sociale		
Dimensione partner:	MIC	Numero addetti:	5
Legale rappresentante:	ELISA CAPPELLO		
Telefono:	041.4762343	Fax:	0414762898
E-mail:	amministrazione@sumonline.it	Email PEC:	sumocoop@pec.it
Accreditato:	SI	Codice accreditamento:	L128
Presentazione:	<p>Sumo è una coworking diffusa che ha preso la forma di cooperativa sociale plurima (tipo A e B). Operiamo prevalentemente su Venezia ma ci muoviamo frequentemente attraverso tutto il nordest. Siamo piccoli, leggeri e veloci. I settori nei quali siamo più a nostro agio sono giovani, lavoro, imprenditoria, famiglie e cultura.</p> <p>Dal 2014 Sumo è ente accreditato nel sistema regionale dei Servizi al lavoro.</p> <p>La nostra organizzazione ha 4 mission che ne contraddistinguono l'operato:</p> <p>Innovazione sociale: di fronte ad una complessità sociale crescente per noi l'unico modo per sviluppare sistemi di welfare culturale e sociale efficaci è cercare (e trovare) modi sempre nuovi per rispondere ai bisogni sociali emergenti.</p> <p>Lanciare nuovi talenti: per i giovani operatori del welfare è sempre più difficile inserirsi e affermarsi. Per loro noi vogliamo essere un trampolino di lancio e un luogo dove fare gavetta.</p> <p>Portare il bello nel welfare: è un modo per rendere uniche e memorabili le esperienze di chi frequenta i nostri servizi e dare loro una dignità spesso trascurata.</p> <p>Disintermediare il welfare: vogliamo ritornare alle origini dell'impresa sociale e ricordare che i nostri veri destinatari ultimi sono i cittadini e non le istituzioni.</p>		
Ruolo partner:	SUMO si inserisce nel progetto in qualità di partner OPERATIVO e come esperto nella materia oggetto della formazione, rilevando il fabbisogno territoriale e stilando la proposta progettuale con la quale rispondervi.		
Funzioni affidate:	Progettazione/preparazione,Analisi fabbisogni,Altro		

Importo previsto affidamento:	€ 4.075,20	Numero destinatari riferibili all'impresa/ente/scuola/università:	0
Referente soggetto partner:	ELISA CAPPELLO		
Ruolo referente:	LEGALE RAPPRESENTANTE		
E-mail referente:	amministrazione@sumonline.it		
Telefono referente:	041.4762343	Cellulare referente:	00000

SCHEMA N.3: DATI PARTENARIATO

Indice partner:	19	Codice ente partner:	0
Denominazione soggetto partner:	ISOTTON MATTEO		
Tipologia partenariato:	AZ		
Codice fiscale:	STTMTT88L22A757L	Partita IVA:	01158710259
Comune sede legale:	Belluno	Provincia sede legale:	BL
Istat comune sede legale:	025006	Indirizzo sede legale:	VIA SALCE 321
Settore attività (Ateco):	Attività di organizzazioni che perseguono fini culturali, ricreativi e la coltivazione di hobby		
Settore economico:	Altri servizi non specificati		
Forma giuridica partner:	Libero professionista		
Dimensione partner:	MIC	Numero addetti:	1
Legale rappresentante:	ISOTTON MATTEO		
Telefono:	3400544376	Fax:	0000
E-mail:	matteo.isotton@hotmail.it	Email PEC:	no@pec.it
Accreditato:	NO	Codice accreditamento:	
Presentazione:	La geologia può essere affrontata in molti modi, ma l'osservazione e la pratica sono la strada più semplice per poter comprendere questa materia. Soprattutto per i più piccoli unire il gioco alla scienza è il modo migliore per comprendere concetti altrimenti noiosi e difficili. Vengono pertanto proposti laboratori, conferenze e lezioni che abbracciano, a titolo divulgativo, le principali tematiche della geologia: sedimentologia, stratigrafia, storia geologica, sismica, stabilità dei versanti, idrogeologia e mineralogia.		
Ruolo partner:	Il partner dopo un'analisi interna e la condivisione con i dipendenti ha deciso di mettere in formazione il proprio personale, in particolare chi si occupa dell'area web/digital in modo che possa sviluppare e/o ampliare nuove competenze nel settore. Verrà fornita inoltre formazione specifica mirata all'acquisizione di competenze trasversali quali il fundraising.		
Funzioni affidate:	Messa in formazione lavoratori		
Importo previsto affidamento:	€ 0,00	Numero destinatari riferibili all'impresa/ente/scuola/università:	1
Referente soggetto partner:	ISOTTON MATTEO		
Ruolo referente:	LEGALE RAPPRESENTANTE		

E-mail referente:

Telefono referente:

Cellulare referente:

SCHEMA N.3: DATI PARTENARIATO

Indice partner:	20	Codice ente partner:	0
Denominazione soggetto partner:	VALENTINA GREGATO		
Tipologia partenariato:	AZ		
Codice fiscale:	GRGVNT86C57A757 Q	Partita IVA:	01144580253
Comune sede legale:	Belluno	Provincia sede legale:	BL
Istat comune sede legale:	025006	Indirizzo sede legale:	VIA E. PIETRIBONI 38
Settore attività (Ateco):	Altra formazione culturale		
Settore economico:	Altri servizi non specificati		
Forma giuridica partner:	Imprenditore individuale non agricolo		
Dimensione partner:	MIC	Numero addetti:	1
Legale rappresentante:	VALENTINA GREGATO		
Telefono:	3470472258	Fax:	0000
E-mail:	INFO@TADALAB.IT	Email PEC:	no@pec.it
Accreditato:	NO	Codice accreditamento:	
Presentazione:	<p>TERRITORIO, ARTE, DIDATTICA, AMBIENTE ma anche turismo, artigianato, e creatività. TadaLab è un laboratorio di idee, progetti e sogni; è uno spazio di confronto, condivisione e contaminazione tra discipline diverse.</p> <p>TadaLab è il nome che noi, Paola e Valentina, abbiamo scelto per raccontare e promuovere le nostre attività nel campo della didattica, degli eventi, della promozione e valorizzazione del nostro territorio.</p> <p>In comune abbiamo la laurea in Storia dell'arte, la passione per l'arte e la creatività, il percorso formativo e lavorativo nel campo della didattica. Ci unisce anche l'amore per il luogo in cui viviamo e una certa testardaggine nel voler rimanerci per costruire, nel nostro piccolo, qualcosa di buono!</p> <p>A differenziarci e arricchirci ci sono l'artigianato e il web. Paola, infatti è una bravissima artigiana della ceramica e io, Valentina, mi occupo anche di comunicazione, web e social.</p> <p>L'ESPERIENZA CON L'ASSOCIAZIONE CULTURALE IL MARGINE</p> <p>L'esperienza con il margine è stata per noi molto importante, abbiamo potuto misurarci sia con la parte a noi più vicina della progettazione di attività didattiche, eventi e corsi, sia con l'aspetto gestionale e organizzativo.</p> <p>Abbiamo avuto l'opportunità di conoscere e lavorare con tante persone davvero valide e di organizzare moltissime attività (nella pagina dedicata all'associazione potete trovare le attività che abbiamo portato avanti in prima persona). Con il tempo il gruppo, a causa degli impegni professionali, lavorativi e di altri interessi si è via via ristretto, e assieme a tutti soci abbiamo deciso che fosse giusto chiudere l'associazione.</p> <p>Noi però volevamo continuare il percorso iniziato con il margine ed eccoci quindi qui, pronte per questa nuova avventura, ma con il vecchio bagaglio di quello che abbiamo imparato in questi anni!</p>		

Ruolo partner:	Il partner dopo un'analisi interna e la condivisione con i dipendenti ha deciso di mettere in formazione il proprio personale, in particolare chi si occupa dell'area web/digital in modo che possa sviluppare e/o ampliare nuove competenze nel settore. Verrà fornita inoltre formazione specifica mirata all'acquisizione di competenze trasversali quali il fundraising.		
Funzioni affidate:	Messa in formazione lavoratori		
Importo previsto affidamento:	€ 0,00	Numero destinatari riferibili all'impresa/ente/scuola/università:	1
Referente soggetto partner:	VALENTINA GREGATO		
Ruolo referente:	LEGALE RAPPRESENTANTE		
E-mail referente:	INFO@TADALAB.IT		
Telefono referente:	3470472258	Cellulare referente:	

SCHEDA N.3: DATI PARTENARIATO

Indice partner:	21	Codice ente partner:	0
Denominazione soggetto partner:	PAOLA NARD		
Tipologia partenariato:	AZ		
Codice fiscale:	NRDPLA80S66D530F	Partita IVA:	01075200251
Comune sede legale:	Sedico	Provincia sede legale:	BL
Istat comune sede legale:	025053	Indirizzo sede legale:	VILLA BROSA 45
Settore attività (Ateco):	Attività di biblioteche ed archivi		
Settore economico:	Altri servizi non specificati		
Forma giuridica partner:	Imprenditore individuale non agricolo		
Dimensione partner:	MIC	Numero addetti:	1
Legale rappresentante:	PAOLA NARD		
Telefono:	3494296983	Fax:	0000
E-mail:	PAOLAPNARD@GMA IL.COM	Email PEC:	no@pec.it
Accreditato:	NO	Codice accreditamento:	
Presentazione:	<p>TERRITORIO, ARTE, DIDATTICA, AMBIENTE ma anche turismo, artigianato, e creatività. TadaLab è un laboratorio di idee, progetti e sogni; è uno spazio di confronto, condivisione e contaminazione tra discipline diverse.</p> <p>TadaLab è il nome che noi, Paola e Valentina, abbiamo scelto per raccontare e promuovere le nostre attività nel campo della didattica, degli eventi, della promozione e valorizzazione del nostro territorio.</p> <p>In comune abbiamo la laurea in Storia dell'arte, la passione per l'arte e la creatività, il percorso formativo e lavorativo nel campo della didattica. Ci unisce anche l'amore per il luogo in cui viviamo e una certa testardaggine nel voler rimanerci per costruire, nel nostro piccolo, qualcosa di buono!</p> <p>A differenziarci e arricchirci ci sono l'artigianato e il web. Paola, infatti è una bravissima artigiana della ceramica e io, Valentina, mi occupo anche di comunicazione, web e social.</p> <p>L'ESPERIENZA CON L'ASSOCIAZIONE CULTURALE IL MARGINE</p> <p>L'esperienza con il margine è stata per noi molto importante, abbiamo potuto misurarci sia con la parte a noi più vicina della progettazione di attività didattiche, eventi e corsi, sia con l'aspetto gestionale e organizzativo.</p> <p>Abbiamo avuto l'opportunità di conoscere e lavorare con tante persone davvero valide e di organizzare moltissime attività (nella pagina dedicata all'associazione potete trovare le attività che abbiamo portato avanti in prima persona). Con il tempo il gruppo, a causa degli impegni professionali, lavorativi e di altri interessi si è via via ristretto, e assieme a tutti soci abbiamo deciso che fosse giusto chiudere l'associazione.</p> <p>Noi però volevamo continuare il percorso iniziato con il margine ed eccoci quindi qui, pronte per questa nuova avventura, ma con il vecchio bagaglio di quello che abbiamo imparato in questi anni!</p>		

Ruolo partner:	Il partner dopo un'analisi interna e la condivisione con i dipendenti ha deciso di mettere in formazione il proprio personale, in particolare chi si occupa dell'area web/digital in modo che possa sviluppare e/o ampliare nuove competenze nel settore. Verrà fornita inoltre formazione specifica mirata all'acquisizione di competenze trasversali quali il fundraising.		
Funzioni affidate:	Messa in formazione lavoratori		
Importo previsto affidamento:	€ 0,00	Numero destinatari riferibili all'impresa/ente/scuola/università:	1
Referente soggetto partner:	PAOLA NARD		
Ruolo referente:	LEGALE RAPPRESENTANTE		
E-mail referente:	PAOLAPNARD@GMAIL.COM		
Telefono referente:	3494296983	Cellulare referente:	00000

SCHEMA N.3: DATI PARTENARIATO

Indice partner:	22	Codice ente partner:	0
Denominazione soggetto partner:	SOCIETA' COOPERATIVA CULTURE		
Tipologia partenariato:	AZ		
Codice fiscale:	03174750277	Partita IVA:	03174750277
Comune sede legale:	Venezia	Provincia sede legale:	VE
Istat comune sede legale:	027042	Indirizzo sede legale:	Corso del Popolo, 40
Settore attività (Ateco):	Attività di musei		
Settore economico:	Attività artistiche, di intrattenimento e divertimento, industrie creative		
Forma giuridica partner:	Società cooperativa diversa		
Dimensione partner:	GRA	Numero addetti:	1155
Legale rappresentante:	Giovanna Barni		
Telefono:	0410991100	Fax:	0410991120
E-mail:	veneziana@coopculture.it	Email PEC:	coopculture@pec.it
Accreditato:	NO	Codice accreditamento:	
Presentazione:	<p>CoopCulture è una cooperativa operante nel settore dei beni e delle attività culturali in Italia.</p> <p>CoopCulture è un partner qualificato in grado di offrire risposte e soluzioni innovative alle esigenze sempre più complesse di un settore in continua evoluzione, nell'ottica dell'integrazione tra beni culturali e territorio e tra cultura, turismo, economia locale. Nell'intento di avvicinare i diversi pubblici all'arte, ha sviluppato percorsi di fruizione differenziati per linguaggi e modalità, sfruttando le potenzialità offerte dalle nuove tecnologie e con una particolare attenzione alle comunità territoriali in tutte le sue componenti, famiglie, giovani, bambini, anziani, comunità immigrate.</p>		
Ruolo partner:	<p>Il partner dopo un'analisi interna e la condivisione con i dipendenti ha deciso di mettere in formazione il proprio personale, in particolare chi si occupa dell'area web/digital in modo che possa sviluppare e/o ampliare nuove competenze nel settore. Verrà fornita inoltre formazione specifica mirata all'acquisizione di competenze trasversali quali il fundraising.</p>		
Funzioni affidate:	Messa in formazione lavoratori		
Importo previsto affidamento:	€ 0,00	Numero destinatari riferibili all'impresa/ente/scuola/università:	30
Referente soggetto partner:	MICHELA SCOMPARIN		

Ruolo referente: AMMINISTRATIVA

E-mail referente: venezia@coopculture.it

Telefono referente: PAOLAPNARD@GMAIL.COM

Cellulare referente:

SCHEMA N.3: DATI PARTENARIATO

Indice partner:	23	Codice ente partner:	0
Denominazione soggetto partner:	CONFAPI INDUSTRIA VENETO		
Tipologia partenariato:	NA		
Codice fiscale:	90163330278	Partita IVA:	90163330278
Comune sede legale:	VENEZIA	Provincia sede legale:	VE
Istat comune sede legale:	27042	Indirizzo sede legale:	VIA TORINO 63
Settore attività (Ateco):	Attività di organizzazione di datori di lavoro, federazioni di industria, commercio, artigianato e servizi, associazioni, unioni, federazioni fra istituzioni		
Settore economico:	Altri servizi non specificati		
Forma giuridica partner:	Altra forma di ente privato senza personalità giuridica		
Dimensione partner:	MIC	Numero addetti:	3
Legale rappresentante:	PATRIZIA BARBIERI		
Telefono:	0413969133	Fax:	0418651249
E-mail:	info@confapiveneto.it	Email PEC:	confapiveneto@pec.it
Accreditato:	NO	Codice accreditamento:	
Presentazione:	<p>CONFAPI INDUSTRIA VENETO è l'organizzazione datoriale apartitica che rappresenta in via esclusiva le Piccole e Medie Industrie (PMI) del Veneto. Fondata nel 1970, nota fino a novembre 2006 col nome di FEDERVENETO API, poi CONFAPI VENETO, è stata la Federazione di II grado costituita tra le Associazioni provinciali delle Piccole e Medie Industrie del Veneto.</p> <p>Con atto costitutivo del 22/04/2013 è nata CONFAPI INDUSTRIA VENETO, l'Associazione delle Piccole e Medie Industrie (PMI) del Veneto, che sancisce il processo di aggregazione delle Associazioni Provinciali in un unico soggetto regionale.</p> <p>In VENETO le Piccole e Medie Industrie applicanti i Contratti Collettivi Nazionali di Lavoro (C.C.N.L.) CONFAPI sono 6.035 ed impiegano un totale di 87.252 addetti (dati INPS al 11-03-2013) con un media di 14,46 dipendenti.</p> <p>La struttura di CONFAPI INDUSTRIA VENETO è basata sulle Unioni di Categoria alle quali è demandata la stipula dei contratti collettivi integrativi regionali di lavoro con le rispettive federazioni sindacali.</p> <p>La struttura di CONFAPI INDUSTRIA VENETO vive della partecipazione diretta degli imprenditori associati, che assumono le cariche ai vertici delle strutture territoriali, delle società di servizi e dei consorzi. Ai Presidenti, Vice Presidenti e componenti degli Organi Direttivi provinciali si aggiungono Direttori, Segretari, Funzionari, Impiegati, Promoter ed altri collaboratori e professionisti, per un totale di circa 150 persone.</p>		

Ruolo partner:	Il partner di rete CONFAPI INDUSTRIA VENETO attraverso la sua attività sindacale sul territorio analizza costantemente i fabbisogni delle PMI e sensibilizza i settori merceologici maggiormente carenti di figure professionali specializzate promuovendo ed informando le aziende sulle opportunità di questo progetto. Al termine del percorso raccoglierà i risultati di tali attività per una loro elaborazione e diffusione presso il sistema produttivo al fine di sensibilizzare anche le altre PMI rispetto ai temi ed argomenti affrontati.		
Funzioni affidate:	Monitoraggio,Diffusione risultati,Analisi fabbisogni		
Importo previsto affidamento:	€ 0,00	Numero destinatari riferibili all'impresa/ente/scuola/università:	0
Referente soggetto partner:	PATRIZIA BARBIERI		
Ruolo referente:	LEGALE RAPPRESENTANTE		
E-mail referente:	info@confapiveneto.it		
Telefono referente:	0413969133	Cellulare referente:	00000

SCHEMA N.3: DATI PARTENARIATO

Indice partner:	24	Codice ente partner:	0
Denominazione soggetto partner:	ASSOCIAZIONE FENICE ARTE CULTURA TURISMO		
Tipologia partenariato:	AZ		
Codice fiscale:	91008980251	Partita IVA:	91008980251
Comune sede legale:	Feltre	Provincia sede legale:	BL
Istat comune sede legale:	025021	Indirizzo sede legale:	VIA PESCHIERA 21
Settore attività (Ateco):	Attività di organizzazioni che perseguono fini culturali, ricreativi e la coltivazione di hobby		
Settore economico:	Altri servizi non specificati		
Forma giuridica partner:	Associazione non riconosciuta		
Dimensione partner:	PIC	Numero addetti:	20
Legale rappresentante:	DAVIDE DA MUTTEN		
Telefono:	3338535629	Fax:	0439317566
E-mail:	FENICEFELTRE@YAHOO.IT	Email PEC:	no@pec.it
Accreditato:	NO	Codice accreditamento:	
Presentazione:	<p>L'Associazione Fenice Arte-Cultura-Turismo onlus opera nella città di Feltre e territorio limitrofo con lo scopo di coinvolgere e rendere partecipi quanti hanno interesse a conoscere la storia, l'arte, la cultura e la natura che ci circonda: un patrimonio tanto ricco ed ancora poco conosciuto.</p> <p>L'Associazione Fenice si è costituita nel maggio 1998 e l'intensa attività di promozione turistico-culturale è curata dai Soci. Negli anni si è in parte trasformata, continuando nell'opera di promozione del territorio e collaborando alle varie iniziative di divulgazione del patrimonio culturale. Nel 2006 risulta essere parte fondamentale per la costituzione della "Cooperativa Fenice s.c.s.".</p> <p>Iniziativa quali programmi di visita guidata, visite a mostre o itinerari ritenuti interessanti per una costante formazione, sono rivolte principalmente ai Soci. Progetti di promozione e divulgazione di attività del territorio, concordate con enti pubblici, sono aperti a tutti alle condizioni che di volta in volta saranno indicate.</p>		
Ruolo partner:	Il partner dopo un'analisi interna e la condivisione con i dipendenti ha deciso di mettere in formazione il proprio personale, in particolare chi si occupa dell'area web/digital in modo che possa sviluppare e/o ampliare nuove competenze nel settore. Verrà fornita inoltre formazione specifica mirata all'acquisizione di competenze trasversali quali il fundraising.		
Funzioni affidate:	Messa in formazione lavoratori		

Importo previsto affidamento:	€ 0,00	Numero destinatari riferibili all'impresa/ente/scuola/università:	10
Referente soggetto partner:	DAVIDE DA MUTTEN		
Ruolo referente:	LEGALE RAPPRESENTANTE		
E-mail referente:	FENICEFELTRE@YAHOO.IT		
Telefono referente:	3338535629	Cellulare referente:	00000

SCHEMA N.3: DATI PARTENARIATO

Indice partner:	25	Codice ente partner:	0
Denominazione soggetto partner:	COMUNE DI FELTRE		
Tipologia partenariato:	AZ		
Codice fiscale:	00133880252	Partita IVA:	00133880252
Comune sede legale:	Feltre	Provincia sede legale:	BL
Istat comune sede legale:	025021	Indirizzo sede legale:	Piazzetta delle Biade 1
Settore attività (Ateco):	Attività degli organi legislativi ed esecutivi, centrali e locali; amministrazione finanziaria; amministrazioni regionali, provinciali e comunali		
Settore economico:	Pubblica amministrazione		
Forma giuridica partner:	Comune		
Dimensione partner:	MED	Numero addetti:	2
Legale rappresentante:	PERENZIN PAOLO		
Telefono:	0439885111	Fax:	0439885246
E-mail:	protocollo@comune.fel tre.bl.it	Email PEC:	comune.feltre.bl@pecv eneto.it
Accreditato:	NO	Codice accreditamento:	
Presentazione:	Feltre (localmente pronunciato Fèltre /'fìltre/, nel resto d'Italia più diffuso Fèltre /'feltre) è un comune italiano di 20 649 abitanti della provincia di Belluno in Veneto. È il centro principale del Feltrino. Il Comune gestisce alcuni dei musei presenti nel territorio tra i quali il Museo Civico e la Galleria d'Arte Moderna Carlo Rizzarda.		
Ruolo partner:	Il partner dopo un'analisi interna e la condivisione con i dipendenti ha deciso di mettere in formazione il proprio personale, in particolare chi si occupa dell'area web/digital in modo che possa sviluppare e/o ampliare nuove competenze nel settore. Verrà fornita inoltre formazione specifica mirata all'acquisizione di competenze trasversali quali il fundraising.		
Funzioni affidate:	Messa in formazione lavoratori		
Importo previsto affidamento:	€ 0,00	Numero destinatari riferibili all'impresa/ente/scuo la/università:	2
Referente soggetto partner:	TIZIANA CASAGRANDE		
Ruolo referente:	AMMINISTRATIVA		
E-mail referente:	protocollo@comune.feltre.bl.it		

Telefono referente:

Cellulare referente:

SCHEDA N.4: FINALITÀ DEL PROGETTO

Motivazione intervento/fabbisogni:

I musei e le istituzioni culturali, oggi, si trovano nel mezzo di una rivoluzione tecnologica e insieme concettuale. Il Web e le nuove piattaforme digitali hanno introdotto non solo nuovi strumenti operativi, ma anche nuovi modelli di creazione di valore che stanno cambiando il rapporto con i fruitori. I nuovi spazi virtuali acquisiti dai musei – il sito internet, i social network, le app- sono spazi relazionali, dove il pubblico non è più un mero fruitore passivo di contenuti, ma si aspetta di interagire ed essere coinvolto nella loro creazione. L'estensione sul Web degli spazi del museo ha profonde implicazioni anche sul modo in cui il museo si concepisce: non solo edificio fisico che viene 'visitato', ma entità digitale che fa essa stessa la visita, entrando con le sue collezioni virtuali negli spazi privati attraverso pc e dispositivi mobili. La complessità di questa nuova realtà implica una profonda conoscenza del funzionamento del Web, dei comportamenti sociali veicolati dalle piattaforme, dei nuovi prodotti e servizi che possono nascere in questo contesto. Il progetto di formazione "I musei e le nuove culture digitali" ha l'obiettivo di estendere questa consapevolezza culturale a tutti gli operatori culturali delle Province di Belluno, Padova e Venezia, affinché essi possano sostenere gli enti nel ripensamento della propria strategia e della propria progettazione. Nella Provincia di Belluno, nel 2010 è stata istituita la Rete Museale Provinciale che comprende 21 strutture museali e che si pone come obiettivi il miglioramento qualitativo dell'offerta culturale, con l'avvicinamento agli standard ministeriali. Molti musei della provincia, che negli ultimi anni hanno investito sullo sviluppo dell'offerta educativa e sull'implementazione dei servizi digitali, continuano tuttavia ad incontrare difficoltà nell'attrarre i visitatori e ad utilizzare con consapevolezza i nuovi strumenti digitali. Un recente studio presentato dall'associazione ISOIPSE al convegno "Il divario culturale delle aree fragili" organizzato dall'Università di Trieste a Rovigo ha catturato la situazione: solo il 36% dei 68 musei provinciali hanno un sito dedicato, e di questi solo il 64% permette l'esplorazione online delle proprie collezioni. In questo contesto la nascita nel 2016 di un museo virtuale del paesaggio dolomitico – Museo Dolom.it - ha iniziato a diffondere nella Provincia pratiche digitali innovative, e proprio a partire da questa esperienza verrà sviluppato un intervento formativo ad ampio raggio che possa sostenere tutte le istituzioni culturali nel processo di transizione verso la nuova era digitale. Nelle Province di PD e VE la presenza di musei regionali di grandi dimensioni modifica la struttura dell'ecosistema culturale, ma non la sostanza delle esigenze formative: solo attraverso un aggiornamento delle competenze delle professionalità è possibile affrontare le nuove sfide dell'Anno Europeo del Patrimonio Culturale.

Obiettivi formativi:

Il progetto, anche attraverso il coinvolgimento ad ampio raggio di un'eterogeneità di soggetti pubblici e privati che operano nel settore cultura, si pone i seguenti obiettivi generali:

- Diffondere il digital thinking e aggiornare le competenze degli operatori e del middle management che operano nei settori marketing, amministrazione, didattica e comunicazione del tessuto culturale delle Province di Belluno, Padova e Venezia.
- Rafforzare la capacità istituzionale dei soggetti coinvolti e migliorare la qualità delle prestazioni dei propri servizi culturali in un'ottica di rete, ponendo le basi per la creazione di un circuito culturale basato sulla cooperazione delle risorse umane.
- Aumentare la competitività delle imprese culturali a livello regionale e locale, stimolando un approccio innovativo nelle relazioni con il pubblico e con il sistema turistico e produttivo adatto ad affrontare le sfide dell'era contemporanea.
- Accompagnare le istituzioni culturali verso una transizione tecnologica ma anche concettuale funzionale al ripensamento dei propri prodotti e servizi, della propria mission e del proprio ruolo sociale nell'era digitale.
- Aumentare il livello di digitalizzazione e informatizzazione per aumentare l'accessibilità e fruibilità delle risorse culturali e consentire una maggiore interazione tra gli attori dell'offerta culturale e il pubblico.
- Consolidare di una rete di soggetti che operano, a livello nazionale e regionale, nei settori della formazione permanente, della formazione, delle politiche sociali e del lavoro, dell'innovazione culturale e della digitalizzazione.
- Stimolare l'elaborazione di una serie di moduli formativi validi a livello nazionale, regionale e locale per l'aggiornamento delle competenze digitali dei professionisti della cultura.

Destinatari:	<p>Gli interventi formativi sono diretti a un gruppo eterogeneo di operatori e figure provenienti dal middle management del settore cultura distribuito nelle Province di Belluno, Padova e Venezia.</p> <p>La Provincia di Belluno presenta una realtà molto ricca e diversificata dal punto di vista dei musei, spesso di medie-piccole dimensioni, con un numero ridotto di personale dipendente ma con un tessuto di collaboratori esterni molto eterogeneo e abituato a lavorare in rete. Al progetto hanno aderito in partenariato 20 enti culturali bellunesi, per un totale di 64 operatori provenienti da 14 musei (Museo Etnografico di Seravella, il Museo Settimo Alpini, il Museo Vittorino Cazzetta di Selva di Cadore con l'associazione Trame di Storia, il Museo dell'Occhiale di Pieve di Cadore, il Museo Marmolada Grande Guerra, il MIM - Museo Interattivo delle Migrazioni di Belluno, la Casa Tiziano e il Museo Archeologico di Pieve di Cadore, il Museo del Baco di Vittorio Veneto, il Museo diocesano di Feltre, il Museo Civico e la Galleria d'Arte Moderna "Carlo Rizzarda" di Feltre, Museo Storico della Bicicletta di Cesiomaggiore, il Museo Civico Archeologico di Mel) e da altre 12 realtà culturali (l'Istituto Cultural Ladin "Cesa de Jan", la Magnifica Comunità di Cadore, il gruppo Folklorico di Cesiomaggiore, l'Unione Ladini d'Ampezzo, Centro Servizi Volontariato di Belluno, le guide naturalistiche della Cooperativa Mazarol, l'Associazione Fenice Arte Cultura Turismo, la Filarmonica di Belluno con il suo archivio storico, l'Associazione Bellunesi nel Mondo, l'Associazione Danza e Dintorni, il gruppo di operatori didattici di TADAlab e della sezione TAM del CAI di Belluno). Una gran parte di questi operatori nel 2015 ha frequentato un corso di formazione dedicato allo sviluppo dell'attività educativa nell'ambito della rete dei Musei della Provincia di Belluno, la cui organizzazione è stata affidata all'associazione ISOIPSE, attuale partner operativo di Apintrustria Servizi srl, e membro attivo della Digital Cultural Heritage School (www.diculther.eu), il network italiano per il digital heritage. Il progetto formativo si inserisce, quindi, in una linea di continuità con le esperienze precedenti e permette di sviluppare e diffondere ad ampio raggio le pratiche di valorizzazione digitale del patrimonio culturale avviate dal museo virtuale del paesaggio DOLOM.IT (www.museodolom.it).</p>
Numero di utenti complessivamente coinvolti:	94
Codici priorità:	DEST
Tipologie di intervento:	<p>Per rispondere alle esigenze di un gruppo eterogeneo di operatori provenienti da realtà culturali diverse, con differenti esigenze di apprendimento, l'intervento formativo sarà ripartito in sei moduli didattici della durata di 24 ore ciascuno, da svolgersi in sedi diverse.</p> <p>Per quanto riguarda la Provincia di Belluno, ciascun modulo sarà ospitato da un diverso museo, in modo da favorire la conoscenza reciproca delle realtà culturali della Provincia. Tutti i destinatari dell'intervento (94 operatori) potranno scegliere i moduli che preferiscono partecipare da un portfolio di cinque moduli, che potranno essere estesi anche agli operatori culturali dei comuni di Padova e Venezia.</p> <p>In ragione dell'analisi del fabbisogno formativo, gli operatori di Coopculture prenderanno parte ad un modulo specifico sull'innovazione nella didattica museale nell'ambito dell'elearning (modulo 6).</p> <p>Ciascun modulo didattico sarà seguito da almeno un docente e un tutor interno ai due partner operativi (Associazione ISOIPSE per la Provincia di Belluno, SUMO Soc. Coop. Soc. e Triskel per gli operatori di Coopculture, SUMO Soc. Coop. Soc. e Associazione ISOIPSE per i comuni di Padova e Venezia). All'interno del corso si cercherà di favorire l'incontro con testimoni che a livello regionale o nazionale si sono distinti in ciascuno dei settori oggetto dei moduli (digital heritage, audience development, open data e copyright, crowdfunding, elearning).</p> <p>Per un gruppo più ristretto di destinatari (50 operatori, divisi in gruppi di 10) è previsto anche un modulo di project work, durante la quale i partecipanti saranno guidati nello sviluppo di un progetto/prodotto digitale finale, che si inserirà nella programmazione culturale dei musei e delle istituzioni con le quali gli operatori collaborano.</p> <p>Gli interventi digitali progettati da ciascun gruppo, insieme agli esiti del corso di formazione nei territori coinvolti (Provincia di Belluno, Padova e Venezia), verranno presentati durante un seminario finale.</p>

Modalità di diffusione:

Conformemente alle disposizioni in merito alle modalità di diffusione, solitamente applicate dalla Regione Veneto, il soggetto attuatore ha il compito di promuovere il progetto e i relativi risultati, attraverso strumenti differenziati ed azioni articolate, al fine di raggiungere più efficacemente gli obiettivi prefissati.

La progettazione delle azioni e degli strumenti da utilizzare prende inoltre in considerazione fattori collegati alla tipologia di destinatari, al tipo di relazione da instaurare tra emittente e ricevente e le caratteristiche specifiche dello stile comunicativo.

Trattandosi di un progetto interaziendale, gli interventi di pubblicizzazione dei risultati degli apprendimenti verranno realizzati attraverso i canali informativi dell'ente proponente.

In fase di attivazione delle attività formative verrà indetto un incontro presso la sedi dei partner dove i dipendenti stessi verranno messi a conoscenza del progetto e degli obiettivi di innovazione che si propone di raggiungere.

Verranno presentati i soggetti coinvolti (allievi, tutor, coordinatore di progetto, docenti e consulenti) e verrà informata l'utenza degli interventi circa la modalità e i termini previsti per avere accesso all'intervento.

In itinere e a conclusione del percorso formativo saranno previsti degli incontri con la direzione e il gruppo di lavoro per comunicare lo stato di avanzamento e i risultati raggiunti.

Per la diffusione e la promozione delle novità e delle attività previste nell'ambito del progetto verranno utilizzati principalmente i seguenti strumenti: newsletter, LINKEDIN, siti web del soggetto proponente Apindustria Servizi. I risultati raggiunti da tali attività formative verranno inoltre riportati come best practices in occasione di convegni, seminari che il soggetto proponente e i partner periodicamente organizzano sul territorio a carattere promozionale.

**Modalità di
valutazione e
monitoraggio:**

Il processo di monitoraggio e valutazione dell'intero piano, dei singoli interventi e della pertinenza dell'intervento formativo intende:

- individuare i punti forti e quelli deboli delle azioni, così come sono state realizzate;
- identificare interventi di miglioramento su precisi aspetti, comportamenti o metodologie di lavoro;
- ridefinire e precisare gli obiettivi ed i compiti del processo di realizzazione del progetto;
- misurare il raggiungimento degli obiettivi di apprendimento definiti alla base dei percorsi formativi - fornire indicazioni per modificare e migliorare gli interventi anche sulla base delle ispettive dei partecipanti.
- identificare con chiarezza il gap tra il desiderato e l'esistente, valorizzando le risorse coinvolte.

Le fasi che compongono il processo di monitoraggio sono:

1) Monitoraggio Iniziale. Entro il primo 30% del monte ore del progetto verrà realizzato un incontro con le direzioni dei partner coinvolti e il coordinatore del progetto per comprendere come viene recepito il percorso. Già in questa fase, attraverso l'analisi degli obiettivi progettuali e di quanto realizzato, verrà valutato un eventuale scostamento tra le due dimensioni. Se necessario verranno progettate e messe in atto opportune misure correttive e preventive da parte dei docenti e dei tutor.

2) Monitoraggio in itinere. L'audit che caratterizza questa fase si propone di dare particolare attenzione al processo di attuazione delle azioni e alla rinegoziazione continua del percorso formativo che avviene tra gli attori principali al fine di produrre, a breve e medio termine, lo sviluppo della cultura della valutazione e di promuovere la formazione di gruppi di miglioramento continuo all'interno dei partner. Il tutor realizzerà visite periodiche nel contesto formativo e colloqui formali e informali con i destinatari ed i docenti per individuare eventuali gap. Sarà compito della funzione di coordinamento valutare se tali scostamenti costituiscano delle anomalie o delle evoluzioni dei fabbisogni dei partner dovuti all'incremento delle competenze.

3) Monitoraggio finale. Al termine delle attività, attraverso un incontro con la direzione dei partner e con le funzioni progettuali coinvolte, verrà realizzata una valutazione qualitativa complessiva del progetto. Verranno analizzate le criticità e le buone prassi emerse sia in relazione al grado di apprendimento da parte degli allievi, sia relativamente alla governance del progetto stesso.

VALUTAZIONE:

La Valutazione prevede tre momenti:

Test Iniziale per rilevare le competenze in ingresso.

Test Intermedio durante l'attività d'aula per comprendere il livello che stanno raggiungendo i partecipanti.

Test finale darà come risultato l'indicazione del grado di raggiungimento degli obiettivi progettuali.

Al termine del percorso sarà inoltre trasmesso a tutti i partecipanti un questionario di gradimento secondo il sistema di qualità dell'ente proponente.

Figure professionali utilizzate:

Il gruppo di lavoro idoneo allo svolgimento del presente progetto è in linea con quanto previsto dalla direttiva, pertanto le figure individuate sono:

1) DIRETTORE/COORDINATORE DI PROGETTO che assicura il coordinamento delle attività progettuali, referente anche con la Sezione Lavoro se ne ravvisa la necessità. Tale figura ha 5 anni di esperienza nel settore.

2) I DOCENTI sono esperti coinvolti nelle loro materie di riferimento i quali hanno più di 5 anni di esperienza di docenza d'aula tradizionale e con l'uso anche di metodologie formative più innovative.

3) TUTOR DIDATTICO/ORGANIZZATIVO avrà il compito di supervisionare le attività dell'aula per almeno il 20% del monte ore complessivo, accompagnare gli allievi nel processo formativo, vigilare sul corretto adempimento delle procedure burocratiche richieste (tenuta registri, percentuali di frequenza ecc..) e vigilerà sulla conformità in progress del singolo percorso formativo e sull'efficacia dell'azione formativa stessa.

Il tutor esplicherà la sua attività in relazione con il coordinatore del progetto, monitorando costantemente l'andamento degli apprendimenti, fornendo supporto ai partecipanti, facilitando l'acquisizione e lo sviluppo di nuove conoscenze.

4) RESPONSABILE MONITORAGGIO/DIFFUSIONE: esperienza di almeno 2 anni in analoghe attività, monitora e diffonde i risultati del progetto nonché predispone la reportistica in itinere e finale.

5) RESPONSABILE DI SELEZIONE: figura con almeno 2 anni di esperienza in materia.

Inoltre all'interno del gruppo ci sono gli ADDETTI ALLA SEGRETERIA E AMMINISTRAZIONE che provvederanno alla documentazione utilizzata Per l'avvio, la gestione e rendicontazione del progetto formativo, curandone la compilazione e l'archiviazione.

Descrizione viaggi dei destinatari:

NON SONO PREVISTI VIAGGI.

VOCI FINANZIARIE

Categoria	Descrizione	Quantità	Valore unitario	Totale
A1	Contributo pubblico	1	61.602	€ 61.602,00
A2.1	Retribuzioni e oneri personale dipendente beneficiario	0	0	€ 0,00
A2.2	Cofinanziamento privato in denaro	0	0	€ 0,00
A2.3	Altre forme di cofinanziamento privato	0	0	€ 0,00
B5.1	Acquisto e adeguamento impianti, macchinari, attrezzature	0	0	€ 0,00
B5.2	Mezzi mobili	0	0	€ 0,00
B5.3	Canoni leasing	0	0	€ 0,00
B5.4	Progettazione, direzione lavori, collaudi, certificazione	0	0	€ 0,00
B5.5	Acquisto hardware e software	0	0	€ 0,00
B5.6	Acquisto brevetti, licenze, know-how	0	0	€ 0,00
B5.7	Acquisizione banche dati, ricerche di mercato, biblioteche tecniche	0	0	€ 0,00
B5.8	Perizie tecniche	0	0	€ 0,00

SCHEDA N.5: DESCRIZIONE AIUTI

Tipologia di aiuto: **Dimensioni impresa:**

SCHEDA N.6: INTERVENTI

Riferimento altro intervento:	0		
Titolo:	Copyright e open data per la cultura		
ID intervento:	45459	Numero intervento:	1
Comune sede dell'intervento:	Belluno		
Provincia intervento:	BL	Istat intervento:	025006
Tipologia intervento:	Interventi di aggiornamento e perfezionamento tematico di media durata		
		Numero edizioni:	1
Numero e tipologia destinatari previsti:	12 Occupati(compreso occupazione saltuaria/atipica e CIG)		
Numero totale destinatari:	12	Numero imprese previste:	0
Ore totali intervento:	24		
Descrizione intervento:	<p>Una nuova concezione del diritto d'autore, nata negli ultimi anni, e quella del copyleft. Questo nuovo fenomeno permette di riutilizzare o riprodurre l'opera riconoscendo i diritti morali dell'autore originario (questa nuova formula si fonda sul principio teorico che un'opera multimediale non è identificabile con un autore, ma con molti "contributori" della stessa). Il sistema del copyleft non ha come obiettivo l'abolizione dell'istituto del copyright ma, anzi, ne usa le stesse regole per raggiungere lo scopo opposto: la libera circolazione delle opere e la diffusione del nome dell'autore (in Europa il movimento ha riscontrato il maggiore successo con il sistema di Open Access).</p> <p>Lo sviluppo di internet, del mondo digital in generale, ha di fatto da una parte messo irrimediabilmente in discussione il concetto di diritto d'autore, e dall'altra ha dato la possibilità a chiunque di avere accesso quasi liberamente alle idee e alle conoscenze, e di proporsi egli stesso come promotore del proprio talento. In questo nuovo contesto anche i diritti devono essere revisionati, non più secondo una visione di tipo protezionistico-conservativa dell'opera, ma garantendo una più ampia diffusione della stessa e del nome dell'autore. Le libertà che la rete ci ha regalato hanno rovesciato completamente l'approccio ed il rapporto con qualunque tipo di prodotto culturale, o prodotto d'ingegno in genere.</p> <p>Alla luce di questa premessa, il percorso formativo, della durata di 24 ore, si pone l'obiettivo di fornire un quadro esaustivo dei concetti di copyright e open data legati alla cultura in generale, ma più nel particolare alla gestione del diritto d'autore nelle organizzazioni/istituzioni culturali. Saranno presi in esame le principali tipologie di copyright e analizzate alla luce delle azioni e delle attività poste in essere dagli enti culturali. I destinatari riceveranno un set di conoscenze metodologiche e pratiche per riconoscere le differenti tipologie di protezione delle opere culturali e per utilizzare gli open data nel modo corretto.</p> <p>Nella prima fase dell'intervento formativo, i destinatari riceveranno tutti gli strumenti per comprendere al meglio le dinamiche legate all'applicazione del copyright sulle opere culturali, nell'era del digitale.</p> <p>La seconda fase sarà più legata agli open data, alla loro gestione e soprattutto alla loro diffusione. Saranno presi in esame esempi concreti e casi in cui grazie alla corretta gestione degli open data, si sono ottenuti risultati tangibili sia a livello organizzativo che a livello economico per le istituzioni/organizzazioni culturali che sono state in grado di gestirli nel modo corretto.</p>		
Tecnologie e attrezzature:	Aula attrezzata con pc, notebook e videoproiettori. Saranno presenti tutte le attrezzature necessarie per l'intervento formativo: sedie, scrivanie, materiale di cancelleria.		

Modalità di valutazione previste: La prima valutazione verrà effettuata con un test di verifica delle competenze di cui sono già in possesso i partecipanti al fine di calibrare il percorso in base al livello generale del gruppo classe. Successivamente ogni docente procederà ad effettuare costanti verifiche in itinere, relativi agli argomenti di propria competenza, per valutare il livello di apprendimento di ciascuno ed individuare eventuali interventi di miglioramento, ed infine verrà effettuata una verifica finale che attesti l'effettiva acquisizione dei risultati di apprendimento.

Metodologie didattiche previste: Case history; Utilizzo di filmati; Formazione in presenza

Area intervento formativo (FOT): Sconosciuto/non specificato **Classificazione PLOTEUS:** Arte

Attestato rilasciato: Attestato di frequenza

Percentuale ore aula: 100%

Percentuale docenti senior: 50%

Percentuale docenti middle: 50%

Percentuale docenti junior: 0%

VOCI FINANZIARIE

Categoria	Descrizione	Quantità	Valore unitario	Totale
B2.13	Servizi di supporto all'utenza (vitto, alloggio, trasporto)	0	0	€ 0,00
B2.24	Retribuzioni e oneri personale dipendente beneficiario	0	0	€ 0,00
B3.3	Incontri e seminari	0	0	€ 0,00
D1.1	Spese di vitto, alloggio e trasporto	0	0	€ 0,00
E1.1	UCS ora formazione	24	164	€ 3.936,00
E1.10	UCS ora/utente FASCIA ALTA (individuale)	0	0	€ 0,00
E1.11	UCS ora/utente FASCIA ALTA (gruppi)	0	0	€ 0,00
E1.12	Semiresidenzialità	0	0	€ 0,00
E1.13	Residenzialità	0	0	€ 0,00
E1.4	UCS ora/utente (individuale)	0	0	€ 0,00
E1.5	UCS ora/utente (gruppi)	0	0	€ 0,00
E1.6	UCS ora/allievo formazione	0	0	€ 0,00
E1.9	UCS ora formazione (piccoli gruppi)	0	0	€ 0,00

COMPETENZE

Tipo competenza	Ore previste	Competenza	Conoscenza	Abilità	Modalità di valutazione
1	12	Comprendere le dinamiche legate alla protezione delle opere culturali, sia dal punto di vista legale che dal punto di vista tecnico-pratico, utilizzando le nuove competenze acquisite per la	Il copyright: la legge italiana e la normativa europea Tipologie di opere da proteggere: dall'opera analogica all'opera digitale Esaurimento del diritto di proprietà nel mondo digitale Pubblico dominio ed estensione dei diritti La gestione dei diritti nella digitalizzazione	Saper riconoscere le diverse tipologie di protezione dalla proprietà intellettuale in Italia ed in Europa Essere in grado di proteggere in modo appropriato opere analogiche e digitali Individuare gli elementi da proteggere in un contesto digitale Utilizzare i tool corretti per la gestione del copyright nei processi di digitalizzazione	Test e valutazioni finali

COMPETENZE

Tipo competenza	Ore previste	Competenza	Conoscenza	Abilità	Modalità di valutazione
2	12	Comprendere le funzioni degli open-data, dei metadata, della loro corretta diffusione e gestione, utilizzando le competenze acquisite e gli strumenti messi a disposizione sia online che offline per pianificare un corretto piano strategico finalizzato ad ottenere risultati tangibili nelle organizzazioni/istituzioni culturali.	Big data, open data, meta data: principali caratteristiche e differenze Gli open data per la cultura: ambiti di applicazione La diffusione degli open data: tecniche e modalità nelle organizzazioni/istituzioni culturali Organizzare l'apertura dei propri dati: processi, figure professionali e standard di cui una organizzazione/istituzione culturale deve tener conto per avviare un percorso di apertura del proprio patrimonio informativo.	Saper riconoscere e distinguere le differenti tipologie di dati: big data, open data, meta data Essere in grado di definire correttamente un piano per la gestione degli open data in relazione alla cultura Utilizzare le competenze acquisite per diffondere sul territorio gli open data della propria organizzazione/istituzione culturale Individuare le modalità di apertura degli open data dell'ente di appartenenza. Utilizzare gli strumenti digitali per la corretta gestione degli opendata	Test e valutazioni finali

SCHEDA N.6: INTERVENTI

Riferimento altro intervento:	0		
Titolo:	Formazione Contenuti Trasversali - Fundraising e crowdfunding per la cultura		
ID intervento:	45463	Numero intervento:	2
Comune sede dell'intervento:	Belluno		
Provincia intervento:	BL	Istat intervento:	025006
Tipologia intervento:	Interventi di aggiornamento e perfezionamento tematico di media durata		
		Numero edizioni:	1
Numero e tipologia destinatari previsti:	13 Occupati(compreso occupazione saltuaria/atipica e CIG)		
Numero totale destinatari:	13	Numero imprese previste:	0
Ore totali intervento:	24		

Descrizione intervento: Oggi il fundraising rappresenta uno degli strumenti principali di sostenibilità delle organizzazioni culturali, anche grazie all'introduzione di nuovi provvedimenti legislativi che di fatto possono favorire la raccolta fondi per le istituzioni culturali, siano esse pubbliche o private. Il fundraising però non può più essere considerato alla stregua di una classica sponsorizzazione e non può essere più un'attività residuale per le organizzazioni culturali. Occorre identificare strategie coerenti con la propria attività e strumenti adeguati per ottenere buoni risultati. Il 2016 è stato l'anno in cui in Italia si è tornato a parlare di mecenatismo culturale, anche grazie all'introduzione di un credito d'imposta tra i più favorevoli in Europa quale l'Art Bonus: si sta delineando un nuovo donatore che usa il web come canale per effettuare donazioni, anche di piccole somme, rendendosi sempre più partecipe alla vita culturale della comunità. Non è quindi un azzardo affermare che La cultura è tornata ad essere un bene comune e una causa sociale. Per quanto se ne dica, infatti, il "mercato" delle donazioni individuali guarda con crescente attenzione agli enti e ai progetti culturali. Sia con approcci innovativi, come il crowdfunding e il community fundraising, sia con quelli più tradizionali della membership, delle campagne di sostegno e degli eventi. Qualunque modo si usi per raggiungere questa nuova tipologia di donatori per la cultura, è importante avere una solida strategia per comunicare e relazionarsi con gli individui e la comunità che richiedono anche di guardare in un altro modo la propria progettualità e offerta culturale.

Il percorso formativo, della durata di 24 ore, si pone l'obiettivo di dare un quadro esaustivo del fundraising per la cultura. Sarà analizzato nel dettaglio il mercato delle donazioni individuali nel settore della cultura con l'obiettivo di fornire ai destinatari un set di conoscenze metodologiche e pratiche per delineare una strategia di fundraising verso gli individui, tenendo conto del differente contesto e delle caratteristiche dell'organizzazione/istituzione culturale, per poi concentrarsi, in modo pratico, sulla ideazione e pianificazione degli strumenti di raccolta fondi on line e off line. Una particolare attenzione verrà dedicata al crowdfunding, soprattutto nella individuazione delle condizioni alle quali questa tecnica possa garantire successo ai progetti presentati. Nella prima fase dell'intervento formativo, i destinatari riceveranno tutti gli strumenti per comprendere al meglio le dinamiche del fundraising e per agire con autonomia nella ricerca di fondi di finanziamento legati alla cultura. La seconda fase sarà più legata al crowdfunding, alla progettazione di campagne vincenti e all'approfondimento degli aspetti tecnici legati all'engagement dei potenziali donatori. Saranno prese in esame le principali piattaforme di crowdfunding ed analizzato il loro funzionamento.

Tecnologie e attrezzature: Aula attrezzata con pc, notebook e videoproiettori. Saranno presenti tutte le attrezzature necessarie per l'intervento formativo: sedie, scrivanie, materiale di cancelleria.

Modalità di valutazione previste: La prima valutazione verrà effettuata con un test di verifica delle competenze di cui sono già in possesso i partecipanti al fine di calibrare il percorso in base al livello generale del gruppo classe. Successivamente ogni docente procederà ad effettuare costanti verifiche in itinere, relativi agli argomenti di propria competenza, per valutare il livello di apprendimento di ciascuno ed individuare eventuali interventi di miglioramento, ed infine verrà effettuata una verifica finale che attesti l'effettiva acquisizione dei risultati di apprendimento.

Metodologie didattiche previste: Utilizzo di filmati; Formazione intervento; Formazione in presenza

Area intervento formativo (FOT): Arti figurative

Classificazione PLOTEUS: Altro

Attestato rilasciato: Attestato di frequenza

Percentuale ore aula: 100%

Percentuale docenti senior: 50%

Percentuale docenti middle: 50%

Percentuale docenti
junior: 0%

VOCI FINANZIARIE

Categoria	Descrizione	Quantità	Valore unitario	Totale
B2.13	Servizi di supporto all'utenza (vitto, alloggio, trasporto)	0	0	€ 0,00
B2.24	Retribuzioni e oneri personale dipendente beneficiario	0	0	€ 0,00
B3.3	Incontri e seminari	0	0	€ 0,00
D1.1	Spese di vitto, alloggio e trasporto	0	0	€ 0,00
E1.1	UCS ora formazione	24	164	€ 3.936,00
E1.10	UCS ora/utente FASCIA ALTA (individuale)	0	0	€ 0,00
E1.11	UCS ora/utente FASCIA ALTA (gruppi)	0	0	€ 0,00
E1.12	Semiresidenzialità	0	0	€ 0,00
E1.13	Residenzialità	0	0	€ 0,00
E1.4	UCS ora/utente (individuale)	0	0	€ 0,00
E1.5	UCS ora/utente (gruppi)	0	0	€ 0,00
E1.6	UCS ora/allievo formazione	0	0	€ 0,00
E1.9	UCS ora formazione (piccoli gruppi)	0	0	€ 0,00

COMPETENZE

Tipo competenza	Ore previste	Competenza	Conoscenza	Abilità	Modalità di valutazione
1	12	Comprendere prontamente gli elementi di base del fundraising per le organizzazioni/istituzioni culturali e per la realizzazione di iniziative culturali, utilizzando al meglio gli strumenti propri della gestione di campagne di raccolta fondi, sia off-line che online, utilizzando al meglio gli strumenti messi a disposizione dalle nuove piattaforme digitali.	Le organizzazioni/istituzioni culturali ed il loro bilancio I finanziamenti per la cultura: dimensione regionale, nazionale, internazionale Il fundraising per la cultura: interazione offline-online L'impatto delle tecnologie digitali e dell'economia della condivisione Il management delle campagne di crowdfunding	Saper analizzare lo stato di salute di un'organizzazione/istituzione culturale Essere in grado di mappare le misure di finanziamento destinate alla cultura Individuare gli elementi principali di una campagna di fundraising vincente Riconoscere e distinguere gli strumenti per pianificare e gestire una campagna di fundraising offline e online. Utilizzare i tool corretti per il management delle campagne di fundraising	test e valutazioni finale

COMPETENZE

Tipo competenza	Ore previste	Competenza	Conoscenza	Abilità	Modalità di valutazione
2	12	Comprendere le dinamiche legate al crowdfunding ed in particolar modo al crowdfunding per la cultura, analizzando le principali caratteristiche delle piattaforme esistenti ed utilizzando gli strumenti online messi a disposizione per pianificare e gestire campagne di crowdfunding vincenti.	Il mercato del crowdfunding per la cultura ed i suoi trend. Le piattaforme di crowdfunding italiane ed internazionali per la cultura Il progetto di crowdfunding: dall'ideazione del progetto all'utilizzo dei fondi raccolti Le tecniche di comunicazione per l'engagement dei donatori.	Saper costruire un piano strategico di raccolta fondi utilizzando gli strumenti propri del crowdfunding Essere in grado di definire il fabbisogno finanziario dell'organizzazione/istituzione culturale da soddisfare con la campagna di crowdfunding Individuare il corretto piano di comunicazione per il coinvolgimento dei donatori Utilizzare gli strumenti digitali per la creazione delle campagne di crowdfunding	test e valutazioni finale

SCHEDA N.6: INTERVENTI

Riferimento altro intervento:	0		
Titolo:	Il digital cultural heritage: nuovi spazi, prodotti e servizi per il patrimonio culturale		
ID intervento:	45466	Numero intervento:	3
Comune sede dell'intervento:	Belluno		
Provincia intervento:	BL	Istat intervento:	025006
Tipologia intervento:	Interventi di aggiornamento e perfezionamento tematico di media durata		
		Numero edizioni:	1
Numero e tipologia destinatari previsti:	13 Occupati(compreso occupazione saltuaria/atipica e CIG)		
Numero totale destinatari:	13	Numero imprese previste:	0
Ore totali intervento:	24		

Descrizione intervento:

Il contatto tra i nuovi strumenti digitali e le pratiche culturali ha fatto emergere un nuovo campo interdisciplinare il cui processo di riconoscimento è ancora in atto. Il Manifesto Ventotene Digitale della Digital Cultural Heritage School cerca di avviare una definizione, auspicando il riconoscimento della Cultura Digitale come patrimonio culturale in forma digitale intangibile e immateriale e il digital cultural heritage come risorsa primaria delle culture digitali contemporanee e future.

All'interno di questo vasto campo, vanno distinte le entità culturali digitali (le risorse culturali digitalizzate) e le risorse e i prodotti "nativi digitali", che nascono in un'ottica di promozione digitale del patrimonio culturale ma costituiscono, nello stesso tempo, una reinterpretazione dello stesso. Il Digital Cultural Heritage nasce infatti all'interno di una concezione costruttivista del patrimonio culturale, suggellata dalla Convenzione di Faro sul Valore del Patrimonio Culturale per la Società, che identifica il patrimonio come un insieme di risorse ereditate dal passato che le popolazioni identificano, indipendentemente da chi ne detenga la proprietà, come riflesso ed espressione dei loro valori, credenze, conoscenze e tradizioni, in continua evoluzione.

I musei e le istituzioni culturali necessitano di strumenti interpretativi nel campo del digital heritage, non solo per incorporare nuove forme di patrimonio (le risorse culturali in formato digitale) all'interno della propria strategia di conservazione, catalogazione, trasmissione e valorizzazione, ma anche per poter gestire con consapevolezza le nuove forme di produzione culturale che nascono all'esterno della propria istituzione, nei nuovi spazi del Web. Proprio dal Web, infatti, proviene un nuovo modello economico diffuso dalla rete con cui i musei e le istituzioni culturali si trovano a confrontarsi: la co-creazione.

Il modulo formativo, della durata di 24 ore, si pone l'obiettivo di fornire un quadro esaustivo sul digital cultural heritage nella sua duplice natura di risorsa culturale digitale (digital as cultural heritage) ed ecosistema di valorizzazione digitale delle risorse culturali (digital for cultural heritage). La prima parte del corso sarà dedicata ad analizzare le nuove forme patrimoniali e le nuove discipline nate dall'incontro tra i formati digitali e i contenuti culturali (sound heritage, archeologia digitale, archeoacustica, digital art history).

La seconda parte del corso sarà dedicata ai nuovi prodotti e servizi che dal funzionamento del Web e delle piattaforme sociali traggono le proprie metafore operative (archivi collaborativi online, contest culturali), con un focus sulle realtà che concepiscono la valorizzazione culturale in un'ottica partecipativa e di co-creazione (musei virtuali, Invasioni Digitali, Museum Week).

Tecnologie e attrezzature:

Aula attrezzata con pc, notebook e videoproiettori. Saranno presenti tutte le attrezzature necessarie per l'intervento formativo: sedie, scrivanie, materiale di cancelleria.

Modalità di valutazione previste:

La prima valutazione verrà effettuata con un test di verifica delle competenze di cui sono già in possesso i partecipanti al fine di calibrare il percorso in base al livello generale del gruppo classe. Successivamente ogni docente procederà ad effettuare costanti verifiche in itinere, relativi agli argomenti di propria competenza, per valutare il livello di apprendimento di ciascuno ed individuare eventuali interventi di miglioramento, ed infine verrà effettuata una verifica finale che attesti l'effettiva acquisizione dei risultati di apprendimento.

Metodologie didattiche previste:

Case history; Formazione intervento; Formazione in presenza

Area intervento formativo (FOT):

Arti figurative

Classificazione PLOTEUS:

Arte

Attestato rilasciato:

Attestato di frequenza

Percentuale ore aula:

100%

Percentuale docenti senior:

50%

Percentuale docenti middle:

50%

Percentuale docenti junior:

VOCI FINANZIARIE

Categoria	Descrizione	Quantità	Valore unitario	Totale
B2.13	Servizi di supporto all'utenza (vitto, alloggio, trasporto)	0	0	€ 0,00
B2.24	Retribuzioni e oneri personale dipendente beneficiario	0	0	€ 0,00
B3.3	Incontri e seminari	0	0	€ 0,00
D1.1	Spese di vitto, alloggio e trasporto	0	0	€ 0,00
E1.1	UCS ora formazione	24	164	€ 3.936,00
E1.10	UCS ora/utente FASCIA ALTA (individuale)	0	0	€ 0,00
E1.11	UCS ora/utente FASCIA ALTA (gruppi)	0	0	€ 0,00
E1.12	Semiresidenzialità	0	0	€ 0,00
E1.13	Residenzialità	0	0	€ 0,00
E1.4	UCS ora/utente (individuale)	0	0	€ 0,00
E1.5	UCS ora/utente (gruppi)	0	0	€ 0,00
E1.6	UCS ora/allievo formazione	0	0	€ 0,00
E1.9	UCS ora formazione (piccoli gruppi)	0	0	€ 0,00

COMPETENZE

Tipo competenza	Ore previste	Competenza	Conoscenza	Abilità	Modalità di valutazione
1	12	Comprendere l'importanza del digital heritage nel settore culturale e le sue potenziali applicazioni nei musei e nelle istituzioni culturali. Analizzare le nuove professionalità e i nuovi campi di ricerca emergenti per individuare nuovi spazi e pubblici potenziali delle istituzioni culturali. Conoscere il potenziale digitale delle proprie risorse culturali e metterlo a frutto attraverso la progettazione di interventi nel campo del digital heritage.	Il Digital Cultural Heritage Nuovi musei e nuove museologie I patrimoni culturali digitali Nuove discipline per lo studio e la ricerca del patrimonio culturale	Riconoscere e distinguere gli interventi digitali nel settore culturale Saper mappare diverse forme patrimoniali digitali in ottica interdisciplinare	Test e verifica finale

COMPETENZE

Tipo competenza	Ore previste	Competenza	Conoscenza	Abilità	Modalità di valutazione
2	12	Conoscere le nuove forme di divulgazione e produzione culturale dell'era del Web e saperle applicare alla propria realtà culturale, identificando la piattaforma più adatta alle proprie esigenze e obiettivi. Implementare la propria strategia digitale attraverso la progettazione di interventi partecipativi che utilizzano la metaforma della piattaforma per co-creare valore culturale, sia negli spazi fisici che virtuali del museo.	La metaforma di piattaforma per la co-creazione culturale I nuovi prodotti/servizi culturali partecipativi Invasioni Digitali	Saper ideare un intervento digitale partecipativo Riconoscere le potenzialità di co-creazione culturale delle principali piattaforme sociali Conoscere le dinamiche partecipative legate al mondo del Web e saperle applicare alla progettazione culturale	Test e verifica finale

SCHEDA N.6: INTERVENTI

Riferimento altro intervento:	0		
Titolo:	Competenze digitali: formazione all'utilizzo del Web e dei social network		
ID intervento:	45467	Numero intervento:	4
Comune sede dell'intervento:	Belluno		
Provincia intervento:	BL	Istat intervento:	025006
Tipologia intervento:	Interventi di aggiornamento e perfezionamento tematico di media durata		
		Numero edizioni:	1
Numero e tipologia destinatari previsti:	13 Occupati(compreso occupazione saltuaria/atipica e CIG)		
Numero totale destinatari:	13	Numero imprese previste:	0
Ore totali intervento:	24		
Descrizione intervento:	<p>La digitalizzazione sta trasformando le risorse culturali italiane in un importante elemento di base per l'economia digitale ed ha contribuito alla crescita delle imprese culturali e creative dell'Europa, che oggi rappresentano ca. Il 4% del PIL dell'UE e dei posti di lavoro ed hanno un grande potenziale per stimolare l'innovazione in altri settori. La digitalizzazione e l'accessibilità online delle risorse culturali come input per prodotti e servizi a valore aggiunto possono alimentare l'innovazione in settori quali il turismo, l'istruzione, l'architettura, la progettazione, la pubblicazione, la pubblicità. Inoltre, l'utilizzo di strumenti digitali sta offrendo al ricco patrimonio culturale italiano e veneto un profilo chiaro su Internet e sta contribuendo a valorizzare i prodotti culturali e la loro interazione con gli altri settori economici.</p> <p>Il corretto utilizzo degli strumenti digitali da parte delle organizzazioni/istituzioni culturali consente una maggiore visibilità delle collezioni di musei, biblioteche e archivi. Oggi la 'visita virtuale' è diventata un nuovo modo di esplorare il patrimonio culturale: senza spostarsi da casa, ogni giorno le persone possono accedere a milioni di immagini e file multimediali provenienti da diverse parti del mondo, direttamente dai propri dispositivi fissi o mobili. In questo modo non è più solo il museo ad essere visitato, ma a fare esso stesso la visita, estendendosi su diversi spazi virtuali.</p> <p>Il sito internet è la prima estensione della dimensione fisica del museo: la sua evoluzione nel tempo – da 'sito brochure' con le informazioni per programmare la propria visita fisica a 'sito content' e 'sito learning' dove esplorare le collezioni online e approfondire la propria esperienza – riflette una diversa concezione della dimensione virtuale, che gradualmente ha acquisito lo status di spazio a pieno titolo del museo.</p> <p>Il percorso formativo, della durata di 24 ore, si pone l'obiettivo di fornire un quadro esaustivo sulle competenze digitali di base necessarie per traghettare il settore culturale verso nuove traiettorie di sviluppo. Saranno presi in esame i nuovi spazi virtuali del museo, a partire dal sito web fino alle principali piattaforme sociali.</p> <p>La prima parte del corso sarà dedicata ad una panoramica sullo stato dell'arte della digitalizzazione nel settore cultura, con un focus sull'acquisizione delle competenze digitali base per saper gestire in autonomia l'estensione del museo nella dimensione virtuale.</p> <p>La seconda fase del corso sarà di tipo più specialistico ed affronterà nel dettaglio i principali social network (Facebook, Instagram, Twitter, Pinterest, Flickr), ciascuno analizzato nel suo funzionamento e metafora operativa.</p>		

Tecnologie e attrezzature: Aula attrezzata con pc, notebook e videoproiettori. Saranno presenti tutte le attrezzature necessarie per l'intervento formativo: sedie, scrivanie, materiale di cancelleria.

Modalità di valutazione previste: La prima valutazione verrà effettuata con un test di verifica delle competenze di cui sono già in possesso i partecipanti al fine di calibrare il percorso in base al livello generale del gruppo classe. Successivamente ogni docente procederà ad effettuare costanti verifiche in itinere, relativi agli argomenti di propria competenza, per valutare il livello di apprendimento di ciascuno ed individuare eventuali interventi di miglioramento, ed infine verrà effettuata una verifica finale che attesti l'effettiva acquisizione dei risultati di apprendimento.

Metodologie didattiche previste: Case history; Formazione intervento; Formazione in presenza

Area intervento formativo (FOT): Arti figurative

Classificazione PLOTEUS: Arte

Attestato rilasciato: Attestato di frequenza

Percentuale ore aula: 100%

Percentuale docenti senior: 50%

Percentuale docenti middle: 50%

Percentuale docenti junior: 0%

VOCI FINANZIARIE

Categoria	Descrizione	Quantità	Valore unitario	Totale
B2.13	Servizi di supporto all'utenza (vitto, alloggio, trasporto)	0	0	€ 0,00
B2.24	Retribuzioni e oneri personale dipendente beneficiario	0	0	€ 0,00
B3.3	Incontri e seminari	0	0	€ 0,00
D1.1	Spese di vitto, alloggio e trasporto	0	0	€ 0,00
E1.1	UCS ora formazione	24	164	€ 3.936,00
E1.10	UCS ora/utente FASCIA ALTA (individuale)	0	0	€ 0,00
E1.11	UCS ora/utente FASCIA ALTA (gruppi)	0	0	€ 0,00
E1.12	Semiresidenzialità	0	0	€ 0,00
E1.13	Residenzialità	0	0	€ 0,00
E1.4	UCS ora/utente (individuale)	0	0	€ 0,00
E1.5	UCS ora/utente (gruppi)	0	0	€ 0,00
E1.6	UCS ora/allievo formazione	0	0	€ 0,00
E1.9	UCS ora formazione (piccoli gruppi)	0	0	€ 0,00

COMPETENZE

Tipo competenza	Ore previste	Competenza	Conoscenza	Abilità	Modalità di valutazione
1	12	Comprendere l'importanza delle competenze digitali per gli operatori delle organizzazioni/istituzioni culturali e saperle applicare al proprio contesto di riferimento, facilitando il processo di digitalizzazione. Comprendere le dinamiche legate alle nuove tipologie di fruizione delle opere culturali sviluppate negli spazi virtuali.	Le competenze digitali di base per la cultura Gli spazi virtuali del museo: il sito internet e le diverse tipologie La visita virtuale e il museo mobile: nuovi dispositivi di accesso al museo	Saper utilizzare le competenze digitali acquisite nel proprio contesto lavorativo Individuare la corretta strategia di implementazione degli spazi virtuali del museo Saper analizzare la capacità interattiva di un sito web Saper pianificare la digitalizzazione delle opere culturali	Test e valutazioni finali

COMPETENZE

Tipo competenza	Ore previste	Competenza	Conoscenza	Abilità	Modalità di valutazione
2	12	Utilizzare al meglio le competenze digitali acquisite per migliorare la comunicazione digitale, sviluppando tecniche di web-marketing e di social media management. Sviluppare l'identità digitale dell'organizzazione culturale, in un'ottica multi-piattaforma, implementando la gestione dei social network già esistenti e adottandone di nuovi.	La comunicazione digitale per le istituzioni/organizzazioni culturali Social media management I social network: Facebook, Twitter, Instagram, Pinterest, Flickr	Saper redigere un piano di comunicazione che tenga conto dei nuovi strumenti digitali Essere in grado di sviluppare un'identità digitale dell'organizzazione che si riflette sulle diverse piattaforme sociali Sviluppare un piano editoriale sui social network e gestire l'aggiornamento dei contenuti Saper analizzare gli strumenti di monitoraggio interni a ciascuna piattaforma	Test e valutazioni finali

SCHEDA N.6: INTERVENTI

Riferimento altro intervento:	<input type="text" value="0"/>		
Titolo:	<input type="text" value="Management e marketing culturale: come sviluppare i propri pubblici"/>		
ID intervento:	<input type="text" value="45468"/>	Numero intervento:	<input type="text" value="5"/>
Comune sede dell'intervento:	<input type="text" value="Belluno"/>		
Provincia intervento:	<input type="text" value="BL"/>	Istat intervento:	<input type="text" value="025006"/>
Tipologia intervento:	<input type="text" value="Interventi di aggiornamento e perfezionamento tematico di media durata"/>		
		Numero edizioni:	<input type="text" value="1"/>
Numero e tipologia destinatari previsti:	<input type="text" value="13 Occupati(compreso occupazione saltuaria/atipica e CIG)"/>		
Numero totale destinatari:	<input type="text" value="13"/>	Numero imprese previste:	<input type="text" value="0"/>
Ore totali intervento:	<input type="text" value="24"/>		

Descrizione intervento: La complessità e la rapidità dei cambiamenti in atto nel mondo culturale richiedono capacità crescenti di interpretazione del contesto, padronanza di metodi e strumenti per attivare strategie di gestione al fine di garantire la sostenibilità dei progetti e delle organizzazioni in ambito culturale.

Un elemento chiave di sostenibilità è la capacità di instaurare e mantenere relazioni a lungo termine con i propri pubblici e intercettarne di nuovi, confrontandosi con tipologie che hanno diverse caratteristiche, bisogni e aspettative. L'approccio dell'Audience Development – mirato a sviluppare politiche e strategie per rispondere ai bisogni rilevati – integra quello del marketing culturale, ponendosi come obiettivo non solo l'aumento quantitativo del pubblico, ma anche quello qualitativo della diversità dei pubblici. L'integrazione dei due approcci si rende ancora più indispensabile dopo l'avvento del Web, che ha introdotto non solo nuove tipologie di pubblico – le comunità e gli utenti online – ma anche nuovi modi di interagire con esso: nell'era digitale le persone non si accontentano più di "fruire" dei contenuti, ma si aspettano di partecipare attivamente alla loro creazione.

Il corso breve in Management e marketing culturale intende rispondere a queste esigenze formando dei manager capaci di coniugare le conoscenze delle diverse tipologie di pubblico con capacità e know-how che permettano loro di costruire una solida strategia di coinvolgimento e fidelizzazione, anche attraverso l'utilizzo dei canali digitali. L'obiettivo è quello di potenziare le competenze di operatori già impegnati nel management dei processi culturali e nel turismo culturale, fornendo loro particolari competenze nella gestione ed analisi dei pubblici e nello sviluppo di nuove strategie di coinvolgimento digitale.

Il modulo formativo, della durata di 24 ore, si pone l'obiettivo di fornire un quadro esaustivo del marketing culturale e dell'audience development nell'era digitale.

La prima parte del corso sarà dedicata ad analizzare le diverse tipologie di pubblico di un'istituzione culturale, secondo la tripartizione tra pubblici attuali, pubblici potenziali, pubblici difficili da raggiungere (Bollo, Hadley, Morris Heartgrave McIntyre). All'interno dei pubblici non abituali, particolare attenzione sarà data alle possibilità di cooperazione con imprese di medie e grandi dimensioni che non sempre appartengono al sistema cultura ma vi intendono investire; fondazioni bancarie, e non, che perseguono finalità culturali; enti legati al mondo della produzione culturale e delle arti performative come teatri e teatri d'opera, enti concertistici, radio e televisioni, case editrici e discografiche, festival.

La seconda parte del corso sarà dedicata alle strategie di coinvolgimento digitale, utilizzando il digital engagement framework sviluppato da Jasper Visser e Jim Richardson.

Tecnologie e attrezzature: Aula attrezzata con pc, notebook e videoproiettori. Saranno presenti tutte le attrezzature necessarie per l'intervento formativo: sedie, scrivanie, materiale di cancelleria.

Modalità di valutazione previste: La prima valutazione verrà effettuata con un test di verifica delle competenze di cui sono già in possesso i partecipanti al fine di calibrare il percorso in base al livello generale del gruppo classe. Successivamente ogni docente procederà ad effettuare costanti verifiche in itinere, relativi agli argomenti di propria competenza, per valutare il livello di apprendimento di ciascuno ed individuare eventuali interventi di miglioramento, ed infine verrà effettuata una verifica finale che attesti l'effettiva acquisizione dei risultati di apprendimento.

Metodologie didattiche previste: Case history; Formazione intervento; Formazione in presenza

Area intervento formativo (FOT):

Classificazione PLOTEUS:

Attestato rilasciato:

Percentuale ore aula:

Percentuale docenti senior:

Percentuale docenti middle:

Percentuale docenti
junior: 0%

VOCI FINANZIARIE

Categoria	Descrizione	Quantità	Valore unitario	Totale
B2.13	Servizi di supporto all'utenza (vitto, alloggio, trasporto)	0	0	€ 0,00
B2.24	Retribuzioni e oneri personale dipendente beneficiario	0	0	€ 0,00
B3.3	Incontri e seminari	0	0	€ 0,00
D1.1	Spese di vitto, alloggio e trasporto	0	0	€ 0,00
E1.1	UCS ora formazione	24	164	€ 3.936,00
E1.10	UCS ora/utente FASCIA ALTA (individuale)	0	0	€ 0,00
E1.11	UCS ora/utente FASCIA ALTA (gruppi)	0	0	€ 0,00
E1.12	Semiresidenzialità	0	0	€ 0,00
E1.13	Residenzialità	0	0	€ 0,00
E1.4	UCS ora/utente (individuale)	0	0	€ 0,00
E1.5	UCS ora/utente (gruppi)	0	0	€ 0,00
E1.6	UCS ora/allievo formazione	0	0	€ 0,00
E1.9	UCS ora formazione (piccoli gruppi)	0	0	€ 0,00

SCHEDA N.6: INTERVENTI

Riferimento altro intervento:	0		
Titolo:	Learning objects web based per potenziare l'esperienza museale		
ID intervento:	45469	Numero intervento:	6
Comune sede dell'intervento:	Venezia		
Provincia intervento:	VE	Istat intervento:	027042
Tipologia intervento:	Interventi di aggiornamento e perfezionamento tematico di media durata		
		Numero edizioni:	3
Numero e tipologia destinatari previsti:	10 Occupati(compreso occupazione saltuaria/atipica e CIG)		
Numero totale destinatari:	10	Numero imprese previste:	0
Ore totali intervento:	24		
Descrizione intervento:	<p>Le nuove tecnologie informatiche rappresentano per le istituzioni culturali uno strumento per potenziare l'esperienza culturale sotto molti punti di vista, tra questi quello informativo-didattico è uno di quelli che può maggiormente favorire l'interazione tra il l'organizzazione, il prodotto e il pubblico culturale. Il corso formativo si rivolge a quelle organizzazioni e operatori culturali che evidenziano la necessità di implementare un'attività formativa per offrire ai propri corsisti un approccio maggiormente consapevole alle nuove tecnologie informatiche e per fare questo intende acquisire le competenze necessarie per rendersi autonomo nello sviluppo di learning objects da impiegare su varie piattaforme digitali.</p> <p>Per i musei infatti la didattica museale rappresenta la via principale per favorire l'uso del museo come percorso di apprendimento, potenziare i benefici dell'apprendimento attivo e esperienziale, una innovazione nel modo di usare gli artefatti, i reperti e le opere d'arte per evocare, provocare e sfidare il pubblico.</p> <p>Fino a pochi anni fa queste attività presupponevano interazioni fisiche in presenza basate su oggetti d'apprendimento, oggi invece è possibile traslare queste forme d'esperienza museale su piattaforme digitali dedicate. Per fare ciò al personale museale viene però chiesta una rivoluzione in termini di competenze da mettere al lavoro, soprattutto per metterli nelle condizioni di attivare cicli d'esperienza basati sulla sperimentazione attiva, l'esperienza concreta, l'osservazione riflessiva e la concettualizzazione astratta, attivando abilità trasversali in modo significativo: critical thinking, problem solving, metacognizione, comunicazione, osservazione e analisi. È in questo modo che l'esperienza museale diventa apprendimento per scoperta, progettuale e a mosaico.</p> <p>Il corso di formazione si concentra nel fornire ai partecipanti un vocabolario e un equipaggiamento tecnico di livello intermedio per progettare e creare contenuti d'apprendimento web-based.</p>		
Tecnologie e attrezzature:	Aula attrezzata con pc, notebook e videoproiettori. Saranno presenti tutte le attrezzature necessarie per l'intervento formativo: sedie, scrivanie, materiale di cancelleria.		
Modalità di valutazione previste:	La prima valutazione verrà effettuata con un test di verifica delle competenze di cui sono già in possesso i partecipanti al fine di calibrare il percorso in base al livello generale del gruppo classe. Successivamente ogni docente procederà ad effettuare costanti verifiche in itinere, relativi agli argomenti di propria competenza, per valutare il livello di apprendimento di ciascuno ed individuare eventuali interventi di miglioramento, ed infine verrà effettuata una verifica finale che attesti l'effettiva acquisizione dei risultati di apprendimento.		

Metodologie didattiche previste: Case history; Formazione intervento; Formazione in presenza

Area intervento formativo (FOT): Sconosciuto/non specificato

Classificazione PLOTEUS: Altro

Attestato rilasciato: Attestato di frequenza

Percentuale ore aula: 100%

Percentuale docenti senior: 50%

Percentuale docenti middle: 50%

Percentuale docenti junior: 0%

VOCI FINANZIARIE

Categoria	Descrizione	Quantità	Valore unitario	Totale
B2.13	Servizi di supporto all'utenza (vitto, alloggio, trasporto)	0	0	€ 0,00
B2.24	Retribuzioni e oneri personale dipendente beneficiario	0	0	€ 0,00
B3.3	Incontri e seminari	0	0	€ 0,00
D1.1	Spese di vitto, alloggio e trasporto	0	0	€ 0,00
E1.1	UCS ora formazione	72	164	€ 11.808,00
E1.10	UCS ora/utente FASCIA ALTA (individuale)	0	0	€ 0,00
E1.11	UCS ora/utente FASCIA ALTA (gruppi)	0	0	€ 0,00
E1.12	Semiresidenzialità	0	0	€ 0,00
E1.13	Residenzialità	0	0	€ 0,00
E1.4	UCS ora/utente (individuale)	0	0	€ 0,00
E1.5	UCS ora/utente (gruppi)	0	0	€ 0,00
E1.6	UCS ora/allievo formazione	0	0	€ 0,00
E1.9	UCS ora formazione (piccoli gruppi)	0	0	€ 0,00

COMPETENZE

Tipo competenza	Ore previste	Competenza	Conoscenza	Abilità	Modalità di valutazione
1	12	Innovare gli strumenti a disposizione dell'esperienza museale attraverso le piattaforme di elearning	Fondamenti di elearning •Cos'è un learning object •Cos'è un file Manifest •AICC-SCORM •Le piattaforme di elearning	Riconoscere i casi nei quali un learning object potrebbe potenziare l'esperienza museale Identificare le parti di patrimonio culturale materiale e immateriale adatte ad essere tradotte in un learning object	Test e valutazione finale

COMPETENZE

Tipo competenza	Ore previste	Competenza	Conoscenza	Abilità	Modalità di valutazione
2	12	Produrre learning objects al servizio dell'esperienza museale utilizzando le più diffuse tecnologie web based	Elearning tools : Articulate 360 •Primo approccio con l'interfaccia utente di Articulate 360 •Creazione dello storyboard del primo learning object •Realizzazione del primo file manifest •Caricamento e pubblicazione del primo learning object	Progettare un learning objects Realizzare un learning object di base	Test e valutazione finale

SCHEDA N.6: INTERVENTI

Riferimento altro intervento:	0		
Titolo:	Project work		
ID intervento:	45470	Numero intervento:	7
Comune sede dell'intervento:	Belluno		
Provincia intervento:	BL	Istat intervento:	025006
Tipologia intervento:	Project Work		
		Numero edizioni:	5
Numero e tipologia destinatari previsti:	10 Occupati(compreso occupazione saltuaria/atipica e CIG)		
Numero totale destinatari:	10	Numero imprese previste:	0
Ore totali intervento:	12		
Descrizione del servizio:	<p>La complessità del mondo digitale e la necessità di introdurre nuovi prodotti e servizi che sfidino i paradigmi di fruizione tradizionale necessitano la messa in pratica delle competenze teoriche apprese durante le ore di formazione. L'intervento formativo verrà quindi affiancato da un percorso di project work che applicherà la metodologia del design thinking alla progettazione culturale.</p> <p>Obiettivo di questa fase è stimolare il pensiero creativo degli operatori culturali e guidarli verso un utilizzo consapevole delle competenze digitali per la risoluzione dei problemi dell'istituzione e il rafforzamento della sua strategia.</p> <p>Il project work, della durata di 12 ore per cinque gruppi di 10 destinatari, sarà diviso nelle seguenti fasi:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Identificazione degli obiettivi e dei bisogni dell'istituzione culturale, tenendo in considerazione anche i principali trend a livello locale, nazionale e globale 2. Identificazione delle proprie specificità culturali, della molteplicità dei significati del patrimonio culturale e delle tematiche da esso veicolate 3. Analisi dei pubblici e profilazione di un 'utente tipo' (persona) 4. Ideazione di un intervento digitale 5. Prototipazione e presentazione di gruppo <p>Considerata l'eterogenea provenienza degli operatori – appartenenti a istituzioni e comuni diversi e con un differente bagaglio culturale e professionale - la divisione in gruppi di lavoro favorirà la conoscenza reciproca, lo scambio di competenze ed esperienze, la progettazione in rete. Attraverso il processo collaborativo e iterativo proprio del design thinking, si risponderà anche all'esigenza sottolineata dal bando di favorire la cooperazione tra più soggetti e istituzioni del territorio e porre le basi per la creazione di un circuito culturale fondato sulle risorse umane.</p> <p>Ciascun gruppo presenterà l'intervento digitale e il proprio processo di progettazione al termine del project work e durante il seminario finale, predisponendo la sua implementazione all'interno della programmazione culturale degli enti coinvolti.</p>		

VOCI FINANZIARIE

Categoria	Descrizione	Quantità	Valore unitario	Totale
B2.13	Servizi di supporto all'utenza (vitto, alloggio, trasporto)	0	0	€ 0,00
B2.24	Retribuzioni e oneri personale dipendente beneficiario	0	0	€ 0,00
B3.3	Incontri e seminari	0	0	€ 0,00
D1.1	Spese di vitto, alloggio e trasporto	0	0	€ 0,00
E1.1	UCS ora formazione	0	0	€ 0,00
E1.10	UCS ora/utente FASCIA ALTA (individuale)	0	0	€ 0,00
E1.11	UCS ora/utente FASCIA ALTA (gruppi)	600	25	€ 15.000,00
E1.12	Semiresidenzialità	0	0	€ 0,00
E1.13	Residenzialità	0	0	€ 0,00
E1.4	UCS ora/utente (individuale)	0	0	€ 0,00
E1.5	UCS ora/utente (gruppi)	0	0	€ 0,00
E1.6	UCS ora/allievo formazione	0	0	€ 0,00
E1.9	UCS ora formazione (piccoli gruppi)	0	0	€ 0,00

SCHEMA N.6: INTERVENTI

Riferimento altro intervento:	0		
Titolo:	Attività di assistenza/consulenza		
ID intervento:	45471	Numero intervento:	8
Comune sede dell'intervento:	Belluno		
Provincia intervento:	BL	Istat intervento:	025006
Tipologia intervento:	Assistenza e consulenza di gruppo		
		Numero edizioni:	4
Numero e tipologia destinatari previsti:	10 Occupati(compreso occupazione saltuaria/atipica e CIG)		
Numero totale destinatari:	10	Numero imprese previste:	0
Ore totali intervento:	10		
Descrizione del servizio:	<p>Il corso sarà affiancato da un'attività di consulenza, finalizzata da un lato a mappare le esigenze di ciascuna realtà culturale coinvolta, dall'altro ad accompagnare gli operatori nella fase di applicazione delle competenze acquisite ai propri contesti di riferimento. La consulenza avverrà tramite un confronto diretto con i docenti e i tutor del corso, che si renderanno disponibili a consulenze in sede per sviluppare progetti specifici. Ciascuna realtà culturale potrà utilizzare le ore di consulenza per rispondere a diversi obiettivi formativi: per migliorare la propria strategia e comunicazione digitale, per implementare la digitalizzazione delle proprie risorse culturali, per sviluppare progetti di valorizzazione digitale del proprio patrimonio, per ideare attività partecipative sul Web. Una prima mappatura dei fabbisogni è stata realizzata in fase di presentazione del progetto formativo ai singoli enti, per poter individuare le esigenze formative specifiche di ciascuna realtà.</p>		

VOCI FINANZIARIE

Categoria	Descrizione	Quantità	Valore unitario	Totale
B2.13	Servizi di supporto all'utenza (vitto, alloggio, trasporto)	0	0	€ 0,00
B2.24	Retribuzioni e oneri personale dipendente beneficiario	0	0	€ 0,00
B3.3	Incontri e seminari	0	0	€ 0,00
D1.1	Spese di vitto, alloggio e trasporto	0	0	€ 0,00
E1.1	UCS ora formazione	0	0	€ 0,00
E1.10	UCS ora/utente FASCIA ALTA (individuale)	0	0	€ 0,00
E1.11	UCS ora/utente FASCIA ALTA (gruppi)	400	25	€ 10.000,00
E1.12	Semiresidenzialità	0	0	€ 0,00
E1.13	Residenzialità	0	0	€ 0,00
E1.4	UCS ora/utente (individuale)	0	0	€ 0,00
E1.5	UCS ora/utente (gruppi)	0	0	€ 0,00
E1.6	UCS ora/allievo formazione	0	0	€ 0,00
E1.9	UCS ora formazione (piccoli gruppi)	0	0	€ 0,00

SCHEDA N.6: INTERVENTI

Riferimento altro intervento:	0		
Titolo:	Seminario Finale Progetto		
ID intervento:	45476	Numero intervento:	9
Comune sede dell'intervento:	Belluno		
Provincia intervento:	BL	Istat intervento:	025006
Tipologia intervento:	Seminari Informativi		
		Numero edizioni:	1
Numero e tipologia destinatari previsti:	80 Occupati(compreso occupazione saltuaria/atipica e CIG)		
Numero totale destinatari:	80	Numero imprese previste:	0
Ore totali intervento:	4		
Descrizione del servizio:	Il seminario finale della durata di 4 ore sarà il momento di chiusura del progetto con l'esposizione da parte dei diversi soggetti che hanno caratterizzato il progetto, delle esperienze fatte durante le attività formative, il dialogo continuo nelle attività di consulenza e cosa sono riusciti a realizzare nei project work e cosa si prospettano per il futuro all'interno delle proprie strutture culturali.		

VOCI FINANZIARIE

Categoria	Descrizione	Quantità	Valore unitario	Totale
B2.13	Servizi di supporto all'utenza (vitto, alloggio, trasporto)	0	0	€ 0,00
B2.24	Retribuzioni e oneri personale dipendente beneficiario	0	0	€ 0,00
B3.3	Incontri e seminari	4	803,5	€ 3.214,00
D1.1	Spese di vitto, alloggio e trasporto	0	0	€ 0,00
E1.1	UCS ora formazione	0	0	€ 0,00
E1.10	UCS ora/utente FASCIA ALTA (individuale)	0	0	€ 0,00
E1.11	UCS ora/utente FASCIA ALTA (gruppi)	0	0	€ 0,00
E1.12	Semiresidenzialità	0	0	€ 0,00
E1.13	Residenzialità	0	0	€ 0,00
E1.4	UCS ora/utente (individuale)	0	0	€ 0,00
E1.5	UCS ora/utente (gruppi)	0	0	€ 0,00
E1.6	UCS ora/allievo formazione	0	0	€ 0,00
E1.9	UCS ora formazione (piccoli gruppi)	0	0	€ 0,00

SCHEMA N.6: INTERVENTI

Riferimento altro intervento:	0		
Titolo:	ASSISTENZA/ CONSULENZA		
ID intervento:	45503	Numero intervento:	10
Comune sede dell'intervento:	Belluno		
Provincia intervento:	BL	Istat intervento:	025006
Tipologia intervento:	Assistenza e consulenza di gruppo		
		Numero edizioni:	19
Numero e tipologia destinatari previsti:	2 Occupati(compreso occupazione saltuaria/atipica e CIG)		
Numero totale destinatari:	2	Numero imprese previste:	0
Ore totali intervento:	2		
Descrizione del servizio:	Una prima mappatura dei fabbisogni è stata realizzata in fase di presentazione del progetto formativo ai singoli enti, per poter individuare le esigenze formative specifiche di ciascuna realtà. La consulenza avverrà tramite un confronto diretto con i docenti e i tutor del corso, che si renderanno disponibili a consulenze in sede per sviluppare progetti specifici.		

VOCI FINANZIARIE

Categoria	Descrizione	Quantità	Valore unitario	Totale
B2.13	Servizi di supporto all'utenza (vitto, alloggio, trasporto)	0	0	€ 0,00
B2.24	Retribuzioni e oneri personale dipendente beneficiario	0	0	€ 0,00
B3.3	Incontri e seminari	0	0	€ 0,00
D1.1	Spese di vitto, alloggio e trasporto	0	0	€ 0,00
E1.1	UCS ora formazione	0	0	€ 0,00
E1.10	UCS ora/utente FASCIA ALTA (individuale)	0	0	€ 0,00
E1.11	UCS ora/utente FASCIA ALTA (gruppi)	76	25	€ 1.900,00
E1.12	Semiresidenzialità	0	0	€ 0,00
E1.13	Residenzialità	0	0	€ 0,00
E1.4	UCS ora/utente (individuale)	0	0	€ 0,00
E1.5	UCS ora/utente (gruppi)	0	0	€ 0,00
E1.6	UCS ora/allievo formazione	0	0	€ 0,00
E1.9	UCS ora formazione (piccoli gruppi)	0	0	€ 0,00

PIANO FINANZIARIO (Riepilogo)

Categoria	Descrizione	Quantità	Valore unitario	Totale
A1	Contributo pubblico	1	61.602	€ 61.602,00
A2.1	Retribuzioni e oneri personale dipendente beneficiario	0	0	€ 0,00
A2.2	Cofinanziamento privato in denaro	0	0	€ 0,00
A2.3	Altre forme di cofinanziamento privato	0	0	€ 0,00
B5.1	Acquisto e adeguamento impianti, macchinari, attrezzature	0	0	€ 0,00
B5.2	Mezzi mobili	0	0	€ 0,00
B5.3	Canoni leasing	0	0	€ 0,00
B5.4	Progettazione, direzione lavori, collaudi, certificazione	0	0	€ 0,00
B5.5	Acquisto hardware e software	0	0	€ 0,00
B5.6	Acquisto brevetti, licenze, know-how	0	0	€ 0,00
B5.7	Acquisizione banche dati, ricerche di mercato, biblioteche tecniche	0	0	€ 0,00
B5.8	Perizie tecniche	0	0	€ 0,00
B2.13	Servizi di supporto all'utenza (vitto, alloggio, trasporto)	0	0	€ 0,00
B2.24	Retribuzioni e oneri personale dipendente beneficiario	0	0	€ 0,00
B3.3	Incontri e seminari	4	803,5	€ 3.214,00
D1.1	Spese di vitto, alloggio e trasporto	0	0	€ 0,00
E1.1	UCS ora formazione	192	164	€ 31.488,00
E1.10	UCS ora/utente FASCIA ALTA (individuale)	0	0	€ 0,00
E1.11	UCS ora/utente FASCIA ALTA (gruppi)	1.076	25	€ 26.900,00
E1.12	Semiresidenzialità	0	0	€ 0,00
E1.13	Residenzialità	0	0	€ 0,00
E1.4	UCS ora/utente (individuale)	0	0	€ 0,00
E1.5	UCS ora/utente (gruppi)	0	0	€ 0,00
E1.6	UCS ora/allievo formazione	0	0	€ 0,00
E1.9	UCS ora formazione (piccoli gruppi)	0	0	€ 0,00