

# Allegato 1 al Manuale Front-Office per la compilazione del Rapporto finale di esecuzione e monitoraggio sul sistema informativo SIAGE - INTERREG Fac-simile – Marzo 2021

## INTESTAZIONE E SINTESI

Asse	2
Obiettivo specifico	2.2
ID progetto	544105
Acronimo	VocaTe
CF italiano	Provincia di Lecco Claudio Usuelli – Rappresentante legale
CF svizzero	Cantar di Pietre Giovanni Conti – Rappresentante legale
Tipologia del monitoraggio	Monitoraggio finale
Domanda di pagamento	Rendicontazione finale ID 2507270
Sintesi del CF sullo stato di avanzamento fisico e finanziario del progetto	In linea con le previsioni progettuali
Motivazione dello scostamento	/
Sintesi dei risultati raggiunti	Il progetto ha posto il proprio fondamento nella dichiarazione UNESCO sulla promozione del Patrimonio Culturale Immateriale quale componente vitale delle culture tradizionali ed essenziale fattore d'identità. Il territorio di riferimento è quello prealpino dell'area di cooperazione (area Valsassina, Valvarrone, Valle San Martino e San Pietro al Monte in Italia e area del Mendrisiotto, Bellinzonese e Alto Ticino in Svizzera), una regione che costituisce un "paesaggio culturale" omogeneo, caratterizzato, fra l'altro, da un patrimonio importante di ritualità sacra e profana: le grandi processioni, i carnevali, i riti agricoli, le feste liturgiche, sono qui le realtà più vitali della civiltà tradizionale, tenacemente sopravvissute ai mutamenti socioeconomici, nelle quali le comunità si riconoscono come tali. Il canto e la musica, quale elemento sempre presente in questi contesti, filo rosso che unisce passato e presente, sacro e profano,

giovani e anziani è stato valorizzato nel suo insieme come punto di forza per attrarre l'interesse di un turismo di qualità.

Sono state effettuate iniziative specifiche di confronto con le istituzioni e di sensibilizzazione delle comunità locali, al fine di migliorare i metodi di intervento e individuare buone pratiche a tutela e valorizzazione del patrimonio culturale immateriale.

Sono state realizzati attività laboratoriali con le scuole individuando una selezione rappresentativa delle ritualità.

Nell'estate 2019 è stato realizzato il calendario transfrontaliero degli eventi, in particolare musicali, collegati ai temi della ritualità e del canto tradizionale.

Sono stati realizzati prodotti turistici con il coinvolgimento degli attori del territorio nella prospettiva di un'offerta integrata di beni e servizi.

Nel novembre 2019 le Processioni storiche di Mendrisio sono entrate a far parte del Patrimonio culturale immateriale intangibile dell'Unesco, per decisione del Comitato intergovernativo per la salvaguardia del patrimonio culturale immateriale, riunitosi a Bogotà, in Colombia.

## Sezione A - Avanzamento finanziario italiano e svizzero

### AVANZAMENTO FINANZIARIO IT

Budget totale di progetto IT	533.205,00 €
Totale budget già validato	531.331,86 €
% di spesa raggiunta IT	99,65%

### AVANZAMENTO FINANZIARIO CH

Budget totale di progetto CH	165.085,00 CHF
Contributo INTERREG totale CH (Federale + cantonale)	82.542,50 CHF
Quota budget CH per cui il CF CH ha già effettuato domanda di rimborso (quota federale)	41.271,00 CHF
Quota budget CH per cui il CF CH ha già effettuato domanda di rimborso (quota cantonale)	41.271,00 CHF
Livello di spesa raggiunto CH	287'347.56 CHF
% di spesa raggiunta CH	174%
Quota budget CH per cui il CF CH ha già ricevuto rimborso (quota federale)	41.271,00 CHF
Quota budget CH per cui il CF CH ha già ricevuto rimborso (quota cantonale)	41.271,00 CHF
Contributo CH rimborsato	82.542,50 CHF
% di contributo rimborsato CH	100% rispetto al preventivo, 57.45% rispetto alla spesa

### AVANZAMENTO COMPLESSIVO DEL PROGETTO

L'avanzamento complessivo della spesa è regolare e coerente con l'avanzamento fisico e con le richieste del Programma?	SI
Sintesi motivazioni in caso di scostamento	/

## Sezione B - Avanzamento attività

Per ogni WP in cui si sono svolte delle attività (con esclusione del WP zero), descrivere il seguente dettaglio:

WP	WP 1 - Coordinamento e gestione
Attività svolte	<p><b>A1.1 : Avvio del progetto</b> Sono state predisposti la documentazione e il materiale utile per assicurare una corretta ed efficace gestione del progetto. Sono state sottoscritte le convenzioni con l'AdG e tra i partner. E' stato elaborato un Piano Esecutivo condiviso con tutti i partner contenente indicazioni operative sulle attività in capo a ciascuno, sulle modalità di svolgimento e sulla tempistica.</p> <p><b>A1.2: Gestione del progetto</b> E' stato individuato il gruppo di lavoro interno a ciascun partner e sono stati definiti i ruoli e competenze degli organi collegiali di gestione. E' stato condiviso un Piano di Lavoro di dettaglio che consente di individuare azioni, ruoli, responsabilità e tempistica rispetto a ciascuna azione. Sono stati nominati un project manager, responsabile del coordinamento generale del progetto e un responsabile amministrativo. E' stato effettuato il kick off meeting il 26 settembre 2018, alla presenza di tutti i partner di progetto e della nostra referente dell'AdG, in cui sono stati presentati: quadro e scenario di progetto (presentazione del team, introduzione del progetto, scopo del progetto, ambito, principali deliverable, rischi, impegni a budget e scadenze), descrizione dei ruoli e responsabilità di team, crono programma. E' stato istituito il Comitato di Pilotaggio (CP),organo di indirizzo e gestione del progetto, composto da PM e FM per il capofila + 1 referente per partner. Il CP si è riunito ogni 3 mesi nelle seguenti date: 10 ottobre 2018 – 17 gennaio, 11 aprile, 11 luglio, 10 ottobre e 5 dicembre 2019.</p> <p><b>A1.3 - Monitoraggio e gestione interna del progetto</b> Il Capofila di parte italiana ha realizzato una costante attività di monitoraggio in modo di avere un quadro chiaro del livello di realizzazione delle attività e poter affrontare immediatamente le problematiche che di volta in volta si presentavano. L'attività ha tenuto in considerazione due direttrici: valutazione dell'efficienza e valutazione dell'efficacia del progetto con l'obiettivo di garantire la qualità del progetto in termini di efficienza gestionale (processo) ed efficacia dei risultati (impatto). E' stato elaborato un Piano di monitoraggio con indicatori qualitativi e quantitativi di riferimento e gli strumenti di rilevazione da adottare. L'avanzamento delle attività in capo a ciascun partner è stato monitorato attraverso riunioni periodiche con il coinvolgimento di sottogruppi di lavoro specifici per ogni WP. In quest'ambito ci si è confrontati per verificare le aree di miglioramento e definire le raccomandazioni utili alla gestione operativa delle azioni.</p> <p><b>A1.4 – Gestione Finanziaria</b> La Provincia di Lecco, in qualità di capofila di progetto, ha garantito la corretta gestione finanziaria dei fondi assegnati;</p>

	controllato l'andamento delle spese dei partner ed esaminato i report finanziari per la validazione e verifica della ammissibilità delle spese; ha raccolto le informazioni amministrative e finanziarie per la predisposizione dei report di rendicontazione e inviato le richieste di pagamento alla Managing Authority. Per quanto riguarda la rendicontazione delle spese, tutti i partner hanno collaborato nella predisposizione della documentazione finanziaria.
Partner IT coinvolti nelle attività	Provincia di Lecco in qualità di capofila di parte italiana ha coinvolto attivamente tutti i partner di progetto attraverso: <ul style="list-style-type: none"> <li>- riunioni del CP</li> <li>- sottogruppi di lavoro specifici per singola WP</li> <li>- modalità smart attraverso contatti via mail (è stata aperto dal capofila un indirizzo mail specifico <a href="mailto:vocate@provincia.lecco.it">vocate@provincia.lecco.it</a> , skype e telefono</li> </ul>
Partner CH coinvolti nelle attività	Tutti i partner svizzeri hanno partecipato alle attività di coordinamento.
Realizzazione prodotti	Sono stati completamente realizzati i seguenti prodotti: P 13 Accordo interpartenariale P 14 Linee Guida per la gestione tecnico-amministrativa P 15 Piano esecutivo di attività P 16 Regolamento di funzionamento del Comitato di Pilotaggio (CdP) P 17 Verbali delle riunioni del CdP P 18 Piano di monitoraggio e valutazione P 19 Report intermedio di monitoraggio
Rispetto del cronoprogramma	SI
Motivazioni dello scostamento/ritardo	/

WP	WP 2 - Comunicazione
Attività svolte	<b>A2.1: Definizione strategia di comunicazione e avvio attività comunicazione</b> E' stato elaborato il Piano di Comunicazione del progetto contenente: <ol style="list-style-type: none"> <li>1. SINTESI PROGETTO</li> <li>2. IL PIANO DI COMUNICAZIONE</li> <li>3. LA STRATEGIA DI COMUNICAZIONE</li> <li>4. GLI STRUMENTI</li> </ol> Sono stati identificati obiettivi, target group, messaggi da comunicare, strumenti di comunicazione, tempistica singole attività, budget, coinvolgimento PP e suddivisione compiti tra i PP. Nella fase di avvio è stata creata, in base a quanto indicato nel Piano e al fine di rafforzare la strategia di comunicazione, la "brand e visual identity" del progetto con lo sviluppo di un

logo identificativo e dei relativi strumenti di supporto (brochure, template, ecc).

In linea di continuità con le attività già avviate in territorio svizzero, che trovano particolare positivo riscontro nel territorio italiano, è stata utilizzata come simbolo di riferimento "Morsetta", giovane ragazza che con orgoglio e simpatia, accompagna alla scoperta del territorio (vedi prodotto34).

L'attività di comunicazione ha preso avvio con la creazione della "brand e visual identity" del progetto attraverso lo sviluppo, oltre che di un logo identificativo, anche dei relativi strumenti di supporto. In particolare il logo è stato ideato valorizzando la lettera V di VoCaTe che è la protagonista e diventa il contenitore di una serie di immagini, scelte tra le più iconiche delle varie manifestazioni rituali.

Premminente è stata la creazione di un'immagine coordinata che ha reso distintivo il progetto, riconoscibile dal target di utenza prescelta, con l'individuazione di tutti i necessari elementi per la realizzazione dei prodotti (carta intestata, brochure, leaflets, manifesti, roll up, copertina e sottopancia video, ecc.)

E' stato inoltre sviluppato il Claim riguardante il logo di progetto (Le nostre vie dei canti), con lo scopo di individuare in maniera accattivante i valori che il progetto diffonde. Attraverso un nuovo concept di comunicazione, cioè un messaggio originale, adeguato ed efficace, affiancato al logo, è stato realizzato l'intento di fornire:

- un insieme di messaggi in grado di comunicare che una visita nel territorio di progetto può offrire e far vivere un'esperienza ricca di emozioni e suggestioni forti, trattandosi di una destinazione unica con proposte e prodotti turistici diversi e multiformi, tra i quali spiccano il turismo culturale e religioso;
- un approccio in grado di integrare le peculiarità e i fattori di vantaggio competitivo del territorio di progetto (offerta), lo scenario dei mercati italiani e stranieri, lo scenario di possibili destinazioni turistiche simili (concorrenza).

Per tutta la durata del progetto lo stile ha caratterizzato la comunicazione non solo attraverso i testi, ma anche attraverso le immagini e i video utilizzati per divulgare i concetti chiave destinati a ciascun target.

E' stata realizzata un'attività di supervisione e coordinamento di tutti i prodotti previsti dai work package di progetto per garantire uniformità nelle azioni realizzate sia in Italia sia in Svizzera.

Conseguentemente l'attività di comunicazione del progetto è risultata attività considerevole in quanto condivisa e attuata da tutti i partner, nel rispetto sia delle linee guida specifiche del progetto sia delle più generali linee guida di comunicazione dei progetti Interreg.

## **A2.2 Pagine web e attività web 2.0**

Il capofila italiano ha creato un sito web del progetto [www.vocate.provincia.lecco.it](http://www.vocate.provincia.lecco.it) contenente tutte le informazioni e i prodotti divulgativi di Vocate. Sono stati raccolti in maniera organica, tutti i materiali, le informazioni e i prodotti di progetto.

Sul sito si trovano tutti i prodotti digitali in lingua italiana, inglese e tedesca.

Sono stati utilizzati i social Facebook e Instagram per veicolare informazioni e news inerenti le attività e gli eventi al pubblico giovane quale canale comunicativo aggiuntivo in grado di intercettare più efficacemente tale segmento di popolazione e coinvolgerlo nelle diverse iniziative previste dal progetto.

Sono stati predisposti: grafica, key words, tag, messaggi, per i social utilizzati. Tutti i partner hanno adottato gli strumenti studiati per la promozione del progetto in digitale: banner di firma per le e.mail di progetto, copertina facebook e instagram e watermark per le immagini pubblicate.

La comunicazione social è stata realizzata nel rispetto dell'immagine coordinata di progetto ed è stata pianificata con i partner la social media strategy durante le riunioni sia del CP sia del gruppo specifico di comunicazione. Tutti i post riferiti al progetto venivano ripostati da tutti i partner per garantire una diffusione ad ampio raggio.

### **A2.3 Sviluppo degli strumenti di comunicazione**

L'attività ha sviluppato tutti i materiali di comunicazione previsti dal relativo Piano.

In particolare è stata realizzata la progettazione grafica degli esecutivi per materiali di promozione culturale e turistica. Tutti gli strumenti grafici sono stati fatti "ruotare" attorno al segno, forte e centrale, di logo e *claim* (*Le nostre vie dei canti*)

- Brochure degli eventi e delle ritualità con leaflet abbinato a otto ante sui percorsi turistici
- Roll-up promozionali di presentazione del progetto (n. 6 roll-up)
- Pubblicazione scientifica
- CD-Booklet sull'Ordine dei Servi di Maria
- Mappe di comunità su tre Comuni (Tremenico, Premana e Carenno)
- Allestimenti dei musei di Tremenico e Premana
- Mappa delle ritualità
- Parte didattica, che comprende la mappa virtuale interattiva e l'elaborato video creato dagli studenti (coordinata da Fondazione Clerici)
- Murale che racconta la storia del monastero (a Lavello)

L'ufficio stampa della Provincia ha curato e coordinato tutti i comunicati di progetto diffusi, in occasione di ogni attività, agli organi di stampa e a una mailing list di stakeholder dedicata. Gli stessi comunicati venivano rilanciati nel territorio di cooperazione dai partner per garantire una capillare diffusione delle informazioni sia per il territorio di parte italiana sia di parte svizzera.

Sono state realizzate e-newsletter in occasione degli eventi del progetto: calendario trasfrontaliero - appuntamenti musicali; momenti seminariali di condivisione con la popolazione delle riflessioni sull'identità locale legata alle ritualità, evento iniziale e finale del progetto e presentazione al pubblico degli allestimenti museali sensoriali.

Inoltre, sono stati realizzati gadget griffati Vocate (borracce, sacchetti porta tutto, tovagliette con mappa delle ritualità per strutture ricettive, chiavette usb).

	<p><b>A2.4 Eventi e attività di networking</b></p> <p>Nel corso di svolgimento del progetto sono stati realizzati a cura dei partner con il coinvolgimento dei principali stakeholder territoriali i seguenti eventi:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 26 Settembre 2018 presentazione del progetto Vocate in occasione dell'ECDAY – GIORNATA EUROPEA DELLA COOPERAZIONE a Sondrio</li> <li>- 20 ottobre 2018 evento di presentazione alla comunità del progetto Vocate a Calolziocorte</li> <li>- 23 marzo 2019 seminario Valorizzare e comunicare la tradizione: strumenti di partecipazione territoriale a Barzio</li> <li>- 11 aprile 2019 evento di approfondimento scientifico del progetto a Mendrisio in occasione del Settenario</li> <li>- 27 settembre 2019 relazione a cura dell'OTRMBC di Mendrisio presso la fiera WTE Unesco di Roma sui temi dei Patrimoni</li> <li>- 5 e 6 ottobre 2019 due tavole rotonde dedicate all'Ordine dei Servi di Maria, una a Mendrisio e una a Calolziocorte</li> <li>- 14 dicembre 2019 evento di celebrazione del riconoscimento Unesco delle Processioni storiche a Mendrisio</li> <li>- 5 gennaio 2020 inaugurazione degli allestimenti multimediali del Museo Etnografico di Premana</li> <li>- 22 gennaio 2020 evento conclusivo del progetto Vocate a Lecco</li> <li>- 22 gennaio 2020 inaugurazione del museo "Cantar di Pietra" a Tremenico</li> <li>- 12 febbraio 2020 serata informativa-formativa per conoscere il patrimonio culturale immateriale dell'UNESCO presso le scuole di Canavee (Mendrisio)</li> </ul> <p>Tutte le attività sono state svolte nel rispetto delle linee guida per l'informazione e la comunicazione dei progetti Interreg predisposte dall'AdG.</p>
Partner IT coinvolti nelle attività	<p>Provincia di Lecco in qualità di capofila di parte italiana ha coinvolto attivamente tutti i partner di progetto attraverso:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- riunioni del CP</li> <li>- sottogruppi di lavoro specifici per singola WP</li> <li>- modalità smart attraverso contatti via mail (è stata aperto dal capofila un indirizzo mail specifico <a href="mailto:vocate@provincia.lecco.it">vocate@provincia.lecco.it</a> , skype e telefono</li> </ul>
Partner CH coinvolti nelle attività	<p>Tutti i partner CH sono stati coinvolti nelle attività di comunicazione con un ruolo propulsore e di supporto preminente svolto dall'OTRMBC</p>
Realizzazione prodotti	<p>Sono stati completamente realizzati i seguenti prodotti:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>P22 Piano di comunicazione</li> <li>P23 Linea grafica</li> <li>P24 Eventi di lancio</li> <li>P25 Pagine web</li> <li>P26 Profili social</li> <li>P27 Roll up di presentazione</li> <li>P28 E-news letter</li> <li>P29 Comunicati stampa</li> <li>P30 Gadget</li> </ul>

	P31 Eventi
Rispetto del cronoprogramma	SI
Motivazioni dello scostamento/ritardo	/

WP	WP 3 - Valorizzazione dei contesti rituali e della musica quali attrattori del territorio
Attività svolte	<p><b>A3.1 Ricognizione e definizione dei contenuti da valorizzare</b></p> <p>Sulla base di ricerche effettuate negli scorsi anni nell'ambito degli eventi rituali e festivi ancora vivi nello spazio transfrontaliero, con il supporto di Regione Lombardia e dell'Ufficio federale della Cultura della Confederazione Svizzera, sono state individuate le feste sacre e profane oggetto d'intervento con il coinvolgimento dei portatori della tradizione rituale e musicale.</p> <p>E' stata effettuata poi una ricognizione puntuale della ritualità sacra e profana nel territorio interessato dal progetto, che ha prodotto il calendario rituale annuale contenente le manifestazioni viventi in continuità non solo nominale con la tradizione, determinando quelle passibili di sostegno e valorizzazione in chiave turistico-culturale.</p> <p>Sono state elaborate nuove schede complete di foto e video per implementare il portale <a href="http://www.intangiblesearch.eu">http://www.intangiblesearch.eu</a> inventario online del patrimonio immateriale realizzato grazie al progetto E.CH.I.</p> <p>Sono infine stati elaborati gli indirizzi scientifici unitari alla base delle attività di progetto, nello specifico in relazione alle attività nelle scuole, ai contenuti rituali e musicali di riferimento per il programma di eventi transfrontalieri di valorizzazione del patrimonio tradizionale e alla realizzazione dei prodotti del marketing culturale.</p> <p><b>A3.2 Confronto con istituzioni locali e sensibilizzazione delle comunità locali</b></p> <p>Gli enti pubblici e le istituzioni locali dei paesi detentori di patrimoni rituali e canori sono stati affiancati nella messa in rete di esperienze, beni e competenze, incentivando lo scambio di buone pratiche sulla conservazione e valorizzazione del patrimonio come fattore di identità, di coesione e di sviluppo socioeconomico. Sono stati realizzati tavoli di confronto tra le amministrazioni locali ed esperti per migliorare i metodi di intervento e individuare buone pratiche a tutela e valorizzazione del patrimonio culturale immateriale. In particolare è stato realizzato il 23 marzo 2019 a Barzio, il seminario "<i>Valorizzare e comunicare la tradizione: strumenti di partecipazione territoriale</i>" quale occasione di conoscenza, confronto e condivisione di buone pratiche rivolto a Comuni, associazioni, istituzioni culturali e pro loco. Sono seguiti altri tavoli specifici per le singole comunità coinvolte.</p> <p>Le Comunità di riferimento sono state coinvolte attraverso attività di sensibilizzazione sul valore storico, sociale e identitario del proprio patrimonio. La metodologia utilizzata relativa alla costruzione della mappa di comunità, approfondita nel corso del seminario realizzato nel mese di marzo</p>

nell'ambito del progetto VoCaTe ha portato a definire il seguente percorso:

- Presentazione del progetto alle istituzioni e associazioni locali nelle comunità di Tremenico, Premana e Carenno
- Incontri con le comunità e costituzione dei team di lavoro
- Raccolta dei materiali e delle informazioni (attraverso questionari, passeggiate patrimoniali, interviste, documenti, oggetti, testimonianze)
- Analisi del materiale raccolto e definizione della modalità di rappresentazione delle mappe
- Realizzazione delle mappe di comunità
- Restituzione dei percorsi e delle mappe alla comunità al termine del progetto.

Nell'ambito del confronto con i portatori della tradizione è stato trattato il tema del rapporto tra esigenze di conservazione della tradizione ed esigenze del turismo esperienziale.

Con particolare riferimento al tema della trasmissione e della valorizzazione delle Tradizioni viventi ed in particolare della Processione della Settimana Santa di Mendrisio, sono stati organizzati degli incontri con direzione e docenti del Liceo Cantonale, delle Scuole Medie, Elementari e dell'Infanzia. L'obiettivo era quello di trovare una modalità collaborativa per poter supportare il tema della trasmissione nel corso di tutto l'anno e non solo in occasione della Pasqua, ma anche quello di spiegare le motivazioni che avrebbero e hanno spinto la commissione UNESCO ad inserire questa tradizione vivente nella Lista dei Beni immateriali culturali su indirizzo della Confederazione che ha scelto questa tra molte tradizioni viventi. Abbiamo quindi organizzato degli incontri con un gruppo di giovani in età compresa tra i 15 e i 30 anni per raccontare e spiegare molti dei retroscena della candidatura e della tradizione, cercando di creare attenzione, sviluppare sensibilità e prepararli a ricevere la responsabilità di portare avanti la tradizione nei prossimi anni a venire. Gli incontri (3) sono stati molto importanti e positivi, i ragazzi e le ragazze presenti si sono dimostrati molto interessati a dare un contributo personale al futuro della tradizione vivente. Gli insegnanti dal canto loro hanno lavorato con i ragazzi in classe su più livelli e sono state organizzate delle visite al Museo dei Trasparenti con alcune classi delle scuole medie che sono state introdotte sia alla tradizione e capacità artistica della realizzazione dei trasparenti, che al tema delle motivazioni che hanno spinto la confederazione ad interessarsi e candidare le Processioni. L'obiettivo di sensibilizzare e di trasmettere è stato raggiunto e in occasione delle visite i ragazzini si sono dimostrati molto interessati.

### **A3.3 Convolgimento delle scuole e attività di animazione**

L'attività è stata realizzata grazie all'expertise del dipartimento di Didattica Innovativa della Fondazione Clerici, che ha effettuato diversi laboratori di realtà virtuale nelle istituzioni scolastiche del territorio lecchese, coinvolgendo alcune classi delle scuole secondarie di I grado degli Istituti comprensivi di Civate, Valmadrera, Malgrate e del Campus Molinatto di Oggiono, nonché una classe del Liceo G. Leopardi di Lecco. Le classi coinvolte nel progetto constavano di circa 20-25 studenti ciascuna e, per ogni Istituto, sono state coinvolte: 2 classi per ciascuna delle scuole di secondarie di I grado di

Civate, Malgrate e del Campus Molinatto, 1 classe per la scuola secondaria di I grado di Valmadrera, 1 classe per il Liceo G. Leopardi.

L'attività, svolta nel periodo compreso tra aprile-maggio 2019 e tra dicembre 2019 e gennaio 2020 durante l'orario scolastico, è stata articolata in modo da coinvolgere i ragazzi attraverso una didattica inclusiva attiva per accompagnare i più giovani nella lettura delle tradizioni grazie all'opportunità di rivisitare le ritualità prese in considerazione dal progetto con l'utilizzo di nuove tecnologie.

Questo è stato possibile grazie all'utilizzo della tecnologia Google, di cui Fondazione Luigi Clerici è partner, per la realizzazione di laboratori di didattica innovativa.

La metodologia utilizzata ha previsto che un tutor accompagnasse gli insegnanti e gli studenti nella creazione di tour virtuali, utilizzando la piattaforma Tour Creator di Google e telecamere a 360°. Lo scopo di tali attività è stato quello di trasportare il patrimonio tradizionale immateriale in un ambiente virtuale facilmente fruibile da chiunque in qualsiasi parte del mondo, semplicemente con un tablet, uno smartphone o con l'ausilio di un visore.

Questo approccio dinamico e innovativo ha, inoltre, permesso agli studenti di approfondire, riscoprire ed apprezzare le loro radici culturali.

Gli studenti dapprima hanno interagito con i portatori della tradizione in attività di storytelling e successivamente, con Tour Creator di Google, hanno realizzato tour virtuali delle ritualità e dei luoghi simbolici del territorio.

#### **A3.4 Raccontare e vivere il patrimonio immateriale attraverso i musei del territorio**

I luoghi depositari e custodi del patrimonio culturale del territorio quali i musei del territorio sono stati sensibilizzati sull'importanza del progetto e sulla necessità di mettere a disposizione dell'utente i prodotti realizzati (ritualità e repertori musicali delle tradizioni viventi).

I due musei al centro del territorio interessato (Museo etnografico di Premana e Museo Cantar di Pietra di Tremenico), sono stati coinvolti con interventi specifici che consentono al visitatore un'esperienza sensoriale che permetta di immergersi nelle tradizioni. Quando si tratta di mettere in mostra tale patrimonio, l'esposizione non è più basata sull'oggetto ma sul senso. Le tradizioni vengono pertanto rese tangibili con l'aiuto di mezzi audiovisivi.

In particolare sono stati implementati gli allestimenti del Museo Etnografico di Premana con installazioni sensoriali e multimediali per renderlo depositario e custode del patrimonio culturale immateriale del territorio.

E' stato valorizzato il canto tipico premanese, collegato alla ritualità del Corpus Domini e della vita d'alpeggio.

Con lo stesso obiettivo è stato realizzato l'allestimento ex novo del nuovo spazio espositivo "Cantar di Pietra" in loc. Tremenico – Comune di Valvarrone – che sviluppa le tematiche legate alle locali manifestazioni tradizionali: Processione di Sant'Agata (Tremenico), Carnevale (Sueglio), festa dell'Assunzione, aspetti culturali ed immateriali del lavoro in miniera che permeano tuttora il sentire degli abitanti.

I due musei fungono da paradigma di riferimento per le altre istituzioni e costituiscono un valido strumento di conoscenza e

	<p>valorizzazione degli eventi rituali della zona.</p> <p>Le altre realtà museali di rilievo sono state dotate di tablet che consentono di fruire dei prodotti multimediali output di progetto e materiale già esistente presso il sito di AESS (Regione Lombardia). In questo modo è possibile divulgare la dimensione rituale, canora e musicale della civiltà tradizionale, che ne rappresenta uno degli aspetti più caratterizzanti e di forte impatto sul visitatore odierno.</p> <p>Al fine di rendere maggiormente visibili al pubblico gli eventi a carattere tradizionale particolarmente importanti per il territorio è stato realizzato materiale di comunicazione visiva grazie al progetto Vocate ed è stato posizionato all'infopoint dell'OTRMBC uno schermo TV che presenta in loop le manifestazioni.</p> <p>L'obiettivo è quello di mantenere accesa l'attenzione sui singoli eventi, sia per quanto concerne il tema della possibile creazione di indotto con un aumento delle visite, ma anche per creare attenzione da parte della popolazione locale sul tema della trasmissione, nonché dell'importanza della partecipazione al fine di mantenere vive le tradizioni. Inoltre, il Museo del Trasparente ha potuto acquisire maggiore visibilità e attenzione agli occhi della popolazione e dei visitatori grazie ai pannelli che sono stati esposti nell'area di Mendrisio consentendo quindi di far percepire i dipinti translucidi come delle vere opere d'arte, quali sono.</p>
Partner IT coinvolti nelle attività	<p>Provincia di Lecco in qualità di capofila di parte italiana ha coinvolto attivamente tutti i partner di progetto attraverso:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- riunioni del CP</li> <li>- sottogruppi di lavoro specifici per singola WP</li> <li>- modalità smart attraverso contatti via mail (è stata aperto dal capofila un indirizzo mail specifico <a href="mailto:vocate@provincia.lecco.it">vocate@provincia.lecco.it</a>, skype e telefono</li> </ul>
Partner CH coinvolti nelle attività	<p>Tutti i partner CH sono stati coinvolti nelle attività di ricognizione e definizione dei contenuti, anche grazie all'attività del referente scientifico di progetto incaricato dalla Provincia di Lecco che ha lavorato attivamente con il sottogruppo specifico del WP3 che ha consentito anche di reperire documenti storici giacenti in archivi utili per il progetto.</p>
Realizzazione prodotti	<p>Sono stati completamente realizzati i seguenti prodotti:</p> <p>P1 Report di analisi e schede</p> <p>P2 Mappa di comunità</p> <p>P3 Decalogo buone prassi</p> <p>P4 Allestimenti museali</p> <p>P5 Oculus –visore per realtà virtuale</p> <p>P6 Laboratori</p> <p>P7 Output tecnologici dei laboratori</p> <p>P8 Presentazione strumenti multimediali innovativi: evento con brand</p>
Rispetto del cronoprogramma	SI
Motivazioni dello scostamento/ritardo	/

WP	WP 4 - Marketing del prodotto culturale
Attività svolte	<p><b>A4.1 Realizzazione prodotti del marketing culturale</b>  L'attività di realizzazione dei prodotti del marketing culturale è avvenuta secondo le seguenti fasi di lavoro:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- indirizzo scientifico degli esperti in materia di ritualità sacre e profane</li> <li>- descrizione delle tradizioni in chiave innovativa attualizzandole al contesto odierno</li> <li>- realizzazione materiale dei prodotti e loro distribuzione.</li> </ul> <p>Particolare attenzione nella realizzazione dei prodotti è stata posta alla comunicazione del significato intrinseco delle ritualità, del loro valore per le comunità e della necessità di tutela delle tradizioni. Proprio per questo motivo si è deciso di produrre oltre alla pubblicazione di carattere scientifico per un target specifico, anche brochure divulgative contenenti gli aspetti più curiosi delle ritualità destinate a un più ampio target, da diffondere anche insieme al materiale turistico.</p> <p>Il lavoro è stato sviluppato capitalizzando gli elementi delle ritualità cui i portatori della tradizione attribuiscono valore e nei quali si riconoscono.</p> <p>Le principali tradizioni e alcuni eventi sono stati documentati attraverso un impegnativo lavoro di ripresa video sul campo che ha valorizzato il patrimonio culturale immateriale italiano e svizzero. Da questo lavoro sono scaturite brevi clip a supporto della mappa digitale delle ritualità e il docufilm <i>Le voci della terra. Ritualità sacra e profana fra Lombardia e Ticino. Il docufilm</i> impagina i momenti salienti di alcune delle feste rituali che formano la spina dorsale di un calendario ancora inaspettatamente ricco di manifestazioni sacre e profane, dando volto e voce ai protagonisti.</p> <p><b>A4.2 - Valorizzazione dell'Ordine dei Servi di Maria come promotori della tradizione</b></p> <p>Un importante trait-d'union fra i territori coinvolti è la presenza dell'ordine dei Servi di Maria. In ottemperanza al proprio carisma di predicazione popolare, i Serviti hanno promosso iniziative culturali e devozionali che sono divenute parte integrante delle tradizioni locali, permanendo anche dopo la partenza dei frati: il Settenario dell'Addolorata a Mendrisio e la festa, con fiera, della Natività di Maria al Lavello nascono da questa presenza.</p> <p>L'11 aprile 2019 presso la chiesa di San Giovanni, uno dei nuclei principali dell'antico complesso dell'ordine dei Servi di Maria a Mendrisio, è stata documentata grazie al progetto <i>Vocate</i> una delle tradizioni più partecipate dai mendrisiensi: il Settenario della beata Vergine Maria Addolorata con cui prende avvio il rito della commemorazione della Passione di Gesù. È stato registrato lo <i>Stabat Mater</i>, solenne e melodico canto popolare eseguito a cori alterni da voci maschili e femminili che si tramanda immutato da una generazione all'altra. Il canto, sin'ora mai registrato, è stato inserito nel cd booklet "La tradizione musicale dell'Ordine dei Servi di Maria" che ne ha consentito la documentazione e quindi la conservazione di tale memoria.</p>

Approfondimenti sul tema della tradizione musicali dei Serviti si sono tenuti a Mendrisio il 5 ottobre 2019 e a Calolziocorte il 6 ottobre 2019, nelle sedi che sono state abitate dai Padri con conferenze di taglio divulgativo connesse ai concerti che hanno riproposto le musiche dell'Ordine.

Presso il Monastero di Santa Maria del Lavello è stato realizzato un mural di illustrazione storica per raccontare la storia dei Servi di Maria: un grande graffito, back to back (a parete intera) per introdurre il visitatore allo spirito e alla cultura dell'Ordine.

Sono stati realizzati incontri con le scuole di Colozziocorte e Mendrisio per avvicinare e coinvolgere le nuove generazioni nelle ritualità caratteristiche dei loro territori. Con il supporto degli insegnanti, che hanno collaborato attivamente, a Mendrisio è stato realizzato un opuscolo sulle Processioni Storiche specifico per i ragazzi. Il personaggio di Morsetta spiega la tradizione vivente della Settimana Santa ambientata nella cornice dei Trasparenti, dipinti su tele illuminate dall'interno e rappresentati le scene della Passione.

Nell'ambito del programma scolastico le scuole Medie di Mendrisio in particolare hanno collaborato alla realizzazione di due libretti per ragazzi che hanno lo scopo di raccontare la tradizione ed introdurre all'attenzione dei ragazzi anche il tema dei Trasparenti. Due docenti in classe hanno realizzato un'attività specifica sul tema della realizzazione dei Trasparenti che poi sono stati ancora tema di approfondimento in occasione della visita al Museo del Trasparente. Altro momento di trasmissione importante è quello che è stato realizzato dal restauratore di fiducia che ha accolto nel suo atelier gli studenti e con questi ha avuto modo di trascorrere molte ore di attività di laboratorio e di approfondire il tema dei materiali, delle tecniche esecutive ed anche degli errori che in taluni casi sono stati fatti negli anni proprio perché mancavano l'esperienza e la conoscenza. Sono stati inoltre presi i contatti ufficiali con la SUPSI (scuola professionale superiore) che stabilirà a breve a Mendrisio la sede per le materie della costruzione e del restauro. L'obiettivo di questo contatto da parte del comune di Mendrisio e della Fondazione è quello di poter realizzare con regolarità dei seminari o dei workshop o ore in aula per tematizzare le specificità della tecnica realizzativa dei trasparenti. L'obiettivo finale resta quello di permettere ai Trasparenti, che illuminano e scandiscono l'itinerario delle Processioni del Giovedì e del Venerdì santo a Mendrisio, di risultare anche in futuro la specificità che rende così particolare l'atmosfera delle due Sfilate pasquali.

#### **A4.3 Realizzazione del programma transfrontaliero di eventi**

E' stato realizzato il programma transfrontaliero degli eventi comprendenti feste rituali sacre e profane più rappresentative della civiltà contadina e alpina dell'area di cooperazione, oltre a innumerevoli concerti in suggestive sedi storiche, che hanno riproposto le espressioni della civiltà tradizionale, dalla religione al lavoro, alla vita della comunità.

	<p>I contenuti richiamano i temi forti delle ritualità annuali – Natale, Epifania, Passione, Carnevale, culto dei defunti, feste mariane e dei santi, riti agricoli – così da suscitare l'interesse a partecipare alle ritualità viventi anche negli altri periodi dell'anno. Punti di forza sono stati il coinvolgimento di gruppi locali accanto ad artisti professionisti e la programmazione di iniziative collaterali di vario tipo per vivere pienamente il territorio.</p> <p>La concentrazione massima degli eventi musicali si è tenuta nei mesi di settembre-ottobre, quando fra il Ticino e il Lecchese si sono succeduti programmi e gruppi imperdibili.</p>
Partner IT coinvolti nelle attività	<p>Tutti i partner si sono attivati, ciascuno per la gestione della propria attività, con la supervisione e seguendo le direttive del Referente Scientifico di progetto. Le attività sono state coordinate attraverso:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- riunioni del CP</li> <li>- sottogruppi di lavoro specifici per singola WP</li> <li>- modalità smart attraverso contatti via mail (è stata aperta dal capofila un indirizzo mail specifico <a href="mailto:vocate@provincia.lecco.it">vocate@provincia.lecco.it</a>, skype e telefono</li> </ul>
Partner CH coinvolti nelle attività	<p>Il capofila CH si è coordinato con i partner italiani per la realizzazione del programma congiunto degli eventi musicali e correlati momenti di approfondimento.</p> <p>OTRMBC insieme a Fondazione Processioni Storiche e al Comune di Mendrisio ha seguito l'attività di individuazione del patrimonio immateriale svizzero e di valorizzazione delle ritualità legate ai Servi di Maria, in collegamento con il Referente scientifico, il capofila italiano e la Fondazione Lavello.</p> <p>Le attività sono state coordinate attraverso:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- riunioni del CP</li> <li>- sottogruppi di lavoro specifici per singola WP</li> <li>- modalità smart attraverso contatti via mail (è stata aperta dal capofila un indirizzo mail specifico <a href="mailto:vocate@provincia.lecco.it">vocate@provincia.lecco.it</a>, skype e telefono</li> </ul>
Realizzazione prodotti	<p>Sono stati completamente realizzati i seguenti prodotti</p> <p>P9 Pubblicazione sul tema della ritualità sacra e profana e sui repertori musicali</p> <p>P10 Mappe delle ritualità</p> <p>P11 Docu-film sulle tradizioni viventi</p> <p>P12 Eventi musicali</p> <p>P37 Realizzazione cd e booklet e conferenza/concerto di Presentazione</p> <p>P38 Il libro sul muro</p> <p>P39 Laboratori nelle scuole</p> <p>P40 Realizzazione di un "Trasparente"</p> <p>P41 Opuscolo divulgativo per le scuole</p>
Rispetto del cronoprogramma	SI
Motivazioni dello scostamento/ritardo	/

WP	WP 5 - Realizzazione prodotto e marketing turistico
Attività svolte	<p><b>A5.1 Definizione del prodotto turistico</b></p> <p>E' stata individuata per la realizzazione di questa attività Montagne Lago di Como, una rete di imprese che si occupa di comunicazione turistica e accoglienza in maniera professionale.</p> <p>La rete ha definito congiuntamente con l'OTR di Mendrisio, nel corso di diversi incontri metodi e obiettivi per definire il prodotto turistico.</p> <p>Il prodotto turistico si compone non solo degli elementi culturali ed esperienziali del soggiorno, ma anche di una serie di servizi che sono il presupposto per una positiva esperienza di vacanza. La destrutturazione del mercato turistico suggerisce che si separino concettualmente ed operativamente il momento della definizione dei percorsi turistici rivolti ad un turista autorganizzato, dal confezionamento dei pacchetti turistici rivolti al mondo della intermediazione turistica.</p> <p>Grazie al lavoro di condivisione con il partner svizzero, sono stati creati i pacchetti e i percorsi turistici unitari e coerenti sia nelle modalità di fruizione, sia nei contenuti culturali.</p> <p>Attraverso un metodo di lavoro comune sono stati individuati 6 filoni tematici dai quali partire. Si è giunti alla definizione delle seguenti linee guida condivise:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– <b>autorganizzazione della visita:</b> definizione dei Punti di Interesse (POI), della logistica lasciando al turista la libertà di definire i dettagli del servizio (noleggio auto, pernottamento, ristorazione, guida, etc...). Per la vendita e la prenotazione di servizi (pernottamenti, ristorazione, visite guidate, etc...) il turista si rivolge a Montagne Lago di Como o Mendrisiotto Turismo in base alla zona di interesse.</li> <li>– <b>logica modulare a giornata:</b> fruizione in maniera indipendente dei moduli giornalieri, anche per comporre un soggiorno più lungo. Ogni modulo tiene conto della logistica giornaliera e della connessione con il modulo successivo.</li> <li>– <b>proposte fruibili tutto l'anno:</b> non legate ad uno specifico evento della ritualità sacra e profana. Tuttavia il legame con il tema generale della cultura popolare è garantito dalla presenza di visite nei luoghi in cui questi contenuti sono fruibili abitualmente (ad esempio i musei).</li> <li>– <b>mezzo di trasporto:</b> sono state individuate proposte adatte a ciascuna possibilità offerta dai territori interessati: auto, a piedi, bici, treno, pullman, navigazione.</li> <li>– <b>valorizzazione di elementi naturalistici e culturali</b> che vanno oltre la tematica specifica per creare un prodotto originale, in chiave sostenibile e con attenzione all'ambiente a misura di turista e territorio.</li> </ul> <p>I percorsi realizzati offrono esperienze autentiche sia in territorio italiano sia in territorio svizzero, con la possibilità di scoprire pregiati borghi, conoscere gli antichi mestieri e la vita comunitaria di un tempo, approcciarsi a itinerari di arte e fede, comprendere l'eredità storica e vivere attività outdoor tra lago e montagna. Su sei percorsi, due sono di carattere transfrontaliero.</p>

Sono stati inoltre definiti due pacchetti turistici per l'Italia e due per la Svizzera dedicati al settore della intermediazione turistica.

#### **A5.2 Realizzazione marketing turistico**

Le azioni di marketing previste nel progetto sono state realizzate a valle della predisposizione dei pacchetti e dei percorsi. Essendo azioni commerciali, sono stati predisposti supporti informatici (file pdf, pagine web) per rendere agevole la loro distribuzione.

Grazie ad azioni di sensibilizzazione dei tour operator e della stampa di settore sono stati fatti conoscere ai tecnici del settore i percorsi e pacchetti realizzati.

I contenuti turistici e culturali sono stati presentati alla

[WTE Unesco, Salone mondiale dei siti e città patrimonio mondiale Unesco](#) che si è tenuta dal 26 al 28 settembre 2019 a **Roma** presso **Palazzo Venezia**, dove è stato possibile incontrare i tour operator del settore italiani ed esteri.

Dal 25 al 27 Novembre 2019 l'operatore Montagne Lago di Como, in qualità di seller per il progetto Vocate, ha partecipato alla BITESP - Borsa del Turismo Esperienziale (Venezia) dove sono stati effettuati incontri B2B con i tour operator presenti all'evento grazie agli "appuntamenti in fiera". Sono stati realizzati 21 appuntamenti con buyer nazionali ed esteri.

Durante gli incontri B2B è stato proposto a tutti i buyer di partecipare agli educational in programma per dicembre attraverso la compilazione di un modello apposito.

Sulla base delle disponibilità raccolte e delle risorse disponibili sono stati coinvolti 4 tour operator che hanno potuto usufruire dell'educational transnazionale messo in campo nel mese di dicembre 2019.

Il programma di visita, condiviso con il partner svizzero e la Provincia di Lecco, prevedeva un tour guidato nel lecchese nei giorni 16-17-18 dicembre 2019. I tour operator hanno proseguito il giorno 19 dicembre con la visita in territorio svizzero.

Parallelamente alle attività sono stati realizzati i materiali culturali e turistici per promuovere il prodotto turistico di progetto.

Sono stati realizzati in più lingue:

le brochure degli eventi estivi

le brochure delle ritualità

i leaflets delle esperienze autentiche

Inoltre sono stati realizzati i gadget di progetto.

#### **A5.3 - Formazione operatori turistici dell'accoglienza**

E' stato organizzato un corso gratuito di formazione e informazione per operatori turistici che si è tenuto mercoledì 22 gennaio 2020 alle ore 14,30.

Durante il corso sono stati illustrati i percorsi turistici predisposti nell'ambito del progetto VOCATE, oltre a sensibilizzare gli operatori in merito al patrimonio culturale immateriale del territorio di riferimento. In particolare si è posta l'attenzione sulla sostenibilità, in chiave "culturale" oltre che ambientale, del turismo che si punta ad attrarre. E' necessario che la comunità e gli operatori del territorio maturino la consapevolezza delle opportunità legate al "riuso" turistico del patrimonio immenso di conoscenze, saperi, usanze, tradizioni di cui sono portatori. Il

	turismo può aiutare a rivitalizzare le tradizioni e a riappropriarsi di aspetti importanti del codice culturale di un luogo, considerato che questi aspetti sono attraenti per il cliente di una destinazione. Inoltre è stato posto il tema del “turismo familiare accogliente”.
Partner IT coinvolti nelle attività	La Provincia di Lecco ha svolto l'azione di definizione del prodotto e marketing turistico condividendo con i partner durante i Comitati di Pilotaggio e attraverso altre modalità smart gli avanzamenti delle diverse attività. L'azione è stata condivisa attraverso il tavolo di lavoro “turismo” con il partner svizzero OTR di Mendrisio.
Partner CH coinvolti nelle attività	L'OTR di Mendrisio, per ruolo istituzionale specifico ha realizzato l'azione in rapporto con la Provincia di Lecco. I partner svizzeri sono stati coinvolti attraverso il Comitato di Pilotaggio e modalità di lavoro smart.
Realizzazione prodotti	I seguenti prodotti sono stati completamente realizzati: P32 Pacchetti turistici P33 Fiere: contatti con gli operatori P34 Educational esperienziali P35 Materiale promozionale divulgativo P36 Corso formativo
Rispetto del cronoprogramma	SI
Motivazioni dello scostamento/ritardo	/

Ripetere la tabella per ogni WP interessato dall'avanzamento del progetto.

## Sezione C - Monitoraggio prodotti di progetto

Prodotto	P1 - Report di analisi e schede
WP e Attività in cui è inserito il prodotto	WP 3: Valorizzazione dei contesti rituali e della musica quali attrattori del territorio A3.1: Ricognizione e definizione dei contenuti da valorizzare
Descrizione prodotto	E' stato effettuato il censimento e l'analisi delle ritualità tradizionali nel territorio considerato. Sono state selezionate, tenendo in considerazione i criteri che certificano l'interesse in base alla storicità e al mantenimento di reali elementi di tradizione (qualità performativa, autenticità e originalità delle componenti in gioco per non confondere manifestazioni folkloristiche e commerciali con le reali persistenze di ritualità) le realtà destinatarie di specifici interventi nel progetto. Sono state realizzate schede complete di contenuto aggiornato e foto/video per l'implementazione dell'archivio AESS-Intangible Search; E' stata fornita la consulenza scientifica e artistica per garantire l'omogeneità di tutte le attività del progetto.

Se si tratta di una realizzazione fisica, identificare il Comune di localizzazione	//
Valore target (da Logica di intervento)	10 schede
Valore ottenuto (cumulato con quello dei precedenti rapporti di monitoraggio)	26 schede
Ci sono scostamenti rispetto a quanto previsto nel progetto?	Sono state effettuate 16 schede in più rispetto a quanto previsto nel progetto iniziale

Prodotto	P2 – Mappa di comunità
WP e Attività in cui è inserito il prodotto	WP 3: Valorizzazione dei contesti rituali e della musica quali attrattori del territorio A3.2: Confronto con istituzioni locali e sensibilizzazione delle comunità locali
Descrizione prodotto	Sono state realizzate tre mappe di Comunità per Tremenico, Premana e Carenno. Si tratta di una rappresentazione visiva dell'azione di coinvolgimento e confronto con la comunità locale e principali stakeholder delle tradizioni. Il prodotto mostra la consapevolezza del territorio rispetto al proprio patrimonio materiale e immateriale, ricco di dettagli e di una fitta rete di rapporti tra i vari elementi che lo contraddistinguono. I materiali propedeutici per la realizzazione delle mappe: - questionari alla popolazione - materiale fotografico - interviste - elenco fonti scritte ed orali raccolte rimangono a disposizione di ogni Comunità.
Se si tratta di una realizzazione fisica, identificare il Comune di localizzazione	//
Valore target (da Logica di intervento)	3
Valore ottenuto (cumulato con quello dei precedenti rapporti di monitoraggio)	3
Ci sono scostamenti rispetto a quanto previsto nel progetto?	//

Prodotto	P3 - Decalogo buone prassi
WP e Attività in cui è inserito il prodotto	WP 3: Valorizzazione dei contesti rituali e della musica quali attrattori del territorio A3.2: Confronto con istituzioni locali e sensibilizzazione delle comunità locali
Descrizione prodotto	E' stato realizzato un "Vademecum Buone Prassi" per individuare gli elementi chiave, innovativi e replicabili, per stimolare alla conservazione "vivente" delle tradizioni. Il Vademecum è emerso dal confronto tra istituzioni ed esperti in materia, attraverso l'esperienza diretta nella sperimentazione delle Mappe di Comunità realizzate e grazie ai processi partecipativi di Museo di Comunità.
Se si tratta di una realizzazione fisica, identificare il Comune di localizzazione	\
Valore target (da Logica di intervento)	1
Valore ottenuto (cumulato con quello dei precedenti rapporti di monitoraggio)	1
Ci sono scostamenti rispetto a quanto previsto nel progetto?	no

Prodotto	P4 – Allestimenti museali
WP e Attività in cui è inserito il prodotto	WP 3: Valorizzazione dei contesti rituali e della musica quali attrattori del territorio A3.4: Raccontare e vivere il patrimonio immateriale attraverso i musei del territorio
Descrizione prodotto	<p>Sono stati realizzati due nuovi allestimenti multimediali nei Comuni di Tremenico e di Premana in Valsassina al fine di accompagnare il visitatore nel percorso museale, offrendogli un'esperienza multisensoriale attraverso postazioni interattive che lo portano indietro nel tempo per conoscere e rivivere le tradizioni.</p> <p>A Tremenico, sono state impiegate le tecnologie multimediali più moderne per raccontare le storie più antiche della comunità, assicurando al visitatore un'esperienza unica e immersiva. Prima di entrare si indossa un caschetto corredato di luce frontale e cuffie auricolari. La voce di Pedro - «personaggio di fantasia ci accompagna raccontando la storia della valle, e i momenti importanti della vita comunitaria: dalla festa di sant'Agata all'antichissimo Carnevale (l'ultimo rimasto nella nostra provincia).</p> <p>A Premana è stato valorizzato in chiave sensoriale il consistente patrimonio musicale unico nel territorio tramandato da generazione in generazione e tutt'ora praticato dalla comunità. Il visitatore del museo etnografico di Premana, oltre a trovare oggetti della vita contadina è "avvolto" dall'audio dei</p>

	<p>repertori musicali e proverà l'esperienza di una "doccia sonora" grazie alla rivisitazione di una vecchia radio come juke box. Tradizione e attualità possono convivere" annunciano e in effetti ecco che sul display si possono scegliere canzoni inaspettate, che appartengono fortemente al territorio.</p> <p>Una forma di comunicazione all'avanguardia a cui il Museo Etnografico di Premana non è nuovo perché tramandare le tradizioni e i costumi del paese è una missione che è vincente se si coniuga con linguaggi attuali, pur senza snaturare il messaggio originale.</p>
Se si tratta di una realizzazione fisica, identificare il Comune di localizzazione	\
Valore target (da Logica di intervento)	2
Valore ottenuto (cumulato con quello dei precedenti rapporti di monitoraggio)	2
Ci sono scostamenti rispetto a quanto previsto nel progetto?	no

Prodotto	P5 - Oculus- visore per realtà virtuale indossabile sul viso
WP e Attività in cui è inserito il prodotto	WP 3: Valorizzazione dei contesti rituali e della musica quali attrattori del territorio A3.4: Raccontare e vivere il patrimonio immateriale attraverso i musei del territorio
Descrizione prodotto	<p>Sono stati acquistati tablet invece che Visori VR (oculus) quali attrezzature specialistiche previste per il progetto Vocate in quanto più facili da utilizzare da parte degli utenti. E' stato possibile verificare sul campo, in occasione della partecipazione alla fiera WTE di Roma nel settembre 2019, la preferenza del tablet rispetto all'oculus da parte degli utenti che hanno potuto sperimentare entrambe le strumentazioni.</p> <p>Per la gestione dell'azione di didattica inclusiva con le scuole, sono stati individuati i chrome book quale attrezzature specialistiche per la realizzazione degli output multimediali che poi resteranno in dotazione alle scuole coinvolte.</p>
Se si tratta di una realizzazione fisica, identificare il Comune di localizzazione	/
Valore target (da Logica di intervento)	15
Valore ottenuto (cumulato con quello dei precedenti rapporti di monitoraggio)	35 tablet e 8 chrome book

Ci sono scostamenti rispetto a quanto previsto nel progetto?	La modifica del prodotto è stata inserita in Siage (id 10605) e validata. Si sottolinea che non ha alterato i risultati indicati nella Logica di intervento che comunque sono stati raggiunti.
--	--

Prodotto	P6 - Laboratori
WP e Attività in cui è inserito il prodotto	WP 3: Valorizzazione dei contesti rituali e della musica quali attrattori del territorio  A3.3: Coinvolgimento delle scuole e attività di animazione
Descrizione prodotto	<p>Sono stati realizzati laboratori di realtà virtuale nelle istituzioni scolastiche del territorio lecchese, coinvolgendo 2 classi per ciascuna delle scuole secondarie di I grado degli Istituti comprensivi di Civate, Valmadrera, Malgrate e del Campus Molinatto di Oggiono, nonché una classe del Liceo G. Leopardi di Lecco. Le classi comprendono circa 20-25 studenti ciascuna).</p> <p>Questo è stato possibile grazie all'utilizzo della tecnologia Google, di cui Fondazione Luigi Clerici è partner, per la realizzazione di laboratori di didattica innovativa. Accompagnati costantemente da un tutor, gli insegnanti e gli studenti hanno creato tour virtuali, utilizzando la piattaforma Tour Creator di Google e telecamere a 360°, dei riti e dei luoghi "simbolo" del territorio, che sono stati inseriti nella mappa virtuale del progetto che è fruibile sul sito del progetto Vocate. La mappa continuerà ad essere aggiornata nel tempo con nuovi elementi multimediali.</p> <p>Per aver partecipato al progetto Vo.Ca.Te., le scuole partner sono state dotate di un kit composto da chromebook, telecamera 360° e cardboard (visori) che permetterà di replicare l'esperienza all'interno dell'attività didattica quotidiana.</p> <p>Questo approccio dinamico e innovativo ha, inoltre, permesso agli studenti di approfondire, riscoprire ed apprezzare le loro radici culturali.</p>
Se si tratta di una realizzazione fisica, identificare il Comune di localizzazione	/
Valore target (da Logica di intervento)	6
Valore ottenuto (cumulato con quello dei precedenti rapporti di monitoraggio)	8
Ci sono scostamenti rispetto a quanto previsto nel progetto?	2 laboratori in più

Prodotto	P7 - Output tecnologici dei laboratori
WP e Attività in cui è inserito il prodotto	WP 3: Valorizzazione dei contesti rituali e della musica quali attrattori del territorio A.3.3 Coinvolgimento delle scuole e attività di animazione
Descrizione prodotto	<p>I prodotti realizzati dalle scuole sono: - tour virtuali di un evento rituale tradizionale e sessione di storytelling ad esso collegata. Sono stati realizzati cinque tour virtuali con la metodologia dei laboratori di classe. Le classi sono state divise in 5 gruppi e ciascun gruppo ha realizzato il proprio tour. Nel complesso sono stati realizzati quaranta percorsi virtuali che hanno formato i tour completi inseriti nella mappa.</p> <p>I ragazzi hanno avuto la possibilità di sperimentare la particolare tecnologia basata su una camera che scatta foto a 360. Ogni fotosfera così realizzata può essere corredata di hotspot per la navigazione da un ambiente all'altro, l'aggiunta di elementi testuali, l'aggiunta di foto di dettaglio. I contenuti sono fruibili tramite web in modalità 360.</p> <p>Il lavoro dei ragazzi è divenuto la base dei tour usato per realizzare i tour completi da pubblicare nella mappa (Multi Touch Books) attraverso ebooks: un'applicazione che permette di realizzare libri digitali multimediali ricchi di contenuti didattici interattivi, sfruttando la tecnologia dei widgets (strumenti che permettono di integrare contenuti teorici con video, animazione, immagini 3d e mappe interattive).</p> <p>I 5 TOUR VIRTUALI completi, realizzati e pubblicati sulla mappa, sono i seguenti:</p> <p><b>TOUR VIRTUALE – Casa del Pellegrino (Civate – n° 11)</b></p> <p><b>TOUR VIRTUALE – Monastero del Lavello (Calolziocorte – n° 18)</b></p> <p><b>TOUR VIRTUALE – Alto Lago di Como (Sueglio – n° 7; Vestreno – n° 12; Tremenico – n° 6; Premana – n° 2)</b></p> <p><b>TOUR VIRTUALE – Lecco</b></p> <p><b>TOUR VIRTUALE – Valle San Martino (Valle San Martino – n° 21)</b></p> <p>I tour sono visibili all'interno della mappa virtuale, in cui sono caricati i video e approfondimenti del progetto. <a href="https://interreg.clerici.lombardia.it">https://interreg.clerici.lombardia.it</a></p>
Se si tratta di una realizzazione fisica, identificare il Comune di localizzazione	/
Valore target (da Logica di intervento)	6
Valore ottenuto (cumulato con quello dei precedenti rapporti di monitoraggio)	6 (5 tour + mappa)

Ci sono scostamenti rispetto a quanto previsto nel progetto?	no
--	----

Prodotto	P8 - Presentazione strumenti multimediali innovativi: evento con brand
WP e Attività in cui è inserito il prodotto	WP 3: Valorizzazione dei contesti rituali e della musica quali attrattori del territorio A.3.3 Coinvolgimento delle scuole e attività di animazione
Descrizione prodotto	<p>E' stato realizzato nel mese di dicembre 2018 a Lecco l'evento "Google for Education", una giornata gratuita rivolta ai dirigenti scolastici, docenti, e tecnici informatici delle scuole. L'azienda leader del digitale ha presentato gli strumenti e i servizi G Suite for Education. L'appuntamento si è sviluppato su due fronti: una plenaria d'apertura e Confronto e laboratori operativi di approfondimento, tenuti da formatori esperti e certificati da Google.</p> <p>E' stato realizzato nel mese di febbraio 2019 un incontro con il liceo di Mendrisio sul tema <i>Patrimonio digitale: tecnologie a servizio della Tradizione</i>.</p> <p>Sono stati presi in considerazione i seguenti aspetti:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• la multimedialità che può consentire "una comunicazione 'attiva' rispetto alla passiva azione di 'guardare' soltanto e quindi le nuove tecnologie al servizio della cultura, del territorio e dell'arte</li> <li>• la valorizzazione del patrimonio attraverso nuovi metodi di fruizione che forniscono l'opportunità di raggiungere il panorama dei beni culturali con la storia attraverso percorsi innovativi.</li> </ul>
Se si tratta di una realizzazione fisica, identificare il Comune di localizzazione	/
Valore target (da Logica di intervento)	1
Valore ottenuto (cumulato con quello dei precedenti rapporti di monitoraggio)	2
Ci sono scostamenti rispetto a quanto previsto nel progetto?	1 evento in più

Prodotto	P9 - Pubblicazione sul tema della ritualità sacra e profana e sui repertori musicali
WP e Attività in cui è inserito il prodotto	WP4: Marketing del prodotto culturale A4.1: Realizzazione prodotti del marketing culturale
Descrizione prodotto	Il volume "Le voci della terra" ripercorre le principali feste tuttora viventi nell'area prealpina lombarda, facendo luce sulla storia, le origini, i protagonisti, le musiche e i canti di un calendario rituale che oggi costituisce un fattore importante di identità culturale e comunitaria.

	<p>Questo quadro multiforme è approfondito dai contributi di storici della Chiesa e della liturgia, antropologi, musicologi: Claudio Bernardi, Renato Morelli, Francesco Motta, Marco Navoni, Natale Perego, Massimo Pirovano, Angelo Rusconi, Italo Sordi, Danilo Zardin, e arricchito da un cospicuo apparato iconografico.</p> <p>Il supporto multimediale allegato al volume consente al lettore di immergersi nella viva realtà delle ritualità prealpine grazie a un suggestivo documentario e alla registrazione audiovisiva integrale dei vespri ambrosiani celebrati con le melodie di tradizione orale di una comunità dell'Alta Brianza.</p>
Se si tratta di una realizzazione fisica, identificare il Comune di localizzazione	/
Valore target (da Logica di intervento)	200
Valore ottenuto (cumulato con quello dei precedenti rapporti di monitoraggio)	250
Ci sono scostamenti rispetto a quanto previsto nel progetto?	50 copie in più

Prodotto	P10 - Mappe delle ritualità
WP e Attività in cui è inserito il prodotto	WP4: Marketing del prodotto culturale A4.1: Realizzazione prodotti del marketing culturale
Descrizione prodotto	<p>E stata realizzata la Mappa della ritualità in cui sono state evidenziate su cartina e sinteticamente descritte le 26 ritualità sacre e profane prese in considerazione nell'area di cooperazione, al fine di rendere il patrimonio culturale immateriale individuato attrattivo di turismo.</p> <p>La mappa è stata realizzata in due formati: cartacea e multimediale.</p> <p>Quella cartacea, realizzata in italiano e inglese, è stata stampata su Stone Paper (detta anche "carta di pietra"), impermeabile e resistente agli strappi ed ecologica. E' stata utilizzata la grafica e adottato lo stile di comunicazione appositamente studiati per il progetto Vocate.</p> <p>Quella multimediale è interattiva. Sono visualizzabili i documenti audio-video e iconografici delle ritualità e gli output dei laboratori realizzati con le scuole. Il visitatore ha la possibilità di cogliere non solo le espressioni esteriori degli eventi, ma la loro efficacia simbolica nell'ambito di una cultura rappresentata nella sua interezza.</p> <p>Entrambe le mappe sono caricate sul sito <a href="http://www.vocate.provincia.lecco.it">www.vocate.provincia.lecco.it</a></p>

Se si tratta di una realizzazione fisica, identificare il Comune di localizzazione	/
Valore target (da Logica di intervento)	3000
Valore ottenuto (cumulato con quello dei precedenti rapporti di monitoraggio)	3000
Ci sono scostamenti rispetto a quanto previsto nel progetto?	no

Prodotto	P11 - Docu-film sulle tradizioni viventi
WP e Attività in cui è inserito il prodotto	WP4: Marketing del prodotto culturale A4.1: Realizzazione prodotti del marketing culturale
Descrizione prodotto	<p>E' stato realizzato il docu-film "Le voci della terra. Ritalità sacra e profana fra Lombardia e Ticino".</p> <p>Si tratta di un documentario curato dalla giornalista e filmmaker Isabella Mazzia per la Fondazione "Luigi Clerici" di Milano, partner del progetto Interreg Vo.Ca.Te. Frutto di un lungo lavoro di documentazione sul campo, impagina i momenti salienti di alcune delle feste rituali che formano la spina dorsale di un calendario ancora inaspettatamente ricco di manifestazioni sacre e profane, dando volto e voce ai protagonisti. Nella maggior parte dei casi il sonoro di canti, suoni, rumori, è quello originale, ripreso nel corso dei riti e, in qualche caso, dagli spettacoli che hanno fatto rivivere ritualità uscite dall'uso ma vive nella memoria delle comunità.</p> <p>Durata: 1 ora circa</p> <p>E' stato realizzato anche un video promozionale di qualche minuto contenente spezzoni delle riprese delle principali ritualità che intende stimolare il visitatore a partecipare alle tradizioni viventi.</p>
Se si tratta di una realizzazione fisica, identificare il Comune di localizzazione	/
Valore target (da Logica di intervento)	1
Valore ottenuto (cumulato con quello dei precedenti rapporti di monitoraggio)	1 docufilm, 1 video emozionale e una ventina di video clip
Ci sono scostamenti rispetto a quanto previsto nel progetto?	no

Prodotto	P12 – Eventi musicali
WP e Attività in cui è inserito il prodotto	WP4: Marketing del prodotto culturale A4.3: Realizzazione del programma transfrontaliero di eventi
Descrizione prodotto	<p>E' stato realizzato il progetto artistico degli eventi spettacolari (concerti, spettacoli e visite guidate) incentrato sui temi forti della ritualità e finalizzato a emozionare il visitatore, suscitando interesse a partecipare alle tradizioni viventi secondo i ritmi costitutivi del calendario annuale delle tradizioni. Il programma è stato elaborato effettuando la scelta degli artisti e del personale tecnico idonei e predisponendo il piano tecnico-artistico.</p> <p>I gruppi musicali sono stati scelti in base all'unicità del loro organico strumentale o alla speciale congruità dei loro programmi con i temi del progetto o alla loro eccellenza nell'interpretazione di repertori legati ai suddetti temi. Tali gruppi professionali sono stati in grado di rileggere il patrimonio antico alla luce della tradizione orale, riannodando i fili di percorsi plurisecolari.</p> <p>E' stato realizzato il <a href="#">programma transfrontaliero</a> comprendente 27 eventi musicali realizzati da giugno a ottobre 2019</p> <p><a href="#">Eventi Musicali Schede/</a></p> <p><a href="#">Brochure EventiMusicali 2019.pdf</a></p>
Se si tratta di una realizzazione fisica, identificare il Comune di localizzazione	
Valore target (da Logica di intervento)	20
Valore ottenuto (cumulato con quello dei precedenti rapporti di monitoraggio)	27
Ci sono scostamenti rispetto a quanto previsto nel progetto?	+ 7 eventi

Prodotto	P13 - Accordo interpartenariale
WP e Attività in cui è inserito il prodotto	WP1: Coordinamento e gestione A1.1: Avvio del progetto
Descrizione prodotto	E' stata sottoscritta la Convenzione tra i partner di progetto finalizzata a definire i ruoli e i compiti di ciascun partner nonché i diritti e gli obblighi con riferimento all'implementazione delle attività.
Se si tratta di una realizzazione fisica, identificare il Comune di localizzazione	

Valore target (da Logica di intervento)	1
Valore ottenuto (cumulato con quello dei precedenti rapporti di monitoraggio)	1
Ci sono scostamenti rispetto a quanto previsto nel progetto?	no

Prodotto	P14 - Linee Guida per la gestione tecnico-amministrativa
WP e Attività in cui è inserito il prodotto	WP1: Coordinamento e gestione A1.1: Avvio del progetto
Descrizione prodotto	Le Linee Guida approvate durante il kick off meeting che si è tenuto il 26 settembre 2018, sono state vero strumento di supporto ai partner. Contengono in maniera sintetica e schematica, tutte le informazioni utili alla gestione tecnica e amministrativa del progetto, nonché informazioni sui flussi informativi tra i Partner, modalità e scadenze per la presentazione dei Report richiesti dall'Autorità di Gestione.
Se si tratta di una realizzazione fisica, identificare il Comune di localizzazione	
Valore target (da Logica di intervento)	1
Valore ottenuto (cumulato con quello dei precedenti rapporti di monitoraggio)	1
Ci sono scostamenti rispetto a quanto previsto nel progetto?	no

Prodotto	P15 - Piano esecutivo di attività
WP e Attività in cui è inserito il prodotto	WP1: Coordinamento e gestione A1.1: Avvio del progetto
Descrizione prodotto	Documento sintetico contenente il Piano di Lavoro dettagliato suddiviso per attività e azioni, con indicazione delle tempistiche, del ruolo di ciascun partner e del relativo budget. Il documento, condiviso con tutti i partner, è divenuto strumento di riferimento per la realizzazione e il monitoraggio di tutte le attività.
Se si tratta di una realizzazione fisica, identificare il Comune di localizzazione	
Valore target (da Logica di intervento)	1

Valore ottenuto (cumulato con quello dei precedenti rapporti di monitoraggio)	1
Ci sono scostamenti rispetto a quanto previsto nel progetto?	no

Prodotto	P16 - Regolamento di funzionamento del Comitato di Pilotaggio (CdP)
WP e Attività in cui è inserito il prodotto	WP1: Coordinamento e gestione A1.2: Gestione del progetto e modalità operative
Descrizione prodotto	Durante il primo CdP, riunitosi in data 10 ottobre 2018, è stato approvato il Regolamento di funzionamento che definisce la struttura, le funzioni e le procedure operative del Comitato di Pilotaggio del Progetto quale organo di indirizzo strategico della partnership di progetto, preposto a svolgere le funzioni di programmazione ed attuazione strategica del progetto e verifica dello sviluppo delle attività in relazione agli obiettivi progettuali stabiliti.
Se si tratta di una realizzazione fisica, identificare il Comune di localizzazione	
Valore target (da Logica di intervento)	1
Valore ottenuto (cumulato con quello dei precedenti rapporti di monitoraggio)	1
Ci sono scostamenti rispetto a quanto previsto nel progetto?	no

Prodotto	P17 - Verbali delle riunioni del CdP
WP e Attività in cui è inserito il prodotto	WP1: Coordinamento e gestione A1.2: Gestione del progetto e modalità operative
Descrizione prodotto	I verbali delle riunioni del Comitato di Pilotaggio, unitamente ai fogli presenze, contengono le informazioni principali relative agli elementi condivisi nell'ambito del CdP, alle decisioni assunte e proposte emerse, consentendo di tener memoria dei principali step di sviluppo del progetto. I verbali sono stati predisposti per ogni seduta del CdP e approvati durante la seduta successiva.
Se si tratta di una realizzazione fisica, identificare il Comune di localizzazione	

Valore target (da Logica di intervento)	6
Valore ottenuto (cumulato con quello dei precedenti rapporti di monitoraggio)	6
Ci sono scostamenti rispetto a quanto previsto nel progetto?	no

Prodotto	P18 – Piano di monitoraggio e valutazione
WP e Attività in cui è inserito il prodotto	WP1: Coordinamento e gestione A1.3: Monitoraggio e valutazione interna del progetto
Descrizione prodotto	Documento che definisce e orienta il percorso di monitoraggio e valutazione del progetto, attraverso una descrizione delle attività che verranno sviluppate lungo tutta la vita del progetto. In particolare, il Piano descrive gli obiettivi, la metodologia e gli strumenti da utilizzare per la realizzazione delle attività di monitoraggio e valutazione. Conterrà anche gli strumenti di rilevazione da adottare. Ad ogni seduta del CdP vengono monitorate le attività e le spese di progetto.
Se si tratta di una realizzazione fisica, identificare il Comune di localizzazione	
Valore target (da Logica di intervento)	1
Valore ottenuto (cumulato con quello dei precedenti rapporti di monitoraggio)	1
Ci sono scostamenti rispetto a quanto previsto nel progetto?	no

Prodotto	P19 – Report intermedio di monitoraggio
WP e Attività in cui è inserito il prodotto	WP1: Coordinamento e gestione A1.3: Monitoraggio e valutazione interna del progetto
Descrizione prodotto	Il monitoraggio è stato costante considerate la molteplicità delle azioni e il limitato tempo per concluderle. Il documento di monitoraggio è stato sintetizzato nei report del CdP e nelle innumerevoli comunicazioni dei gruppi di lavoro che hanno presidiato le diverse WP. E' stato così possibile avere sotto controllo lo stato di avanzamento complessivo del progetto, i tempi e le modalità di realizzazione delle attività, mettendo in campo tutti i correttivi necessari in tempo reale migliorando, di conseguenza, la gestione interna e il processo decisionale.

Se si tratta di una realizzazione fisica, identificare il Comune di localizzazione	
Valore target (da Logica di intervento)	1
Valore ottenuto (cumulato con quello dei precedenti rapporti di monitoraggio)	1
Ci sono scostamenti rispetto a quanto previsto nel progetto?	no

Prodotto	P20 - Report finale di monitoraggio e valutazione
WP e Attività in cui è inserito il prodotto	WP1: Coordinamento e gestione A1.3: Monitoraggio e valutazione interna del progetto
Descrizione prodotto	Tale documento illustra lo sviluppo complessivo del progetto, e riporta una prima valutazione sui prodotti realizzati, attraverso il coinvolgimento di stakeholders e attori territoriali interessati dal progetto. Fornisce al partenariato, indicazioni per assicurare la sostenibilità e l'impatto del progetto nel breve e medio periodo.
Se si tratta di una realizzazione fisica, identificare il Comune di localizzazione	
Valore target (da Logica di intervento)	1
Valore ottenuto (cumulato con quello dei precedenti rapporti di monitoraggio)	1
Ci sono scostamenti rispetto a quanto previsto nel progetto?	no

Prodotto	P21 - Rapporto di esecuzione e monitoraggio e domanda di rimborso
WP e Attività in cui è inserito il prodotto	WP1: Coordinamento e gestione A1.4: Titolo dell'attività Gestione finanziaria
Descrizione prodotto	Il Beneficiario capofila ha elaborato il Rapporto di esecuzione mettendo in evidenza lo stato di avanzamento delle differenti attività di progetto, il raggiungimento degli output. Sono stati inviati periodicamente alle strutture di controllo i documenti giustificativi delle spese sostenute dai partner per procedere alla loro validazione e all'invio delle domande di pagamento.

Se si tratta di una realizzazione fisica, identificare il Comune di localizzazione	
Valore target (da Logica di intervento)	2
Valore ottenuto (cumulato con quello dei precedenti rapporti di monitoraggio)	2
Ci sono scostamenti rispetto a quanto previsto nel progetto?	no

Prodotto	P22 - Piano di comunicazione
WP e Attività in cui è inserito il prodotto	WP2: Comunicazione A2.1: Definizione strategia di comunicazione e avvio attività comunicazione
Descrizione prodotto	<p>Il Piano di Comunicazione realizzato per il progetto Vocate ha identificato obiettivi, target group, messaggi da comunicare, strumenti di comunicazione, tempistica singole attività, budget, coinvolgimento PP e suddivisione compiti tra i PP. Nel Piano sono state, inoltre, fornite indicazioni per lo sviluppo del logo e della “brand e visual identity” del progetto.</p> <p>Il Piano, previsto come primo Output del per assicurare la valorizzazione e diffusione dello stesso, garantendone la visibilità e promuovendo, attraverso gli strumenti di comunicazione progettati per gli specifici target individuati, obiettivi, attività, risultati e prodotti.</p> <p>Il Piano di Comunicazione ha, rappresentato uno schema esecutivo con i differenti strumenti comunicativi previsti secondo i seguenti elementi:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Obiettivo comunicativo da perseguire</li> <li>- Target da raggiungere</li> <li>- Tempistica.</li> </ul>
Se si tratta di una realizzazione fisica, identificare il Comune di localizzazione	
Valore target (da Logica di intervento)	1
Valore ottenuto (cumulato con quello dei precedenti rapporti di monitoraggio)	1
Ci sono scostamenti rispetto a quanto previsto nel progetto?	no

Prodotto	P23 – Linea grafica
WP e Attività in cui è inserito il prodotto	WP2: Comunicazione A2.1: Definizione strategia di comunicazione e avvio attività comunicazione
Descrizione prodotto	<p>La realizzazione della linea grafica, attraverso lo sviluppo del logo di progetto e del relativo claim (<i>Le nostre vie dei canti</i>), ha consentito di individuare simbolicamente e in maniera accattivante i valori che il progetto diffonde e gli obiettivi che persegue. E' stata utilizzata in tutti gli strumenti di comunicazione, a partire dalle intestazioni della carta da lettere e delle mail fino ai template previsti, sulla newsletter, brochure e su tutto il materiale prodotto nel corso delle attività. La creazione di un'immagine coordinata ha consentito di rendere identificabile il progetto con le sue tipicità.</p> <p>Nella fase di avvio è stata definita la "brand e visual identity" del progetto con lo sviluppo, oltre che di un logo identificativo, dei relativi strumenti di supporto. In linea di continuità con le attività già avviate in territorio svizzero, che trovano particolare positivo riscontro nel territorio italiano, è stato utilizzato il simbolo di riferimento di "Morsetta", giovane ragazza che con orgoglio e simpatia, accompagna alla scoperta del territorio.</p>
Se si tratta di una realizzazione fisica, identificare il Comune di localizzazione	
Valore target (da Logica di intervento)	1
Valore ottenuto (cumulato con quello dei precedenti rapporti di monitoraggio)	1
Ci sono scostamenti rispetto a quanto previsto nel progetto?	no

Prodotto	P24 – Eventi di lancio
WP e Attività in cui è inserito il prodotto	WP2: Comunicazione A2.1: Definizione strategia di comunicazione e avvio attività comunicazione
Descrizione prodotto	<p>Sono stati realizzati 2 eventi di presentazione del progetto agli stakeholder territoriali e dei suoi obiettivi, organizzati in Italia e a Mendrisio in Svizzera.</p> <p>Il primo evento è stato realizzato presso il Monastero di S. Maria del Lavello a Calolziocorte il 20 ottobre 2018, dove è stato presentato il progetto di cooperazione transfrontaliera. Particolare attenzione è stata posta sul tema del canto tradizionale fra liturgia e mondo popolare evidenziando il rapporto tra Mendrisio e Calolziocorte entrambi con una tradizione e liturgia legata alla presenza dei Servi di Maria.</p> <p>E' stato inoltre offerto un concerto con la presenza di cantori del territorio (Cantà Promàn) e artisti professionali (Ensemble Antiqua Laus) al fine di mettere in evidenza come il canto diviene filo rosso della memoria del territorio.</p>

	<p>Il secondo evento è stato organizzato presso il Museo d'Arte a Mendrisio l'11 aprile 2019, in prossimità delle tradizioni legate alla Pasqua.</p> <p>Durante l'evento è stata raccontata la storia dei Padri Serviti a Mendrisio e del complesso conventuale di San Giovanni Battista, un edificio tardo barocco con una particolare iconografia che favorisce ai fedeli e ai visitatori la sensazione di essere parte di un'opera dove tutti i sensi sono coinvolti. Inoltre è stato approfondito il tema delle Processioni Storiche di Mendrisio raccontando la tradizione dei Trasparenti: quadri traslucidi di particolare effetto.</p> <p>La giornata è continuata con la documentazione della liturgia serale del Settenario della beata Vergine Maria Addolorata presso la chiesa di San Giovanni, una cerimonia religiosa durante la quale si celebrano i Sette Dolori di Maria recitando il rosario e intonando alcuni canti di tradizione orale, in particolare lo Stabat Mater. Un momento di profonda religiosità e di devozione popolare che preannuncia la Pasqua.</p>
Se si tratta di una realizzazione fisica, identificare il Comune di localizzazione	
Valore target (da Logica di intervento)	2
Valore ottenuto (cumulato con quello dei precedenti rapporti di monitoraggio)	2
Ci sono scostamenti rispetto a quanto previsto nel progetto?	no

Prodotto	P25 – Pagine web
WP e Attività in cui è inserito il prodotto	WP2: Comunicazione A2.2: Pagine web e attività web 2.0
Descrizione prodotto	<p>Le pagine web agiscono come una sorta di “vetrina” del progetto, nella quale tutte le informazioni ad esso relative saranno disponibili ed accessibili.</p> <p>Le pagine web sono inserite all'interno dei siti istituzionali italiani e svizzeri con l'obiettivo di comunicare il progetto e, soprattutto, di raccogliere, in maniera organica, tutti i materiali, le informazioni e i prodotti di progetto.</p> <p>Le pagine riprendono l'immagine coordinata di progetto ed ospitano tutti i prodotti digitalizzati.</p> <p><a href="http://www.vocate.provincia.lecco.it">www.vocate.provincia.lecco.it</a></p> <p>E' stato implementato lo spazio dedicato al progetto Vocate sui minisiti realizzati dall'Autorità di Gestione – come previsto dalla strategia di comunicazione del programma Interreg.</p>

Se si tratta di una realizzazione fisica, identificare il Comune di localizzazione	
Valore target (da Logica di intervento)	3
Valore ottenuto (cumulato con quello dei precedenti rapporti di monitoraggio)	3
Ci sono scostamenti rispetto a quanto previsto nel progetto?	no

Prodotto	P26 - Profili social
WP e Attività in cui è inserito il prodotto	WP2: Comunicazione A2.2: Pagine web e attività web 2.0
Descrizione prodotto	<p>Sono stati gestiti un profilo Facebook e Instagram come canale comunicativo aggiuntivo in grado di intercettare più efficacemente il segmento di popolazione giovane e coinvolgerlo nelle diverse iniziative previste dal progetto @vocate_le.nostre.vie.dei.canti; @mendrisiottoturismo facebook: le nostre vie dei canti.</p> <p>I post pubblicati sui social da parte del capofila italiano venivano ripostati dagli altri partner per massimizzare l'informazione e la comunicazione via social.</p> <p>I post su facebook hanno sempre taggato il profilo interreg Italia Svizzera.</p>
Se si tratta di una realizzazione fisica, identificare il Comune di localizzazione	
Valore target (da Logica di intervento)	2
Valore ottenuto (cumulato con quello dei precedenti rapporti di monitoraggio)	2
Ci sono scostamenti rispetto a quanto previsto nel progetto?	no

Prodotto	P27 - Roll up di presentazione
WP e Attività in cui è inserito il prodotto	WP2: Comunicazione A2.3: Sviluppo degli strumenti di comunicazione

Descrizione prodotto	<p>Sono stati realizzati i roll up quali strumenti per presentare in maniera chiara e riconoscibile il progetto.</p> <p>Sono stati utilizzati sia in Italia sia in Svizzera durante tutti gli incontri, gli eventi musicali, promozionali e le fiere di settore per contraddistinguere e ricondurre tutte le iniziative al progetto e diffondere i suoi contenuti nel modo più immediato e omogeneo.</p> <p>Sono rimasti in dotazione al capofila del progetto e a Mendrisiotto Turismo. Verranno utilizzati per garantire nel tempo la continuità della promozione culturale e turistica legata al progetto.</p>
Se si tratta di una realizzazione fisica, identificare il Comune di localizzazione	
Valore target (da Logica di intervento)	6
Valore ottenuto (cumulato con quello dei precedenti rapporti di monitoraggio)	6
Ci sono scostamenti rispetto a quanto previsto nel progetto?	no

Prodotto	P28 – E-newsletter
WP e Attività in cui è inserito il prodotto	WP2: Comunicazione A2.3: Sviluppo degli strumenti di comunicazione
Descrizione prodotto	<p>Le newsletters hanno promosso un aggiornamento generale sulle attività e i risultati del progetto.</p> <p>Ogni newsletter ha riportato notizie specifiche sulle attività svolte nel territorio dell'area di cooperazione.</p> <p>Sono state inviate per via elettronica alla mailing list costruita a cura di ogni partner ad avvio progetto.</p>
Se si tratta di una realizzazione fisica, identificare il Comune di localizzazione	
Valore target (da Logica di intervento)	4
Valore ottenuto (cumulato con quello dei precedenti rapporti di monitoraggio)	4
Ci sono scostamenti rispetto a quanto previsto nel progetto?	no

Prodotto	P29 – Comunicati stampa
WP e Attività in cui è inserito il prodotto	WP2: Comunicazione A2.3: Sviluppo degli strumenti di comunicazione
Descrizione prodotto	Durante l'intera durata del progetto sono stati realizzati, a cura del capofila e con il coinvolgimento dei partner responsabili delle diverse WP, comunicati stampa per diffondere informazioni sul progetto, le attività svolte e i risultati ottenuti. Ogni comunicato stampa è stato distribuito sia agli organi di stampa dell'area italiana, sia dell'area svizzera in concomitanza con specifiche attività progettuali, come l'avvio del progetto, laboratori, incontri locali, eventi ecc, con l'obiettivo di raggiungere sia un ampio pubblico generale che un pubblico specializzato attraverso tutti i canali mediatici: radio, stampa (quotidiani e periodici generalisti e specifici nel settore turistico), web e televisione.
Se si tratta di una realizzazione fisica, identificare il Comune di localizzazione	
Valore target (da Logica di intervento)	10
Valore ottenuto (cumulato con quello dei precedenti rapporti di monitoraggio)	25
Ci sono scostamenti rispetto a quanto previsto nel progetto?	+ 15

Prodotto	P30 - Gadget
WP e Attività in cui è inserito il prodotto	WP2: Comunicazione A2.3: Sviluppo degli strumenti di comunicazione
Descrizione prodotto	<p>Sono stati realizzati diverse tipologie di gadget indirizzate a target differenti con una personalizzazione che garantisce l'identificazione del progetto nel tempo.</p> <p>I gadget realizzati sono:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>n. 500 borracce</li> <li>n. 500 chiavette USB</li> <li>n. 1000 sacche</li> <li>n. 10.000 tovagliette</li> </ul> <p>Le borracce, chiavette e sacche, con il logo e il claim del progetto, destinate a un target di giovani, sono in distribuzione presso i musei e gli infopoint dell'area di cooperazione.</p> <p>Le tovagliette, riportanti la mappa delle ritualità sono invece utilizzate dalle strutture che si occupano di ristorazione, in modo da promuovere a livello turistico i percorsi creati nell'ambito del progetto.</p>

Se si tratta di una realizzazione fisica, identificare il Comune di localizzazione	
Valore target (da Logica di intervento)	3000
Valore ottenuto (cumulato con quello dei precedenti rapporti di monitoraggio)	12.000
Ci sono scostamenti rispetto a quanto previsto nel progetto?	+ 9.000

Prodotto	P 31 - Eventi
WP e Attività in cui è inserito il prodotto	WP2: Comunicazione A2.4: Eventi e attività di networking
Descrizione prodotto	<p>Il progetto Vocate è stato presentato in occasione della Giornata Europea della Cooperazione che si è tenuta a Sondrio il 26 settembre 2018, nel contesto delle celebrazioni per la "Settimana Europea della Cooperazione".</p> <p>Il 23 marzo 2019 a Barzio si è tenuta una prima attività di networking con il territorio sul tema della valorizzazione delle tradizioni, quale occasione di conoscenza, confronto e condivisione di buone pratiche, rivolto a Comuni, associazioni, istituzioni culturali e pro loco. Ulteriori attività sono state realizzate con la popolazione e i portatori della tradizione nei territori di Premana, Tremenico, Carenno e Mendrisio.</p> <p>Il 14 dicembre 2019 è stato realizzato l'evento di celebrazione del riconoscimento Unesco delle Processioni storiche a Mendrisio che è stato anche occasione per ricordare il progetto Vocate e i suoi risultati.</p> <p>Il 22 gennaio 2020 è stato realizzato l'evento finale a Lecco nel corso del quale sono state presentate le origini, gli obiettivi, le attività, gli eventi e i materiali del progetto, le ricadute turistiche e gli allestimenti museali.</p>
Se si tratta di una realizzazione fisica, identificare il Comune di localizzazione	
Valore target (da Logica di intervento)	4
Valore ottenuto (cumulato con quello dei precedenti rapporti di monitoraggio)	4 + altri eventi di networking nelle specifiche comunità in cui è stata realizzata la mappa di comunità
Ci sono scostamenti rispetto a quanto previsto nel progetto?	no

Prodotto	P 32 – Pacchetti turistici
WP e Attività in cui è inserito il prodotto	WP5: Realizzazione prodotto e marketing turistico A5.1: Definizione del prodotto turistico
Descrizione prodotto	<p>Sono stati progettati insieme al partner svizzero Mendrisiotto Turismo 6 percorsi che offrono esperienze autentiche. I percorsi sono stati studiati per essere modulabili secondo le proprie esigenze e quindi della durata di un solo giorno o di più giornate.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Borghi tradizionali – <i>percorso tra Italia e Svizzera</i></li> <li>2. Gli antichi mestieri</li> <li>3. Tra arte e fede – <i>percorso tra Italia e Svizzera</i></li> <li>4. Sulle tracce della storia</li> <li>5. Paesaggi e natura tra lago e monti</li> <li>6. Proposte per le scuole</li> </ol> <p>Partendo dalle ritualità individuate:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• il Re Magi a Esino Lario e la Pesa Vegia a Bellano</li> <li>• i Past tradizionali a Premana</li> <li>• Sagra del Borgo (CH)</li> <li>• Processioni storiche Mendrisio (CH)</li> </ul> <p>sono stati definiti i pacchetti turistici che consentono una personalizzazione (tailor-made) in funzione delle esigenze di ciascun turista. I destinatari del pacchetto saranno prevalentemente piccoli gruppi (10 persone massimo) e pertanto la logistica ha tenuto conto di questo aspetto per quanto riguarda spostamenti e pernottamenti.</p> <p>Montagne Lago di Como e Mendrisiotto Turismo hanno instaurato un rapporto di collaborazione che consentirà di definire ulteriori accordi anche successivamente il termine del progetto divenendo punto di riferimento stabile nel territorio di cooperazione per ogni necessità organizzativa dei tour operator.</p>
Se si tratta di una realizzazione fisica, identificare il Comune di localizzazione	
Valore target (da Logica di intervento)	4
Valore ottenuto (cumulato con quello dei precedenti rapporti di monitoraggio)	4
Ci sono scostamenti rispetto a quanto previsto nel progetto?	no

Prodotto	P33 – Fiere: contatti con gli operatori
WP e Attività in cui è inserito il prodotto	WP5: Realizzazione prodotto e marketing turistico A5.2: Realizzazione marketing turistico

Descrizione prodotto	<p>Il progetto e i pacchetti turistici sono stati promossi presso due fiere di settore.</p> <p>26-28 settembre 2019 WTE Unesco a Roma La Provincia ha partecipato con un stand del progetto Vocate alla Word Tourism Event Unesco di Roma per far conoscere e valorizzare le ritualità tradizionali dell'area prealpina del Lecchese e del Ticino. Presso lo stand erano a disposizione informazioni sul progetto, sulle ritualità e sulle iniziative musicali, oltre a video delle principali ritualità e appuntamenti musicali realizzati tra il territorio della provincia di Lecco e la regione del Mendrisiotto. Inoltre è stato possibile visionare tour virtuali a 360° disponibili su visori.</p> <p>Il 27 settembre Nadia Fontana Lupi, direttrice dell'OTR Mendrisio partner del progetto Interreg VoCaTe, ha tenuto una relazione, nell'ambito del palinsesto scientifico della manifestazione, sul progetto transfrontaliero entrando nel dettaglio sull'esperienza della regione del Mendrisiotto. L'edizione romana è stata l'occasione per un'ulteriore riflessione e confronto sul ruolo dei beni Unesco e della cultura per incrementare l'attrattività turistica dei paesi presenti.</p> <p>25-27 novembre 2019 BITESP - Borsa del Turismo Esperienziale a Venezia. La fiera, interamente dedicata all'innovazione del prodotto turistico, alle vacanze esperienziali e all'incoming ci è sembrata particolarmente interessante per le opportunità di business matching e intese commerciali. Alla fiera ha partecipato l'operatore Montagne Lago di Como, con il ruolo di seller. Ha avuto la possibilità di presentare puntualmente i servizi forniti, le tematiche di riferimento e l'area geografica operativa. Sono stati profilati i buyer di interesse con l'obiettivo di creare contatti specifici per la vendita di pacchetti. Tali contatti si sono rivelati importanti per la realizzazione degli educational organizzati successivamente a dicembre 2019.</p>
Se si tratta di una realizzazione fisica, identificare il Comune di localizzazione	
Valore target (da Logica di intervento)	2
Valore ottenuto (cumulato con quello dei precedenti rapporti di monitoraggio)	2
Ci sono scostamenti rispetto a quanto previsto nel progetto?	no

Prodotto	P34: Educational esperienziali
WP e Attività in cui è inserito il prodotto	WP5: Realizzazione prodotto e marketing turistico A5.2: Realizzazione marketing turistico
Descrizione prodotto	Sono stati realizzati gli educational nei giorni 16-17-18-19 dicembre 2019 con la partecipazione di 4 tour operator:

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Play Viaggi di Roma</li> <li>• Ottima Reisen di Monaco di Baviera</li> <li>• Giocamondo Viaggio di Ascoli Piceno</li> <li>• Italygate di Modena</li> </ul> <p>Il programma di visita è stato condiviso con il partner svizzero Mendrisiotto Turismo e ha previsto un tour guidato del territorio di cooperazione.</p> <p>Gli educational, strutturati in chiave esperienziale per trasformare il paradigma del viaggio da “cosa mi offri” a “come mi fai sentire”, sono stati apprezzati e sono state avviate collaborazioni per organizzare viaggi e vacanze nel territorio di cooperazione.</p>
Se si tratta di una realizzazione fisica, identificare il Comune di localizzazione	
Valore target (da Logica di intervento)	3
Valore ottenuto (cumulato con quello dei precedenti rapporti di monitoraggio)	4
Ci sono scostamenti rispetto a quanto previsto nel progetto?	+1

Prodotto	P35 - Materiale promozionale divulgativo
WP e Attività in cui è inserito il prodotto	WP5: Realizzazione prodotto e marketing turistico A5.2: Realizzazione marketing turistico
Descrizione prodotto	<p>La Provincia di Lecco ha provveduto a stampare 5.000 pieghevoli informativi in lingua italiana contenenti il calendario degli eventi 2019-2020 (ritualità e appuntamenti musicali transfrontalieri) del progetto, distribuiti in occasione dei concerti, e diffusi dagli uffici di promozione turistica dei territori.</p> <p>Sono state stampate le brochure delle principali ritualità sacre e profane dell'area di cooperazione con la finalità di valorizzare le tradizioni e consolidare le radici culturali dei territori di frontiera, seguendo le indicazioni fondamentali espresse dalla Convenzione UNESCO per la salvaguardia del patrimonio culturale immateriale. I testi sono stati tradotti nelle lingue inglese, tedesca e francese e sono stati distribuiti tra gli operatori culturali ed economici dei territori allo scopo di incrementare le presenze</p> <p>n. 6.000 italiano –inglese n. 4.000 italiano – tedesco n. 2.000 italiano - francese</p> <p>E' stata realizzata in italiano e inglese la mappa delle ritualità in stone paper (detta anche “carta di pietra”), impermeabile e resistente agli strappi in 3.000 copie. La mappa è disponibile in formato digitale.</p>

Se si tratta di una realizzazione fisica, identificare il Comune di localizzazione	
Valore target (da Logica di intervento)	10000
Valore ottenuto (cumulato con quello dei precedenti rapporti di monitoraggio)	20.000
Ci sono scostamenti rispetto a quanto previsto nel progetto?	

Prodotto	P36 - Corso formativo
WP e Attività in cui è inserito il prodotto	WP5: Realizzazione prodotto e marketing turistico A5.3: Formazione operatori turistici dell'accoglienza
Descrizione prodotto	<p>Il corso di formazione rivolto agli operatori turistici si è tenuto il 22 gennaio 2020 a Lecco.</p> <p>Lo scopo è stato quello di illustrare i percorsi turistici predisposti nell'ambito del progetto VOCATE, nonché di evidenziare la necessità di offrire un'accoglienza familiare che consenta al visitatore di vivere in prima persona le tradizioni calandosi nell'identità culturale del territorio.</p> <p>E' stata inoltre un'occasione di confronto sulle opportunità di sviluppo offerte dal turismo culturale ed esperienziale, settore in crescita con forte richiesta anche per il territorio del Lago di Como.</p>
Se si tratta di una realizzazione fisica, identificare il Comune di localizzazione	
Valore target (da Logica di intervento)	1
Valore ottenuto (cumulato con quello dei precedenti rapporti di monitoraggio)	1
Ci sono scostamenti rispetto a quanto previsto nel progetto?	no

Prodotto	P37 - Realizzazione cd e booklet e conferenza/concerto di presentazione
WP e Attività in cui è inserito il prodotto	WP4: Marketing del prodotto culturale A4.2: Valorizzazione dell'Ordine dei Servi di Maria come promotori della tradizione
Descrizione prodotto	E' stato pubblicato il libro/CD "La tradizione musicale dell'Ordine dei Servi di Maria" nella collana "Monumenta Liturgiae et Cantus" edita e distribuita a livello internazionale

	<p>da LIM - Libreria Musicale Italiana, oggi la più importante casa editrice musicale in Italia. Il volume, grazie al contributo di esperti della materia, tratta la preghiera e la musica nell'ordine dei Servi di Maria dalle origini del Trecento, il Settenario dell'Addolorata a Mendrisio, la riproduzione integrale dell'antifonario dei Servi di Maria di San Gottardo di Bergamo (unico testimone noto della tradizione liturgico-musicale della fondazione dalla quale ebbe origine il convento del Lavello) e da altre fonti dei Servi.</p> <p>Il cd booklet contiene quattordici canti liturgici dal manoscritto del XV secolo Bergamo, Biblioteca del Seminario vescovile, sei dal manoscritto Siena, Convento di Santa Maria dei Servi, selezionati e trascritti secondo criteri filologici.</p> <p>Si tratta di canti altamente significativi per illustrare la tipicità della tradizione musicale dei Servi di Maria tra Due e Quattrocento.</p> <p>Il cd contiene inoltre la registrazione dello Stabat Mater che si canta tuttora a Mendrisio, tramandato oralmente di generazione in generazione.</p> <p>I due concerti realizzati ad ottobre a Calolziocorte e a Mendrisio con brani tratti da manoscritti medievali, canti a più voci praticati nei conventi dell'ordine dei Servi di Maria: entrambe le sedi erano infatti conventi dei Serviti, sono stati preceduti da due tavole rotonde, che hanno illustrato i contenuti del progetto di studio e di valorizzazione della tradizione musicale dei Servi di Maria.</p>
Se si tratta di una realizzazione fisica, identificare il Comune di localizzazione	
Valore target (da Logica di intervento)	200
Valore ottenuto (cumulato con quello dei precedenti rapporti di monitoraggio)	300
Ci sono scostamenti rispetto a quanto previsto nel progetto?	+ 100

Prodotto	P38 - Il libro sul muro
WP e Attività in cui è inserito il prodotto	WP4: Marketing del prodotto culturale A4.2: Valorizzazione dell'Ordine dei Servi di Maria come promotori della tradizione
Descrizione prodotto	<p>E' stato dipinto un mural sul muro perimetrale esterno adiacente al parcheggio del Convento di Santa Maria del Lavello composto da pannelli di fibrocemento (lunghezza: 21 metri, altezza: 1,20 metri) che racconta la storia dei Padri Serviti al Lavello.</p> <p>Una graphic novel da parete, realizzata con idropitture al quarzo e bombolette spray: un insieme di figure, simboli, personaggi e citazioni per un racconto emozionale e popolare</p>

	come le affabulazioni rappresentate al Lavello e organizzate nelle tradizionali ricorrenze dal Centro Culturale. Si tratta di un'opera connessa alla storia dell'arte, alla simbologia e alla conoscenza, divulgativa dei fatti storici e particolarmente rivolta al giovane pubblico.
Se si tratta di una realizzazione fisica, identificare il Comune di localizzazione	
Valore target (da Logica di intervento)	1
Valore ottenuto (cumulato con quello dei precedenti rapporti di monitoraggio)	1
Ci sono scostamenti rispetto a quanto previsto nel progetto?	no

Prodotto	P39 – Laboratori nelle scuole
WP e Attività in cui è inserito il prodotto	WP4: Marketing del prodotto culturale A4.2: Valorizzazione dell'Ordine dei Servi di Maria come promotori della tradizione
Descrizione prodotto	Le scuole di Calolziocorte sono state coinvolte nell'iniziativa di valorizzazione dell'Ordine dei Servi di Maria grazie all'attività propedeutica di ideazione e realizzazione del mural. I ragazzi hanno potuto apprendere come questa particolare tecnica pittorica può essere utilizzata per rappresentare efficacemente i temi legati alla storia e alla cultura popolare. Le scuole primarie di Mendrisio sono state coinvolte dalla Fondazione Processioni Storiche attraverso incontri/racconti con i portatori della tradizione per trasmettere i valori della memoria ai più giovani e per attivarli nella partecipazione alla manifestazione vivente.
Se si tratta di una realizzazione fisica, identificare il Comune di localizzazione	
Valore target (da Logica di intervento)	3
Valore ottenuto (cumulato con quello dei precedenti rapporti di monitoraggio)	3
Ci sono scostamenti rispetto a quanto previsto nel progetto?	no

Prodotto	P40 - Realizzazione di un "Trasparente"
WP e Attività in cui è inserito il prodotto	WP4: Marketing del prodotto culturale A4.2: Valorizzazione dell'Ordine dei Servi di Maria come promotori della tradizione
Descrizione prodotto	E' stata realizzata un'attività di restauro di un Trasparente. Questi dipinti translucidi realizzati su tela e inseriti in telaio in legno che vengono esposti alle intemperie in occasione del periodo pasquale, sono in parte antichi ed in parte realizzati nel corso degli ultimi decenni. La loro particolare e delicata natura li rende particolarmente sensibili alle condizioni meteo che influenzano in maniera importante il loro stato, motivo per cui sono necessari interventi di manutenzione che devono essere realizzati da personale altamente qualificato. Il restauratore in possesso delle abilità necessarie si occupa di valutare lo stato di conservazione delle opere e di intervenire qualora ci sia la necessità. Grazie al progetto è stato possibile realizzare un intervento significativo a tutela di un'opera ammalorata che è stata riportata all'aspetto originario garantendone quindi la conservazione
Se si tratta di una realizzazione fisica, identificare il Comune di localizzazione	
Valore target (da Logica di intervento)	1
Valore ottenuto (cumulato con quello dei precedenti rapporti di monitoraggio)	1
Ci sono scostamenti rispetto a quanto previsto nel progetto?	no

Prodotto	P41 - Opuscolo divulgativo per le scuole"
WP e Attività in cui è inserito il prodotto	WP4: Marketing del prodotto culturale A4.2: Valorizzazione dell'Ordine dei Servi di Maria come promotori della tradizione
Descrizione prodotto	E' stato realizzato l'opuscolo "Racconto di una notte" per sensibilizzare le scuole del Mendrisiotto rispetto al valore delle processioni storiche e al mantenimento della tradizione utilizzando il simbolo di "Morsetta" quale conduttrice della voce del territorio. Morsetta invita i ragazzi a scoprire e vivere insieme a lei le Processioni della Settimana Santa di Mendrisio e ad iscriversi per partecipare con un ruolo.
Se si tratta di una realizzazione fisica, identificare il Comune di localizzazione	
Valore target (da Logica di intervento)	1000

Valore ottenuto (cumulato con quello dei precedenti rapporti di monitoraggio)	1000
Ci sono scostamenti rispetto a quanto previsto nel progetto?	no

## Sezione D - Monitoraggio Logica di intervento

### Logica di intervento -1

Obiettivo specifico di progetto	Valorizzare il patrimonio culturale identitario comprendente la ritualità sacra e profana con particolare attenzione alla dimensione musicale
WP	<b>WP3 Valorizzazione dei contesti rituali e della musica quali attrattori del territorio</b>
Prodotti	P2. Mappa di comunità P4. Allestimenti museali P6. Laboratori
Risultati	Grazie al progetto è stato possibile raggiungere i seguenti risultati: <ul style="list-style-type: none"> <li>- sensibilizzazione delle comunità locali e delle amministrazioni sul valore delle ritualità e tradizioni. E' stato elaborato un decalogo delle buone prassi a conclusione del percorso di costruzione delle mappe di comunità, che è stato lasciato a patrimonio delle istituzioni al fine di mantenere e preservare dall'erosione le tradizioni</li> <li>- avvicinamento delle nuove generazioni attraverso la tecnologia alla memoria del territorio. E' stato elaborato un metodo di didattica innovativa basato sulla realizzazione di tour virtuali, lasciato a disposizione degli istituti coinvolti anche per le future implementazioni degli output tecnologici realizzati</li> <li>- valorizzazione del patrimonio culturale attraverso modalità innovative che puntano sull'emozione e partecipazione sensoriale dei visitatori. Sono state rinnovati gli allestimenti museali dei due musei in Valsassina (Premana e Tremenico) e sono stati dotate altre 30 realtà museali del territorio di strumentazione tecnologica per consentire un'immersione nelle tradizioni. Inoltre, è stato implementato il patrimonio dei Trasparenti nel Mendrisiotto (Museo del Trasparente) e migliorate le modalità di promozione delle ritualità legate alle Processioni Storiche.</li> </ul>
I prodotti raggiunti nel periodo di riferimento hanno contribuito a tali risultati? In che misura?	E' stato realizzato un processo partecipativo e creativo, volto a stimolare una riflessione locale, collettiva e inclusiva, del valore del proprio luogo di vita nei territori di area italiana e svizzera (Tremenico, Premana, Carenno e Calolziocorte in Italia, e Mendrisiotto in Svizzera).  Si è trattato di un percorso di valorizzazione "dal basso": attori fondamentali sono stati gli abitanti stessi che hanno scelto gli oggetti,

	<p>le pratiche e le tradizioni in cui riconoscersi, secondo il principio di autodeterminazione patrimoniale. Si è giunti così alla realizzazione della Mappa di comunità (P2) dei territori e al decalogo delle buone prassi (P3) quale guida per la definizione di politiche attive di valorizzazione del patrimonio immateriale culturale a disposizione delle amministrazioni locali.</p> <p>Le istituzioni e le associazioni locali sono stati coinvolti sin da subito nell'attivazione dei percorsi collettivi nei quali condividere la conoscenza del patrimonio materiale e immateriale di una comunità, quale primo passo verso la creazione di un legame e di un processo di riappropriazione che può dare vita ad un'attivazione comunitaria verso l'individuazione di modalità e forme con cui prendersi cura del patrimonio stesso.</p> <p>E' stato realizzato l'allestimento del Museo Etnografico di Premana con installazioni sensoriali e multimediali per renderlo depositario e custode del patrimonio culturale immateriale del territorio con particolare riferimento al canto tipico premanese, alla ritualità del Corpus Domini ed a quelle legate alla vita d'alpeggio.</p> <p>Con lo stesso obiettivo è stato allestito il nuovo spazio espositivo "Cantar di Pietra" in loc. Tremenico – Comune di Valvarrone – che sviluppa le tematiche legate alle locali manifestazioni tradizionali: Processione di Sant'Agata (Tremenico), Carnevale (Sueglio) e festa dell'Assunzione, nonché gli aspetti culturali ed immateriali del lavoro in miniera che permeano tuttora il sentire degli abitanti.</p> <p>Sempre al fine di valorizzare i contesti rituali e la musica, 35 musei e luoghi significativi del territorio sono stati dotati di strumentazione tecnologica per consentire ai visitatori un avvicinamento virtuale ai temi della ritualità locale presi in considerazione grazie al progetto Vocate.</p> <p>Al fine di rendere partecipi le nuove generazioni ai temi dell'identità culturale dell'area sono stati realizzati laboratori nelle scuole (2 classi per ciascuna delle scuole secondarie di I grado degli Istituti comprensivi di Civate, Valmadrera, Malgrate e del Campus Molinatto di Oggiono, nonché una classe del Liceo G. Leopardi di Lecco). Nel Mendrisiotto l'attività è stata svolta con riferimento alla ritualità più importante (Processioni storiche della Settimana Santa), divenuta ora patrimonio culturale immateriale Unesco.</p>
Indicatori di output di Programma	Popolazione raggiunta dalle azioni di sensibilizzazione
Valori target di progetto	1000
Contributo fornito dal progetto (cumulato con quello dei precedenti rapporti di monitoraggio)	<p>Il target è stato realizzato</p> <p><b>Valore complessivo</b> <span style="float: right;"><b>1.249</b></span></p> <p><b>Unità di misura: numero</b></p> <p><b>Tipologia di azioni che hanno alimentato l'indicatore</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Azione di sensibilizzazione rivolta alla popolazione in merito al progetto LA VOCE DELLA TERRA: CANTI E RITI DELLA TRADIZIONE – 20 ottobre 2018 a Calolziocorte (riferimento documentazione cartella EVENTO APERTURA)</b> Partecipanti: n. 110</li> </ul>

- **Percorso di realizzazione delle mappe di comunità in tre aree del territorio provinciale (riferimento: documentazione cartella MAPPA DI COMUNITA' INCONTRI\_TAVOLI\_LAVORO\_POPOLAZIONE RAGGIUNTA)**

Tremenico:

Tavoli di lavoro 72 persone coinvolte (n. 9 Incontri realizzati da luglio a dicembre 2019)

Questionari raccolti: n. 100

Passeggiata patrimoniale 5 ottobre 2019: 20 persone

Premana:

Tavoli di lavoro 63 persone coinvolte (n. 9 incontri realizzati da luglio a dicembre 2019)

Questionari raccolti: n. 250

Passeggiata patrimoniale 19 ottobre 2019: 25 persone

Carenno:

Tavoli di lavoro 70 persone coinvolte (n. 10 incontri realizzati da luglio a dicembre 2019)

Questionari raccolti: n. 100

Passeggiata patrimoniale 26 ottobre 2019: 15 persone

Sono disponibili fotografie e video interviste per ogni Comunità interessata dal percorso di creazione della mappa, che non vengono allegate in quanto troppo pesanti

- **SEMINARIO DI SENSIBILIZZAZIONE 23 marzo 2019 “VALORIZZARE E COMUNICARE LA TRADIZIONE - Strumenti di partecipazione territoriale” tenutosi a Barzio (riferimento documentazione cartella SENSIBILIZZAZIONE AMMINISTRATORI LOCALI)**

Partecipanti n. 34

- **Azione di sensibilizzazione rivolta alla popolazione in merito al progetto LA VOCE DELLA TERRA: CANTI E RITI DELLA TRADIZIONE – 11 aprile 2019 a Mendrisio (riferimento documentazione cartella EVENTO PRESENTAZIONE PROGETTO \_Mendrisio)**

Partecipanti: n. 40

- **Azione di sensibilizzazione dei musei appartenenti al Sistema Museale della Provincia di Lecco**

Incontro di presentazione del progetto ai 30 musei aderenti.

Partecipanti n. 30

- **Azione di sensibilizzazione rivolta ai ragazzi italiani e svizzeri (riferimento documentazione cartella SCUOLE)**

Per la parte italiana: laboratori realizzati con 5 scuole del territorio che hanno prodotto i tour virtuali inseriti nella mappa delle ritualità

Partecipanti n. 200 (2 classi per 4 scuole + 1 classe per 1 scuola)

	<p>Per la parte svizzera: presentazione del nuovo libretto sulle processioni realizzata grazie al progetto Vocate alle scuole elementari e medie nel dicembre 2019 Partecipanti n. 120</p> <p><b>Indicazioni per la quantificazione:</b> L'indicatore misura il numero di persone che hanno partecipato alle iniziative di sensibilizzazione messe in campo nell'ambito del progetto da tutti partner coinvolti (italiani e svizzeri).</p> <p><b>Documentazione attestante i progressi dell'indicatore:</b> documentazione varia allegata</p>

### Logica di intervento -2

Obiettivo specifico di progetto	Rendere il patrimonio culturale immateriale individuato attrattivo di turismo
WP	<b>WP4 Marketing del prodotto culturale</b>
Prodotti	<p>P9. Pubblicazione sul tema della ritualità sacra e profana e sui repertori musicali</p> <p>P10. Mappe delle ritualità</p> <p>P11. Docufilm sulle tradizioni viventi</p> <p>P12. Eventi musicali</p> <p>P37. Realizzazione Cd e booklet e conferenza concerto di presentazione</p>
Risultati	<p>Rispetto al gruppo target Turisti identificabili nel target del turismo culturale e religioso i principali risultati sono stati:</p> <p>a) maggiore visibilità e conoscenza del patrimonio culturale immateriale attraverso i diversi prodotti informativi realizzati a livello transfrontaliero (brochure sulle ritualità, calendario degli eventi, leaflets dei percorsi turistici, pubblicazione scientifica sulle tradizioni, docu-film e video delle manifestazioni sacre e profane)</p> <p>b) acquisita conoscenza di tutte le manifestazioni viventi dell'area, degli appuntamenti musicali e culturali grazie al calendario transfrontaliero degli eventi che promuovere la partecipazione in chiave esperienziale alle manifestazioni</p> <p>c) conoscenza di luoghi e contesti culturali sia attraverso la partecipazione agli innumerevoli momenti musicali, alle conferenze, ai seminari, nonché alle manifestazioni del calendario rituale</p> <p>Rispetto al gruppo target Turisti e Operatori culturali, i principali risultati sono stati:</p>

	<p>d) disponibilità di strumenti diversificati a seconda del target di riferimento – materiale scientifico-culturale per ogni tradizione censita; pubblicazione sulle ritualità con un taglio specialistico; video per salvaguardare le tradizioni dall’erosione della memoria, leaflets turistici</p> <p>e) disponibilità di approfondimenti degli elementi fondamentali delle tradizioni (maschere del carnevale, elementi liturgici delle processioni, abiti e costumi tradizionali, canti e repertori musicali, il “saper fare” e i lavori artigianali caratteristici, specificità della cultura del lavoro dei luoghi</p>
<p>I prodotti raggiunti nel periodo di riferimento hanno contribuito a tali risultati? In che misura?</p>	<p>I prodotti di questa WP hanno permesso di raggiungere l’obiettivo di rendere più visibile e disponibile agli operatori culturali ed ai turisti il patrimonio culturale immateriale con la possibilità di approfondimento sulla tematica delle ritualità grazie agli strumenti informativi e promozionali realizzati, nonché agli innumerevoli eventi (conferenze, seminari, appuntamenti musicali, tavole rotonde collaterali agli eventi musicali).</p> <p>La pubblicazione scientifica ha approfondito la storia, le origini, i protagonisti, le musiche e i canti del calendario rituale che costituisce un fattore importante di identità culturale e comunitaria transfrontaliera. Consente inoltre di mettere a fuoco gli elementi costitutivi delle manifestazioni rituali e degli altri importanti momenti della memoria collettiva.</p> <p>La mappa della ritualità consente di prendere consapevolezza delle 26 ritualità caratterizzanti l’area di riferimento e della loro distribuzione territoriale e temporale. Realizzata in versione cartacea e digitale dalle scuole, è implementabile con ulteriori approfondimenti.</p> <p>Il docufilm, costituito da un insieme di clip sulle principali ritualità, è frutto di una documentazione sul campo che impagina i momenti salienti delle feste rituali che formano la spina dorsale di un calendario transfrontaliero. Dando volto e voce ai portatori delle tradizioni, fotografa al momento attuale lo stato delle tradizioni che nel tempo potrebbero essere soggette a erosione e perdita preservandone la memoria.</p> <p>I 27 eventi messi in scena sono stati realizzati sulla base di un autorevole progetto artistico di selezione degli appuntamenti (concerti, spettacoli e visite guidate) incentrati sui temi forti della ritualità e finalizzati a emozionare il visitatore, suscitando interesse a partecipare alle tradizioni viventi secondo i ritmi costitutivi del calendario annuale delle tradizioni.</p> <p>Per valorizzare il particolare elemento di trade union del territorio italiano e svizzero riferito alla presenza e all’opera dell’ordine dei Servi di Maria è stato realizzato il cd booklet che contiene 14 canti altamente significativi che evidenziano la tipicità della tradizione musicale dei Servi di Maria tra Due e Quattrocento. Il cd, che è stato presentato sia a Mendrisio sia a Calolziocorte, contiene inoltre la registrazione dello Stabat Mater che si canta tuttora a Mendrisio, tramandato oralmente di generazione in generazione.</p>

Indicatori di output di Programma	Aumento del numero atteso di visite a siti del patrimonio naturale e culturale e a luoghi di attrazione beneficiari di un sostegno.
Valori target di progetto	2000
Contributo fornito dal progetto (cumulato con quello dei precedenti rapporti di monitoraggio)	<p><b>Valore complessivo                    oltre 2000</b></p> <p><b>Unità di misura: numero</b></p> <p><b>Tipologia di azioni che hanno alimentato l'indicatore</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Realizzazione degli <a href="#">appuntamento musicali tra Italia e Svizzera</a> nel periodo compreso tra giugno e ottobre 2019 Partecipanti agli eventi musicali nell'ambito del calendario degli eventi (area prealpina del lecchese e del Ticino): 1080 partecipanti (n. 27 appuntamenti musicali)</li> </ul> <p>Conferenze tematiche n. 3 (di cui una a Mendrisio, una a Calolziocorte e una a Barzio): n. 60 partecipanti</p> <ul style="list-style-type: none"> <li><a href="#">Manifestazioni viventi coinvolte nel territorio italiano e svizzero</a> e che grazie al progetto sono state rese maggiormente note e visibili (n. 27 appuntamenti tra il 2019 e il 2020 considerando la calendarizzazione delle ritualità in un anno solare)</li> </ul> <p>Tutte le ritualità sono state documentate attraverso video informativi ed emozionali (disponibili in archivio). Le azioni di promozione e sensibilizzazione realizzate durante il progetto hanno consentito una maggiore consapevolezza e di conseguenza un incremento dell'interesse e partecipazione.</p> <p>I partecipanti alle manifestazioni viventi sono difficilmente misurabili, anche per la natura stessa della celebrazione che non prevede ingressi a pagamento. Anche i portatori di interesse e coloro che sono coinvolti nella gestione di tutte le fasi dell'organizzazione non sempre è possibile calcolarne il numero. Relativamente alle ritualità sono a disposizione i video di documentazione degli appuntamenti rituali sia nel territorio italiano sia nel territorio svizzero e delle interviste ai testimoni della tradizione.</p> <p>In particolare, si segnalano le seguenti tradizioni viventi in cui è stato possibile stimare le presenze in quanto legate a un particolare evento.</p> <p><a href="#">Processioni storiche di Mendrisio</a> - iscritte, dal 2019, nella Lista rappresentativa dell'Unesco del patrimonio culturale immateriale dell'umanità. Le presenze per l'edizione 2018 sono stimate in n. di 6.000. Nel 2019 (nel cuore del progetto Vocate) le presenze sono state stimate in 14.000 (più del doppio).</p> <p><a href="#">Carnevale di Sueglio</a> che è stato anche inserito nella puntata Itinerari di Unica tv mandata in onda il 26 febbraio 2020 e che tra il 2018 e il 2019 ha visto una maggiore presenza stimata in n. 100 persone</p> <p><a href="#">Sant'Agata</a>- il 5 febbraio 2020, in occasione della celebrazione, è stato inaugurato il museo "Cantar di</p>

Pietra” di Tremenico realizzato grazie al progetto Vocate che ha visto la partecipazione di numerose autorità, oltre che di visitatori stimati in n. 200

- L'evento conclusivo del progetto Vocate, che si è tenuto a Lecco il 22 gennaio 2020 presso Palazzo delle Paure ha riscosso un grande successo di partecipazione. Si sono registrate oltre 100 presenze in sala.

Molto suggestivi i video proiettati nel corso dell'evento: il primo generale sul progetto e gli eventi, il secondo sul Carnevale di Sueglio e il terzo sulle Processioni della Settimana Santa di Mendrisio.

L'evento si è aperto e concluso con l'esibizione di *Cantà Proman - I cantori di Premana*.

Le tv e radio locali hanno pubblicato su YouTube alcuni stralci dell'evento che hanno avuto molte visualizzazioni: **Lecco fm** ha pubblicato il 23 gennaio 2020 il video "[I cantori di Premana -Vocate a Lecco](#)" che ha avuto 1092 visualizzazioni

**Unica tv** ha pubblicato il 29 gennaio 2020 il video "[Vocate, le nostre vie dei canti](#)" che ha avuto 49 visualizzazioni

**Mendrisiotto Turismo** ha pubblicato il 15 giugno 2020 il [docufilm completo del Progetto Interreg VoCaTe](#) che ha avuto 15 visualizzazioni

- Le celebrazioni sono state interrotte a causa della Pandemia nel 2020 e 2021. Si segnala che il Comune e la Pro loco di Premana hanno comunque voluto onorare la tradizione pubblicando un video su youtube nella data in cui si sarebbe tenuto il [Tradizionale canto dei tre re](#) –(6 gennaio 2021) visualizzazioni n.1113
- La cooperativa Liberi Sogni che ha realizzato per conto della Provincia di Lecco le Mappe di Comunità ha caricato sul loro canale you tube le testimonianze di abitanti e portatori della tradizione dei territori di Premana, Tremenico e Carenno. Si citano in questo documento solo alcune clip in quanto la cooperativa sta implementando le interviste coinvolgendo altre aree del territorio provinciale che non erano parte del progetto Vocate.

["Il Canto tradizionale – Mappa di comunità di Premana"](#)  
visualizzazioni 3.400

["Canzone degli alpeggi / Mappa di comunità di Premana"](#)  
visualizzazioni 685

["Leggende e proverbi / Mappa di comunità di Premana"](#)  
visualizzazioni 620

**Indicazioni per la quantificazione:** L'indicatore misura il numero di persone che hanno partecipato agli eventi culturali e turistici organizzati durante il progetto, il numero dei portatori della tradizione e il numero dei partecipanti alle manifestazioni viventi prese in considerazione nell'area italiana e svizzera.

**Documentazione attestante i progressi dell'indicatore:**

	la documentazione è visualizzabile attraverso i link inseriti per ogni azione
--	---

### Logica di intervento - 3

Obiettivo specifico di progetto	Rendere il patrimonio culturale immateriale attrattivo per il turismo
WP	<b>WP5 Realizzazione prodotto e Marketing turistico</b>
Prodotti	P32: Pacchetti turistici P33: Fiere con gli operatori P34: Educational esperienziali P35: Materiale promozionale divulgativo P36: Corso Formativo
Risultati	<p>Rispetto al gruppo target operatori turistici della filiera locale e tour operator, i principali benefici sono stati:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a) implementazione dei prodotti turistici esistenti tra il territorio lecchese e la regione del Mendrisiotto in Svizzera con sei percorsi che offrono esperienze autentiche e la possibilità di scoprire pregiati borghi, conoscere gli antichi mestieri e la vita comunitaria di un tempo, approcciarsi a itinerari di arte e fede, comprendere l'eredità storica e vivere attività outdoor tra lago e montagna</li> <li>b) messa a sistema di esperienze già presenti e creazione di un prodotto originale, in chiave sostenibile e con attenzione all'ambiente a misura di turista e territorio, che permette di immergersi nelle tradizioni, nei riti, nella storia, nel paesaggio e in tutto ciò che caratterizza l'identità dei luoghi</li> <li>c) creazione di quattro pacchetti turistici diversificati (due in Italia e due in Svizzera) il cui tema comune è il prodotto culturale/immateriale. I pacchetti seguono uno schema comune concordato e fungono da punto di riferimento che permette la personalizzazione (tailor-made) in funzione delle esigenze di ciascun turista. I destinatari del pacchetto sono prevalentemente piccoli gruppi (10 persone massimo)</li> <li>d) costituzione di una rete di contatti tramite gli attori protagonisti dell'azione: Montagne Lago di Como e Mendrisiotto Turismo, che per loro natura costituiscono un punto di riferimento sui territori per ogni necessità organizzativa da parte dei tour operator</li> <li>e) presentazione dei percorsi e dei pacchetti alla fiera WTO di Roma settembre 2019 e alla BITESP - Borsa del Turismo Esperienziale a Venezia dal 25 al 27 Novembre 2019, in qualità di seller</li> <li>f) realizzazione di un educational per tour operator selezionati in base alla coerenza con il prodotto del progetto (16-17-18 dicembre in Italia e 19 dicembre in Svizzera)</li> </ul>

	<p>g) organizzazione di un corso gratuito di formazione e informazione per operatori turistici e strutture ricettive nel territorio lecchese il 22 gennaio 2020 con la partecipazione di una trentina di operatori che sono venuti a conoscenza dei nuovi percorsi turistici e delle nuove opportunità offerte dal progetto. E' stata inoltre un'occasione di confronto sul tema del turismo culturale ed esperienziale, settore in crescita con forte richiesta anche per il territorio del Lago di Como</p> <p>h) realizzazione e distribuzione di materiale promozionale plurilingue sui percorsi turistici e sul patrimonio culturale immateriale. Sono state realizzate tovagliette per gli operatori della ristorazione riportanti una mappa e le principali opportunità turistiche e culturali nonché gadget per i turisti.</p>
<p>I prodotti raggiunti nel periodo di riferimento hanno contribuito a tali risultati? In che misura?</p>	<p>Grazie ai prodotti della WP5 è stato possibile raggiungere i seguenti risultati:</p> <p>a) sei nuovi percorsi turistici nel territorio di cooperazione</p> <p>b) un prodotto originale e sostenibile che permette al turista di immergersi nella memoria del territorio in chiave esperienziale</p> <p>c) commercializzazione di quattro pacchetti turistici diversificati (due in Italia e due in Svizzera) il cui tema comune è il prodotto culturale/immateriale.</p> <p>d) Instaurazione di un rapporto di fiducia e collaborazione tra gli operatori di parte italiana Montagne Lago di Como e l'operatore di parte svizzera Mendrisiotto Turismo, per la commercializzazione e l'ulteriore sviluppo di pacchetti</p> <p>e) Maggiore visibilità dell'offerta turistica transfrontaliera a seguito delle operazioni di marketing turistico</p>
<p>Indicatori di output di Programma</p>	<p>Numero di prodotti / servizi condivisi per la conservazione / valorizzazione del patrimonio culturale</p>
<p>Valori target di progetto</p>	<p>2</p>
<p>Contributo fornito dal progetto (cumulato con quello dei precedenti rapporti di monitoraggio)</p>	<p>2 percorsi turistici transfrontalieri quali esperienze autentiche:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• “Borghi tradizionali” (Il percorso dei Borghi Tradizionali si snoda tra la Valvarrone, la Valsassina e la sponda orientale del Lago di Como, fino ad arrivare alla città di Lecco in Italia, mentre tra la Valle di Muggio, Mendrisio e i piccoli borghi sul Lago di Lugano in Svizzera)</li> <li>• “Tra arte e fede” (Il percorso propone la visita di abbazie, chiese parrocchiali e piccole architetture religiose, poste all'interno dei borghi o in punti panoramici, dove il paesaggio e l'architettura si fondono. L'itinerario si estende fino al Mendrisiotto, con la visita di interessanti testimonianze religiose e del Museo del Trasparente).</li> </ul> <p><b>Unità di misura: numero</b></p> <p><b>Tipologia di azioni che hanno alimentato l'indicatore (riferimento: cartella AUMENTO N. ATTESE DI VISITE)</b></p> <p>a) Il progetto ha prodotto <u>sei percorsi turistici</u>, di cui due transfrontalieri “<u>Borghi tradizionali</u>” e “<u>Tra arte e fede</u>”. I percorsi sono stati presentati in occasione della WTO di</p>

Roma settembre 2019 e della BITESP - Borsa del Turismo Esperienziale a Venezia dal 25 al 27 Novembre 2019, in qualità di seller. In occasione delle fiere sono stati selezionati alcuni tour operator che si sono dimostrati interessati a partecipare a un educational tenutosi il 16-17-18 dicembre in Italia e 19 dicembre in Svizzera.

- b) Il 22 gennaio 2020 si è tenuto il corso gratuito di formazione e informazione per operatori turistici e strutture ricettive nel territorio lecchese, con la partecipazione di una trentina di operatori che sono venuti a conoscenza dei nuovi percorsi turistici e delle nuove opportunità offerte dal progetto. E' stata inoltre un'occasione di confronto sul tema del turismo culturale ed esperienziale, settore in crescita con forte richiesta anche per il territorio del Lago di Como.
- c) Da un'analisi dei dati turistici è emerso quanto segue nel periodo di riferimento del progetto Vocate (avviato nell'agosto 2018 e concluso nel gennaio 2020):  
Per l'area lecchese si è notato un incremento degli arrivi nel 2019 rispetto al 2018 (+20,04% complessivamente calcolando italiani e stranieri). Anche analizzando il dato per area si osserva un incremento: Lago + 31,73%, Brianza + 7,79%, Montagna + 15,62% e Lecco capoluogo + 19,31%.  
Per l'area del Mendrisiotto e Basso Ceresio si possono notare dati positivi nel 2019 sotto molti punti di vista, in particolare relativamente ai pernottamenti che registrano il 7% in più rispetto al 2018.  
I report sono disponibili come documentazione d'archivio.
- d) In occasione della Borsa Internazionale del Turismo – BIT, che si è tenuta in modalità digital dal 9 al 14 Maggio 2021 è stato presentato il progetto Vocate. Ciò ha consentito di divulgare le proposte culturali e turistiche del progetto Vocate a livello regionale in una fiera che storicamente è seguita da molti operatori, in un momento in cui il settore turistico era in crisi a causa della pandemia da Covid.19. Rimane pubblicata sul portale, all'interno del padiglione digital Lago di Como, la relativa news.

**Indicazioni per la quantificazione:** L'indicatore misura il numero di prodotti realizzati durante il progetto condivisi tra Italia e Svizzera.

**Documentazione attestante i progressi dell'indicatore:** documentazione varia allegata e visualizzabile attraverso i link inseriti per ogni azione

Ripetere la tabella per ogni obiettivo specifico rilevato.

**Con riferimento all'intero progetto:**

<p>Sono rilevabili effetti indotti dal progetto nei territori che beneficiano del contributo del Programma?</p>	<p>Gli effetti rilevabili indotti dal progetto sono:          impatto sociale          impatto istituzionale          impatto economico</p>
<p>Territori italiani e svizzeri nei quali sono rilevabili gli effetti del progetto</p>	<p>Area Valsassina e sponda orientale del lago di Como          Area del Mendrisiotto</p>
<p>Descrizione degli effetti indotti dal progetto per singolo territorio</p>	<p><b>Impatto sociale</b></p> <p>Il progetto ha avuto effetti rilevanti sia sul livello di percezione di appartenenza identitaria dei cittadini, sia sulla fruizione del patrimonio culturale identitario da parte dei portatori della tradizione.</p> <p>Le azioni messe in campo hanno consentito ai cittadini di riscoprire il sentimento di orgoglio di vivere nel proprio territorio e di sperimentare e condividere il senso di attaccamento alla propria cultura, come emerso da:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- interviste realizzate con desiderio di raccontare e di trasmettere la memoria conservata</li> <li>- consistente numero di questionari restituiti durante il percorso di mappatura delle comunità</li> <li>- entusiastica partecipazione alle passeggiate patrimoniali</li> <li>- interesse negli strumenti multimediali / allestimenti museali e video realizzati</li> </ul> <p>Le persone inoltre dichiarano di sentirsi a proprio agio nel condividere le proprie tradizioni anche all'esterno della comunità nell'ambito di iniziative pubbliche che si caratterizzano per la valorizzazione delle radici culturali.</p> <p><b>Impatto istituzionale</b></p> <p>Il progetto ha consentito alle istituzioni di comprendere e apprezzare le potenzialità della valorizzazione del patrimonio culturale e immateriale e della gestione in chiave di turismo sostenibile.</p> <p>Le azioni messe in campo hanno consentito di migliorare la capacità dei decisori pubblici in termini di nuove competenze, governance e strumenti acquisiti, rispetto ai seguenti punti:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● valorizzazione del patrimonio culturale del proprio territorio in chiave di preservare la memoria storica</li> <li>● sviluppo del territorio rispetto al settore del turismo culturale</li> <li>● appartenenza ad un territorio unico transnazionale in termini di confronto in merito alla gestione degli eventi rituali e delle opportunità di sviluppo turistico</li> </ul> <p>Inoltre, le istituzioni grazie alle migliorate competenze acquisite hanno sviluppato allestimenti museali innovativi nonché</p>

strumenti e infrastrutture digitali per gestire le informazioni sull'offerta culturale del territorio.

### **Impatto economico**

La valutazione dell'impatto economico mira a comprendere ed apprezzare il contributo del progetto al miglioramento dello sviluppo economico locale sul piano culturale e sostenibile, con specifica attenzione all'imprenditorialità del settore del turismo culturale.

E' stato registrato un forte interesse nella nuova offerta culturale e turistica dell'area di cooperazione da parte degli operatori della filiera turistica orizzontale e verticale. I percorsi definiti si sono concretizzati in pacchetti turistici commercializzati.

A causa della sopravvenuta epidemia da Covid.19, avvenuta subito dopo il termine delle attività, non è stato possibile quantificare il contributo economico fornito dal progetto.

Abbiamo però potuto riscontrare che dal momento della riapertura dei luoghi culturali e naturali del territorio, i visitatori di "prossimità" si sono affacciati desiderosi di scoprire luoghi "fuori casa" con occhi nuovi. Cultura e desiderio di conoscere luoghi meno affollati e più silenziosi ci fanno ben sperare nell'aumento dei turisti.

## SEZIONE E - Monitoraggio per la strategia di comunicazione

<p>Il progetto è dotato di una strategia di comunicazione?</p>	<p>Si (allegato piano di comunicazione del progetto Vocate)</p>
<p>Le attività di informazione e/o comunicazione realizzate hanno coinvolto anche i partner svizzeri?</p>	<p>SI</p>
<p>Descrizione</p>	<p>La comunicazione ha avuto un'importanza strategica per il progetto Vocate. Per questo motivo tutte le fasi, a partire dalla fase preliminare di individuazione dei diversi fornitori, sono state concordate con tutti i partner di progetto (sia di parte italiana, sia svizzera). I verbali delle sedute Comitato di Pilotaggio descrivono l'attività di coordinamento e di condivisione di tutte le azioni di informazione e comunicazione adottate.</p>
<p>A quale obiettivo specifico della Strategia di Comunicazione possono contribuire le attività svolte?</p>	<p>OS1 – Aumentare la notorietà, la visibilità e la comprensione del Programma</p> <p>Grazie alla realizzazione del progetto Vocate è stato possibile illustrare ai diversi target (cittadini, enti e associazione del territorio di cooperazione, visitatori e turisti, scuole) le potenzialità del programma Interreg 2014-2020 e la particolare attenzione dedicata alla valorizzazione del patrimonio culturale immateriale quale elemento per aumentare l'attrattività del territorio. Questo è stato possibile in quanto in tutti i numerosi eventi realizzati dal progetto Vocate è stato messo in luce il finanziamento ricevuto dal Programma Interreg Italia Svizzera e sono stati forniti elementi informativi sugli obiettivi specifici dell'asse 2, con particolare attenzione ai moltiplicatori di informazione.</p> <p>OS8 - Capitalizzare i risultati del progetto</p> <p>E' stata svolta un'attività complementare ai processi di informazione, comunicazione, monitoraggio e valutazione, che ha coinvolto i partners e i beneficiari delle azioni di progetto in un percorso comune di valorizzazione, disseminazione e riutilizzo delle esperienze, con l'obiettivo di:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- individuare le buone pratiche emerse nella valorizzazione delle tradizioni</li> <li>- favorire l'interscambio fra i progetti (ad esempio implementazione schede dell'inventario del patrimonio culturale immateriale delle regioni alpine- intangible search; riconoscimento delle Processioni Storiche di Mendrisio quale patrimonio Unesco; implementazione di percorsi e pacchetti turistici tra Italia e Svizzera; progetto Interreg Vivi2.0 valorizzazione del sentiero del Viandante)</li> <li>- integrare le buone pratiche nelle strategie di sviluppo dei territori (realizzazione di mappe di comunità per il recupero delle tradizioni e loro valorizzazione in chiave di turismo sostenibile in chiave ambientale e culturale);</li> <li>- rendere le conoscenze e i risultati generati dal progetto più accessibili, migliorando così il trasferimento di conoscenze, tra Interreg e oltre, grazie all'attività di disseminazione delle azioni</li> </ul>

	<p>realizzate seguendo il Piano di Comunicazione del progetto Vocate</p> <p>- utilizzare le conoscenze acquisite nell'ambito dei progetti per la fase di programmazione di futuri programmi di cooperazione.</p>
A quale target sono state dirette le azioni di informazione/comunicazione?	<p>Nel Piano di Comunicazione sono stati indicati i target di riferimento per ogni azione realizzata. Di seguito si evidenziano i principali target: Cittadinanza e pubblico generale, Amministrazioni regionali e locali, decisori politici, stakeholder del territorio di cooperazione (operatori culturali e turistici, ecc), imprese, visitatori e turisti, operatori della comunicazione e media, altri progetti di Cooperazione Europea.</p>
Che tipo di realizzazioni sono state prodotte?	<p><b>PRODOTTI DIGITALI:</b>  Output tecnologici dei laboratori (cfr. prodotto P7)  Docu-film sulle tradizioni viventi (cfr. prodotto P11)  Pagine web (cfr. prodotto P25)  Profili social (cfr. prodotto P26)  E-newsletter (cfr. prodotto P28)</p> <p><b>PUBBLICAZIONI:</b>  Pubblicazione sul tema della ritualità sacra e profana e sui repertori musicali (cfr. prodotto P9)  Realizzazione cd e booklet e conferenza/concerto di presentazione (cfr. prodotto P37)</p> <p><b>EVENTI PUBBLICI:</b>  Eventi musicali (cfr. prodotto P12)  Eventi di lancio (cfr. prodotto P24)  Eventi (cfr. prodotto P31)</p> <p><b>EVENTI E INIZIATIVE DEDICATE A TARGET SPECIFICI:</b>  Laboratori (cfr. prodotto P6)  Corso formativo (cfr. prodotto P36)  Laboratori nelle scuole (cfr. prodotto P39)</p> <p><b>RELAZIONI CON I MEDIA:</b>  Comunicati stampa (cfr. prodotto P29)</p> <p><b>MATERIALI PROMO-INFORMATIVI:</b>  Mappe delle ritualità (cfr. prodotto P10)  Roll up di presentazione (cfr. prodotto P27)  Materiale promozionale divulgativo (cfr. prodotto P35)  Opuscolo divulgativo per le scuole (cfr. prodotto P41)</p> <p><b>ALTRO:</b>  Mappa di comunità (cfr. prodotto P2)  Decalogo buone prassi (cfr. prodotto P3)  Gadget (cfr. prodotto P30)  Il libro sul muro (cfr. prodotto P38)</p>
Con quali indicatore?	<p>Gli indicatori sono precisati nella sezione C – Monitoraggio prodotti di progetto di questo documento, nelle schede relative ai prodotti (P) sopra indicati.</p>

## ASSE 2 - OBIETTIVO SPECIFICO 2.2

<p>Il progetto riguarda percorsi didattici e/o iniziative per la conoscenza/ formazione/ sensibilizzazione/ comunicazione sui temi ambientali?</p>	<p><input type="checkbox"/> SI  <input checked="" type="checkbox"/> NO</p>
<p>Se SI, indicare tipologia – temi ambientali – N. destinatari/Utenti coinvolti per tipologia (<i>è possibile indicare più opzioni</i>)</p>	<p>Tipologia di iniziative:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Percorsi didattici (anche mediante allestimenti, pannelli didattici, ecc.)</li> <li><input type="checkbox"/> Iniziative di formazione / sensibilizzazione / comunicazione</li> <li><input type="checkbox"/> Strumenti e strategie</li> </ul> <p>Temi ambientali:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Gestione del rischio legato ai cambiamenti climatici</li> <li><input type="checkbox"/> Paesaggio e patrimonio culturale</li> <li><input type="checkbox"/> Acque e cultura dell'acqua</li> <li><input type="checkbox"/> Energia (Efficientamento energetico/utilizzo FER)</li> <li><input type="checkbox"/> Biodiversità</li> <li><input type="checkbox"/> Rifiuti</li> <li><input type="checkbox"/> Riutilizzo materiali/economia circolare</li> <li><input type="checkbox"/> Altro (specificare) .....</li> </ul> <p>N. Destinatari /Utenti</p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Cittadini – N° ....</li> <li><input type="checkbox"/> Scuole – N° ....</li> <li><input type="checkbox"/> Imprese – N° ....</li> <li><input type="checkbox"/> Enti territoriali – N° ....</li> <li><input type="checkbox"/> Terzo settore – N° ....</li> <li><input type="checkbox"/> Tecnici – N° ....</li> </ul>
<p>Il progetto riguarda interventi di riqualificazione di edifici con valore storico/architettonico?</p>	<p><input type="checkbox"/> SI  <input checked="" type="checkbox"/> NO</p>
<p>Il progetto riguarda interventi di promozione e/o riqualificazione integrata del patrimonio naturale e culturale?</p>	<p><input checked="" type="checkbox"/> SI</p> <p>Indicare superficie recuperata/riqualificata: 105 Km<sup>2</sup> Mendrisiotto + 400 km<sup>2</sup> aree coinvolte nella Provincia di Lecco (si è trattato di interventi di promozione e valorizzazione del patrimonio culturale immateriale)</p> <p><input type="checkbox"/> NO</p>
<p>Il progetto riguarda interventi di potenziamento della RER. Di Siti Natura 2000, Rete Emerald?</p>	<p><input type="checkbox"/> SI  <input checked="" type="checkbox"/> NO</p>

Se SI, indicare:	<input type="checkbox"/> Nome (e codice nel caso di siti Natura 2000) siti/aree interessate: ..... <input type="checkbox"/> Superficie interessata dall'intervento: ..... (Kmq)
Il progetto mira a costruire un prodotto ecoturistico?	<input type="checkbox"/> SI <input checked="" type="checkbox"/> NO
Se SI, indicare la tipologia	<input type="checkbox"/> Turismo natura <input type="checkbox"/> Turismo arte natura <input type="checkbox"/> Turismo slow <input type="checkbox"/> Turismo enogastronomico legato a produzioni biologiche / lotta integrata <input type="checkbox"/> Altro (specificare)
Il progetto mira a raggiungere target differenziati e distribuiti durante l'anno (es. turismo ambientale, culturale, enogastronomico, congressuale, d'affari, scolastico, silver ...)	<input checked="" type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO
Se SI, indicare numero presenze nelle aree interessate dagli interventi (pre e post intervento) per stagione (N)	<input type="checkbox"/> Primavera: PRE ..... POST ..... <input type="checkbox"/> Estate: PRE ..... POST ..... <input type="checkbox"/> Autunno: PRE ..... POST ..... <input type="checkbox"/> Inverno: PRE ..... POST .....  I dati delle presenze turistiche sia nell'area italiana sia nell'area del Mendrisiotto durante il corso del progetto (raffronto presenze 2018 e presenze 2019) hanno segnalato un incremento considerevole  In provincia di Lecco nel 2019 si è registrato un aumento del 20,95% rispetto al 2018 . Permanenza media 2,59.  Anche nell'area del Mendrisiotto nel 2019 si è registrato un aumento delle presenze del 7% rispetto all'anno precedente.  Come è noto nel 2020 i dati turistici hanno avuto un crollo a causa delle restrizioni dovute al contenimento della pandemia da Covid.19. Si ritiene pertanto di non prendere in considerazione il dato relativo alle presenze 2020 in quanto non attendibile ai fini del presente indicatore.
Il progetto promuove prodotti /servizi / e/o adesione al marchio Ecolabel turistico?	<input type="checkbox"/> SI <input checked="" type="checkbox"/> NO
Il progetto riguarda il potenziamento della rete ciclabile locale/provinciale?	<input type="checkbox"/> SI <input checked="" type="checkbox"/> NO

Se SI, indicare tipologia	<input type="checkbox"/> Nuovo percorso – lunghezza realizzata ..... (Km) <input type="checkbox"/> Messa in sicurezza o riqualificazione dell'esistente – lunghezza realizzata ..... (Km)
---------------------------	--

## Discostamento tra gli effetti attesi e gli esiti del progetto

Rispetto a quanto previsto all'avvio del progetto, i risultati ottenuti si discostano significativamente (in positivo o in negativo) da quelli attesi?	<input type="checkbox"/> SI <input checked="" type="checkbox"/> NO
Descrizione/Motivazione della risposta	<p>Gli esiti del progetto sono risultati in linea con le attese. Il progetto si è concluso nei termini, nel mese di gennaio 2020, quindi poco prima delle chiusure imposte dal contenimento della pandemia nel marzo 2020.</p> <p>Pertanto, sono state realizzate tutte le azioni previste dal cronoprogramma.</p> <p>I risultati del progetto avrebbero portato riflessi ancora più positivi, anche oltre il termine progettuale, se non fossero intervenute le misure di contenimento del virus da Covid.19. Infatti nel 2020 e 2021 le manifestazioni rituali sono state annullate in presenza. Alcune di esse sono state organizzate su canali virtuali pur di non mancare all'appuntamento con la tradizione.</p>
Se disponibili, riportare i dati quantitativi attesi a inizio progetto relativi a:	<p>N. Destinatari/Utenti <u>attesi</u> dei percorsi didattici e/o iniziative per la conoscenza/ formazione / sensibilizzazione / comunicazione sui temi ambientali:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Cittadini – N° ....</li> <li><input type="checkbox"/> Scuole – N° ....</li> <li><input type="checkbox"/> Imprese – N° ....</li> <li><input type="checkbox"/> Enti territoriali – N° ....</li> <li><input type="checkbox"/> Terzo settore – N° ....</li> <li><input type="checkbox"/> Tecnici – N° ....</li> <li><input type="checkbox"/> Altro (specificare: ..... ) – N° .....</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Superficie da recuperare/riqualificare grazie a interventi <u>previsti</u> di promozione e/o riqualificazione integrata del patrimonio naturale e culturale: .....(Kmq)</li> <li><input type="checkbox"/> Superficie interessata da interventi <u>previsti</u> di potenziamento della RER, di Siti Natura 2000, Rete Emerald: ..... (Kmq)</li> <li><input type="checkbox"/> Presenze <u>attese</u> nelle aree interessate dagli interventi (pre e post intervento) per stagione (N): <ul style="list-style-type: none"> <li>Primavera: PRE ..... POST .....</li> <li>Estate: PRE ..... POST .....</li> <li>Autunno: PRE ..... POST .....</li> </ul> </li> </ul>

	<p>Inverno: PRE ..... POST .....</p> <p><input type="checkbox"/> Interventi attesi di potenziamento della rete ciclabile locale/provinciale</p> <p>Lunghezza nuovo percorso: .....(Km)</p> <p>Lunghezza percorsi messi in sicurezza o riqualificazione: ..... (Km)</p>
--	--

Per il Capofila italiano

Nome (soggetto con potere di firma): Claudio Usuelli (Presidente della Provincia di Lecco)

Firma

*Claudio Usuelli*

Luogo e data: Lecco, 13-10-2021

Per il Capofila svizzero

Nome (soggetto con potere di firma): Giovanni Conti (Presidente dell'Associazione Cantar di Pietre)

Firma

*Giovanni Conti*

Luogo e data: Biasca, 12-10-2021