

**Progetto “La Regione Lazio per i Giovani”  
PIANO OPERATIVO INTERVENTI REGIONALI  
PROGRAMMATI A VALERE DELL’INTESA REP. ATTI n.  
202/CU DEL 20 DICEMBRE 2023**

**Intervento 4**

**Promozione dei giovani talenti dei  
licei artistici e degli istituti d'arte del Lazio**

**Deliberazioni della Giunta Regionale  
n. 258 del 22-04-2024 e n. 715 del 19-09-2024**

**Progetto attuativo:  
Promozione dei giovani talenti dei  
licei artistici e degli istituti d'arte del Lazio  
Lazio Contemporaneo per le scuole**

## Premessa

Il progetto attuativo dell'**Intervento 4 “Promozione dei giovani talenti dei licei artistici e degli istituti d’arte del Lazio” Lazio Contemporaneo per le scuole**, (“La Regione Lazio per i Giovani”), viene realizzato nella forma del **PCTO** (percorso per le competenze trasversali e per l’orientamento) destinato ai **giovani talenti dei licei artistici e degli istituti d’arte del Lazio**, volto sostenere percorsi di empowerment fondati sul trasferimento di competenze imprenditoriali nell’ambito creativo.

La seconda edizione del progetto **“Promozione dei giovani talenti dei licei artistici e degli istituti d’arte del Lazio” (a.s. 2025-2026)**, che vede **Lazio Innova** come **ente attuatore**, sarà gestita in collaborazione con un primario ente di promozione culturale.

Perseguendo quale obiettivo generale lo sviluppo delle competenze e della formazione nonché la valorizzazione dei giovani talenti dei licei artistici e degli istituti d’arte, l’intervento **“Promozione dei giovani talenti dei licei artistici e degli istituti d’arte del Lazio”** si focalizza sui temi **artigianato e design, memoria e innovazione, tradizione e sostenibilità** e si propone di offrire agli studenti la possibilità di un percorso formativo culturale e laboratoriale che parte dall’ideazione per approdare alla concretezza del prodotto finito. Il coinvolgimento di **fondazioni, accademie e associazioni** consente il trasferimento di **competenze, metodiche e strumenti innovativi** ponendo in connessione il talento dei giovani studenti con le dinamiche produttive dei settori interessati. Il percorso programmato di sperimentazione condotto da esperti e tutor qualificati che entrano nelle aule per guidare gli studenti attraverso un’esperienza che travalica i confini dell’aula stessa, è studiato per integrare in modo significativo la didattica offrendo quale valore aggiunto la visualizzazione della prospettiva delle professioni creative fra artigianato, saperi che si tramandano nei territori delle cinque province laziali, innovazione e sostenibilità, design.

Durante il PCTO gli studenti vengono invitati a interpretare e rielaborare uno o più elementi dell’iconografia del **patrimonio culturale materiale e immateriale del territorio locale di appartenenza** con il fine di **progettare un accessorio contemporaneo espressione di una manualità in grado di esprimere design**. Il percorso prevede una focalizzazione sui saperi, frutto della tradizione artigianale, ma anche sulle più moderne tecnologie, compreso il digitale, in chiave design.

## Scenario

L’artigianato locale è, a tutti gli effetti, patrimonio non solo da tutelare, ma anche da valorizzare e rinnovare nella contemporaneità, alla luce del design e delle nuove tecnologie. Le recenti tendenze nell’occupazione dei paesi ad alto reddito, tra cui l’Italia, mostrano che l’artigianato e il **“saper fare”** alla base del più attuale concetto di design sono tra le professioni più ricercate, proprio per la loro capacità di flessibilità, innovazione e rinnovamento del territorio.

Confartigianato-Censis nel Rapporto Finale “Giovani e lavoro: nuovi valori e attrattività dell’artigianato” (4° Radar artigiano - Roma, 25 giugno 2024) documentano come l’artigianato nella percezione collettiva gioca un ruolo importante per lo sviluppo del Paese. “Infatti, l’87% dei giovani è convinto che l’artigianato è molto o abbastanza importante per lo sviluppo del nostro Paese. E in particolare, per il 62% in quanto è espressione della ricchezza dei territori e del meglio che c’è nel nostro paese e per il 25% perché è uno dei settori trainanti l’economia italiana. Ancora una volta, nella percezione dei giovani la good social reputation dell’artigianato è legata al suo valore sociale, alla sua capacità di incarnare identità e risorse specifiche dei tanti territori, sempre all’interno del fil rouge dell’italianità”. Lo studio documenta inoltre come i giovani leggano l’artigianato rispetto a valori, pratiche, bisogni e desideri della contemporaneità in cui si riconoscono, e “sono convinti – si legge nel Rapporto - che valori e pratiche artigiane possano dare un contributo ad un upgrading del modo di fare impresa, produzione, prodotto. Infatti, il 63,1% dei giovani è convinto che si può operare come un artigiano anche in imprese industriali di grandi dimensioni. È un passaggio

significativo nella cultura sociale collettiva dei giovani poiché significa che l'artigianato non si riduce ad una sola tipologia di azienda, quella micro, non evoca la bottega di un tempo, piuttosto ai giovani richiama valori, culture e pratiche che possono guidare anche processi produttivi su larga scala. I giovani vedono nel concetto di artigianalità un modo di fare che si può adattare anche alle grandi produzioni industriali. Questo perché, per l'84,1% dei giovani l'artigiano è una persona che ha le competenze, le capacità, i saperi per realizzare un prodotto o servizio, e non importa se ricorre alle mani, ad utensili o alle tecnologie digitali e di altro tipo.

Fare e valore artigiano, quindi, sono svincolati nella mente dei giovani da un modello produttivo specifico, perché è un patrimonio che coincide con gli artigiani, in primo luogo le persone che, in determinate condizioni, possono trasferirlo anche in contesti produttivi diversi da quelli in cui in origine è sorto e si è radicato l'artigianato.

Pertanto, nel comunicare ai giovani le opportunità dell'artigianato è importante recuperare questa dimensione culturale, come insieme di valori e pratiche con cui l'artigiano può fertilizzare altri ecosistemi, inclusi quelli che hanno a lungo avuto una vocazione a come interi settori dell'industria". Sempre nel Rapporto si spiega come sia "ormai unanime a livello culturale il riconoscimento dell'italianità come mosaico di identità specifiche territoriali, che in ogni ambito ne modulano le forme concrete di esistenza dei patrimoni".

In questo senso il patrimonio della regione Lazio, ricchissima di tradizioni e saperi, prodotti ed eccellenze, vere e proprie icone del territorio che ben rappresentano le identità locali, richiede in sé e per sé tutela, valorizzazione e promozione anche in un'ottica di rilancio dei territori in chiave contemporanea e industriale. L'artigianato, nel nuovo scenario del digitale e dell'innovazione tecnologica, delineando nuovi percorsi di valore, si pone come valore fondante e vantaggio competitivo, driver dell'economia dei territori, grande opportunità per l'occupazione giovanile e la valorizzazione del talento, nonché ricerca di percorsi d'eccellenza.

## Target

Studentesse e studenti delle classi 3<sup>^</sup> e 4<sup>^</sup> dei licei artistici e scuole d'arte della Regione Lazio.

## Obiettivi generali

Valorizzare i giovani talenti dei licei artistici e degli istituti d'arte del Lazio attraverso un percorso di empowerment e l'organizzazione di contesti in cui dare loro visibilità.

## Descrizione dell'obiettivo specifico

Organizzare dei percorsi di empowerment a favore dei giovani talenti dei licei artistici e degli istituti d'arte del Lazio su vari temi tra cui design, memoria e innovazione, tradizione e sostenibilità.

Il PCTO Lazio Contemporaneo per le scuole si innesta su interesse crescente da parte dei giovani verso l'artigianato e le professioni creative nel nuovo scenario contemporaneo in cui l'innovazione tecnologica e il digitale stanno dimostrando di poter concorrere alla tutela e conservazione del patrimonio culturale e dei saperi dei territori offrendo nuove applicazioni e percorsi qualitativi originali e sostenibili al mondo delle imprese.

## Descrizione delle attività

Lazio Innova, avvalendosi di partner qualificati e abilitati alle attività oggetto dell'intervento, promuoverà il coinvolgimento e la collaborazione con gli istituti scolastici oltre alla organizzazione di contesti in cui dare ai giovani studenti la possibilità di esprimere i propri talenti e, nello stesso tempo, avere la possibilità di mettere in mostra le proprie abilità.

Il progetto prevede un PCTO articolato in più **fasi, con accesso progressivo tramite la partecipazione a un contest**. Il percorso si attua **da settembre 2025 a maggio 2026** e prevede il coinvolgimento di **partner tecnici** da selezionare.

Dopo una prima fase di **formazione online** e la **fornitura di materiali didattici per l'autoapprendimento**, gli Istituti Scolastici sono invitati a **candidare un concept progettuale**.

I migliori concept – selezionati in due fasi a insindacabile giudizio di una giuria appositamente nominata – accedono alle fasi successive del percorso, secondo una logica premiante.

#### **Sono previste le seguenti azioni:**

- promozione dell'iniziativa rivolta alle scuole e gestione iscrizioni;
- organizzazione del seminario introduttivo;
- produzione e distribuzione a mezzo email di materiali didattici propedeutici all'autoapprendimento per gli Istituti Scolastici iscritti;
- attuazione del contest;
- erogazione delle premialità agli Istituti Scolastici vincitori;
- co-organizzazione dell'evento conclusivo di restituzione;
- valutazione e rendicontazione ore per le scuole.

#### **Dettaglio delle attività**

##### **Comunicazione agli Istituti Scolastici**

Promozone a mezzo email/telefono del percorso presso gli Istituti Scolastici, gestione delle iscrizioni e della documentazione amministrativa connessa alla partecipazione.

##### **Formazione pre-contest**

- Erogazione di un webinar introduttivo (piattaforma da definire), a cura dei tutor e di addetti ai lavori e specialisti di altri enti partner, rivolto a studenti e docenti, sulle tematiche di riferimento (design, artigianato, patrimonio) e sulle modalità di partecipazione al contest;
- fornitura di materiali per l'autoapprendimento, finalizzati alla preparazione e alla candidatura del concept;
- supporto alla candidatura e raccolta dei concept progettuali.

##### **Selezione dei finalisti**

Valutazione dei concept pervenuti e selezione dei **12 migliori progetti**, garantendo il coinvolgimento di scuole dell'intera Regione Lazio (da confermare sulla base delle adesioni). I criteri di selezione includono: fattibilità, valore culturale, coerenza metodologica, rispondenza agli obiettivi progettuali, eventuali criticità, ecc.

##### **Design Marathon e selezione dei vincitori**

I team formati dagli studenti (massimo 6 studenti/team) e dai docenti dei concept selezionati accedono a **una giornata formativa in presenza (Design Marathon)**, organizzata in plenaria. In questa fase, le e gli studenti, guidati dai tutor e dagli esperti, perfezionano i concept e li presentano per la valutazione finale.

Durante la Design Marathon viene erogata una attività di **orientamento** alle professioni del design e di mentoring specifica su ciascun concept, presentando strumenti, metodi, casistiche ed esempi utili ad acquisire **competenze tecniche** nella progettazione e **competenze trasversali** spendibili nel mondo scolastico ma anche in futuri contesti lavorativi e universitari.

**I sei migliori concept** - sempre con il coinvolgimento di tutta la regione Lazio, da verificare in base alle adesioni - **vincono la Design Marathon e accedono alle premialità**:

- **percorso di mentoring teorico/pratico** composto da **nr. 1 incontro in presenza** presso ciascun Istituto Scolastico vincitore e **nr. 1 incontro online per ciascun concept vincitore** (orientativamente nr. 1 concept a provincia con l'eccezione di Roma che avrà nr. 2 concept selezionati - uno per la Capitale e uno per il territorio della provincia - da verificare secondo adesioni). Gli incontri sono finalizzati all'**apprendimento di competenze e tecniche di progettazione e produzione di un prototipo**;
- **realizzazione, da parte del partner tecnico, del prototipo del concept**;
- **esposizione del prototipo alla mostra finale**
- **fornitura di materiale didattico del valore di 2.500,00 euro** per ciascun Istituto Scolastico vincitore
- **valorizzazione nella rete degli Spazi Attivi e dei Fab Lab di Lazio Innova dei prototipi (esposizione e conservazione)**

#### **Evento/mostra finale**

**Organizzazione di una mostra dedicata**, della durata di 9 giorni (escluse nr. 3 giornate dedicate ad allestimento e disallestimento - i prodotti finali esposti, al momento del disallestimento, vengono riconsegnati alle scuole. La mostra conclusiva presso il MAXXI costituisce il momento finale del percorso, **garantendo visibilità ai progetti** sviluppati dalle e dagli studenti e **valorizzando il processo formativo** e creativo intrapreso. L'esposizione del prototipo selezionato rappresenta un'opportunità concreta di confronto con un contesto altamente qualificato, favorendo l'interazione con professionisti del settore e ambienti espositivi di rilevanza nazionale. La mostra intende inoltre promuovere il **riconoscimento pubblico** del lavoro svolto e **facilitare l'orientamento delle e degli studenti verso le filiere del design e delle professioni culturali**.

#### **Evento inaugurale mostra**

Organizzazione dell'evento inaugurale con invio inviti digitali a tutti i partner del progetto e sensibilizzazione della community di Lazio Innova tramite newsletter; speech istituzionali e valorizzazione dei giovani talenti vincitori durante l'evento. Scopo dell'azione è porre in connessione i giovani talenti con il network e il ventaglio delle proposte regionali coniugando il talento con i nuovi percorsi culturali, economici e occupazionali.

#### **Comunicazione**

Valorizzazione mediatica con focus su premiati, promotori e partner e sul valore dell'iniziativa nel suo complesso attraverso i canali di promozione regionali e di Lazio Innova e la rete degli Spazi Attivi e dei Fab Lab di Lazio Innova, luoghi di condivisione della creatività e dell'innovazione e di promozione e sviluppo dell'imprenditorialità giovanile.

## **Valutazione e rendicontazione ore partecipanti**

Al termine delle attività è prevista la compilazione di schede di valutazione e registri presenza per il riconoscimento alle scuole delle ore di PCTO. Per ciascun istituto saranno riconosciute le ore effettivamente svolte, a seconda del livello di partecipazione raggiunto (consegna del concept, ammissione alla Design Marathon, vittoria del contest e relative ore di premialità).

## **La campagna mediatica**

Gli strumenti di comunicazione utilizzati dall’Area Comunicazione ed Eventi di Lazio Innova tengono conto degli elementi di contesto e di scenario legati ai nuovi modelli digitali, utilizzati da una fascia sempre più ampia della popolazione, anche adulta.

Tuttavia, si intende avvalersi di tutti gli strumenti (online e offline), adottando una strategia integrata all’insegna della **crossmedialità** e della complementarità e della rapidità di produzione e diffusione delle informazioni.

La promozione online e attraverso i media tradizionali sarà veicolata sui canali web e social della Regione Lazio e di Lazio Innova attraverso news in primo piano sui siti, newsletter, social media, video e attività di ufficio stampa.

### **Web**

Oltre che sul sito istituzionale della Regione Lazio, le comunicazioni sono promosse sul sito [lazioinnova.it](http://lazioinnova.it).

### **Newsletter di Lazio Innova**

Lazio Innova produrrà diverse edizioni (anche speciali) della newsletter che, ogni settimana, raggiunge via mail circa **70.000 iscritti** e che rappresenta un costante punto di riferimento anche per la stampa locale e di settore.

### **Social Media**

In coerenza con le strategie regionali, un ruolo cruciale sarà riservato ai social media.

In particolare, tra le possibili azioni:

- l’utilizzo integrato dei social media, per comunicare con i diversi destinatari e amplificare la conoscenza e la promozione delle attività;
- azioni mirate di web marketing e web advertising.
- Lazio Innova, nel corso degli ultimi anni, ha particolarmente curato l’area social della comunicazione, contribuendo a rafforzare il rapporto tra l’amministrazione regionale con cittadini e territorio su Facebook, Instagram, X, Linkedin e YouTube.
- Ogni azione social seguirà una pianificazione editoriale che tiene conto di apposite rubriche e accompagna le iniziative regionali
- Promozione organica sui canali X, Facebook, Linkedin, Instagram

## **Ufficio Stampa**

L’Ufficio stampa di Lazio Innova, operando in raccordo con l’analoga struttura della Presidenza della Giunta Regionale e con l’Assessorato, diffonde informazioni e comunicati, coinvolgendo testate locali e nazionali.

L’attività è orientata a rafforzare l’efficacia del piano media, puntando a coinvolgere testate settoriali (magazine e siti web) quali ulteriori moltiplicatori delle informazioni.

## **Audiovisivi**

Progettazione e realizzazione di prodotti audiovisivi di qualità, grazie alla disponibilità di videomaker che operano in stretto raccordo con l’Area comunicazione ed Eventi.

I video – girati, montati e postprodotti nell’arco di tempi contenuti – costituiscono un validissimo supporto per promuovere, sul web e sui social, le attività e le iniziative dell’Assessorato.

Di seguito le tipologie di audiovisivi prodotti da Lazio Innova:

- spot per social e Tv
- video-storytelling emozionali
- video highlights realizzati a consuntivo di eventi
- interviste istituzionali
- tutorial

## **Cronoprogramma**

FASE	PERIODO	ATTIVITÀ	ATTORI
1	inizio nov. 2025	comunicazione agli Istituti Scolastici	ENTE PCTO
2	metà nov. 2025	pre-iscrizione scuole al webinar	ENTE PCTO
3	metà nov. 2025	nr. 1 webinar lancio attività + materiali	ENTE PCTO + Partner tecnico
4	metà dic 2025	invio e gestione candidatura concept	ENTE PCTO + Partner tecnico
5	genn-/febbr. 2026	giuria + comunicazione 12 concept finalisti	ENTE PCTO + Partner tecnico
6	febbr./marzo 2026	design marathon e selezione 6 vincitori + erogazione premio benefit	ENTE PCTO + Partner tecnico + LAZIO INNOVA (premi)
7	marzo-aprile 2026	nr. 2 incontri per I.S., così divisi: nr. 1 incontro in presenza (a scuola) per I.S. (tot. 6 inc. presenza) + nr. 1 incontro online di revisione per I.S. (tot. 6 inc. online)	ENTE PCTO + Partner tecnico
8	aprile-maggio 2026	realizzazione prototipi (partner tecnico) + supervisione ente PCTO	ENTE PCTO + Partner tecnico
9	maggio/giugno	valorizzazione Spazi Attivi	LAZIO INNOVA
10	giugno	mostra MAXXI	Partner tecnico mostra
11	febbraio-giugno 2026	rendicontazione e certificazioni ore partecipanti	ENTE PCTO

## Budget

MACRO ATTIVITÀ	COSTI (IVA ESCL.)	ATTIVITA'	COSTI (IVA ESCL.)	COSTI (IVA INCL.)
Progettazione, direzione scientifica e supervisione	38.757,76	PROGETTAZIONE E GESTIONE PCTO	21.000,00	25.620,00
		FASE LANCIO: call + webinar	4.100,00	5.002,00
		FASE SELEZIONE (preselezione - design marathon - selezione finale)	3.500,00	4.270,00
		FASE EROGAZIONE (workshop in presenza presso l'I.S. + verifica online)	10.157,76	12.392,47
Consulenza specifica per attività di mentorship e/o tutoraggio e realizzazione prototipi	32.193,06	Lezioni design e coprogettazione in presenza (115 ore x 88,16 euro/ora + 32,70% oneri)	13.461,95	16.423,58
		Tutoraggio per la realizzazione dei prototipi	7.418,61	9.050,70
		Gestione giuria	3.312,50	4.041,25
		Materiali per i prototipi	8.000,00	9.760,00
Premi	15.000,00	Premio per le 6 scuole vincitrici (fornitura di materiale didattico o erogazione di card per accessi gratuiti a enti museali o iniziative culturali del valore di € 2.500 a Istituto)	15.000,00	18.300,00
Realizzazione mostra al MAXXI	35.000,00	Service tecnici per inaugurazione mostra	2.000,00	2.440,00
		Affitto location	7.000,00	8.540,00
		Coordinamento e progettazione mostra	17.000,00	20.740,00
		Allestimenti (supporti, arredi, pannelli, etc.)	9.000,00	10.980,00
Trasporto prototipi e altri materiali	2.000,00	Trasferimento prototipi dalle scuole al MAXXI e dal MAXXI al deposito e trasporto altri materiali (stampati, totem, gadget, etc.)	2.000,00	2.440,00
Video	0,00	Realizzazione video	0,00	0,00
Campagna media	0,00	Campagna social in organico	0,00	0,00
Ufficio stampa	0,00	Ufficio stampa in organico	0,00	0,00
<b>TOTALE GENERALE</b>			<b>122.950,82</b>	<b>150.000,00</b>

## **Relazione sulle modalità di definizione degli importi per l'acquisizione dei servizi di comunicazione, informazione e pubblicità**

Relativamente alla congruità dei costi indicati nella tabella di budget, si specifica quanto segue:

Relativamente ai costi di **creatività grafica**, a seguito di procedura aperta in ambito comunitario ai sensi dell'art. 60 del D.Lgs. 50/2016, è stato stipulato l'Accordo quadro prot. n. 25162 del 21.06.2022, avente ad oggetto l'acquisizione di servizi di ideazione, progettazione e realizzazione grafica di materiali e strumenti di comunicazione. La determinazione della base d'asta è stata effettuata sulla base dell'analisi dei costi storici sostenuti per detti servizi, sulla base dei listini ufficiali, qualora presenti, delle principali società operanti nel settore.

Il citato Accordo quadro si è concluso a fine 2024, ma prendendo a riferimento lo stesso è stato stipulato, ed è in fase conclusiva, l'Accordo quadro prot. n. 39347 del 23.12.2024 avente ad oggetto l'acquisizione di servizi di ideazione, progettazione e realizzazione grafica di materiali e strumenti di comunicazione di Lazio Innova.

La procedura è in corso per la stipula del nuovo Accordo quadro.

Relativamente ai costi di **stampa**, a seguito di procedura aperta in ambito comunitario ai sensi dell'art. 60 del D.Lgs. 50/2016, è stato stipulato l'Accordo quadro n. 36432 dell'11.12.2023, per l'acquisizione di servizi tipografici comprendenti stampa personalizzata, stoccaggio e consegna dei materiali.

La determinazione della base d'asta è stata effettuata sulla base dell'analisi dei costi storici sostenuti per detti servizi, sulla base dei listini ufficiali, qualora presenti, delle principali società operanti nel settore.

Il citato Accordo quadro si è concluso a fine 2024, ma prendendo a riferimento lo stesso è stato stipulato, ed è ora vigente, l'Accordo quadro prot. n. 1386 del 15.01.2025 avente ad oggetto l'acquisizione di servizi di tipografia per la realizzazione delle attività richieste nell'ambito di diversi progetti di Lazio Innova e della Regione Lazio.

Relativamente ai costi per la **realizzazione di servizi fotografici**, è stato stipulato l'Accordo quadro prot. n. 1764 del 20.01.2025 avente ad oggetto l'acquisizione di servizi fotografici, per la realizzazione delle attività richieste nell'ambito di diversi progetti della Regione Lazio e di Lazio Innova.

Per la determinazione dei costi relativi alla progettazione, direzione scientifica e supervisione del progetto, è stato chiesto un preventivo a un primario ente di promozione culturale, i cui costi sono stati riportati in modo dettagliato nel budget di progetto.

Per la determinazione dei costi relativi alla consulenza specifica per attività di mentorship e/o tutoraggio è stato chiesto un preventivo a un primario ente di formazione universitaria, i cui costi sono stati riportati in modo dettagliato nel budget di progetto.

Per la determinazione dei costi relativi ai materiali di consumo necessari per la realizzazione dei prototipi, ci si è basati sui costi sostenuti nelle edizioni precedenti del progetto Lazio Contemporaneo.

Relativamente al premio per le 6 scuole vincitrici determinato in € 2.500 a Istituto, verranno acquistati materiali didattici o card per accessi gratuiti a enti museali, d'accordo con la Regione Lazio, fino a concorrenza della spesa.

Per la determinazione dei costi relativi all'organizzazione della mostra presso il Museo MAXXI (Service tecnici per inaugurazione mostra, affitto location, coordinamento e progettazione mostra, allestimenti), ci si è basati sui costi sostenuti nelle edizioni precedenti del progetto Lazio Contemporaneo, i quali sono stati confermati dallo stesso Museo MAXXI.

Per tutti gli altri importi indicati, si tratta di costi di mercato che daranno seguito ad affidamenti diretti che assicureranno la qualità dei servizi richiesti, come stabilito dal D.Lgs 36/2023 (nuovo Codice appalti).