



Regione Toscana



fondazione
sistema toscana

BILANCIO SOCIALE 2015

FONDAZIONE SISTEMA TOSCANA

SEDE LEGALE

Via Duca d'Aosta, 9
50129 Firenze
Tel. 055 2719011

UNITÀ OPERATIVA

Via San Gallo, 25
50129 Firenze
Tel. 055 2719011

www.fondazione-sistematoscana.it

Sommario

FONDAZIONE SISTEMA TOSCANA: IL BILANCIO SOCIALE 2015

INFRASTRUTTURE E ATTIVITÀ AD ALTO VALORE AGGIUNTO A SERVIZIO DELLA TOSCANA	3
I PORTATORI DI INTERESSE: PER CHI OPERA FST	6
LA STRUTTURA DELLA FONDAZIONE	7
LE COMPETENZE: CHE COSA SAPPIAMO FARE	8
PROFILI PROFESSIONALI ATTIVI IN FST	9
LE INFRASTRUTTURE	10
I PARTNER DI FST	11

A. AREA DIGITALE: WEB E TECNOLOGIE MULTIMEDIALI PER LA TOSCANA

INTOSCANA.IT	13
INTERNET FESTIVAL 2015	16
PRODUZIONI MULTIMEDIALI	19
GIOVANI SÌ	22
SVILUPPO DELL'INFRASTRUTTURA TECNOLOGICA	29
TOSCANI NEL MONDO	32
WORLD WIDE VIEWS ON CLIMATE AND ENERGY 2015	34
RICERCATOSCANA.IT	35
UPGRADE, L'HACKATHON DI #APP-RENDERE	36
EUROPROGETTAZIONE	38
TOSCANA LAB - OFFICINE DIGITALI	40
ICT E SERVIZI DIGITALI	41
TURISMO.INTOSCANA.IT	42
BTO 2015	49
VETRINA TOSCANA	51
TOSCANA EVENTS	53
MELODIA DEL VINO 2015	54
TOSCANA ARCOBALENO D'ESTATE 2015	56
LA TOSCANA DEL BUON VIVERE - EXPO 2015	58

B. CULTURA E CINEMA

MEDIATECA TOSCANA	62
TOSCANA FILM COMMISSION	64
50 GIORNI DI CINEMA INTERNAZIONALE A FIRENZE 2015	68
PRIMAVERA DI CINEMA ORIENTALE 2015	71
CASA DEL CINEMA: QUELLI DELLA COMPAGNIA	73
LANTERNE MAGICHE	77
ICINEMA DI QUALITÀ NELLE CARCERI	79
PRODUZIONE FILMATI EDUCATIVI	80
COLLABORAZIONE CON IL SISTEMA SANITARIO TOSCANO	81
DOC AT WORK - FESTIVAL DEI POPOLI	82
NEW YORK FILM ACADEMY	83
LA TOSCANA DELLE BIBLIOTECHE	84
FESTIVAL D'EUROPA 2015	85

BILANCIO DI ESERCIZIO 2015	89
-----------------------------------	-----------

FONDAZIONE SISTEMA TOSCANA: IL BILANCIO SOCIALE 2015

Identità e obiettivi

FST è un soggetto senza fine di lucro che dal 2014 è governato al 100% da Regione Toscana. Nasce nel 2005 per volontà di Regione Toscana e Banca MPS, al fine di promuovere la Toscana e la sua identità con strumenti di comunicazione digitale integrata: web, produzioni multimediali, social network. Dal 2010, dopo la fusione con Mediateca Regionale Toscana, sviluppa e sostiene le attività in campo cinematografico e audiovisivo, attuando le politiche regionali di settore anche in ambito educativo e formativo. FST coniuga la logica pubblica (trasparenza, procedure di selezione, rendicontazione, natura e scopi delle attività, disseminazione) con quella privata (competenze, modello di gestione, tempestività, orientamento al risultato).

Dal 2016 per effetto della L.R. 59 FST agisce in regime di "in house providing" per conto della Regione Toscana.

Questi i cardini delle sue attività:



CITTADINANZA DIGITALE

Servizi digitali e strumenti di comunicazione multimediale integrata. Dal Portale della Toscana alle attività di social media strategy per Open Toscana, alle azioni per l'Agenda Digitale, fino alla divulgazione di progetti di innovazione tecnologica e cittadinanza digitale.



CINEMA E MEDIATECA

Dall'assistenza alle produzioni girate in Toscana alla produzione dei principali festival cinematografici, dal supporto alle sale d'essai della regione, alle attività educative e formative, fino alla Mediateca, punto di riferimento per tutti gli studiosi e gli appassionati di cinema.



TURISMO E CULTURA

Un ecosistema digitale a supporto della destinazione Toscana per valorizzarne il patrimonio culturale e paesaggistico attraverso progetti, contenuti e tecnologie innovative. Redazione, social media team, servizi digitali, offerte ed eventi.



PROGETTI COMUNITARI E TERRITORIALI

La progettazione europea come opportunità di valorizzazione delle eccellenze del sistema toscano grazie a partenariati nazionali e internazionali.



GIOVANI SÌ

Favorire il processo di transizione dei giovani verso l'autonomia, attraverso il potenziamento e la promozione delle opportunità legate al diritto allo studio e alla formazione, il sostegno a percorsi per l'inserimento dei giovani nel mondo del lavoro e la facilitazione per l'avvio di start up.



EVENTI

Grazie ad un sistema integrato di competenze FST progetta e collabora alla gestione di progetti complessi coerenti con la propria mission: da Internet Festival a BTO, dal Festival d'Europa ad Arcobaleno d'Estate, alle Rassegne Internazionali del Cinema "La Compagnia".



PRODUZIONI MULTIMEDIALI

Competenze e professionalità al servizio di progetti regionali per l'ideazione, il supporto creativo e la realizzazione di spot, corti, documentari, servizi giornalistici e video installazioni artistiche.

48 dipendenti



* dopo la presa in carico del gruppo di lavoro del programma regionale **GIOVANISÌ** da Gennaio 2016



DATO MEDIO
VOLUME ATTIVITÀ
Triennio 2013/2015

7,6
MLN €

30%
costi personale

26



SITI WEB E PORTALI
gestiti per le principali
attività di interesse
regionale

4,8
mln



SOGGETTI RAGGIUNTI
ALL'ANNO
tra social network, siti,
eventi e servizi

1 icon = 100.000 soggetti

Bilancio sociale FST: il formato

Il formato di bilancio sociale per la Fondazione è stato creato con la collaborazione di tutti i dipendenti, e restituisce in sintesi il valore generato da FST con le sue attività nel corso del 2015.

E' strutturato in **tre macrosezioni**:

- una dedicata alla Fondazione, alla sua **organizzazione**, alle competenze e alle relazioni che rendono possibile la realizzazione delle numerose attività affidate da Regione Toscana;
- una sulle **attività** realizzate nel 2015, organizzate per ambiti di intervento (digitale, cinema e cultura/attività educative per e formative, promozione territoriale online)
- una sui **dati economico-finanziari**, corredati da elementi di lettura e inquadramento



INDICATORI

Le schede sulle attività presentano una sezione grafica finale che riporta gli indicatori, ovvero i parametri principali che vengono tenuti in considerazione per valutare l'andamento di quella specifica attività o progetto.

Valore sociale, culturale ed economico prodotto dalle attività di FST

Indicatori utili per misurare sul campo l'efficacia del modello FST



Il motore primario dell'azione della Fondazione è il programma annuale delle attività, che ai sensi della Legge Regionale 21/2010 viene presentato entro il 30 novembre di ogni anno ed è poi oggetto di delibere della Giunta Regionale per l'attribuzione delle risorse a ogni specifico ambito progettuale.

Le attività sono tanto vincolate alla missione statutaria (la gestione del Portale della Toscana, la promozione del cinema e dell'audiovisivo in Toscana, e la valorizzazione della destinazione Toscana), quanto realizzate a fronte di una specifica priorità regionale.

A queste FST affianca progetti di iniziativa autonoma, quali ad esempio la progettazione comunitaria e attività di partnership con soggetti pubblici e privati.

L'esperienza acquisita con grandi progetti strategici quali la comunicazione digitale dell'intera campagna di promozione turistica Voglio Vivere Così (2009-2014) o eventi complessi come il Festival della Creatività (2006-2010) ha poi depositato in FST la capacità di agire quale stazione appaltante e soggetto attuatore; attività nelle quali FST si distingue per efficacia e rapidità, costituendo un potenziale riferimento non solo nell'ambito regionale. Ciascuna attività viene valutata in base a **indicatori specifici**, per poter soddisfare molteplici obiettivi:

- **numero di progetti, attività, servizi, eventi** realizzati in relazione ai contributi regionali erogati
- **sostenibilità economico-finanziaria** delle attività
- **impatto in termini di pubblico/utenza/traffico generato** evidenziato nel rendiconto delle singole attività, come significativo indicatore dei risultati ottenuti e del rapporto costi-benefici
- **numero di partenariati, convenzioni e collaborazioni** generato dalle attività e dai singoli progetti (un punto che porta in evidenza la natura della Fondazione come integratore di sistema al servizio del territorio e dei suoi stakeholder pubblici e privati).
- **valore sociale prodotto** dalle iniziative e dai progetti in particolari ambiti educativi e culturali (educazione al linguaggio cinematografico nelle scuole, cinema negli istituti penitenziari, diffusione della cultura digitale, ...)
- **Indotto economico generato** da investimenti e servizi finalizzati alle produzioni cinematografici, eventi, allestimenti, ...
- **crescita interna di know-how e competenze**
- **adeguata visibilità** dell'attività o progetto, finalizzata a valorizzare e disseminare i risultati, evidenziando la qualità dell'investimento pubblico.

I portatori di interesse: per chi opera FST

L'insieme dei portatori di interesse di rilievo per FST è molto articolato, pur avendo come riferimento primario le istituzioni regionali (Giunta Regionale, Consiglio Regionale della Toscana) unitamente ai diversi settori regionali interessati all'attività svolta.

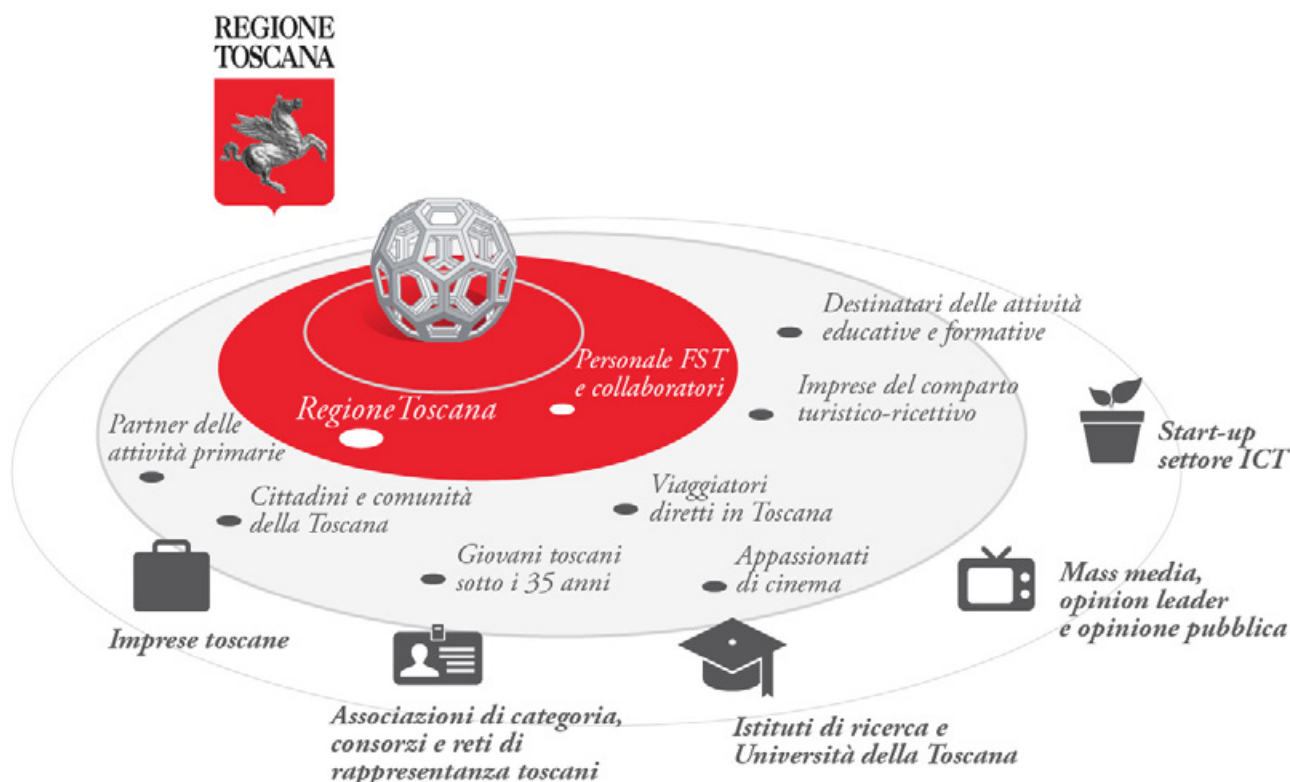
La struttura della Fondazione, più avanti descritta, è organizzata in modo da conciliare la sua missione statutaria (con le conseguenti attività) e il soddisfacimento delle aspettative e dei fabbisogni dei suoi portatori di interesse primari, in una logica di servizio alla collettività.

Stakeholder

Regione Toscana
Cittadini e comunità della Toscana
Giovani toscani sotto i 35 anni
Viaggiatori diretti in Toscana
Appassionati di cinema
Destinatari delle attività educative e formative
Sistema turistico-ricettivo
Partner delle attività primarie

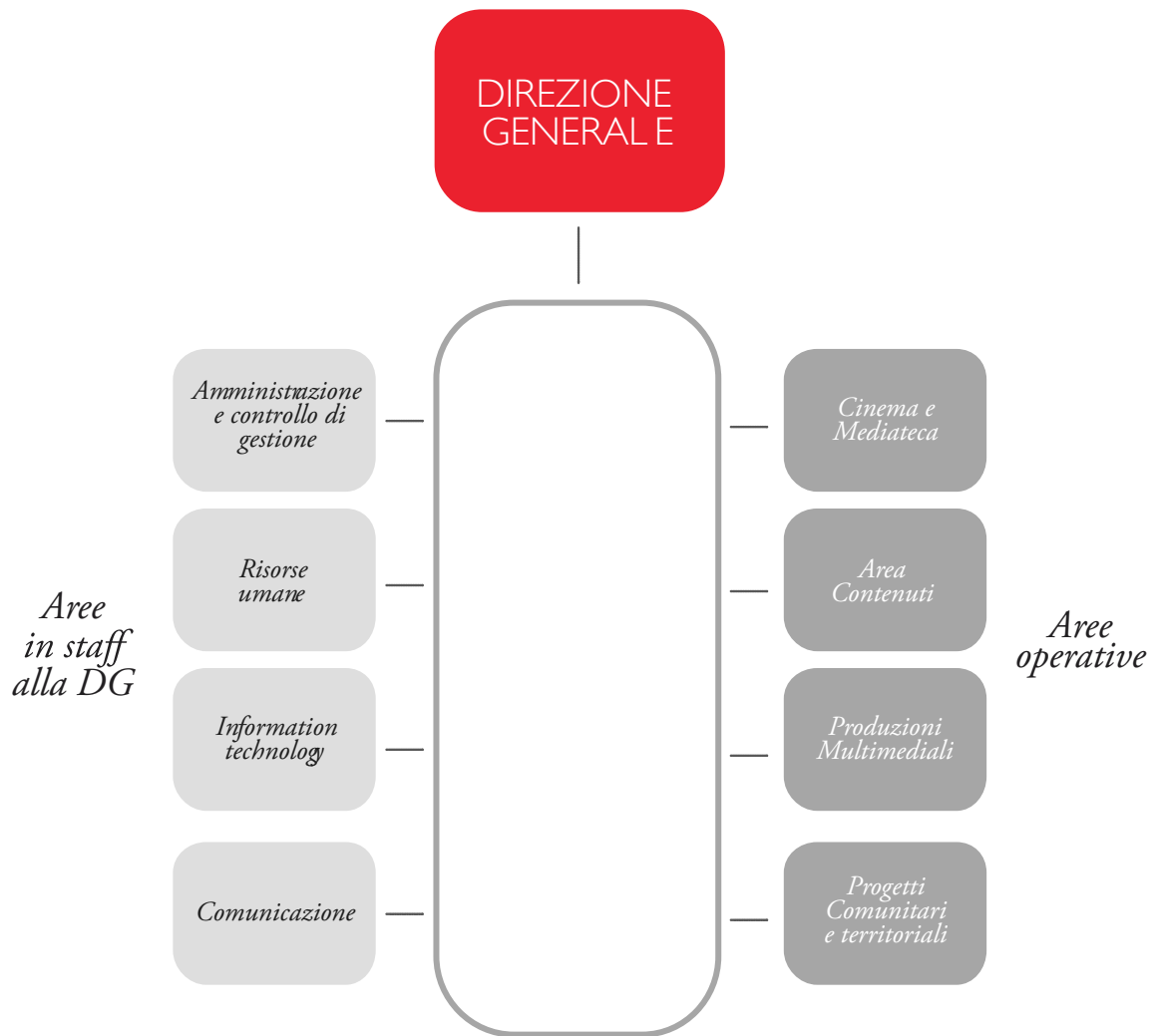
Pubblici di riferimento

Imprese toscane
Start-up settore ICT
Associazioni di categoria, Consorzi, enti e reti di rappresentanza
Scuole, Istituti di ricerca e Università della Toscana
Mass media, opinion leader e opinione pubblica



La struttura della Fondazione

Per soddisfare le finalità statutarie connesse al Programma delle Attività, FST si è strutturata a matrice, con aree trasversali e tematiche in grado di coprire contemporaneamente tanto le attività permanenti quanto quelle a carattere progettuale di breve e medio termine.



Le competenze: che cosa sappiamo fare

Il valore principale di FST è costituito dal suo personale. I dipendenti di FST offrono competenze con elevati livelli di esperienza, specializzazione e qualificazione, e nel tempo hanno consolidato la propria professionalità, garantendo oggi una copertura efficace dei seguenti campi di azione:



**PROGETTAZIONE
STRATEGICA**



**PROJECT
MANAGEMENT**



**PROGETTAZIONE
WEB**



**PRODUZIONE
CONTENUTI
MULTIMEDIALI**



**PRODUZIONE
EVENTI**



**ACQUISIZIONE E
ARCHIVIAZIONE
PATRIMONIO
AUDIOVISIVO**



**GESTIONE
SERVIZI
MEDIATECALI
BIBLIOTECARI**



**ATTIVITÀ DI
FILM COMMISSION**



**ATTIVITÀ
EDUCATIVE
E FORMATIVE**



**PROMOZIONE
CULTURA
AUDIOVISIVA**



**DIGITAL
DESTINATION
MANAGEMENT**



**COMUNICAZIONE
E WEB DESIGN**



**WEB E SOCIAL
MEDIA MARKETING**



**UFFICIO
STAMPA**



**GESTIONE GARE
E APPALTI,
AMMINISTRAZIONE
E CONTROLLO
DI GESTIONE**

Profili professionali attivi in FST

In FST opera un articolato insieme di professionalità, che si coordina “ad assetto variabile” in funzione dell’attività da realizzare.

Progettisti e Project Manager

Figure senior e junior in grado di creare, gestire e comunicare progetti di interesse pubblico, in autonomia o in partenariato pubblico/privato, nell’ambito della cultura, dell’ICT e dell’educazione/formazione.

Sono presenti figure altamente specializzate, con qualifiche e certificazioni internazionali, che hanno affinato le proprie capacità attraverso la conduzione di progetti anche molto complessi.

Esperti di comunicazione digitale

Figure senior e junior in grado di esprimere in attività e progetti attività critiche quali la promozione territoriale online, lo sviluppo di siti web, app e software, la formazione sulla comunicazione digitale.

Il Social Media Team di FST ha fatto da apripista ed è tutt’oggi un riferimento, non solo in Italia (es. formazione dedicata realizzata in Giordania per trasferire il modello operativo) per la creazione e diffusione in rete di comunicazione finalizzata a far conoscere e amare un territorio nel mondo.

Organizzazione e amministrazione eventi e allestimenti complessi

A partire dal Festival della Creatività (2006-2010) per giungere alla 50 Giorni di Cinema, a BTO e all’Internet Festival, FST ha sviluppato negli anni le competenze per curare integralmente la progettazione e la produzione esecutiva di eventi complessi, commissionati da un singolo soggetto o da un partenariato; dal coordinamento agli allestimenti, dalla comunicazione all’amministrazione; dalla gestione di tutti gli adempimenti in materia di Sicurezza sia sui luoghi di lavoro (redazione DUVRI, POS, PSC) che di Pubblico Spettacolo alla gestione delle pratiche SIAE.

Giornalismo e Ufficio Stampa

Giornalisti professionisti e web editor alimentano ogni giorno i portali della Fondazione con centinaia di contenuti di qualità; alcuni di loro hanno una consolidata esperienza nella gestione dell’attività di Ufficio Stampa, che mettono a disposizione sia di FST sia degli eventi gestiti per conto di Regione Toscana e dei partner, anche con il coordinamento di risorse dedicate esterne.

Regia/riprese/montaggi

Uno staff di professionisti (autori, registi, operatori, montatori e editor di postproduzione) al servizio di progetti regionali per l’ideazione e la realizzazione di spot, corti, documentari, servizi giornalistici e installazioni artistiche; consulenze creative per la Regione Toscana e le istituzioni culturali. Oltre 1500 video/anno, centinaia di ore di streaming, copertura di festival ed eventi regionali.

Educazione/formazione su cinema, web e digitale

FST realizza da molti anni (avendo acquisito la precedente attività della Mediateca Toscana) un capillare programma di educazione al linguaggio cinematografico e audiovisivo per le scuole della regione, che tocca quasi 50.000 studenti grazie al coordinamento di una rete diffusa di formatori selezionati. A questo si affianca un servizio mirato a favore dei detenuti degli istituti penitenziari toscani.

FST offre inoltre le proprie competenze nell’ambito del cinema/audiovisivo e del digitale a servizio dei fabbisogni formativi di associazioni di categoria, partner e ogni soggetto esterno che desideri costruire un percorso di sviluppo competenze dedicato.

Promozione cultura audiovisiva

Accanto alle altre attività per il cinema, dal 2012, in vista dell'ormai imminente apertura della struttura di proprietà regionale "Cinema Teatro della Compagnia", FST ha lanciato un marchio – Quelli della Compagnia – che raccoglie la gran parte delle iniziative di promozione della cultura audiovisiva e cinematografica; questa è svolta da risorse interne senior e junior, dotate di esperienza e titoli per svolgere al meglio questa indispensabile attività.

Acquisizione, archiviazione e valorizzazione patrimoni audiovisivi

L'insieme delle attività di FST, in particolare quelle che ruotano intorno alla Mediateca, all'Area Produzioni Multimediali e alle Redazioni, ha prodotto un immenso archivio audiovisivo in larga parte digitalizzato. L'archiviazione digitale richiede competenze specialistiche, presenti in FST, che permettono non solo la possibilità di una pubblica fruizione dei patrimoni digitalizzati ma anche un potenziale progettuale che offre moltissime possibilità didattiche, formative e creative, a disposizione di Regione Toscana e dei partner di FST.

Attività di Film Commission

TFC è lo sportello di accoglienza regionale per chi fa Cinema e video e offre assistenza gratuita alle produzioni che decidono di girare in Toscana. Organizza iniziative e momenti formativi rivolti ai professionisti locali per sostenere lo sviluppo dell'industria audiovisiva toscana. TFC promuove anche la Toscana nel mondo con la presenza ai maggiori festival internazionali.

Amministrazione e Ufficio Gare e Acquisti

Figure senior con elevato livello di competenza ed esperienza rispetto alla supervisione amministrativa, al controllo di gestione (sia aziendale che di progetti complessi), ai processi di spending review, alla gestione della contabilità aziendale e del procurement, con particolare conoscenza delle modalità di acquisizione di beni e servizi in ottemperanza con il Codice degli Appalti e con le relative procedure di evidenza pubblica.

Le infrastrutture

Servizi ICT

Server, cloud, app, connettività, help desk: un insieme di servizi tecnici avanzati a sostegno di tutte le attività di FST, con speciale supporto al digitale e alla promozione territoriale online.

Mediateca Toscana

Dal 1984, la più grande struttura al pubblico in Toscana su cinema e audiovisivo; 40.000 titoli e documenti, eventi tematici e didattici tutto l'anno.

Dal 2016: Cinema Teatro della Compagnia

La sala di proprietà regionale in Via Cavour, che al termine dei lavori di ristrutturazione e di dotazione tecnologica ospiterà le principali attività di ambito cinematografico e audiovisivo gestite da FST.

I partner di FST



E' nella complessità della rete di collaborazioni attivate da FST che si coglie in modo particolarmente significativa la sua dimensione di "Sistema".

Gli enti e i soggetti menzionati qui di seguito, riportati in ordine alfabetico, rappresentano un sottoinsieme rilevante di tutte le relazioni attive, generate da FST in conseguenza dei progetti e delle attività svolte.

<i>Accademia delle Arti e del Disegno</i>	<i>Fondazione Culturale Responsabilità Etica (FCRE)</i>	<i>New York Film Academy</i>
<i>Aeronautica Militare</i>	<i>Fondazione del Maggio Musicale Fiorentino</i>	<i>New York University</i>
<i>Agenzia Nazionale Erasmus+/Indire</i>	<i>Fondazione Festival Pucciniano</i>	<i>Noterik BV</i>
<i>AGIS Toscana</i>	<i>Fondazione Foemina Onlus</i>	<i>Orma Travel</i>
<i>Anci Toscana</i>	<i>Fondazione Niels Stensen</i>	<i>Oxfam Italia</i>
<i>ANEC Toscana</i>	<i>Fondazione Palazzo Strozzi</i>	<i>Pitti Immagine</i>
<i>Anso</i>	<i>Fondazione Santa Maddalena</i>	<i>Polimoda</i>
<i>Ariona S.A. – Onassis Cultural Centre</i>	<i>Fondazione Studio Marangoni</i>	<i>Postscriptum Pliroforiki</i>
<i>Associazioni dei toscani all'estero</i>	<i>Fondazione Teatro della Pergola</i>	<i>Epikoinonias epe</i>
<i>BTO Educational</i>	<i>France Odeon</i>	<i>Presidenza del Consiglio dei Ministri – Dipartimento Politiche Europee</i>
<i>Camera di Commercio di Firenze</i>	<i>Giorgio Tesi Group</i>	<i>Promoter srl</i>
<i>Ciant Mezinardni Centrum Pro Umeni a Nove Technologie v Praze</i>	<i>Goldsmiths, University of London</i>	<i>Proton Labs Limited</i>
<i>Cinema do Brasil</i>	<i>Gucci Museo</i>	<i>Provincia di Arezzo</i>
<i>Cineteca di Bologna</i>	<i>Hong Kong Economic and Media Trade Office di Bruxelles</i>	<i>Radio Fiesole</i>
<i>Cineteca Nazionale di Roma</i>	<i>iMinds VZW</i>	<i>Rappresentanza in Italia Commissione Europea</i>
<i>Città Metropolitana di Firenze</i>	<i>IN2 Search Interfaces Development Limited</i>	<i>Rappresentanza in Italia del Parlamento Europeo</i>
<i>CNA Toscana</i>	<i>Institut Français Firenze</i>	<i>River to River</i>
<i>Comune di Firenze</i>	<i>IREOS</i>	<i>Rundfunk Berlin Brandenburg</i>
<i>Comunità Ebraica di Firenze</i>	<i>Istituto Confucio di Firenze</i>	<i>Sindacato Nazionale Critici Cinematografici Italiani</i>
<i>Confcommercio Toscana</i>	<i>Istituto Luce Cinecittà</i>	<i>Società Dantesca Italiana</i>
<i>Confesercenti Toscana</i>	<i>KU LEUVEN</i>	<i>Società Italiana dei Viaggiatori</i>
<i>Consiglio d'Europa</i>	<i>Laboratorio Immagine Donna</i>	<i>Spazio Alfieri</i>
<i>Coordinamento Fiorentino per la Salute Mentale</i>	<i>Legambiente</i>	<i>Stanford University in Florence</i>
<i>Corecom</i>	<i>Lehmann & Werder</i>	<i>STICHTING Waag Society</i>
<i>Coventry University</i>	<i>Museumsmedien GbR</i>	<i>Stiftung Preussischer Kulturbesitz</i>
<i>CultureLabel Limited</i>	<i>Libera. Associazioni, nomi e numeri contro le mafie</i>	<i>Sundance Institute</i>
<i>Cyprus University of Technology</i>	<i>Lietuvos Dailės Muziejus</i>	<i>Taegukgi</i>
<i>Ente Cassa di Risparmio di Firenze</i>	<i>LILA – Lega Italiana per la Lotta contro l'AIDS</i>	<i>Terminale Cinema</i>
<i>Eureva SAS</i>	<i>LILT Firenze</i>	<i>The University of Exeter</i>
<i>Europe Direct Firenze</i>	<i>Lo schermo dell'arte</i>	<i>Toscana Promozione</i>
<i>European University Institute</i>	<i>Local Government Management Agency</i>	<i>Trenitalia S.p.A.</i>
<i>Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa</i>	<i>MACMA</i>	<i>Unicoop Firenze</i>
<i>Federazione Italiana dei Cineclub</i>	<i>Museo di Storia Naturale di Firenze</i>	<i>Unioncamere Toscana</i>
<i>Feltrinelli Real Cinema</i>	<i>MYmovies.it</i>	<i>Università Cà Foscari Venezia</i>
<i>FICE – Federazione Italiana Cinema d'Essai</i>	<i>N.I.C.E.</i>	<i>Università di Firenze</i>
<i>Firenze al Cinema</i>	<i>National Technical University of Athens</i>	<i>Upi Toscana</i>
<i>Firenzen Suomi-seura</i>	<i>Netherlands Institute for Sound and Vision</i>	<i>Vi(s)ta Nova</i>
<i>Fondazione Carnevale di Viareggio</i>		
<i>Fondazione Cinema per Roma</i>		



**AREA DIGITALE:
WEB E TECNOLOGIE
MULTIMEDIALI PER
LA TOSCANA**

INTOSCANA.IT LA TOSCANA IN RETE

La piattaforma multimediale per incentivare la diffusione e l'offerta di servizi digitali utili ai cittadini e alle imprese della Toscana in ambito sociale, economico e culturale



intoscana.it è il portale ufficiale della Toscana. Un portale di sistema, una piattaforma multimediale e multicanale che racconta, illumina e promuove - in chiave multimediale e con i linguaggi più evoluti della rete e dello storytelling digitale - le realtà e le sfaccettature di questa regione: dall'alta formazione alle start-up, dalla green economy alla ricerca scientifica, dai beni culturali al turismo, dall'inclusione sociale alle nuove forme di partecipazione e democrazia, dall'agricoltura all'enogastronomia.

intoscana.it è animato e aggiornato da una redazione poliedrica - composta da **giornalisti professionisti, social media editor e videomaker** - coadiuvata da un

mediacenter per le produzioni multimediali, specializzata nella produzione di contenuti testuali e multimediali, nell'aggiornamento "social" e nella copertura "live" e in streaming dei principali eventi regionali.

intoscana.it si pone anche come punto di aggregazione di contenuti che provengano dalla rete dell'informazione locale, come nel caso delle news integrate del **network ANSO**, composto da testate giornalistiche online che seguono capillarmente i propri territori. Un vero e proprio "HUB", che racconta le realtà della Toscana, dai grandi centri alle realtà più periferiche. **La rete che fa rete.**

Rispetto al sito istituzionale [www.regione.toscana.it] della Regione

Toscana (banche dati, normative, comunicati stampa, giunta regionale), **www.intoscana.it** è posizionato su altre dimensioni che arricchiscono e potenziano - sul piano della valorizzazione del sistema territoriale toscano e attraverso l'azione sinergica dei due portali di riferimento - la comunicazione complessiva del brand "Toscana". Due domini diversi, due spazi web differenti le cui "mission" rispondono però ad un disegno fortemente integrato, in cui la comunicazione si gioca reciprocamente in chiave digitale e multimediale tutta tra piano istituzionale e visione di sistema, governo del territorio e promozione, pubblica amministrazione ed eccellenze/identità del territorio.



Attraverso un ecosistema digitale articolato e crossmediale – portale web, 16 canali tematici, un'app [Tuscan Style], profili social network, feed rss, web tv, sinergie editoriali con carta stampata, tv e radio – intoscana.it ha contribuito nel 2015 a:

- diminuire il digital/cultural divide
- rafforzare l'immagine del brand Toscana attraverso l'online
- sostenere e diffondere capillarmente il Made in Tuscany
- incrementare i servizi digitali ai cittadini
- diffondere le opportunità di studio/lavoro/impresa dedicate ai giovani (supporto comunicazione a Giovani)
- informare i cittadini sulla salute (es. "Caso Meningite")
- divulgare le tematiche relative a "internet bene comune", affrontate capillarmente nel corso di Internet Festival
- raccontare le storie del mondo agricolo toscano (aziende beneficiarie del Piano di Sviluppo Rurale della Regione Toscana)
- sviluppare un sistema di comunicazione integrato per informare sulle attività messe a punto dal settore "Cooperazione" della Regione Toscana
- promuovere l'Agenda Digitale Toscana
- supportare le azioni del progetto "Open Toscana"
- rilanciare le campagne di comunicazione sociale della Regione
- sostenere comunicazione e informazione per progetti legati a mobilità, partecipazione, tecnologia, ricerca, innovazione, enogastronomia.

Nel 2015, le azioni di comunicazione e informazione messe in campo sono state:

- valorizzazione della Toscana, secondo le linee di indirizzo della Regione e in coordinamento con la direzione di Toscana Notizie. In particolare rispetto a tematiche ed eventi come: **“Giovanisi”, “Internet Festival”, “Amico Museo”, “Open Toscana” e “HackToscana”, “Notti dell’Archeologia”, “Vetrina Toscana” e “Viaggio Artusiano”, “Bit – Borsa internazionale del turismo”, “Buy Wine”, “BTO – Buy Tourism On line”, “Giorno della Memoria”, “Pegaso per lo sport”, “Euromeeting”, “Melodie del Vino”;** ricerca tecnologica e scientifica, cooperazione internazionale, piano di sviluppo rurale, toscani nel mondo, tuscan style e made in Toscana, agroalimentare, green economy, mobilità, le grandi mostre, gli eventi musicali e teatrali, i progetti regionali legati all’arte contemporanea, il **“Teatro in carcere”**, le iniziative delle **biblioteche regionali**, la rassegna cinematografica della **“50 Giorni di Cinema Internazionale a Firenze”**.
- (ri)posizionamento dell’immagine della Toscana sul web, con la realizzazione di contenuti multimediali e servizi giornalistici, condivisi anche con la redazione di Toscana Notizie. **Nel 2015 sono stati realizzati oltre 400 video, tra servizi giornalistici, interviste e reportage rilanciati anche su diverse emittenti televisive regionali [Toscana TV, Italia 7, Tele Iride, Toscana Channel, Siena TV].**
- sono stati trasmessi in streaming eventi come “Internet Festival”, “BTO”, “50 giorni” e “Novo Modo” a cui bisogna aggiungere ulteriori iniziative di carattere regionale per un totale di oltre **300 ore di dirette live**.
- tra le nuove **sezioni tematiche di approfondimento** [articoli/immagini/video] segnaliamo: “Open Toscana”, “Meningite in Toscana”; 50 giorni di cinema”, “Fab Lab”; “Toscana nel mondo – Cooperazione internazionale”; “Trio: web learning in Toscana”; “Internet Festival”; “Agricoltura in Toscana”, “La Toscana alla BIT”; “Papa Francesco in Toscana – Giubileo”; “Dire e Fare”; “Alluvione di Firenze”; “Toscana ad Expo 2015”; “Novo Modo”; “Notte dei ricercatori”; “Rossi in Algeria e Tunisia”; “Arcobaleno d’Estate”; “Forum europeo digitale”; “Elezioni regionali 2015”; “2 giugno – Festa della Repubblica”; “Toscana Novecento”; “Viaggio Artusiano”, “La Via Francigena”.
- tutti i contenuti prodotti e pubblicati sono stati rilanciati sui principali **social network di intoscana**.

NEL 2015



2.000.000

Visite complessive nel 2015



120.000

Fan sulla Pagina Facebook



320.000

Utenti raggiunti su Facebook ogni settimana



37.200

Follower su Twitter



5.000

Contenuti testuali, fotografici e video pubblicati

INTERNET FESTIVAL 2015

Pisa, 8-11 ottobre. Internet Festival è il principale evento in Italia dedicato alla Rete e alla cittadinanza digitale; si svolge a Pisa per quattro giorni, a Ottobre



Obiettivo del Festival è quello di valorizzare l'innovazione legata alla Rete come ambiente in grado di facilitare uno sviluppo comune consapevole, collettivo che abbracci tutti gli ambiti della società.

Internet Festival svolge ogni anno a Pisa nella prima metà di ottobre su quattro giorni ed è promosso da partner istituzionali (Regione Toscana, Comune e Provincia di Pisa),

legati al mondo dell'impresa (Camera di Commercio di Pisa), dediti alla ricerca (CNR e Università di Pisa, Scuola Normale Superiore, Scuola Superiore Sant'Anna) e alla divulgazione (Associazione Festival della Scienza). FST è il principale soggetto ideatore del palinsesto, esprimendo il Direttore del Festival, e, nel contempo, l'attuatore della manifestazione.

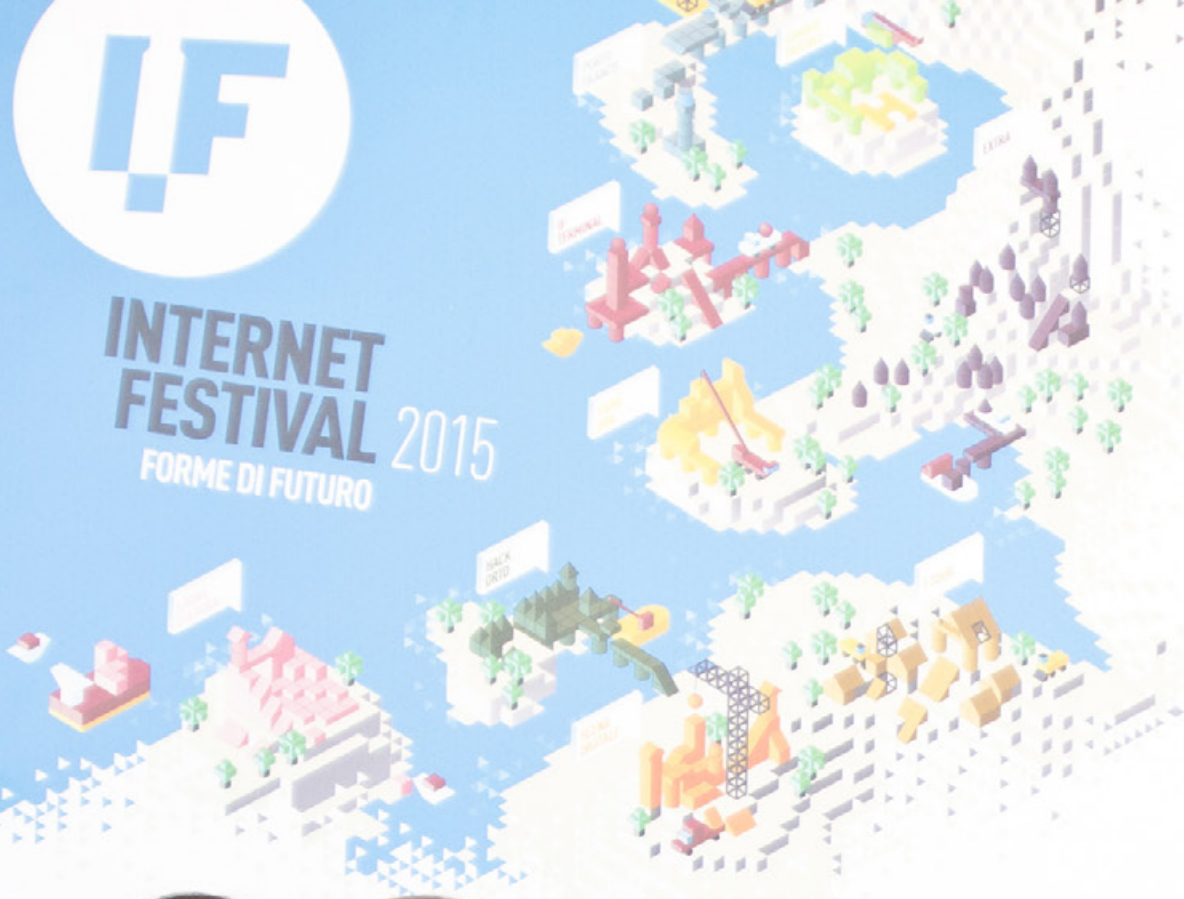
L'attività si sviluppa in via continuativa lungo tutto l'arco dell'anno, con un progressivo coinvolgimento di tutti gli attori e una intensità crescente man mano che si avvicinano le date dell'evento. L'edizione 2015 si è svolta dall'8 all'11 ottobre, a Pisa, con la consueta formula di "Festival diffuso" in varie location cittadine ospitando incontri, confronti, laboratori, seminari, spettacoli e performance, proposti secondo modalità non convenzionali, attraverso cui **veicolare le idee e le conoscenze relative a tutti gli aspetti della Rete**, grazie all'apporto di ricercatori, esperti, amministratori, top user, influencer, artisti e appassionati.





INTERNET FESTIVAL 2015

FORME DI FUTURO



8-

SPAZZ RIVOL D

WWW.INTER



FESTIVAL INTERNET FESTIVAL IN
11 OTTOBRE 2015 PISA 8-11 OTTOBRE 2015 PISA



L'edizione 2015

7000 ragazzi e bambini che hanno seguito i **laboratori** e le iniziative a loro dedicati negli appena restaurati Ex Macelli, ribattezzati Cittadella Galileiana, e domenica al Cinema Teatro Lux con le iniziative del CNR. La Stazione Leopolda si è affollata per il **SoBigDataShow** con intrattenimento e scienza che hanno collaborato per spiegare cosa sono le tracce digitali che lasciamo lungo i nostri percorsi di vita. **Le nuove star della Rete** come i The Jackal, Cliomakeup, Il Lercio e Il vostro caro Dexter hanno riempito le sale con i propri fan.

Grande interesse per il **format Supernova**, durante il quale è stato presentato un dossier di otto punti al Governo con proposte per favorire l'ecosistema dell'innovazione. Solo posti in piedi per Remo Bodei che alla Scuola Normale ha parlato della memoria nell'età digitale e grande commozione e partecipazione per la testimonianza di Sammy Basso su come la Rete può aiutare chi è affetto da malattie rare. In quattro giorni il successo di Internet Festival ha confermato Pisa e la Toscana come capitali del Web. #IF2015 ha animato diciassette luoghi pisani **con 200 eventi e 250 relatori**, ha visto il lancio di

51 start up coinvolte nell'.itCup, la business competition del Registro.it (CNR), nel Bootstrap di Startupitalia, nell'incontro promosso da Digital Magic e Talent Garden e nello StartApp Contest della Regione Toscana.

Tra le location più frequentate, **l'installazione sensoriale-interattiva sul Ponte di Mezzo**, il Cinema Teatro Lux sede del programma messo a punto da Registro.it e CNR, le Logge de' Banchi che hanno ospitato i corner delle start up finaliste del contest della Regione Toscana; Mixart sede dell'area Game Box, il Teatro Sant'Andrea cornice della sezione dedicata al food. Molto interesse ha riscosso la mostra sul Commodore 64 ospitata presso il Museo degli Strumenti per il Calcolo. Provenienti dallo stesso museo i pezzi storici esposti nelle vetrine del centro di Pisa per la mostra "L'informatica dalla A alla Z".

Apprezzata la varietà e la qualità dei contenuti targati **S.I.C. Spazio Internet Comunità** che ha premiato progetti sull'innovazione culturale, e dei panel sulla net-neutrality e sui cookie. Internet Festival ha anche ospitato riflessioni e case histories sulle emergenze territoriali fino ad affrontare il tema dei conflitti, degli

hacker e dei profughi con la passione e l'impegno, tra gli altri, di don Abba Moussa Zerai. Una panoramica importante è stata dedicata al mondo della produzione: dai Fablab dell'Africa al design cinese, dalle idee dei giovani inventori digitali ai prototipi sviluppati nel Garage Digitale di IF.


42mila i dispositivi mobili collegati alla rete wi-fi allestita da DevItalia dove sono transitati tre Terabyte di dati per oltre 18mila utenti connessi.

Insieme a #IF2015, tra gli hashtag più usati anche #startup, a sottolineare come i frequentatori di Internet Festival riconoscano nella Rete un'opportunità unica di sviluppo. Tra le aree di IF2015 è Scena digitale quella che ha registrato il maggior numero di menzioni, mentre tra i protagonisti del Festival più citati ci sono @Cliomakeup, @Jackal e @opentoscana. Il sito ufficiale www.internetfestival.it ha registrato numeri record: **nell'ultima settimana 27mila utenti unici e 170mila pagine viste**.

#IF2015 ha impegnato nello staff ufficiale otto persone, che hanno avuto la collaborazione di **ventisei volontari** residenti o domiciliati nell'area pisana. Il Social Media Team ha impegnato dodici giovani provenienti da tutta Italia.


129
Eventi


228
Attività T-TOUR
(189 lab, 21 conferenze,
18 eventi speciali)


290
Speaker, animatori, musicisti


17.157
Fan su Facebook


4.000
Follower su Twitter

PRODUZIONI MULTIMEDIALI, DIRETTE STREAMING E ARCHIVIO DIGITALE

L'Area Produzioni Multimediali di FST fornisce un supporto indispensabile per le attività multimediali connesse a tutti i progetti di FST

L'Area cura la realizzazione di video e dvd, videoinstallazioni, l'acquisizione e la digitalizzazione di materiale audio/video, il supporto tecnico alle attività didattiche e produzioni come documentari, speciali e dvd multimediali.

Si tratta di un'area con attività trasversale a tutta la progettualità FST.



Attività

- Ideazione e realizzazione di spot, documentari, servizi giornalistici, reportage, dirette web necessari alla comunicazione regionale
- Realizzazione di dirette streaming multicamera per la diffusione di eventi, concerti, convegni regionali e non
- Sostegno e collaborazione a progetti regionali di valenza culturale e sociale
- Installazioni di video arte per eventi, mostre, festival
- Digitalizzazione di materiale audio/video

Nel 2015 l'Area ha coperto vari ambiti progettuali di FST. Tra gli altri:

Area Contenuti

L'Area grazie al suo lavoro quotidiano fornisce un supporto indispensabile per la multicanalità dei portali gestiti da FST. Un impegno che rende possibile la creazione di circa 450 servizi annui che confluiscono nei vari canali del portale intoscana.it e dei portali collegati tra servizi, reportage, spot e documentari.

Area Cinema

L'Area fornisce un supporto anche per le attività multimediali legate alla Mediateca e a tutta l'area Cinema, con l'acquisizione e la digitalizzazione di materiale audio/video, il supporto tecnico alle attività didattiche e la realizzazione di produzioni legate alla sfera culturale come documentari, speciali e dvd multimediali.

50 giorni di cinema a Firenze

Supporto tecnico e cabina di regia del Cinema Odeon. Realizzazione di servizi video e riprese per le emittenti televisive, dirette web.

CinemadHoc

Sono stati realizzati i trailer per pubblicizzare CinemadHoc nel circuito dei cinema toscani

Treno della Memoria

Realizzazione di un documentario sul viaggio ad Auschwitz più servizi e interviste dalla Polonia

Toscana Cine News

A supporto delle attività dell'area cinema viene prodotto Toscana Cine News, che fa il punto sulle maggiori produzioni e notabilia cinematografiche presenti in Toscana. La striscia viene distribuita a televisioni e media online locali. La versione web si può seguire sul portale intoscana.it

Eventi complessi

L'area copre insieme a Intoscana le riprese video per gli eventi principali curati da FST quali Internet Festival e BTO, e ogni altro evento di rilievo nel programma delle attività.

Produzioni Speciali

Toscana 900

Realizzazione di 2 docufilm incentrati sull'arte contemporanea in Toscana con focus su Daniel Spoerri, sui maggiori musei della regione, e sulle correnti artistiche d'avanguardia.

Toscana Expo

Realizzazione di 12 servizi telegiornalistici. Videoinstallazione "Tu-

scany in a Day" e realizzazione di video multimediali/interattivi per lo spazio espositivo della Toscana a Expo 2015. Realizzazione di servizi telegiornalistici al Fuori Expo.

Vetrina Toscana

Realizzazione di servizi telegiornalistici **BIT, Milano**
Realizzazione di servizi video a supporto dell'attività di Toscana Promozione

Teatro in carcere

Realizzazione di dvd e filmati legati al progetto teatrale delle carceri toscane.

Melodia del Vino

Realizzazione di servizi video.

Film D'Arte "Murmur Marmoris"

Realizzazione del docufilm "Murmur Marmoris" sull'installazione di Alberto Timossi "Illusione" alla Cave di Michelangelo a Carrara

Falla Suonare

Realizzazione di un documentario per la giornata del "World Refugee Day" in collaborazione con IED

Archivio interattivo dei video prodotti dall'Area PM

FST ha prodotto e raccolto negli anni migliaia di ore di girato sia in standard definition che in high definition. A questo patrimonio si è aggiunto tutto il prezioso materiale audiovisivo che questo ente ha raccolto negli oltre 25 anni di attività. E' maturata quindi la necessità di archivarlo con i più moderni sistemi digitali, sia ai fini della conservazione che per una consultazione più rapida e una futura valorizzazione dei progetti multimediali della Regione. Parte di questo materiale è già accessibile via web.

Risultati 2015

- Aggiudicazione del bando per l'installazione di uno storage unico con un sistema di consultazione per tag e argomenti;
- Creazione di un sistema di condivisione diversificato per credenziali di accesso (dall'editor che può modificarne il contenuto, al semplice utente che può solamente visionarlo)
- Formazione del personale interno per l'inserimento dei dati e dei metadati.
- Inserimento del materiale e taggatura

Al momento attuale con le risorse disponibili il lavoro di archiviazione procede ad una media di circa 200 GigaByte alla settimana.

450

*Servizi video per il portale
realizzati nel 2015*

20.000

*GB di file video
archiviati dal 2006 ad oggi*

150

*Ore di streaming
all'anno*



GIOVANI SÌ

Il progetto di legislatura per promuovere le politiche rivolte ai giovani della Toscana, con l'obiettivo di creare opportunità per l'autonomia e una specifica attenzione alle opportunità e alle competenze legate all'ICT e al digitale



Il progetto "Giovanisì" rientra all'interno dell'area "Società dell'informazione e della conoscenza, cittadinanza digitale e competitività del sistema territoriale" del Piano di Attività di Fondazione Sistema Toscana.

Giovanisì ha come finalità quella di sostenere e promuovere le politiche rivolte ai giovani della Regione Toscana, con l'obiettivo di creare opportunità per l'autonomia, lo sviluppo della responsabilità e il miglioramento del vivere dei giovani toscani. Per far questo, Giovanisì porta avanti un confronto permanente con il target di riferimento e mantiene un'attenzione specifica e un rapporto diretto con il territorio.

Giovanisì, avendo da sempre posto un'attenzione specifica alla dimensione del web, della comunicazione e dell'inclusione sociale, si inserisce a pieno titolo all'interno delle attività di Fondazione Sistema Toscana, tra le cui missioni statutarie rientra quella di "favorire lo sviluppo della società dell'informazione e

della conoscenza, la crescita della partecipazione democratica come contributo alla riduzione del digital divide".

Sono **53.996** i giovani che dal 2011 hanno beneficiato delle misure Tirocini, Casa (contributo affitto), Servizio civile regionale, Fare impresa e Lavoro.

Obiettivi generali

- offrire nuove opportunità ai giovani toscani in termini di informazione, formazione e crescita professionale;
- creare sinergie tra le associazioni, gli enti locali, i presidi pubblici e privati, le istituzioni ed i settori regionali che si occupano di giovani e che forniscono loro opportunità di crescita
- favorire l'informazione e la comunicazione delle opportunità rivolte ai giovani esistenti a livello regionale
- stimolare la formazione, l'imprenditorialità, l'occupazione, l'occupabilità e l'autonomia abitativa

dei giovani toscani

- promuovere e favorire l'utilizzo della dimensione del web e delle nuove tecnologie

Grazie alla collaborazione con Fondazione Sistema Toscana sono stati individuati per l'anno 2015 i seguenti obiettivi specifici:

- investire nella ricerca e nell'innovazione;
- migliorare l'alfabetizzazione, le competenze e l'inclusione nel mondo digitale;
- offrire nuove opportunità ai giovani toscani in termini di informazione, formazione e crescita professionale;
- formazione di nuove competenze digitali per meglio rispondere alla domanda sempre più crescente di questo genere di competenze;
- migliorare l'immagine e l'attrattiva delle carriere ICT;
- offrire pacchetti di formazione rivolti al settore ICT;
- creare sinergie fra i vari settori competenti per incentivare il raggiungimento di curricula, a livello di

istruzione professionale e universitaria, che rispondano alle esigenze degli studenti e del mondo delle imprese;

- migliorare il riconoscimento delle qualifiche tra i vari paesi per stimolarne l'adozione di un sistema di certificazione europeo per le competenze digitali dei professionisti ICT, sulla base del vigente quadro di e Competence;

- promuovere la mobilità internazionale e l'acquisizione di competenze qualificate nei settori dell'innovazione tecnologica: allargare le prospettive dei giovani toscani, attraverso la presentazione di bandi specifici o la promozione di bandi già in essere;

- promuovere la digitalizzazione come strumento di evoluzione positiva dell'ecosistema economico anche non direttamente correlato al mondo ICT;

- promuovere momenti di scambio e confronto sul tema della par-

tecipazione giovanile nei processi decisionali;

- rafforzare i processi partecipativi all'interno del Progetto Giovani: attuare percorsi di ascolto delle istanze e dei bisogni portati dal mondo giovanile, raccogliere proposte provenienti dagli attori coinvolti;

- Garantire massima flessibilità istituzionale per accogliere i bisogni e le istanze rilevate nei percorsi partecipativi;

- Promuovere la dimensione europea delle politiche giovanili regionali, favorendo la partecipazione a progetti europei a gestione diretta;

- Strutturare un percorso che individui giovani sul territorio toscano capaci di diffondere OPEN TOSCANA.

Per raggiungere questi obiettivi, generali e specifici, in linea con quanto previsto nel Piano di Attività 2015 di Fondazione Sistema Toscana, sono state sviluppate le seguenti attività:

1. coordinamento e affiancamento ai settori regionali competenti per lo sviluppo e la gestione delle misure finanziate da Regione Toscana e rivolte ai giovani

Rientra in questo ambito la gestione dei rapporti con gli Assessorati e i settori regionali coinvolti nelle misure che afferiscono al Progetto. Tali attività sono coordinate dalla Presidenza della Regione con l'ausilio dell'Ufficio Giovani e si sostanzia in incontri con i referenti di misura, monitoraggio dell'andamento delle stesse, valutazione del loro impatto e proposta di nuove azioni.

In particolare è affidato all'Ufficio Giovani il compito di convocare e gestire la Cabina di Regia, un or-



gano composto dagli Assessorati regionali referenti delle singole misure (sia tecnici che politici), dal responsabile dell'Ufficio Giovanisì e dai rappresentanti di UPI (Unione Province Italiane), UNCEM (Unione Nazionale Comuni Comunità Enti Montani) e ANCI (Associazione Nazionale Comuni Italiani). La cabina di regia è il luogo in cui le istanze vengono ascoltate, valuta lo stato dell'arte, l'efficacia, l'efficienza e le criticità sia delle strategie politiche che delle misure attuative e, sulla base dei feedback e dei bisogni registrati, avvia processi di cambiamento e di aggiornamento delle misure esistenti e ne promuove di nuove;

Sono state svolte nel corso dell'anno 2015 due Cabine di Regia.

2. Relazione con il pubblico attraverso il contatto diretto con i giovani e con tutti gli attori del mondo giovanile

La relazione diretta con il target di riferimento è sempre stata una delle priorità di Giovanisì. Il contatto con i giovani e con gli attori del mondo giovanile si realizza attraverso una serie di attività e progetti strutturati. In particolare, Giovanisì lavora in stretta collaborazione con il Tavolo Giovani (si veda punto 6), promuove e porta avanti eventi e attività seminariali sul territorio (si veda punto 4 e punto 11).

3. Coordinamento degli Infopoint Territoriali

Per diffondere l'informazione sul territorio regionale, sono stati

attivati fino a Dicembre 2015 i Giovanisì Infopoint: punti informativi di Giovanisì che informano, supportano e interessano i giovani alle azioni attivate dal Progetto. Danno informazioni a livello locale sulle opportunità esistenti, raccolgono i bisogni e li presentano all'ufficio Giovanisì.

Dall'inizio del progetto al 31 dicembre 2015, gli Infopoint hanno contato un totale di 13967 utenti complessivi di front-office (giovani recatisi direttamente agli sportelli Infopoint). Da gennaio 2015 a dicembre 2015, gli Sportelli Mobili hanno organizzato 180 eventi e hanno raggiunto 2592 persone.

Infopoint

Tot. utenze front office al 31 dicembre 2014

10654

Tot. Utenze front-office da gennaio 2015 a dicembre 2015

3367

Le iniziative svolte (sportello mobile, infoday e focus)

Sportello mobile	I trim.	II trim.	III trim.	IV trim.
TOTALE	50	56	39	35
TOT.PARTECIPANTI	582	881	696	433

Da luglio 2014 sono inoltre attive le Giovanisì Factory: sono luoghi fisici e contenitori di eventi e attività in grado di richiamare in modo originale, ricreativo e innovativo i giovani del territorio e promuovere attraverso questi il progetto Giovanisì. Il bando per l'assegnazione era rivolto a tutti i soggetti del terzo settore in Toscana. Sono attive sul territorio 10 Giovanisì Factory. Si veda <http://www.giovanisi.it/giovanisi-factory/>. Tutte le attività sono terminate nel mese di luglio 2015. Gli eventi realizzati dalle Giovanisì Factory nel 2015 sono stati 69. Complessivamente in tutta la sperimentazione sono stati 2.500 giovani intercettati in queste iniziative.

4. Organizzazione di eventi e iniziative sul territorio

- In questo ambito nel 2015 Giovanisì ha concluso "Giovanisì in tour", viaggio sul territorio toscano in cui il Presidente Enrico Rossi incontra i giovani per fare il punto della situazione e raccogliere istanze ed idee da parte dei giovani.

Il 24 Gennaio si è svolta l'ultima tappa a Firenze del Tour con oltre 200 partecipanti.

Grazie alla collaborazione con Fondazione Sistema Toscana, all'inter-

no di “Giovanisì in tour” è stato possibile coinvolgere attraverso una call alcuni giovani toscani all’interno del Social Media Team dell’evento. Inoltre, la redazione di InToscana.it ha realizzato alcuni approfondimenti sulle singole tappe.

- “Il treno per l’autonomia” Laboratorio conclusivo “Giovanisì Lab/Scuola” 21/03/15: 200 partecipanti.

3. “La Banca della terra e le nuove opportunità per i giovani agricoltori” 09/04/15: 200 partecipanti.

- “Brand PA: storie di buona comunicazione pubblica” a IF 2015 10/10/15: 40 partecipanti.

- “Youth participAction” 20-22 novembre 2015: 50 partecipanti (ved. Punto 11).

- “Le opportunità da cogliere al volo” evento FSE 2015 20/11/15: 600 partecipanti.

Totale: 6 eventi e 1290 partecipanti.

5. Gestione del Numero Verde e delle mail dedicate

Giovanisì gestisce quotidianamente l’informazione sulle opportunità del progetto tramite un Numero Verde ed una mail dedicata (info@giovanisi.it). Dal 2011 sono state 23468 le mail ricevute e risposte ed oltre 54442 (di cui 11924 nel 2015) telefonate al numero verde (dicembre 2015).

6. Coordinamento di tavoli di lavoro con giovani rappresentanti di associazioni di categoria, sindacati, enti locali e terzo settore

Sono attivi dal 2011 il Tavolo Gio-



vani e Tavolo delle Istanze Giovanili, composti rispettivamente dai giovani rappresentanti delle associazioni toscane, delle realtà produttive, delle associazioni di categoria, dei sindacati e da rappresentanti del Terzo Settore (principalmente costituito da soggetti e/o associazioni che operano nel sociale) che operano per e con i giovani. I tavoli hanno un ruolo consultivo, raccolgono feedbacks sulle misure esistenti, bisogni ed istanze e proposte. I Tavoli, in maniera congiunta si sono riuniti 2 volte nel 2015.

7. Coordinamento delle iniziative di diffusione del Progetto attraverso web e produzioni multimediali (sito, blog, social network, campagne web, video, podcast)

Il progetto sviluppa un’attenzione specifica verso la dimensione del web e delle nuove tecnologie, che sono considerate non solo un veicolo fondamentale per la va-

lorizzazione del programma, ma anche come ambito all’interno del quale possono essere sviluppate e sperimentate opportunità lavorative e di crescita personale, emancipazione e partecipazione sociale.

Giovanisì gestisce:

- Il sito web, che è lo strumento principale di informazione e promozione di tutte le opportunità, gli eventi, gli approfondimenti e le attività del progetto.

- Newsletter che prevede un’uscita mensile ed informa direttamente gli utenti sulle novità del progetto

- Blog (blog.giovanisi.it)

- Accenti – il progetto di storytelling di Giovanisì. Un percorso che racconta, attraverso un blog, un libro, un video e una serie di eventi sul territorio, le storie dei giovani toscani che hanno usufruito o stanno usufruendo delle opportunità del progetto (accenti.giovanisi.it).

● I social media (Facebook, Twitter, Flickr e Youtube), che rendono più diretto e interattivo il dialogo con i giovani e permettono di avere un feedback immediato sulle opportunità offerte dal progetto.

Dall'inizio del Progetto Giovanisì sono oltre **2.000.000** i visitatori unici raggiunti degli strumenti di comunicazione del progetto (sito, blogs, social networks) e oltre **10.600.000** pagine viste (sito e blogs).

8. coordinamento strumenti di informazione

Gli strumenti di informazione di Giovanisì sono molteplici, in particolare: gestione del Numero

Verde e della mail dedicata, sito web, social networks, attività degli infopoint. Il dettaglio delle attività è riportata all'interno dei punti 3-5-7. Il coordinamento di tali strumenti è in capo all'Ufficio Giovanisì.

9. progetti sperimentali

NEET

Sono attivi da metà ottobre 2014 17 progetti sperimentali rivolti ai NEET che hanno come obiettivo quello di identificare e prendere in carico i giovani toscani fuori dai percorsi di istruzione, formazione e lavoro, per accompagnarli in un percorso di crescita personale e professionale al fine di facilitare il loro inserimento nel mondo del lavoro. I progetti sono portati

avanti e gestiti dalle associazioni del terzo settore vincitrici del bando dedicato. <http://www.giovanisi.it/2014/02/18/giovanisi-attivi-bandi-sperimentali-per-neet-e-giovanisi-factory/>

I progetti si concluderanno nel 2016, ma al 31 Dicembre 2015 avevano intercettato già oltre 1800 giovani.

Giovanisì lab scuola

Giovanisì con il percorso Giovanisì Lab/Scuola ha proposto un percorso che ha coinvolto 40 istituti superiori toscani, volto a favorire l'accostamento dei giovani al tema

dell'autonomia e alla conoscenza del Progetto Giovanisì. La sperimentazione, ha visto



negli anni scolastici 2013-14 e /2014-2015 la partecipazione di 1000 giovani provenienti dalle classi quarte e quinte superiori toscane.

10. eventi area Europa

Giovanisì ha sviluppato nel corso degli ultimi anni una crescente attenzione rispetto all'area europea. Le attività che rientrano in questo settore che sono state sviluppate nel corso del 2015 sono le seguenti:

- Youth ParticipAction: seminario residenziale sul tema della partecipazione rivolto a giovani ed operatori giovanili, svoltosi a Pistoia dal 20 al 22 novembre 2015. Attraverso Fondazione Sistema Toscana, Giovanisì ha preso parte attivamente sia alla fase di ideazione e design dell'iniziativa (presentata a finanziamento del Consiglio d'Europa - European Youth Foundation), sia alla definizione ed implementazione delle attività.
- Presentazione Open Up: progetto presentato il 1 ottobre 2015 sulla linea di finanziamento Erasmus Plus - KA3, ha visto un'attiva collaborazione tra l'ufficio Giovanisì e Fondazione Sistema

Toscana, sia nella stesura dell'idea progettuale, sia nello scambio di expertise.

Metodologie strumenti d'intervento

Il progetto sviluppa una forte dimensione intersettoriale. Le metodologie sono quindi basate sulla trasversalità delle azioni e delle prassi operative nelle diverse aree di intervento.

Parallelamente alla dimensione intersettoriale, il progetto sviluppa una relazione diretta coi territori. Dal punto di vista metodologico, l'animazione territoriale rappresenta un elemento fondamentale del progetto.

Giovanisì è l'espressione di politiche giovanili partecipate, che prendono in costante considerazione il target giovanile di riferimento, con il quale costantemente si interfaccia attraverso tavoli di lavoro strutturati, le antenne locali degli Infopoint e le Giovanisì Factory, eventi sul territorio, condividendo progettualità operative e scambio costante di feedbacks.

Rivolgendosi ai giovani - target che molto spesso che rimane distante dal linguaggio istituzionale - Giovanisì ha da sempre puntato

a comunicare in maniera chiara ed efficace, innovando i tradizionali strumenti comunicativi delle Pubbliche Amministrazioni. A questo riguardo l'ICT ed i nuovi media diventano uno strumento decisivo all'interno del progetto in quanto permettono di migliorare l'accesso alle informazioni ed alle opportunità.



18.000

Beneficiari



1,6 mln

Utenti web



767

Infoday che hanno coinvolto
circa **14.000** giovani



8.000

partecipanti
agli eventi

MUOVERSI IN TOSCANA

Una piattaforma-web per i pendolari del treno: uno spazio per informarsi, comunicare, condividere, stare connessi.



Muoversi in Toscana - 'MiT' è lo speciale del sito della Regione dedicato a chi si muove con i mezzi pubblici e privati.

MiT - Pendolari in treno è stato creato per innovare la comunicazione tra Regione e cittadini su un tema molto sensibile quale il trasporto pubblico:

- disintermediando la comunicazione della Regione;
- creando un canale di relazione diretto, attraverso la Stanza della Partecipazione.

FST cura in particolare la sezione **dedicata ai pendolari del treno che comprende una serie di attività.**

- Progettazione ed aggiornamento dei contenuti del sito Muoversi in Toscana - in particolare per quanto riguarda la pubblicazione dei documenti relativi alle ispezioni, al bonus dei pendolari e

agli altri report periodici. Le visite al sito - che partivano da meno di un migliaio al mese nel giugno 2014 prima dell'inizio dell'attività di FST - arrivano a 6.800 utenti unici per 23.000 visualizzazioni mensili nel periodo settembre-dicembre 2015.

- Realizzazione del servizio di informazioni sui disagi in tempo reale di Treni News (7 giorni su 7). Vengono pubblicati mediamente 16 avvisi al giorno, per un totale di quasi 6.000 informazioni in tempo reale per i pendolari.
- Animazione della Stanza della partecipazione dedicata ai pendolari del treno. Nel 2015 sono stati aperti 5 tavoli e la pagina ha avuto oltre 16.000 visitatori e un totale di 52 commenti.
- Elaborazione di una reportistica mensile e ragionata sui dati raccolti attraverso le segnalazio-

ni di Treni News per supportare la Regione l'ente nel confronto con i gestori del servizio di trasporto locale.

- Predisposizione dei dati scaricabili autonomamente dal sito da parte dell'utente - open data - relativi al bonus abbonati pubblicati mensilmente.
- Realizzazione di una video-presentazione della versione rinnovata della App Muoversi in Toscana a supporto del lancio della stessa.
- Supporto alla comunicazione dell'evento Hack-Toscana Mobilità, che si è tenuto a gennaio 2016.
- Partecipazione all'organizzazione ed alla comunicazione delle due edizioni della rubrica in diretta streaming 'Ceccarelli risponde';
- Supporto consulenziale all'Ente rispetto alla pubblicazione di dati, alla tempistica ed ai contenuti scelti.



13 ORE AL GIORNO

7/7

News Room



15 ACCOUNT SOCIAL

13 numeri WhatsApp per le 13 linee ferroviarie regionali, Facebook e Twitter



24 REPORT ANALITICI

Treni News e segnalazioni dai social media

SVILUPPO DELL'INFRA-STRUTTURA TECNOLOGICA

Per i progetti e servizi di FST

Le principali attività svolte nel corso del 2015 hanno riguardato la **virtualizzazione delle macchine fisiche ancora presenti nella nostra server farm**, adottando tecnologia NGNIX (opensource) e laddove possibile wmware, in modo da poter cloudizzare i servizi e quindi garantirne un maggior grado di sicurezza e affidabilità. Proprio la **sicurezza** è uno dei temi che abbiamo maggiormente affrontato, installando sulle macchine FST un sistema di Security (Daily Security Digest) che quotidianamente analizza il flusso di connessione a macchine e portali, respingendone eventuali accessi massivi, ponendo in black list gli indirizzi IP sospetti, e crea un backup due volte al giorno in modo da poter garantire un ripristino immediato senza perdita di alcun dato. FST ha inoltre acquistato un nuovo firewall (watchguard) che ha permesso di stabilizzare ancor di più i parametri di sicurezza su macchine e portali del suo ecosistema digitale.

Il 2015 è stato l'anno in cui si è consolidato il **Calendario Unico degli Eventi e Proposte**, piattaforma gestionale che permette a tutti gli operatori accreditati di poter inserire autonomamente eventi e proposte commerciali riferite al territorio toscano che, una volta approvate dallo staff di FST, possono essere visualizzate sul sito del Turismo della Regione Toscana.

Il sistema Proposte è stato sviluppato con una **nuova interfaccia per gli utenti/fornitori** (realizzata sfruttando il framework PHP Laravel), in modo da poter garantire un livello più avanzato di funzioni, oltre all'integrazione automatica dei database e flussi dati già presenti nel sistema regionale (oscat.rete.toscana.it).

Sono stati inoltre sviluppati flussi in uscita da mettere a disposizione dei territori su modello Open Data. Nell'area proposte ci sono circa 1.700 soggetti registrati ed autorizzati ad inserire le offerte. Nel corso del 2015 sono state pubblicate circa 2.500 offerte commerciali.

Nel 2015 FST ha consolidato nell'interfaccia grafica l'applicazione per smartphone e tablet, dedicata al portale turismo.intoscana.it (Travel Intoscana), realizzata per piattaforme IOS e Android e disponibile per tutte le tipologie di smartphone/tablet dotate di questi sistemi operativi. La App "Travel Intoscana" integra contenuti e informazioni del portale del turismo, e permette all'utente di navigare facilmente tra i monumenti da visitare in Toscana, selezionare eventi cui partecipare, pernottare scegliendo una delle tante strutture ricettive presenti sul sistema di bookintoscana.

Ulteriormente potenziata l'integrazione con le strutture della ristorazione, grazie alla maggiore sinergia tra il portale del turismo e il portale Vetrina Toscana.

In merito al **sistema di prenotazione online** (bookintoscana), abbiamo investito sulla georeferenziazione dei contenuti, oltre all'integrazione del modulo SOLR per la ricerca.

Sono state aggiornate e sviluppate interfacce tecnologiche verso i sistemi di booking engine e i produttori di Channel Manager, che conferma per bookintoscana la scelta di essere una “semplice” vetrina per le strutture ricettive, con interazione diretta sul sito proprietario della struttura per la prenotazione del soggiorno desiderato.

Sono state inoltre portate a consolidamento le attività sul sistema di raccolta e gestione delle banche dati delle strutture ricettive di tutta la Toscana, realizzate con la sinergia di tutte le Province toscane.

Oltre 3.300 le strutture ricettive che si sono attivate (accreditate) sulla piattaforma: strutture “virtuose”, sul totale di oltre 16.000 presenti in Regione, che hanno un proprio channel manager tramite il quale si interfacciano con il sistema (mettendo a disposizione date e disponibilità delle camere) e/o un Booking Engine che permette di effettuare transazione di-

retta sul sito della struttura.

Ad ogni modo, tutte le 16.000 strutture sono contattabili a mezzo mail dai nostri front end, in modo da poter chiedere in maniera indipendente la disponibilità di una camera, ed eventualmente prenotarla.

Il tasso di conversione è il 16,6 % e se consideriamo che il click rate sui siti web delle strutture è del 15% (circa 66.200 click se si considerano anche gli utenti provenienti da widget su siti di terze parti), si tratta di un dato molto positivo, visto il numero relativamente basso di strutture con il booking engine integrato.

Il **servizio di Help Desk telefonico**, effettuato tutti giorni feriali dell'anno, ha ricevuto oltre 2.800 telefonate e risposto a più di 4.500 mail di assistenza.

Il servizio di Help Desk è una ric-

chezza per la nostra piattaforma, è il termometro degli operatori turistici e fonte di consigli e segnalazioni di miglioramento attraverso suggerimenti ricevuti: varie implementazioni di servizi apportati alla piattaforma sono infatti frutto del ragionamento e/o necessità segnalate dagli operatori del settore.

E' stato inoltre **rimodernato il sito istituzionale di FST**, rivisitandolo nella veste grafica, e dotandolo di una architettura più lineare e consultabile dei contenuti.

Il sito è stato realizzato con tecnologia opensource Wordpress e plugin customizzati secondo le necessità dell'area comunicazione in accordo con la Direzione.

Per quanto riguarda i portali **Vetrina Toscana e Pranzo Sano Fuori Casa**, è stato rafforzato il rapporto con i territori integrando il maggior numero possibile di strutture ricettive aderenti al progetto, ol-



tre alla maggiore interazione, già menzionata, tra il portale Vetrina e la app Travel Intoscana.

Uno dei tanti progetti che ha visto coinvolta l'area IT è la realizzazione di un sistema di archiviazione e taggatura delle produzioni multimediali, a supporto della funzione di ricerca sia dalle sedi interne che da location esterne (es. che spesso ci vedono protagonisti nell'organizzazione degli eventi. Il sistema di archiviazione è stato realizzato con la Piattaforma Elements ed è installato presso la sede FST.

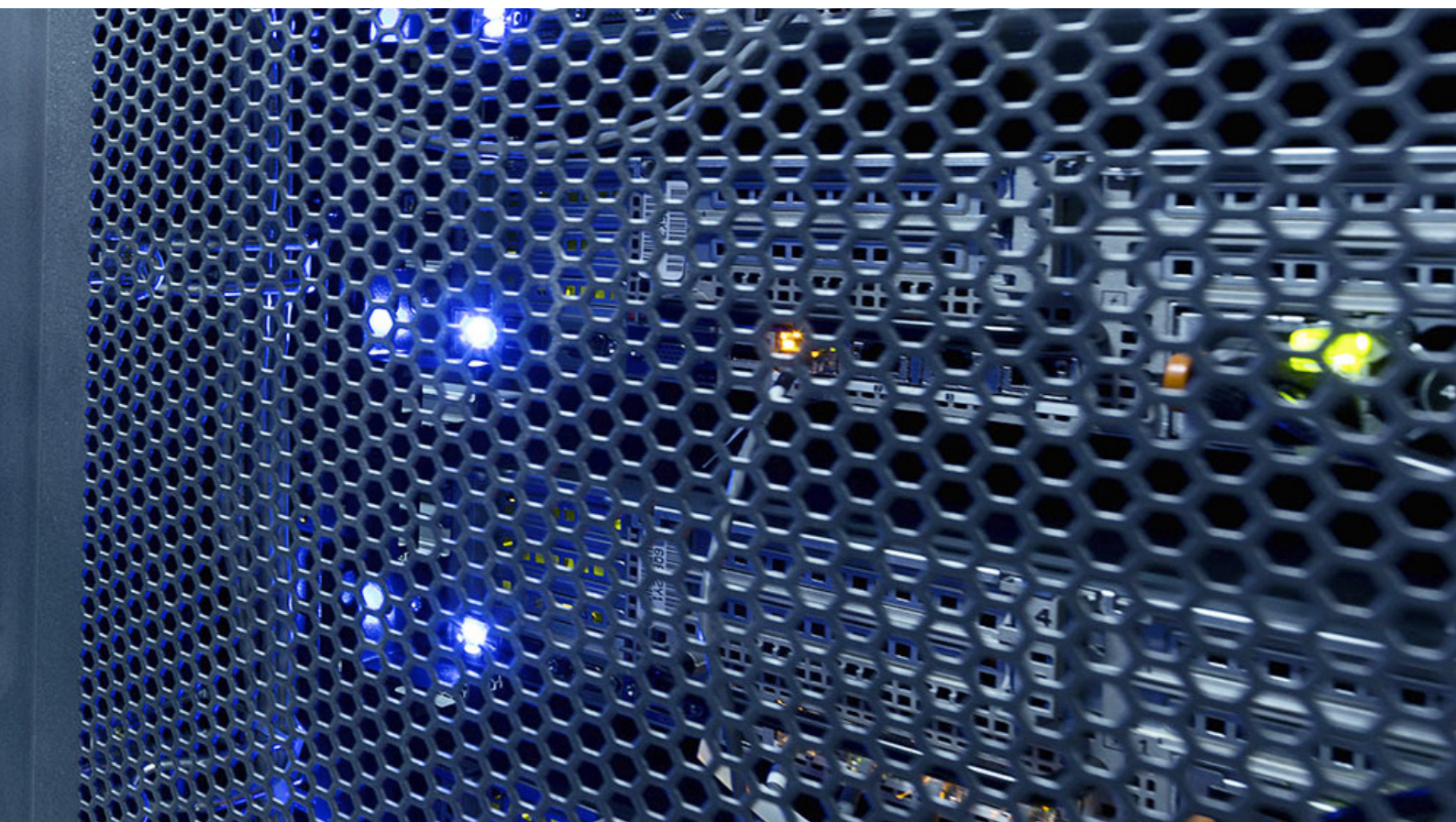
Infine è stato curato il lancio della piattaforma MyBTO (prima piattaforma di networking realizzata nell'ambito di attività FST), la sua integrazione con il sito buytourismonline.com e con il servizio di ticketing.

MyBTO ha rappresentato una delle principali novità dell'edizione 2015 di BTO, consentendo

una gestione diretta dei badge e il coinvolgimento di espositori e visitatori in varie forme di networking, dalla vetrina dei prodotti al business matching.

Valore pubblico dell'infrastruttura tecnologica FST

Tutte le attività connesse alle infrastrutture tecnologiche descritte per la loro natura e appartenenza o al mondo pubblico o ad un contesto di sistema territoriale, vanno considerate e valutate come progetti a lungo termine, e intese come un bene di pubblica utilità grazie al quale numerosi soggetti pubblici e privati hanno potuto colmare lacune sia tecnologiche che di conoscenza nel mondo della comunicazione digitale (tipiche del digital divide che ancora oggi è presente in Toscana).



TOSCANI NEL MONDO

Un'azione di comunicazione integrata che trasforma i toscani all'estero in "ambasciatori" della Regione



Il sito dei Toscani nel Mondo si presenta con una grafica fresca e moderna, con un ampio spazio per i contenuti multimediali – video e immagini – e a misura di condivisione e integrazione sui Social Network, da Facebook a Twitter fino a Youtube. Il nuovo sito durante tutto il 2015 ha portato avanti con successo il suo obiettivo di valorizzazione dei toscani all'estero come testimonial e ambasciatori della Toscana su scala planetaria, con implicazioni non solo sul piano culturale e turistico, ma anche economico, promozionale e di immagine.

Aggiornamento contenuti

Aggiornamento editoriale/informativo/multimediale del sito come canale di comunicazione, promozione e networking, con articoli, news, schede, approfondimenti, post, video, audio, interviste, fotogallery.

- 21 articoli inseriti nell'area News, per informare i lettori del sito delle iniziative dei TNM, delle opportunità economiche promosse da organizzazioni come Tosca-

na Promozione, e per raccontare ai lettori le notizie più d'attualità, da una scoperta fatta dai ricercatori delle università toscane alla presentazione di un film toscano all'estero.

- 13 articoli inseriti nell'area Webzine, con interviste e approfondimenti dedicati alle eccellenze della Toscana all'estero, alla promozione dei rapporti commerciali e culturali tra la Toscana e il resto del mondo, ma anche dedicati alle personalità del mondo produttivo e culturale toscane o d'origine toscana che si sono distinti a livello internazionale.

- 7 bandi inseriti nell'area Opportunità, dove i toscani nel mondo possono trovare informazioni non solo sui bandi istituzionali della Regione Toscana – come le borse Mario Olla – ma anche su tutti i bandi di enti privati che si rivolgono anche a chi vive all'estero o a chi vorrebbe andare all'estero.

- 8 Fotogallery inserite

- 4 Video inseriti nell'area Multimedia, con servizi giornalistici, interviste, approfondimenti.

- 10 eventi inseriti nell'area

Eventi, con un calendario di appuntamenti mondiale di interesse per i TNM

- 5 contributi raccolti nell'area Blog

Social Media Strategy

Gestione dei presidi sui principali social network esistenti (Facebook, Youtube, Pinterest, ecc.), con particolare attenzione alla valorizzazione delle relazioni professionali/economiche/promozionali.

In particolare:

Pagina Facebook

Toscani nel Mondo:

- 1437 like

- Media di un aggiornamento al giorno

- Paesi di provenienza degli utenti: nei primi tre posti si posizionano Italia (810), Brasile (125) e Argentina (117).

Gruppo Facebook

Toscani nel Mondo:

- 3.791 membri

Numerose e costante interazioni, dialoghi e dibattiti

- Audience potenziale: 80mila persone

Canale YouTube

- 167 video
- 105 iscritti
- 53.998 visualizzazioni

Produzioni multimediali

Realizzazione di servizi video, clip e interviste per sito, blog, canale YouTube e social network.

- 75 Video inseriti nell'area Multimedia del sito, con servizi giornalistici, interviste, approfondimenti.
- 167 video caricati nel canale YouTube dei Toscani nel Mondo

Blog e Community

Aggiornamento contenuti, potenziamento e valorizzazione del blog ufficiale dei Toscani nel Mondo come canale di comunicazione diretto tra Regione/utenti web e spazio di effettiva partecipazione.

- 215 utenti registrati al sito
- 25 post inseriti nell'area Blog

Copertura degli eventi

Copertura giornalistica di tutte le iniziative che vedono coinvolti a vario titolo i Toscani nel Mondo, dai percorsi formativi organizzati per i giovani toscani nel mondo alla mostra "Cento anni di sapori toscani nel mondo" realizzata in occasione dell'Expo di Milano.

- Copertura giornalistica – con realizzazione di articoli e video – dell'incontro che si è tenuto nel-



la sede della Regione di Palazzo Strozzi Sacrati con i ragazzi di origine toscana che sono venuti a frequentare il corso di Lingua e Cultura italiana all'Università per stranieri di Siena grazie alle borse di studio della Regione Toscana.

- Copertura giornalistica – con realizzazione di articoli, fotogallery e video – della mostra "Cento anni di sapori toscani nel mondo", promossa dalla Regione Toscana e curata dalla Fondazione Paolo Cresci per la storia dell'emigrazione italiana di Lucca che è stata allestita a Lucca e a Milano in occasione dell'Expo, per documentare come gli emigrati toscani abbiano portato la cultura gastronomica della loro terra in tutti i continenti.

- Copertura giornalistica – con realizzazione di articoli e video – dell'incontro che si è tenuto il 22 luglio a Firenze a Villa Fabbricotti

con i 38 giovani toscani nel mondo che si sono ritrovati in Toscana per riscoprire la loro terra d'origine: di questi, 25 avevano partecipato al Corso di Lingua e Cultura italiana all'Università per Stranieri di Siena ed un altro gruppo di 13 stava terminando un percorso di riqualificazione professionale con stage in aziende toscane grazie al profetto "Be Tuscan".

- Copertura giornalistica – con realizzazione di articoli e fotogallery – sulla mostra "Viaggio nell'architettura del Novecento in


3.800
membri FB
80.000
reach social


54.000
visualizzazioni YT e
167 video


75
nuovi servizi e interviste
caricati

WORLD WIDE VIEWS ON CLIMATE AND ENERGY 2015

Digital media strategy per l'evento che ha portato la voce dei cittadini toscani alla prossima Conferenza Internazionale sul Clima di Parigi.



In contemporanea in 100 paesi del mondo, il 6 giugno 2015 si sono tenuti dibattiti con cittadini e cittadine per contribuire alle negoziazioni internazionali su questioni cruciali per il futuro del pianeta: l'energia e il clima. Nelle intenzioni degli organizzatori questo processo partecipativo è stato finalizzato ad arricchire la XXI Conferenza Internazionale sul Clima tenutasi a Parigi (30 novembre-12 dicembre 2015).

La Regione Toscana ha aderito all'evento per il tramite dell'Autorità regionale di garanzia e promozione della partecipazione e del dibattito pubblico, un organo indipendente istituito con legge regionale n. 46/2013.

Fondazione Sistema Toscana ha fornito servizi specifici in merito alla comunicazione e promozione dell'evento. In dettaglio FST si è occupata di:

- Definire la visual identity del progetto
- Realizzare gli adattamenti grafici per i materiali di comunicazione
- Attuare la strategia di promozione e comunicazione attraverso i social media
- Curare l'attività di ufficio stampa e supportare le azioni di media planning di RT

Obiettivi finali delle azioni intraprese da FST a supporto del progetto sono stati:

- Agevolare il corretto svolgimento dell'iniziativa;
- Comunicare a cittadini, istituzioni, enti e soggetti del sistema regionale e nazionale l'importanza del tema e dell'apertura di un dibattito pubblico e partecipato su di esso; Facilitare la partecipazione da parte dei cittadini;
- Rafforzare l'immagine di istituzione sensibile e consapevole ai temi della partecipazione di Regione Toscana;
- Ottenere la massima valorizzazione dell'evento nonché potenziare il ritorno in termini di partecipazione e visibilità del processo partecipativo.

RICERCATOSCANA.IT

Un progetto di comunicazione web che valorizza il sistema toscano della ricerca

Il progetto di comunicazione digitale sul sistema della ricerca regionale ha come nucleo e principale collettore di informazioni il sito www.ricercatoscana.it, messo a punto da Fondazione Sistema Toscana e online dal 2013. Il sito si pone come punto di riferimento per informarsi sul patrimonio di progetti attivati dalla Regione, ma anche per condividere esperienze e buone pratiche nei campi dell'innovazione, della ricerca applicata, delle start-up e del trasferimento tecnologico.

Il progetto di comunicazione web si pone come **obiettivi generali**:

- valorizzare i progetti, le storie, le best practices, i principali "partenariati", le attività e le iniziative del sistema toscano della ricerca
- promuovere l'immagine della ricerca toscana in Italia e nel mondo, secondo le linee di indirizzo della Regione e il coordinamento degli uffici di settore
- stimolare il dialogo on line con la community di riferimento e costruire uno spazio di confronto su ricerca d'avanguardia, didattica,

trasferimento tecnologico, occupazione, competitività della Regione

- sviluppare in modo integrato la comunicazione del mondo della ricerca con le attività pianificate da Regione Toscana, grazie alla complementarità tra il sito istituzionale www.regione.toscana.it e il sito verticale www.ricercatoscana.it.

Attività svolte nel 2015

- Realizzazione di una sezione speciale dedicata a "**La Toscana verso Expo 2015: ricerca innovazione formazione**" con articoli, video e banner per mettere in rilievo i 32 progetti nel settore dell'Agri-food e della Nutraceutica che sono stati realizzati grazie alle risorse messe in campo dalla Regione Toscana e sono stati presentati all'Expo.
- Realizzazione della versione in Inglese dei **129 progetti catalogati e inseriti sul sito** della ricerca nei seguenti settori: Salute, Scienze della vita e neuroscienze, Robotica e biorobotica, Accelerazione della

conoscenza, Fotonica e fisica delle alte energie, Nuovi materiali e nanomateriali, Beni culturali, Energia, Spazio, Sviluppo clima agricoltura e foreste, Innovazione sociale.

- Realizzazione di **articoli nella sezione Webzine**, inserimento Eventi e realizzazione di video legati al sistema della ricerca toscano. In particolare è stato dato risalto e spazio alle seguenti iniziative: Bright - La Notte dei Ricercatori in Toscana; Start Cup Toscana 2015; Smau Firenze e Toscana Technologica; i progetti del Bando Agrifood e del Bando Nutraceutica presentati a Firenze e all'Expo di Milano; bandi e opportunità per imprese e ricercatori come PhD Talents, Horizon 2020, Progetto ATENE.

I contenuti realizzati dalla redazione hanno trovato ampio spazio anche sui social network ufficiali di intoscana.it, con rilanci attraverso YouTube, Facebook e Twitter, con l'obiettivo di stimolare conoscenza, dialogo e dibattito su un settore di eccellenza della Toscana.



32

I progetti Agrifood e Nutraceutica valorizzati sul sito web



100

Gli articoli e gli eventi di settore inseriti e pubblicati ogni anno



130

Il database dei progetti della ricerca scientifica toscana inseriti e aggiornati sulla piattaforma

UPGRADE, L'HACKATHON DI #APP-RENDERE



APP-rendere è un progetto promosso da Upi Toscana – di cui FST è partner pluriennale – ed è finanziato nell'ambito dell'iniziativa ministeriale Azione Province Giovani: un processo di partecipazione, una sperimentazione rivolta ai ragazzi in età scolastica, in modo da motivarli a creare ambienti didattici coinvolgenti, trasformandoli da semplici spettatori in autori di contenuti.

Nell'ambito di questo progetto, da venerdì 15 maggio a domenica 17 maggio 2015 si è svolto a Pisa Upgrade, una **maratona di sviluppo di 50 ore** che ha messo in gioco i migliori giovani talenti tecnologici per individuare e sviluppare due nuove e inedite app mobile, una in area umanistica e una in area scientifica, per facilitare l'apprendimento scolastico. I partecipanti si sono costituiti in team di lavoro e, al termine dell'hackathon, hanno illustrato a una giuria di esperti il proprio progetto di app.

Upgrade ha offerto la possibilità ai due team vincitori di lavorare per tre mesi allo sviluppo delle APP – sotto il tutoraggio di docenti del Dipartimento di

Informatica dell'Università di Pisa – grazie a un **contributo economico di 12.500 euro ciascuno**, fino alla pubblicazione su specifico store delle due APP che sono state messe gratuitamente a disposizione degli studenti di tutta Italia a partire da settembre 2015.

Fondazione Sistema Toscana, in qualità di partner del progetto, ha partecipato con impegno e disponibilità alla cabina di regia e alle riunioni operative organizzate da Upi Toscana.

Nello specifico, ha partecipato attivamente al raggiungimento di alcuni output di progetto condividendo il proprio know-how e mettendo a disposizione alcune proprie competenze in ambito di comunicazione digitale, di organizzazione di conferenze stampa, di organizzazione di hackathon, di emanazione e di gestione di call aperte per la selezione dei partecipanti all'hackathon.

Ad esempio, ha preso parte attiva alle principali fasi della realizzazione dell'hackathon Upgrade”, dalla ideazione alla stesura del bando alla diffusione dello stesso sul web attraverso i propri canali

istituzionali, il portale web di informazione “Intoscana”, il sito di Internet Festival, la newsletter corporate e i profili social, allo svolgimento della selezione delle candidature, alla scelta della commissione di giuria e alla logistica.

Inoltre, grazie al supporto della responsabile Ufficio Stampa corporate di FST è stata realizzata nel mese di settembre una conferenza stampa presso il Consiglio Comunale della Provincia di Pisa per presentare le due app che sono state realizzate e messe sulle store online gratuitamente dai due team che hanno partecipato e vinto l'hackathon Upgrade, con il contributo finale di 12.500 euro.

FST si è resa alquanto disponibile, poi, nella condivisione della propria expertise relativa alle campagne di comunicazione web e alla gestione di account e profili social del progetto e del content management e assistenza informatica della piattaforma Tag Toscana Area Giovani, sulla quale sono veicolati i contenuti del progetto Apprendere.



FST ha veicolato e promosso i contenuti e le attività del progetto Apprendere all'interno di altre iniziative, eventi, manifestazioni, festival di cui si è resa promotrice nel corso dell'anno appena conclusosi.

Lo stesso progetto è stato ampiamente promosso anche durante la quinta edizione di Internet Festival, che si è tenuta a Pisa dal 8 all'11 ottobre: i due team vinci-

tori hanno partecipato ad alcuni workshop all'interno dell'area tematica "T-tour", che sta per "tutorial tour" mettendo in condivisione le proprie conoscenze informatiche e competenze professionali nel campo dello sviluppo di app per mobile.

A supportare il progetto, la piattaforma online TAG -Toscana Area Giovani <http://www.tagtoscana.it/>, creata da Fondazione

Sistema Toscana, che mira a raggiungere un pubblico ancora più vasto.



50

ore di sviluppo durante l'hackathon



25.000€

assegnati ai due team vincitori

EUROPROGETTAZIONE

L'attività di FST dedicata allo sviluppo di progetti comunitari, curata dall'Area Progetti Comunitari e Territoriali, con una specifica vocazione verso le nuove tecnologie

L'attività è curata dall'Area Progetti Comunitari e Territoriali di FST, e comprende le seguenti fasi:

- monitoraggio, scouting e analisi di bandi comunitari, nazionali e regionali
- partecipazione ad eventi informativi istituzionali
- ricerca partner pertinenti sia a livello europeo che locale
- organizzazione e partecipazione ad incontri (virtuali e non) finalizzati alla redazione del progetto
- predisposizione della documentazione amministrativa
- redazione del progetto e coordinamento con i partner di progetto per la raccolta dei contenuti

Nel caso di progetti finanziati, le principali attività comprendono:

- svolgimento delle attività come dettagliate nei singoli progetti (che possono coinvolgere diverse aree di FST a seconda delle attività previste)
- monitoraggio qualità del progetto

- organizzazione e partecipazione a incontri di progetto
- predisposizione reportistica e rendicontazione periodica e finale

Risultati

Partecipazione a progetti regionali, nazionali e comunitari per lo svolgimento di progetti in linea con la mission e le esperienze di FST.

Europeana Space

L'obiettivo di EuropeanaSpace è quello di aumentare e migliorare l'utilizzo di Europeana da parte delle industrie creative, offrendo una gamma di risorse per sostenere il loro impegno. EuropeanaSpace costruirà tre "aree": tecnica, contenuti e innovazione, ambienti fisici e virtuali per consentire il riutilizzo creativo dei contenuti culturali. Queste aree conterranno linee guida e strumenti on-line, un ambito tecnico, una piattaforma per la gestione

dei diritti di proprietà intellettuale; hackathons e workshop per ispirare e sostenere: fornitori di contenuti, partner tecnologici, creatori e organismi del settore per sviluppare nuovi servizi e applicazioni basati su contenuti e incubazione/tutoraggio da parte di esperti di business per stimolare e sostenere l'imprenditorialità creativa. 6 Pilot e tre dimostratori presenteranno modelli innovativi di fruizione dei contenuti in TV interattiva, fotografia, danza, giochi, editoria e patrimonio culturale. Un programma di diffusione e sostenibilità di ampio respiro garantirà la penetrazione a livello europeo delle migliori pratiche sviluppate e condivise attraverso il progetto. FST si occupa di coordinare il pilot dedicato ai musei e di fornire contenuti per il pilot della danza in collaborazione con ADAC Toscana. Ha inoltre l'incarico di organizzare un workshop e supportare l'organizzazione di un hackathon, oltre a supportare le attività di divulgazione del progetto.



Risultati

Per il 2014-15 i risultati previsti dal progetto, relativamente alle attività in capo a FST, sono:

- Predisposizione dei prototipi relativi alle applicazioni dedicate a i musei
- Organizzazione di un workshop dedicato al marketing creativo
- Supporto all'organizzazione di un hackathon dedicato ai musei



13
paesi coinvolti

29
partner europei

TOSCANA LAB - OFFICINE DIGITALI

Laboratorio itinerante dedicato al web 2.0 e al cultural digital divide: un format di evento verticale dedicato al web, ai social media e alla comunicazione digitale



Nel 2015 FST ha curato un percorso formativo per la Camera di Commercio di Livorno: "Come migliorare la comunicazione istituzionale attraverso Facebook".

- Come taggare le altre pagine
- Come usare la pagina su Facebook
- Come creare account per fare la pubblicità
- Come eliminare una pagina fan
- Come leggere le statistiche: panoramica su tutto quello che Facebook insights offre
- A proposito dei post
- A proposito di immagini
- Come cercare immagini in Rete: su Google, su Flickr, risorse esterne
- Come creare un form online
- Sito web: alcune note



+261%

*Utenti unici sul sito
nell'ultimo anno*



4.500

Followers su Twitter



7.200

Likes su Facebook

ICT E SERVIZI DIGITALI

Per la valorizzazione del patrimonio culturale e turistico della Toscana



**Sito Web, Digital e Social Media Strategy, Booking Online,
Visit Tuscany Card-App, Help Desk, Travel Experience:
l'ecosistema digitale che promuove la Toscana nel mondo.**

TURISMO.INTOSCANA.IT

La piattaforma digitale al servizio della destinazione Toscana e della promozione del suo straordinario patrimonio turistico, culturale e paesaggistico. Punto di riferimento per chi vuole scegliere la nostra regione come meta dei propri viaggi.



Il sito rappresenta lo snodo centrale dell'innovazione tecnologica al servizio della promozione turistica della Regione. Tra gli obiettivi principali perseguiti nel 2015 vi è in particolare quello di fornire servizi a valore aggiunto in grado di far vivere all'utente/turista/viaggiatore, attraverso il web, un'esperienza utile e interessante per la scoperta e la conoscenza della Toscana: dalle applicazioni mobile al booking, dai "pacchetti/offerte" alla dimensione editoriale/informativa, dalla comunicazione web alle strategie di social marketing. Nel 2015 il sito del turismo ha puntato allo sviluppo di contenuti e servizi digitali al fine di:

- garantire un aggiornamento costante grazie al lavoro di una redazione dedicata;
- garantire l'aggiornamento della versioni in lingua inglese ed il mantenimento delle versioni in portoghese/brasiliiano, cinese, russo e tedesco;
- massimizzare il rapporto tra contenuti editoriali e offerte/prodotti/servizi;
- rafforzare il sistema di booking online;
- potenziare e incrementare la sezione dei prodotti tematici;
- sviluppare le applicazioni innovative su "mobile";
- attivare sinergie con la rete degli OTD (Osservatori Turistici di Destinazione)
- integrare maggiormente il portale regionale con i siti istituzionali territoriali
- stringere alleanze con i grandi attori del web per aumentare il numero di utenti.

Aggiornamento contenuti

Il sito è costantemente aggiornato dalla redazione di turismo.intoscana.it. Nel 2015, per quanto riguarda le versioni in italiano ed in inglese, sono stati inserite e/o revisionate oltre **1000 schede e pubblicati 100 video/fotogallery.**

Tematismi

Nella ricca articolazione della homepage, il portale offre inoltre un'area dedicata a proposte fortemente tematizzate e "verticali" per turisti che cercano un preciso tipo di vacanza. Al momento sono diciassette le sezioni/siti web presenti all'interno di www.turismo.intoscana.it. Mel

2015 ne sono state realizzate ulteriori cinque "tematismi" a partire da progetti ex novo, vale a dire:

- Around Francigena
- Giubileo
- Toscana Wine Architecture
- Artigianato in Toscana
- Expo 2015 (on line fino al 31/12/2015)

Siti che si aggiungono a quelli già esistenti e costantemente aggiornati nel 2015 dalla redazione:

- Toscana da cinema
- Neve in Toscana
- Toscana Gay Friendly
- Turismo senza barriere
- Strade del vino e dell'olio
- Vacanze in moto
- Vacanze per famiglia
- Via Francigena
- Turismo equestre
- Vacanze all'aria aperta
- Toscana underground
- Viaggi di istruzione
- Benvenute in Toscana
- Cicloturismo

Potenziamento versione "mobile"

Nel 2015 la versione "mobile" del sito - già progettata e realizzata nel corso del 2014 - è stata ulteriormente raffinata. La nuova versione "mobile" del portale - con il suo forte impatto visivo e grafico e un formato compatto che facilita i percorsi di navigazione - valorizza la dimensione promo-commerciale della piattaforma (booking e pacchetti/offerte) e la ricchezza dei contenuti testuali/multimediali aggiornati e prodotti dalla redazione/social media team.

App/Card

Il 2015 è stato dedicato alla ulteriore valorizzazione della app Travel in Toscana, che ha raggiunto oltre 12.000 download. Di fatto "Travel Intoscana" non è una semplice conversione del sito istituzionale del turismo, ma uno strumento in più per

vivere la Toscana con servizi ad hoc, eventi, mappe, offerte, contenuti georeferenziati, banche dati, strutture ricettive e ristorazione.

Community "me intoscana"

Il 2015 ha visto il completamento della progettazione della community dei portali www.intoscana.it e www.turismo.intoscana.it con il passaggio alla fase operativa della realizzazione tecnica e alla imminente messa on line. I punti di forza sono: iscrizione unica per tutte le piattaforme marcate "intoscana"; integrazione con Facebook, Twitter e Google Plus; profilo personalizzato per ciascun utente; personalizzazione dei contenuti e dei percorsi di navigazione.

Widget al servizio del territorio.

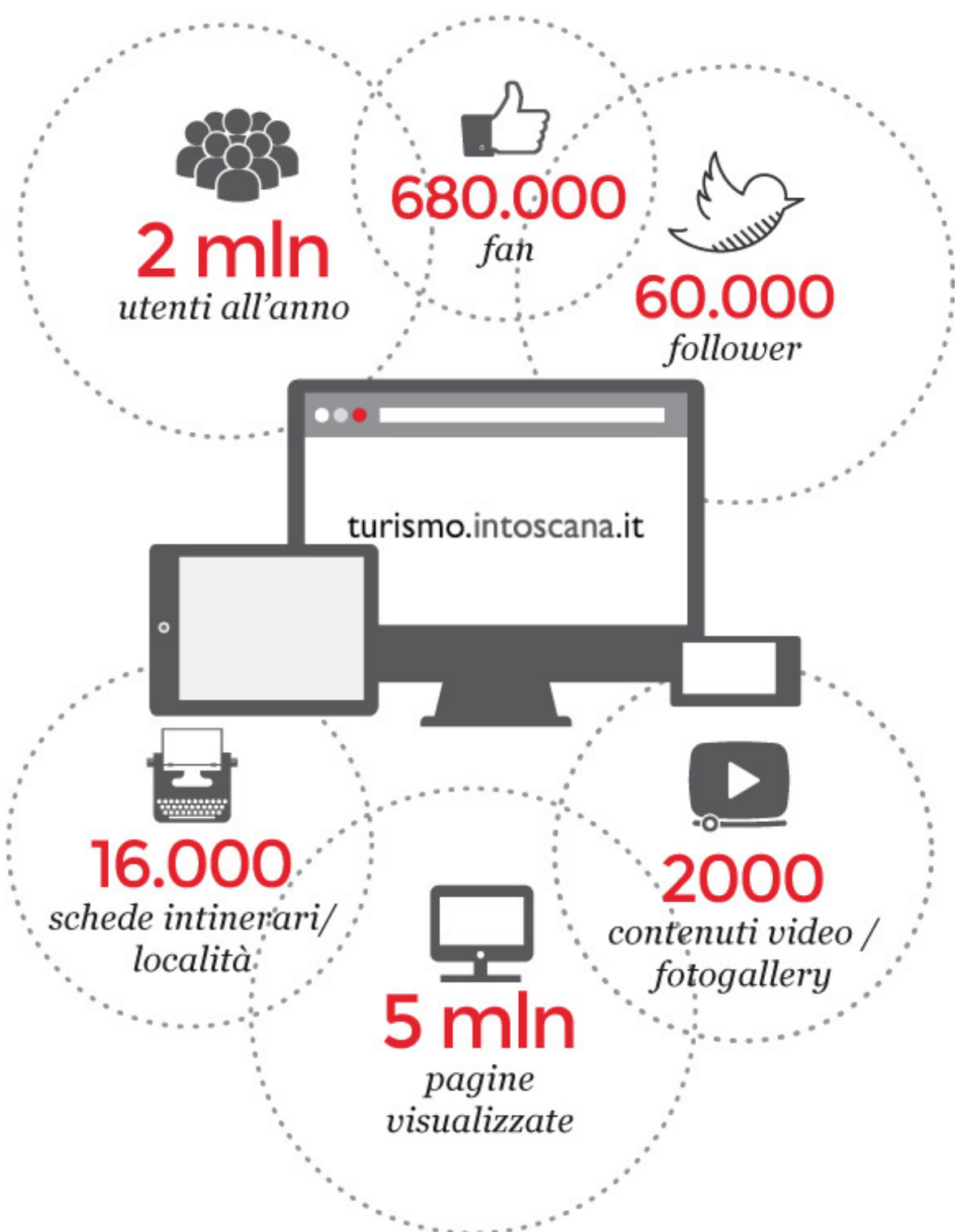
Sia per il booking che per il Toscana

Events sono stati raffinati i cosiddetti "widget" [mini-applicazioni] a disposizione dei siti territoriali per incorporare i database regionali delle strutture ricettive e i flussi degli eventi georeferenziati.

Seo - Search Engine Optimization.

A supporto e coerentemente con l'attività editoriale, di marketing e di social media marketing messa in piedi da FST per la destinazione Toscana, sono state realizzate nel 2015 molteplici articolate attività SEO mirate a migliorare le performance del network di turismo.intoscana.it. In particolare sono stati svolti numerosi interventi di ottimizzazione tecnica ed editoriale e potenziato il lavoro di ricerca delle keyword per cui ottimizzare le varie sezioni del portale del turismo sui principali motori di ricerca.





Digital e Social Media Strategy

L'attività di Social Media Strategy genera visibilità verso il mondo dei social media, le comunità virtuali e gli aggregatori 2.0. Il fine di questa attività è alimentare ed elevare il livello delle conversazioni con i nostri utenti/turisti: attraverso i blog e account social si creano relazioni one to one con i partecipanti alla community in uno scambio continuo di suggestioni e informazioni.

La Social Media Strategy nel suo insieme integra in modo imprescindibile con la dimensione conversazionale gli obiettivi affidati al sito ufficiale della Toscana.

Queste le attività del Social Media Team dedicato:

- l'**attività editoriale su blog e social media e la produzione di contenuti multimediali** a cura della redazione e del Social Media Team
- l'**attività di analisi e monitoraggio della stessa**, mirata ad individuare tendenze di interazione con la community di Visit Tuscany, che ad oggi, solo su Facebook, conta **700.000 fan** e un incremento delle interazioni di **oltre il 600%** rispetto al 2012.
- l'attività di **web monitoring e analisi del sentiment con la sua reportistica**, realizzata sia grazie a specialisti interni sia alla collaborazione con aziende selezionate
- l'attività di "digital pr" **Play Your Tuscany**, i blogtour organizzati insieme a Toscana Promozione e dedicati a singoli territori, grazie ai quali si generano video, foto e narrazioni originali e di elevata capacità comunicativa. Per il mantenimento dell'attuale livello di efficacia e funzionalità delle suddette attività è inoltre necessario mantenere attivi i servizi anche dal punto di vista strumentale e **software** (in particolare dovranno essere confermati Hootsuite, QHUB e Backupify).

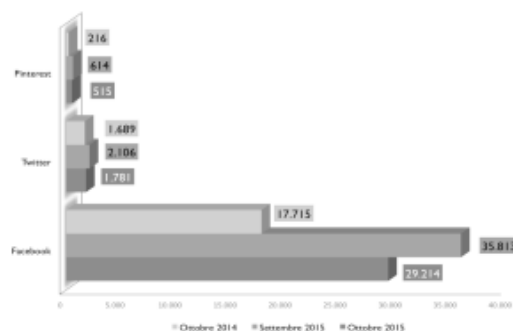
Risultati 2015

Per l'anno 2015 è necessario sottolineare che, a causa delle difficoltà legate alla congiuntura economica e istituzionale, i trasferimenti di risorse dedicati al turismo digitale hanno subito dei gravi ritardi andando a impattare sull'andamento di tutte le attività, incluse quelle di Social Media Strategy che non ha potuto contare su adeguati livelli di investimento, in particolare per l'advertising online. Questo ha prodotto un calo di traffico verso il sito turismo.intoscana.it dai canali social pari al 18% sul 2014 (valori assoluti ottobre 2015). In compenso, l'entità in cui i canali social contribuiscono al traffico complessivo verso il sito è aumentata del 57%, confermando il ruolo decisivo di questa componente per la promozione territoriale.

Performance 2015 dei principale canali social

VARIAZIONE PERCENTUALE

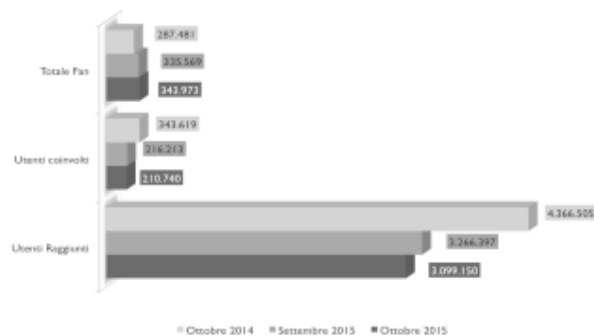
	Mese precedente	Anno precedente
FACEBOOK	-18,43%	+64,91%
TWITTER	-15,43%	+5,45%
PINTEREST	-16,12%	+138,43%



Performance 2015 della pagina Facebook Visit Tuscany

VARIAZIONE PERCENTUALE

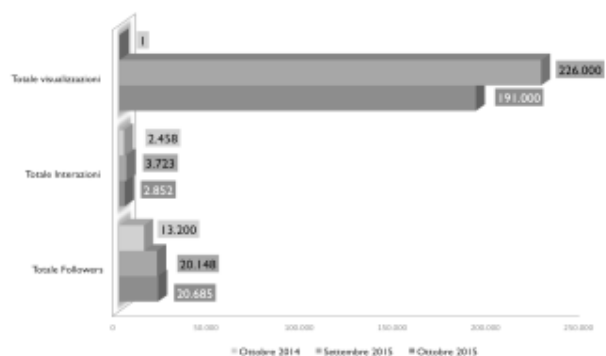
	Mese precedente	Anno precedente
TOTALE FAN	+2,50%	+19,65%
UTENTI COINVOLTI	-2,53%	-38,67%
UTENTI RAGGIUNTI	-5,12%	-29,02%



Performance 2015 Twitter

VARIAZIONE PERCENTUALE

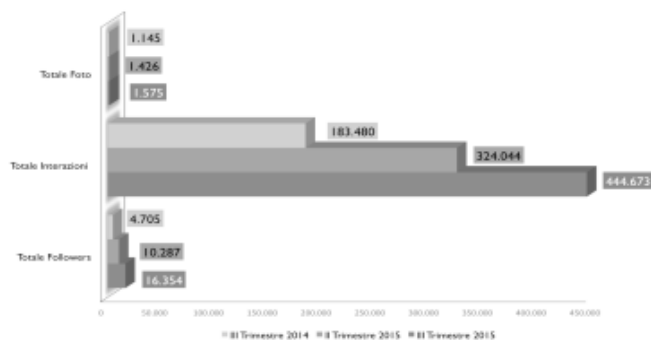
	Mese precedente	Anno precedente
TOTALE FOLLOWER	+2,66%	+56,70%
TOTALE INTERAZIONI	-23,39%	+16,02%
TOTALE VISUALIZZAZIONI	-15,48%	//



Performance 2015 Instagram

VARIAZIONE PERCENTUALE

	Mese precedente	Anno precedente
TOTALE FOLLOWER	+58,97%	+247,58%
TOTALE INTERAZIONI	+37,22%	+142,35%
TOTALE FOTO	+10,44%	+37,54%



In sintesi: nonostante le forti criticità dell'anno concluso, il numero di fan della pagina Facebook Visit Tuscany è in costante aumento sia come trend mensile nel 2015 sia rispetto all'anno precedente (+19,65%); analogo andamento anche per il canale Twitter, con +56% di follower sul 2014, con un record di crescita registrato per il canale Instagram (+247% sul 2014).

Booking Online e Help Desk

Si tratta di una piattaforma disponibile gratuitamente per tutte le strutture toscane, senza alcuna forma di revenue o costo aggiuntivo; il costo di realizzazione è stato assai contenuto (per quanto riguarda manutenzione, promozione e servizio di help desk nel corso del 2015 sono stati spesi meno di 50.000).

- L'obiettivo primario è quello di indirizzare traffico e visibilità sulle strutture toscane, accompagnando il potenziale acquirente fino alla soglia della prenotazione, che viene gestita e transata direttamente dagli operatori privati.
- Una vetrina che conta su un data base che include tutte le 19.000 strutture ricettive della Toscana, nessuna esclusa, contattabili a mezzo mail dai nostri front end, in modo da poter chiedere in maniera indipendente e autonoma la disponibilità di una camera, e quindi eventualmente prenotarla (opportunità utilissima soprattutto per le piccole imprese che sono gran parte dell'intero sistema turistico toscano).
- Tra queste ci sono già 3.500 strutture "virtuose" accreditate sulla nostra piattaforma (nei primi due anni di sperimentazione eravamo fermi a poche centinaia); sono dotate di un proprio channel manager con cui si interfacciano con i nostri sistemi, mettendo a disposizione date e disponibilità delle camere e/o un booking Engine che permette di poter effettuare transazione diretta sul sito della struttura.
- Il tasso di conversione (ovvero il goal to click: tasto prenota, mail, visita sito delle aziende e richiedi) è molto positivo, pari al 16,6 % ; nel secondo trimestre del 2015 la media è stata di circa 2500 utenti unici al giorno giunti al tasto del "prenota".
- Il servizio è dotato anche di Help Desk telefonico giornaliero (vedi scheda)

Per queste evidenti ragioni il servizio del nostro sito di destinazione non è confrontabile con i modelli di business delle OTA internazionali (expedia, booking, trivago) per motivi evidenti. Il suo scopo primario, infatti, è quello di promuovere e diffondere processi di innovazione digitali per l'intero sistema territoriale, a partire dalle piccole e medie imprese. Oggi si aprono scenari nuovi in base al superamento del parity rate (prezzo internet obbligato e imposto come vincolo da tutte le OTA); in questo contesto l'esperienza maturata e promossa dalla Regione Toscana potrebbe generare ulteriori e interessanti novità.



3.500

strutture attive (oltre 2000 attivate dal 1 marzo 2014 al 31 luglio 2015)



312.500

visitatori unici



741.000

visite (traffico su singola pagina)



16,6%

Il goal to click (tasto prenota, mail, visita sito aziende e richiedi)

Help Desk

La funzione di help desk è il cuore della relazione con il sistema delle imprese toscane, soprattutto con le piccole strutture (la maggioranza dell'offerta toscana) che hanno maggiore difficoltà di utilizzo delle tecnologie digitali. Il servizio è svolto da una figura interna appositamente selezionata e garantisce alle imprese il supporto per l'inserimento e il monitoraggio delle proprie offerte sulla piattaforma di booking; è integrato sia con l'area IT (per garantire la piena funzionalità e l'avanzamento tecnico) che con l'area Comunicazione (per l'incremento della visibilità delle offerte grazie alle sinergie con la promozione di eventi quali Arcobaleno d'Estate, Cool-T e gli altri appuntamenti di rilievo in regione). Di ogni contatto viene tracciato motivo e tempi dell'intervento con redazione di apposito report trimestrale.



2.800

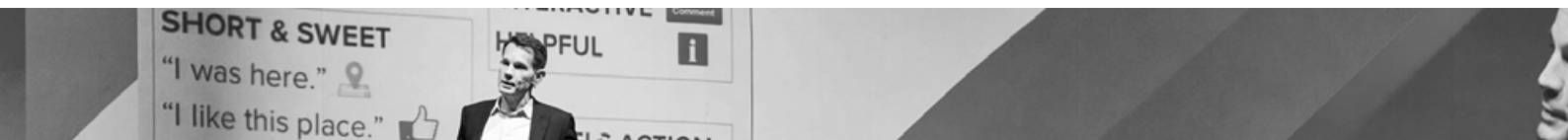
telefonate

4.500

mail di assistenza

BTO 2015

(Buy Tourism Online) è oggi l'evento di riferimento in Italia e tra i principali in Europa sulle connessioni tra turismo e tecnologie di rete



BTO (Buy Tourism Online) è ormai l'evento di riferimento in Europa sulle connessioni tra turismo e tecnologie di rete. Un marchio di Regione Toscana e Camera di Commercio di Firenze giunto nel 2015 all'ottavo anno di vita, con la forza di una identità che unisce valore scientifico e un format creativo molto amato dal proprio pubblico.

BTO è l'appuntamento più seguito e atteso da imprenditori e professionisti della filiera turistico-ricettiva, della promozione territoriale, della ricerca sul marketing dei prodotti turistici; ogni anno, BTO porta a Firenze i maggiori esperti mondiali, le aziende leader di settore e migliaia di operatori pubblici e privati in cerca di risposte alle tendenze del mercato, e delle soluzioni più avanzate per promuovere attività turistiche e territori con le tecnologie di rete. Dal 2014 può contare su un apporto eccezionale: Philip Wolf, fondatore di Phocus Wright (il più importante evento Travel al mondo): da speaker ad "ambasciatore", contribuisce ora allo sviluppo

del programma e dell'evento.

BTO è ormai un appuntamento irrinunciabile per:

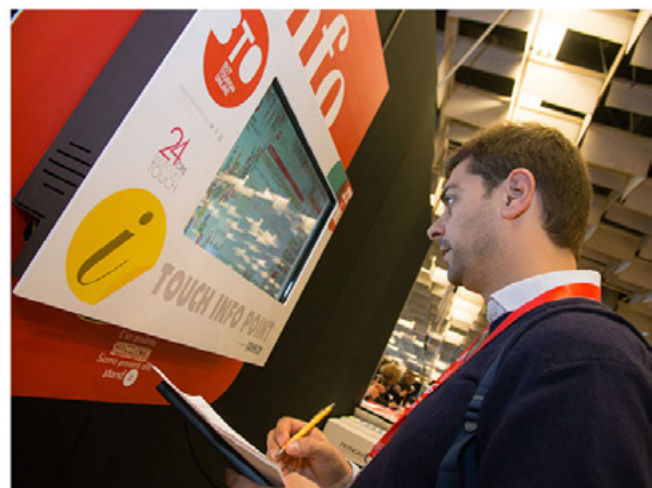
- gli operatori della lunga filiera turistico-ricettiva;
- il governo e i portatori d'interesse dei territori;
- chi studia e chi fa ricerca;
- chi lavora e chi lavorerà nel campo del marketing territoriale e turistico.

BTO offre:

- 150 eventi formativi in otto sale attive in contemporanea (Visioni, Cassette degli Attrezzi Basic e Advanced, Ricerche, dibattiti, interviste, Product Presentation), con l'opportunità per le aziende di presentare le loro migliori soluzioni
- un'area espositiva con aziende italiane e internazionali selezionate per la qualità e l'innovatività dei prodotti e servizi (58 espositori nel 2015)
- un formato non convenzionale (concept, programma e allestimenti) che incrementa il networking e la partecipazione
- un costo di ingresso minimo

rispetto all'offerta, reso possibile dai contributi pubblici e dalla natura non lucrativa dell'organizzazione e dell'evento, che facilita l'accesso a un numero sempre più alto di visitatori.

Fondazione Sistema Toscana è stato il principale soggetto attuatore, con il supporto di Profirenze-Azienda Speciale della Camera di Commercio di Firenze. L'evento beneficia del contributo di Toscana Promozione e Camera di Commercio di Firenze. Gli altri ricavi (2/3 del budget) derivano da vendita stand, bigliettazione e sponsor privati.



Risultati raggiunti nel 2015

- presenza di 19 speaker di livello internazionale per la sala "Visioni" (inclusa la presenza di leader mondiali di settore quali booking.com e Tripadvisor)
- convention nazionale di Best Western organizzata nell'ambito di BT02015
- 56 espositori paganti e 1400 visitatori paganti
- incremento del fatturato espositori e sponsor del 25% su 2014
- soggetti unici accreditati per l'ingresso: 6000 (oltre 10.000 presenze sui due giorni)
- presenti 16 paesi e 7 regioni italiane
- incremento copertura evento su stampa nazionale, 350 tra giornalisti e blogger



150

Eventi nel programma BTO 2015: Scenari, slot scientifici, Cassetta degli Attrezzi, Product Presentation



>10.000

Operatori partecipanti nei 2 giorni dell'edizione 2015



23%

Crescita media annuale dell'evento (presenze e ricavi commerciali) nelle ultime tre edizioni

VETRINA TOSCANA

Il portale che unisce ristoranti, botteghe, produttori e amanti della buona cucina, promuovendo l'enogastronomia e il turismo in Toscana



Il sito per la promozione dell'enogastronomia locale di qualità: il riferimento online, dotato di app e social network dedicati, per una rete che conta – ad oggi – **900 ristoranti, 300 botteghe e 150 produttori aderenti** che hanno sottoscritto un apposito disciplinare della Regione Toscana. Numeri in crescita grazie anche alla diffusione del progetto, evolutosi soprattutto sul web in una chiave sempre più orizzontale e di sistema, che punta a sostenere enogastronomia, made in Tuscany, turismo e cultura.

Il progetto on line, anche nel 2015, si è sviluppato portando avanti le **attività di comunicazione, promozione e web marketing** promosse da Fondazione Sistema Toscana, che riguardano in particolar modo il sito e i social network presidiati che contano oltre 9100 fan su Facebook e oltre 4100 follower su Twitter. La strategia social conta tra l'altro - tra i canali ufficiali - la presenza stabile anche su Pinterest, Instagram, Flickr e YouTube.

Sito

La redazione di FST ha garantito nel 2015 un aggiornamento costante del sito ufficiale del progetto www.vetrina.toscana.it, che ha visto un aumento dei ristoranti e dei produttori aderenti alla rete. In particolare sono state pubblicate decine di news, video e centinaia di eventi legati al circuito istituzionale di Vetrina Toscana. Un'intensa opera di comunicazione che ha consentito l'accrescimento della conoscenza del marchio della Regione Toscana non solo in Italia ma in tutto il mondo (il sito ha dal 2015 anche una versione in inglese).

Storie di Piatti

All'inizio del 2015, FST ha messo on line il sito www.storiedipiatti.it, approdo web di una proposta presentata dall'assessorato al turismo della Regione Toscana nell'ambito dell'iniziativa "VetrinaToscanaLab" (1 dicembre 2014). Alla fine del convegno fu lanciata l'idea di un contest che parlasse del territorio attraverso il ricordo di un piatto, non una

mera raccolta di ricette, ma un modo diverso per raccontare la Toscana.

Il sito - www.storiedipiatti.it - per tutto il 2015 è stata la piattaforma che ha raccolto gli oltre 150 racconti, giunti anche dall'estero. I più interessanti sono confluiti in **un ebook curato e realizzato da Fondazione Sistema Toscana**, in collaborazione con gli uffici regionali e con "Toscana Notizie". Un prodotto editoriale che si caratterizza per l'eterogeneità delle storie: alcune sono delle ricerche storiche, altre racconti inventati, molte sono ricordi dell'infanzia e proprio la molteplicità delle sfaccettature costituisce la ricchezza di questa piccola pubblicazione, una raccolta di diversi punti di vista che hanno come comune denominatore la toscana e la sua tavola [<http://www.toscana-notizie.it/-/storie-di-piatti-e-territori>]

App e Widget

Al momento sono oltre 800 i download dell'app realizzata sia per sistemi IOS che Android. Al contempo sono state realizzate le



mini-applicazioni chiamate “widget” con la possibilità - per i siti territoriali che ne fanno richiesta - di incorporare all’interno delle proprie piattaforme web i database delle strutture di ristorazione e degli eventi del circuito VT filtrati per aree geografiche.

Social Network

Buoni i risultati ottenuti anche attraverso le strategie di comunicazione social attivate su Facebook Twitter, Pinterest, Flickr e YouTube che hanno portato a condividere il progetto toscano con un numero interessante di utenti.

Ad oggi la pagina Facebook registra 9100 fan ed una media di 300 like al giorno. Anche su Twitter l’andamento è positivo con oltre 4.100 follower attivi che partecipano al dialogo in rete e creano coinvolgimento. Gli utenti interagiscono spesso con il profilo @VetrinaToscana facendo domande dirette per ricevere informazioni o consigli.

Il profilo Instagram ha 1228 follower. Infine, sul canale Youtube sono oltre 120 i video caricati che registrano una media di 700 visualizzazioni/mese.


270.000
visite


220.500
visitatori unici


425.000
pagine visualizzazione


9100
Fan Facebook


4100
follower Twitter

TOSCANA EVENTS

La piattaforma dedicata agli eventi in regione e integrata con i portali di FST

È il Calendario unico degli eventi di questa regione. Il sito www.toscana-events.it fotografa e restituisce sulla rete il **vastissimo panorama di manifestazioni che si tengono nel nostro territorio** regionale. Ogni evento:

- è geolocalizzato e il luogo è facilmente rintracciabile dalla mappa google che viene presentata;
- è correlato da altri 3 eventi suggeriti che si svolgono o che si svolgeranno nella stessa zona;
- è corredato da un massimo di 6 offerte turistiche riguardanti la zona interessata dall'evento.

Toscana Events costituisce **la piattaforma di riferimento per iniziative diffuse su tutto il territorio** come "Arcobaleno d'Estate", "Notti dell'Archeologia" e "Amico Museo". I contenuti sono gestiti dalla redazione, ma la piattaforma "crowd-content" è aperta al contributo degli operatori del sistema culturale/turistico regionale (e non solo) che possono alimentarla con le proprie proposte e iniziative (eventi e offerte commerciali).

Gli utenti possono facilmente tro-

vare gli eventi attraverso la ricerca per parola chiave, per luogo o per data e possono condividerli con un semplice click attraverso Facebook, Twitter e Google+.

Il sito è **totalmente "responsive"** e presenta una versione appositamente progettata per i dispositivi mobile: smartphone e tablet. Al sito è collegata la relativa app (in italiano e in inglese), disponibile per IOS e Android con oltre 4000 download complessivi. Lo sviluppo della app Toscana Events permette di avere sempre a portata di smartphone il calendario degli eventi in Toscana. Attraverso un sistema di geolocalizzazione e di ricerca è possibile conoscere gli eventi più vicini al punto in cui l'utente si trova.

Produzione contenuti

- 12mila eventi inseriti [cinema e spettacoli, convegni e congressi, folklore e rievocazioni storiche, festival, mostre, musica, sagre, fiere e mercati, manifestazioni sportive, teatro] grazie ai contatti instaurati con oltre 700 fonti territoriali;
- 4.000 eventi tradotti e inseriti in inglese;

● realizzazione delle sezioni tematiche "Anno dell'Archeologia", "Arcobaleno d'estate", "Expo-Tuscany" con tutti i relativi eventi ed il coinvolgimento nelle procedure di aggiornamento anche degli operatori culturali e turistici regionali.

Upgrade tecnici

- collaudo tecnico e mantenimento della piattaforma per la gestione di eventi a carattere partecipativo e territoriale come "Arcobaleno d'Estate";
- generazione accessi per i soggetti che vogliono inserire autonomamente i propri eventi all'interno della piattaforma regionale;
- implementazione delle procedure tecniche per l'inserimento automatico di flussi eventi di soggetti terzi in modalità .xml (in particolare i database del sistema informativo culturale regionale)
- diffusione dei widget a soggetti e siti terzi con i flussi aggiornati degli eventi filtrati per zone o tematiche da embeddare e inserire nelle proprie piattaforme locali.



12.000
eventi inseriti



4.000
eventi tradotti e inseriti



3
sezioni tematiche
realizzate ad hoc

MELODIA DEL VINO 2015

Il festival musicale enogastronomico per cui FST cura l'organizzazione e il piano di comunicazione



“Melodia del vino” è un evento che si tiene ogni estate, tra i mesi di giugno e luglio (anche se quest’ultima edizione ha visto in programma una sola data), in prestigiose tenute e cantine della Toscana. Un progetto di sistema che mira ad unire le eccellenze di musica classica, vino e location di altissimo livello. Tutti elementi fondanti del progetto, considerato ottimo veicolo di promozione culturale e turistica del territorio.

Un evento di “rete” la cui comunicazione online e offline è stata curata da Fondazione Sistema Toscana con l’obiettivo di accrescere il brand Melodia e del vino e – insieme a questo – l’immagine della Toscana culturale, paesaggistica, produttiva e turistica.

Il Festival è considerato anche evento attrattivo per il turismo, con flussi di visitatori interni alla Toscana o provenienti da altre regioni d’Italia o d’Europa.

Redazione e sito

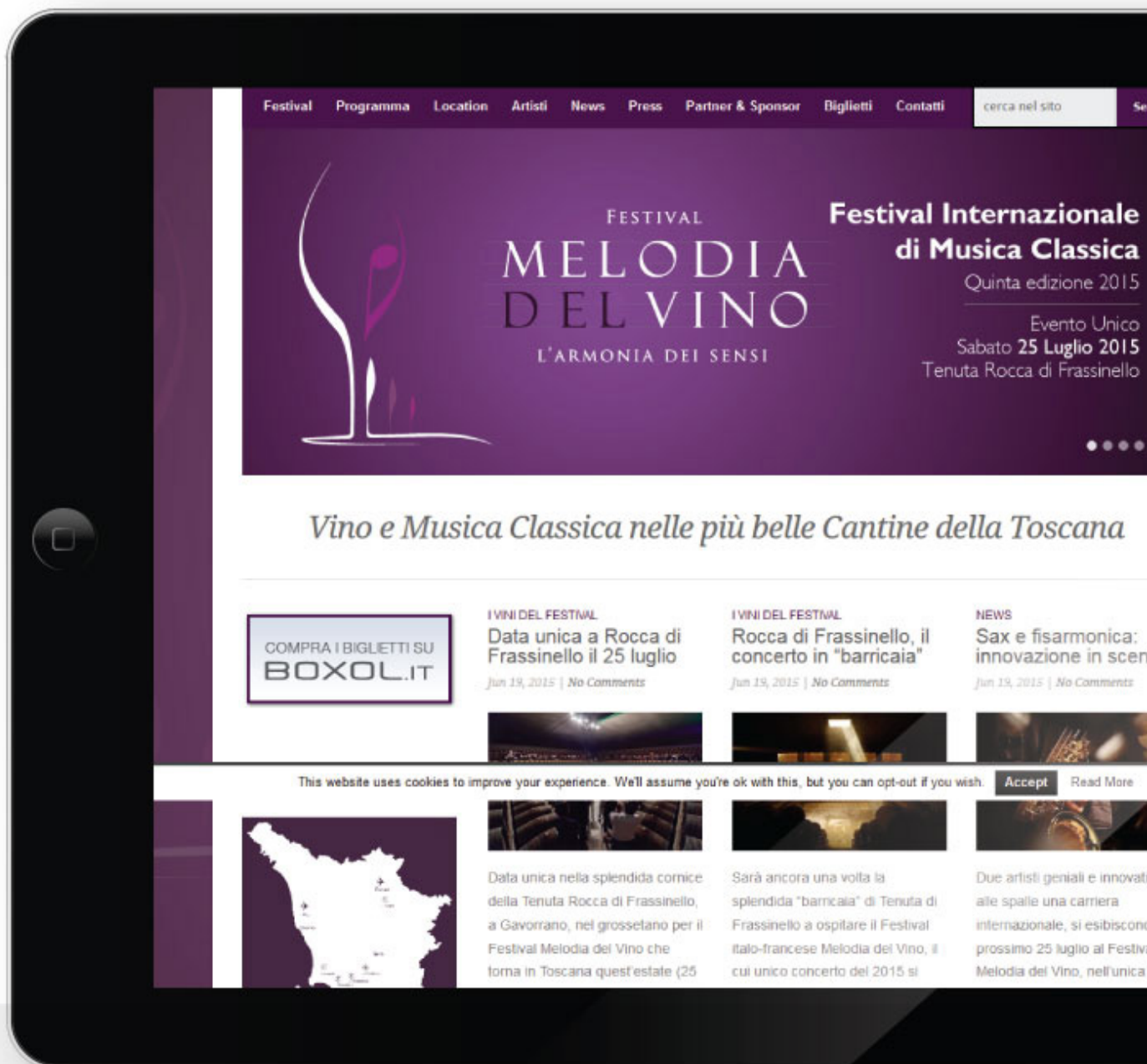
Tra gli obiettivi raggiunti per il 2015 ci sono stati, per la parte redazionale, l’aggiornamento dei contenuti del sito ufficiale della manifestazione www.melodiadelvino.it, con produzione di schede delle location, artisti, programma, presentazione del Festival, spettacoli, news e video. Un sito in italiano e inglese, pienamente rispondente alle richieste dei promotori della manifestazione e adeguatamente organizzato per rispondere alle esigenze di appassionati e utenti interessati a questo tipo di format, consentendo sia di accedere ad approfondimenti sul Festival sia a info utili (come arrivare, acquisto biglietti). Il sito è stato integrato anche con i social network ufficiali di Melodia del Vino, presente su Facebook e Twitter.

Campagna social

Positivi anche i riscontri sui social network: accresciuti i follower di Twitter, ad oggi quasi seicento e i fans di Facebook, che si attestano oltre i 14mila. Un risultato ottenuto sia grazie all’attività di advertising attivata, sia dalla promozione, animazione e discussione sui social network, circa i contenuti della manifestazione curata dal social media team di FST.

Ufficio Stampa

Ufficio Stampa - Fondazione Sistema Toscana ha messo a disposizione, per la comunicazione del progetto Melodia del Vino, anche un ufficio stampa dedicato alla manifestazione, con funzione di coordinamento degli uffici comunicazione dei partner dell’evento. Anche se l’edizione 2015 ha avuto un unico grande evento (25 luglio, Rocca di Frassinello, Gavorrano GR), i risultati raggiunti sono stati molto positivi, con 26 uscite nelle edizioni online delle testate giornalistiche e 13 sulle testate cartacee (di cui 4 a diffusione nazionale). 11 i servizi video trasmessi su Class Life, Rai Toscana, Italia 7, Toscana tv, Rtv38, Intoscana.it, Toscana Media Channel, Sesta Rete. Infine, 3 gli approfondimenti/ interviste radio mandate in onda da Controradio e Radio Toscana Network.



113.000€

AVE* della rassegna stampa
(solo carta stampata)



13

articoli
di carta stampata
(4 nazionali)



26

Articoli
rassegna web



11

servizi video
(1 nazionale)



4

servizi radio



6

Media partner
intoscana.it, Toscana Tascabile,
The Florentine, Radio Classica,
Controradio, Tafter.

*LAVE (Advertising Value Equivalent) indica il costo (di listino) che avremmo dovuto affrontare per acquistare spazi pubblicitari sulle stesse testate, nei medesimi giorni, con gli stessi ingombri e nella stessa posizione. L'AVE di un articolo dipende dalla grandezza dello stesso e dalla testata di pubblicazione. La fonte utilizzata per ottenere i valori economici è Dati e tariffe pubblicitarie (Media Consultants Editrice S.r.l., Milano).

TOSCANA ARCOBALENO D'ESTATE 2015

Il festival musicale enogastronomico per cui FST cura l'organizzazione e il piano di comunicazione



Evento promosso da Regione Toscana, con il supporto di Toscana Promozione e di Fondazione Sistema Toscana. L'edizione 2015 di "Toscana, Arcobaleno d'Estate" si è svolta nel weekend dal 19 al 21 giugno 2015. Un'iniziativa per la promozione del turismo e del commercio in Toscana. L'evento si è concretizzato in tre giorni di festa dedicati ai toscani e ai turisti e ha coinvolto tutto territorio regionale a partire dal litorale. È stata un'occasione per valorizzare e lanciare, attraverso l'apertura della stagione estiva, tutte le eccellenze toscane: la cultura, la musica, l'arte e lo spettacolo ma anche la storia e la natura, tutto il meglio che il nostro territorio sa offrire.

Attività realizzate nel 2015

- periodo di attività: 7 gennaio 2015 - 31 giugno 2015
- raccolta eventi e offerte dal 25 maggio al 15 giugno
- validità offerte dal 19 giugno al 21 settembre
- date di realizzazione 19, 20 e 21 giugno 2015
- Follow-up: luglio-settembre 2015

Fondazione Sistema Toscana, in accordo con gli altri soggetti promotori dell'evento, si è occupata della produzione esecutiva dell'evento, individuando i momenti "clou" della manifestazione e coordinandone la comunicazione, consentendo, facilitando e ottimizzando i processi di raccolta "crowd-sourced" delle proposte e degli eventi.

In particolare sono stati realizzati:

- infrastruttura web per la narrazione dell'iniziativa, la raccolta delle offerte e degli eventi speciali attraverso www.arcobalenodestate.it
- immagine coordinata dell'evento e creazione supporti alla comunicazione degli eventi sul territorio
- promozione delle offerte commerciali
- continuità e potenziamento della piattaforma web
- social media strategy
- ufficio stampa



Risultati 2015

L'evento ha egregiamente assolto alla sua funzione di lancio della stagione e catalizzatore delle attività di promozione della stagione turistica, con promozioni ad hoc e iniziative speciali, ed è riuscito ad alzare il livello di attenzione sugli eventi di tutta la stagione estiva 2015. Ha dato ampia valorizzazione al caleidoscopio di offerte culturali e turistiche e, attraverso le varie leve a controllo regionale - Vetrina Toscana, turismo.intoscana.it con la sua sezione Booking, Toscana Card - facendo leva sul sistema territoriale e coinvolgendo i soggetti che hanno aderito ha rafforzando l'engagement con gli operatori che non avevano partecipato all'edizione 2014.

Report quantitativo

I risultati raggiunti attraverso dal progetto Arcobaleno d'Estate 2015 si concretizzano in due documenti (disponibili in FST):

- Rassegna video
- Report web e social
- Rassegna stampa



66

Articoli sui quotidiani



15.000

Partecipanti al tuffo collettivo che ha coinvolto 235 stabilimenti balneari su tutto il litorale, arcipelago compreso



500

Le proposte raccolte, tra eventi e offerte, su tutto il territorio regionale nei tre giorni clou dell'evento



24.986

Visualizzazioni di pagine del sito
Twitter: **23.944** visualizzazioni di tweet
Facebook: **3.722** "Mi piace"

LA TOSCANA DEL BUON VIVERE - EXPO 2015

Azioni complementari a quelle di Toscana Promozione per la valorizzazione della Toscana nell'anno di Expo 2015 – stand, comunicazione e iniziative integrate



FST, in accordo con le direttive impartite da Toscana Promozione quale titolare del coordinamento complessivo della presenza regionale ad EXPO2015, ha curato l'ideazione del concept per l'allestimento (incluso il claim in italiano e in inglese), l'immagine coordinata, i contenuti tecnologici e multimediali dello stand di Regione Toscana nel Padiglione Italia (inclusa la videoinstallazione Tuscany in a Day) e un'attività dedicata su web e social network.

Per ciascuna di queste attività sono disponibili tutti gli esecutivi (piani di comunicazione, progetti di allestimento, storyboard dei video, girati in HD ecc.), che possono essere visionati dai referenti per l'assegnazione di risorse a FST tramite delibera regionale.

In particolare, FST ha ricevuto l'incarico di valutare e proporre a Toscana Promozione i progetti più innovativi presenti sul territorio regionale, sviluppati da Enti di ricerca, Università e imprese (robotica, fitotecnologia, ecc.), concependone un adeguato allestimento che rispon-

da adeguatamente al fabbisogno rappresentativo regionale e che sia compatibile con le risorse disponibili sul progetto.

FST ha sviluppato i progetti esecutivi, la selezione dei fornitori e la loro contrattualizzazione, ha preso in carico la direzione lavori e quindi supervisionato la realizzazione dello stand nei giorni precedenti all'inaugurazione (1 maggio 2015), curando anche la raccolta dei testi da includere in allestimento e della loro traduzione in inglese.

Tanto per la parte allestitiva quanto per la presenza in rete, FST ha curato l'immagine coordinata per la Toscana ad EXPO2015 (ideazione di loghi, adattamento dell'immagine coordinata di EXPO2015 allo stand regionale e ai prodotti di comunicazione online ecc.)

Relativamente alla parte multimediale dell'allestimento, FST ha realizzato appositi prodotti inediti in alta definizione dedicati al territorio e alla sua valorizzazione, secondo le linee guida ricevute da Toscana Promozione.

FST ha curato inoltre, con il supporto di fornitori selezionati, la realizzazione di un software per la consultazione interattiva dei contenuti multimediali (video, audio, immagini hd), che è prevista in una specifica area dello stand (libreria multimediale "PLAY YOUR TUSCANY"), realizzando 150 oggetti audio e video appositamente elaborati per la consultazione, e scaricabili dall'utente. Ha curato l'app di guida allo stand (Appinocchio, insieme a MAASI srl) e tutti i relativi contenuti descrittivi (testi e immagini, in italiano e inglese). Ha creato inoltre, sempre insieme a MAASI srl, il "gioco del logo", con la possibilità per i visitatori di costruire un esecutivo personalizzato e stampabile con i simboli del logo della Toscana ad Expo.

Per quanto riguarda l'attività su web e social network, FST ha predisposto un apposito piano che ha interagito con le linee definite da Toscana Promozione per la comunicazione complessiva, curandone l'attuazione per tutto il periodo definito (prima, durante e dopo Expo2015).



FST ha prodotto inoltre:

- Ideazione di contenuti, format originali e prodotti di comunicazione da distribuire nei circuiti televisivi/editoriali, oltre che nell'ambito delle attività de "La Toscana verso Expo" sia durante il periodo della manifestazione a Milano "La Toscana a Expo" e sul territorio toscano: interviste, montaggio di materiale girato esistente, riprese video dedicate, copywriting per i contenuti testuali dei video, raccolta di contenuti per alimentare attività di storytelling tematici sulla Toscana, organizzazione dei contenuti in presentazioni multimediali, streaming in diretta di presentazioni o eventi, supporto alla realizzazione di eventi (concept e naming dell'evento, identità visiva dell'evento es. copertina facebook, twitter, sito web, banner, invito digitale). Produzione del Teaser di presentazione "La Toscana a Expo".
- Animazione delle piattaforme web gestite da FST con contenuti su Expo e secondo le linee editoriali e grafiche concertate e/o fornite da Toscana Promozione; animazione dei social media tramite un social media team dedicato.
- Collaborazione dell'ufficio stampa di FST con quelli di Toscana Promozione e della Regione Toscana per la realizzazione, gestione e veicolazione dei contenuti ai mezzi di informazione. Integrazione dei contenuti dei press release di Fondazione con quelli forniti da Toscana Promozione. Attività di relazioni stampa finalizzate all'amplificazione delle iniziative legate alla presenza toscana a Expo.
- Dialogo e integrazione tra il portale turismo gestito da FST e la piattaforma per la vendita online dei prodotti agroalimentari sviluppata da Toscana Promozione "Tuscany Taste"
- Attività di promozione sulla piattaforma www.intoscana.it relativa al vino e al marchio Tuscany Taste (elemento fortemente innovativo e tutto declinato in versione web e pensato per attivare una forte componente social sul mondo vitivinicolo toscano). In particolare: definizione degli elementi grafici riconoscibili del brand Tuscany Taste e loro integrazione con la grafica del portale nel quale si inserisce; definizione della linea editoriale generale e dei contenuti editoriali specifici con indicazione della tempistica sulla gestione delle notizie. Collegamento della piattaforma con i social media e loro animazione con i contenuti del Tuscany Taste.

Risultati di progetto supportati da FST

- Adeguata visibilità per Regione Toscana ad Expo2015, con progetti innovativi e legati alle caratteristiche peculiari del territorio;
- Posizionamento pubblico della Regione Toscana come “laboratorio mondiale del buon vivere”;
- Promozione territoriale a favore della Regione attraverso il piano di comunicazione online appositamente ideato;
- Prosecuzione della visibilità nello spazio “Fuori Expo” (curato da Toscana Promozione e Artex, con immagine coordinata a cura di FST) e offerta di una vetrina qualificata alle imprese toscane;
- Ideazione di un concept originale per lo spazio allestitivo opzionato da RT nel Padiglione Italia;
- Progettazione esecutiva allestimento spazio pre-allestito di Padiglione Italia;
- Progettazione esecutiva elementi d’arredo “ad hoc” a completamento dello spazio pre-allestito di Padiglione Italia;
- Direzione Lavori presso lo spazio allestitivo opzionato da RT nel Padiglione Italia;
- Produzione originale video-installazione “Tuscany in a day” presentata in occasione di Expo presso lo spazio allestito RT;
- Progettazione e realizzazione piattaforma per applicazione “appinocchio” realizzata ad hoc per la fruizione dello stand RT e degli spazi Fuori Expo;
- Progettazione e realizzazione ad hoc contenuti multimediali fruibili dai visitatori attraverso la parete multimediale “Play your Tuscany” presente nello stand RT;
- Progettazione e realizzazione ad hoc contenuti multimediali fruibili dai visitatori attraverso il tavolo multimediale “Toscana sound map” presente nello stand RT;
- Progettazione e realizzazione ad hoc di “Toscana essence of good living” video di presentazione del profumo omonimo appositamente realizzato da Lorenzo Villoresi per RT con la supervisione di FST.



COMUNICAZIONE SOCIAL


552.000
 Persone raggiunte
 attraverso i social network


47.000
 interazioni
 (in media 4.300
 al giorno)


1.700
 media di utenti coinvolti per
 ciascun post
 (170 interazioni al giorno)

**MEDIA TRA ORGANICO
 E A PAGAMENTO**
24.000 **2.200**
 media di utenti interazioni generate
 coinvolti al giorno al giorno



**CULTURA
E CINEMA**

MEDIATECA TOSCANA

La più importante struttura aperta al pubblico in Toscana dedicata dal 1984 al cinema e all'audiovisivo



La Mediateca è un centro di documentazione multimediale aperto al pubblico, dotato di un importante patrimonio, la Mediateca è socia FIAF (Federation of Film Archives).

Patrimonio

- Videoteca e Biblioteca: 22.700 titoli tra film d'autore, documentari, libri sul cinema, video, televisione
- Emeroteca: 350 titoli di periodici specializzati sul cinema
- Manifesti: 5.000 foto e manifesti di film
- Fondi monografici "Pier Paolo Pasolini", "Pio Baldelli" e "Antonio Bruschini"
- Discoteca: 4.500 dischi in vinile di musica del periodo tra le due guerre
- Cd musicali: 300 cd di colonne sonore dei film

Attività

- Rassegne e incontri dedicati alla produzione culturale (lezioni, proiezioni, presentazioni di libri, dibattiti), con ospiti di rilievo nazionale
- Front office, orientamento, consulenze, prestiti, prestiti inter-bibliotecari gestione dell'archivio e delle acquisizioni, servizi di catalogazione, digitalizzazione, orienta-

mento

- Servizio di Deposito Legale Regionale
- Presentazioni di documentari, cortometraggi, film d'animazione, materiali d'archivio e rassegne tematiche, aperture straordinarie al pubblico, cicli di proiezioni intese come supporti didattici, accompagnate da presentazioni e approfondimenti;
- Corsi e laboratori in collaborazione con l'Associazione Documentaristi Toscani, con Raccorti Sociali, con Lo Schermo dell'Arte, oltre all'ospitalità di Videolibrary tematiche per alcuni festival toscani.

Risultati 2015

Programmazione eventi

Oltre alle attività istituzionali relative alla digitalizzazione, catalogazione, implementazione del patrimonio mediatecale si sono svolte, nel corso dell'anno, altre attività culturali organizzate negli spazi della Mediateca. Le iniziative sono state il frutto di collaborazioni importanti con Enti e Fondazioni tra cui l'Università di Firenze e l'Accademia di Belle Arti che hanno visto la presentazione di

documentari, cortometraggi, film d'animazione, materiali d'archivio. Molti anche i corsi e laboratori ospitati in Mediateca e la collaborazione con Lo Schermo dell'Arte Film Festival, oltre all'ospitalità della Videolibrary del festival dei Popoli. Nel corso del 2015 hanno frequentato i locali della mediateca circa 5000 persone. Molti gli incontri dedicati alla produzione culturale: lezioni, presentazioni di libri, e di documentari, cortometraggi, film d'animazione, materiali d'archivio e rassegne tematiche, aperture straordinarie al pubblico, cicli di proiezioni intese come supporti didattici, accompagnate da presentazioni e approfondimenti.

Mediateca 2.0

Nel corso del 2015 sono stati avviati e conclusi i lavori di potenziamento della banda larga e dell'archivio mediatecale on line per avviare nel 2015 l'apertura di sedi mediatecali 2.0. sul territorio regionale (Livorno, Pisa, Siena). In collaborazione con gli enti locali e con l'Università (Siena e Pisa); prezioso anche il sostegno di partner privati (Unicoop Firenze) e degli esercenti (Cinema Gran Guardia a Livorno)



**Orari di apertura dal martedì
al venerdì 10-13 e 14-17**

Giorni apertura totale n. 175

Posti lettura

- consultazione - postazioni video n. 6
- consultazione - posti lettura n. 6
- postazioni per l'accesso ai cataloghi n. 3

Presenze in biblioteca: n. 841 (circa) di cui

- consultazione doc. cartacei n. 253
- consultazione film/documentari n. 336
- consultazione riviste - richieste n. 33
- informazioni varie n. 219
- Prestiti n. 1027

Digitalizzazioni film ancora in formato analogico n. 26

Iscrizioni: n. 369 di cui

- scuole, istituti n. 21
- per corsi n. 181
- altri n. 167

Prestiti: totale generale 1027 di cui

- libri n. 266
- video n. 761 (di questi circa 70% prestiti servizi interni, carceri, programmazione sale, ecc.)

Aperture Straordinarie

per corsi:

- "Regia" marzo - giugno presenze n. 626
 - "Storia del cinema" gennaio - febbraio presenze n. 524
 - "Storia del giornalismo" 2 lezioni dicembre (fine corso) presenze n. 25
- totale generale presenze n. 1175**

per incontri:

- "Incontro con l'Armenia" 22 aprile presenze n. 80 (circa)

Amici Facebook n. 1000 (circa) - pagina nata nel luglio 2015

Visite sul sito - Visite sul catalogo visitatori unici n. 230.000 (circa)

Catalogazione 830 (Libri, Riviste, Film, Documentari)


369
Nuove iscrizioni


1.255
presenze durante le
perture straordinarie


1027
prestiti tra
libri e DVD


230.000
consultazioni del
catalogo online di
mediatecatoscana.it

TOSCANA FILM COMMISSION

Il punto di riferimento in Toscana per tutte le produzioni audiovisive e cinematografiche che vengono realizzate sul territorio regionale



TFC è lo sportello di accoglienza regionale per chi fa Cinema e video e offre assistenza gratuita alle produzioni che decidono di girare in Toscana attraverso un database di professionalità tecniche e artistiche locali, un database di location suddiviso per provincia e tipologia, facilitazioni alberghiere, contatti istituzionali con le amministrazioni pubbliche, Soprintendenze ed enti nazionali del settore audiovisivo per garantire sostegno e informazioni sempre aggiornate alle produzioni sui regolamenti vigenti in Toscana e in Italia. TFC imposta strategie e rapporti per accrescere il ruolo della Toscana in questo settore e per facilitare l'accoglienza delle produzioni sul territorio regionale; cura i rapporti e le relazioni con le case di produzione e gli autori per favorire la scelta della nostra regione come set di progetti cinematografici e televisivi. Organizza iniziative e momenti formativi rivolti ai professionisti locali per sostenere lo sviluppo dell'industria audiovisiva toscana. TFC promuove il territorio nel mondo partecipando ai maggiori festival e market internazionali con incontri con produttori cinematografici, istituzioni e operatori del settore. TFC cura la comunicazione e l'ufficio stampa per le produzioni più importanti tramite l'organizzazione di visite sui set per la realizzazione di servizi giornalistici del portale Intoscana.it che a sua volta vengono diffusi anche sui canali televisivi.

Il sito www.toscanafilmcommissio.it viene gestito e aggiornato quotidianamente:

- Database di location: un archivio fotografico suddiviso per tipologia e provincia costituito da circa 1.330 location private e pubbliche, oltre 8.000 fotografie, con un incremento rispetto al 2014 del 15%.
- Database del personale tecnico/artistico suddiviso per categorie e provincia, oltre 1.100 iscritti con un incremento del 20% rispetto all'anno precedente.
- Database di società di servizi: dal noleggio del materiale tecnico al catering, al noleggio costumi e attrezzature tecniche, etc. oltre 220 società, con un incremento rispetto all'anno precedente del 10%. Tra le nuove società che si sono iscritte nel 2015 particolare importanza rivestono quelle di post-produzione (oltre 40 aziende presenti in Toscana) e di riprese con droni.
- Rassegna stampa: pubblicazione quotidiana di articoli sul cinema e di eventi legati all'audiovisivo in Toscana, oltre 5.000 articoli pubblicati in un anno.
- Casting: pubblicazione sul sito di annunci di casting per la ricerca di attori e comparse su tutto il territorio toscano.



Social Network: pagina e gruppo facebook TFC

Annunci di casting, notizie sui corsi di formazione delle scuole di cinema toscane, offerte di lavoro per professionisti e opportunità per stagisti, informazioni sui bandi regionali per l'audiovisivo, gallery fotografiche dei set in corso sul territorio. Oltre 7.500 followers per la pagina facebook e circa 3.700 membri del gruppo con cui condividere e promuovere le attività e i progetti toscani. Alcuni post dal set del film "Inferno" per la regia di Ron Howard e della fiction "I Medici" con gli attori protagonisti Dustin Hoffman e Richard Madden hanno raggiunto oltre 10.000 visualizzazioni.

TFC ai festival internazionali

TFC partecipa ogni anno ai seguenti festival: Berlino, Cannes, Venezia, Roma, appuntamenti irrinunciabili per la loro forte impronta culturale, per la presenza di un mercato molto attivo e per il loro indubbio riconoscimento a livello internazionale. Oltre a questi festival, TFC partecipa anche a festival internazionali scelti a seconda delle occasioni di anteprime di film girati in Toscana e/o di appuntamenti con i produttori locali. Nel 2015 TFC ha partecipato anche a questi festival: Guadalajara International Film Festival (Messico), Toronto International Film Festival (Canada), Busan International Film Festival (Corea), Focus. The Location Production Event (Inghilterra).

Co-organizzatori attività formative:

- Ace Producers Annual Reunion (Pisa, 9 - 12 aprile):

In collaborazione con il Comune di Pisa, TFC ha organizzato per la prima volta in Toscana il meeting annuale di ACE, Ateliers du Cinema Européen, una delle associazioni di produttori cinematografici più rappresentative in Europa. Alla manifestazione hanno partecipato circa 100 produttori cinematografici provenienti da tutta Europa e non solo. Positiva è stata la presenza toscana al meeting: ai networking tables hanno partecipato, tra società di produzione, service per il cinema, registi e autori, circa 30 professionisti toscani selezionati da TFC, che hanno avuto la possibilità di incontrare i produttori internazionali e presentare i loro progetti.

- Doc at Work III Edizione (si veda scheda dedicata)

Produzioni

Nel 2015 TFC ha seguito circa 140 produzioni cinematografiche e televisive; tra queste 100 hanno effettivamente realizzato le riprese in Toscana. I servizi forniti alle produzioni sono stati molteplici, dalla semplice e occasionale consulenza ad un'assistenza costante e continuativa fin dalla fase di pre-produzione. Inoltre per quelle più importanti (Inferno, I Medici) è stata garantita la presenza sul set durante le riprese per affrontare e risolvere le esigenze quotidiane della produzione.

Tra le produzioni:

Lungometraggi: Inferno (USA) per la regia di Ron Howard, Second Twenty (Corea) di Heungh-sik Park

(Fondo Incoming TFC), Ustica. The missing paper (Italia) di Renzo Martinelli (Fondo Cinema Regione Toscana), La pazza gioia (Italia) di Paolo Virzì (Fondo Incoming TFC), Maremma (Usa) di Ursula Grisham, Firenze (Usa) di Matteo Piccini, Thala 56 (India) di Siruthai Siva, Il velo di Maya (Italia) di Elisabetta Rocchetti (Fondo Cinema Regione Toscana), Tutto quello che vuoi (Italia) di Francesco Bruni, "Che resti tra noi" (Italia) di Cristina Comencini.

Fiction Tv: I delitti del Barlume 3 (Italia) di Roan Johnson, Saimdang the herstory di Yun Sang-Ho, I Medici di Sergio Mimica-Gezzan, prodotto da Big Light Productions e Lux Vide, con Dustin Hoffman, Richard Madden.

Format tv: House Hunters International, Hello Campers, Voyager, Sei in un paese meraviglioso, Great Continental Railway Journeys, Strip the city, The Real Housewives of Beverly Hills, Dinastie, 4 Ristoranti, La Sfida 2, A Simple Italian Adventure, Take not, Sarah e Pietro, Jack on tour.

Spot tv e campagne pubblicitarie: Valentino, spot Ermanno Scervino, spot Skoda, spot Vodafone, spot Korea Airlines, spot Indian Clothing Brands, spot Facebook, spot Puma, spot Martini, spot Kinder Joy, spot Renault, spot General Electric, spot Jim West, spot Jaegermeister.



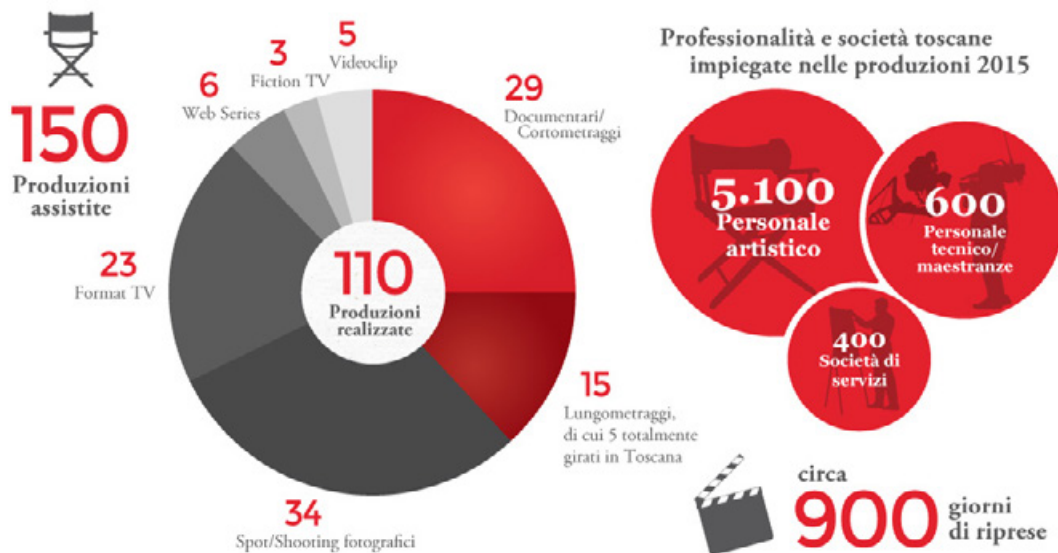
Fondo Incoming

Monitoraggio e assistenza dei progetti che sono stati finanziati con il Fondo 2014 e le cui riprese si sono svolte nel 2015. Tra i lungometraggi *Twenty Again* (Corea) di Heungh-sik Park e *La pazza gioia* (Italia) di Paolo Virzì; tra i documentari e cortometraggi *Barbieri d'Italia* di Francesco Ranieri Martinotti, *Biografia di un amore* di Samuele Rossi, *L'ultima orazione* di Gustav Baldassini, *Dove noi non siamo* di Pierfrancesco Bigazzi, *La violenza invisibile* di Silvia Lelli, *Storie di guerra* di Fulvia Orifici, *E la chiamano estate* di Massimo Bondielli, *La strage di Natale* di Martino Lombezzi.

Tra i film sostenuti da TFC ne segnaliamo alcuni selezionati dai Festival Internazionali.

Il cortometraggio *Alice's Adventures in Tuscany* del gruppo I Licaoni presentato in anteprima al Festival Sea Trade (Miami); il documentario *Dal Ritorno* di Giovanni Cioni al Cinéma du Réel (Parigi); il documentario *I cavalieri della laguna* di Walter Bencini vince il premio come miglior documentario al Toronto World International Film Festival (Canada), partecipando inoltre in concorso ai festival cinesi (Festival Gold Panda Awards e al Festival Internazionale del documentario GZDOC). Al Festival dei Popoli (Firenze), tra gli eventi speciali sono stati presentati i documentari *Quest'Italia suona il jazz* di Marco Guelfi e *L'ombelico magico* di Laura Cini.

Tra i lungometraggi *Short Skin* di Duccio Chiarini presentato nella Sezione Generazioni della Berlinale, vince il premio come Miglior Opera Prima ai Ciak d'oro e il Gran Prix de la Jury e il Prix de la Jeunesse al Festival du film de Cabourg (Francia), la pellicola coreana *Twenty again* di Heungh-sik Park presentata in anteprima al Busan International Film Festival (Corea).



50 GIORNI DI CINEMA INTERNAZIONALE A FIRENZE 2015

Rassegna di Cinema Internazionale: 9 festival, oltre 150 film in anteprima per mostrare al pubblico il cinema di qualità “invisibile” nella distribuzione nazionale.



La 50 Giorni nasce a Firenze nel 2007 per dare un “cartellone unico”, e una sede unificata, ai principali festival cinematografici fiorentini con una vocazione internazionale.

La rassegna è un **evento unico nel panorama cinematografico nazionale ed europeo, una vera e propria stagione autunnale di cinema di qualità.**

I festival assolvono oggi una funzione importante per la diffusione del cinema d'autore, offrendo visibilità e una possibilità di distribuzione “alternativa” a quei film che non trovano spazio nella filiera tradizionale.

Novità dell'edizione 2015 è stata la collaborazione con la Cineteca di Bologna che ha portato a Firenze, in un unico calendario di 4 giorni, una serie di classici restaurati: **Il Cinema Ritrovato.**

Oltre al sostegno della Regione Toscana, il progetto vede il contributo della Fondazione Ente Cassa di Risparmio.

I festival 2015

29 ottobre -1 novembre	FRANCE ODEON
2 - 4 novembre	IMMAGINI & SUONI DEL MONDO
5 - 10 novembre	FESTIVAL INTERNAZIONALE DI CINEMA E DONNE
11 - 17 novembre	FLORENCE QUEER FESTIVAL
18 - 22 novembre	LO SCHERMO DELL'ARTE FILM FESTIVAL
23 - 26 novembre	IL CINEMA RITROVATO
27 novembre - 4 dicembre	FESTIVAL DEI POPOLI
5 - 10 dicembre	RIVER TO RIVER FLORENCE INDIAN FILM FESTIVAL
11 - 13 dicembre	UNA FINESTRA SUL NORD
13 dicembre	PREMIO N.I.C.E. CITTÀ DI FIRENZE



Attività

Il progetto prevede:

Produzione e supporto logistico ai festival coinvolti nel progetto:

- Assistenza reperimento copie e rapporti con le principali case di produzione e distribuzione italiane e internazionali;
- Ricerca sponsor;
- Rapporti con istituzioni;
- Segreteria Organizzativa (accoglienza e ospitalità);
- Gestione personale di sala;

Costante valorizzazione della rassegna attraverso le attività di QdC:

- Programmazione di eventi all'interno del circuito IMPERDIBILI
- Programmazione di eventi all'interno del calendario estivo APRITI CINEMA

Comunicazione e Ufficio Stampa

Ufficio stampa e attività di informazione:

- Campagne di stampa nazionali per il lancio del logo 50 Giorni
- Conferenze stampa regionali per il lancio dei singoli festival
- Ufficio stampa dei singoli festival, grazie a specifici accordi con FST
- Organizzazioni incontri stampa con gli ospiti internazionali
- Realizzazione e invio della newsletter dedicata alle rassegne (15.000 iscritti); si segnala un incremento del 20% rispetto ai dati 2014;
- Accordi di mediapartner con te-

state nazionali e regionali

- Redazione di rassegne stampa
- Realizzazione di format tv e online per la diffusione dei contenuti

Comunicazione:

- Ideazione del marchio e dell'immagine coordinata della rassegna
- Supporti grafici per le singole iniziative: FST realizza e gestisce l'immagine coordinata di alcuni festival della rassegna
- Campagna di comunicazione coordinata delle rassegne 50 Giorni
- Realizzazione piano media;
- Gestione e aggiornamento quotidiano dei siti di riferimento (aggiornamento rassegna stampa on line, pubblicazione foto eventi in tempo reale);
- produzione grafica del materiale di comunicazione e allestimento (brochure, cartoline, cartellonistica varia)
- MyMovies LIVE 50 Giorni: si conferma grazie alla collaborazione con MyMovies, il primo sito di cinema in Italia per numero di visitatori (7.498.473 utenti unici, 13.538.699 visitatori/mese, 50.210.939 pagine viste/mese) la programmazione della sala virtuale MyMovies LIVE 50 Giorni che, con un palinsesto ad hoc abbinato al festival in corso, aumenta la capacità di raggiungere nuovi spettatori e permette di sfruttare tutte le potenzialità del circuito coinvolgendo nuovo pubblico on line.

Canali social:

- Costituzione di specifici social media team, grazie al lancio di call dedicate, e alla partecipazione volontaria di studenti e appassionati di cinema. Questa attività, partita nel 2014, ha notevolmente incrementato la visibilità in Rete delle rassegne nei canali social: Facebook, Instagram, Flickr, Twitter, Youtube
- Gestione delle pagine Facebook dedicate (9000 followers) e Twitter. Si segnala un incremento di contatti pari al 40% rispetto all'anno precedente;
- Aggiornamento della App "50 Giorni": grazie a collaborazione con Boxoffice è possibile acquistare on-line e direttamente dalla APP i biglietti della rassegna, condividere il programma, commentare i film e gestire contenuti video.

Risultati 2015

Le precedenti edizioni hanno visto crescere sempre più il pubblico: sia dell'area metropolitana che dell'intera regione con presenze rilevanti sia nazionali che internazionali. I flussi di pubblico si confermano intorno ai 60.000 spettatori (59.000 le presenze per il 2013, 55.473 quelle dell'edizione 2012, 54.560 quelle del 2011; nelle recenti edizioni del 2014 e 2015 le presenze hanno ormai superato i 60.000 spettatori).


9
festival +
1 serata
conclusiva NICE


60.000
presenze


150
anteprime

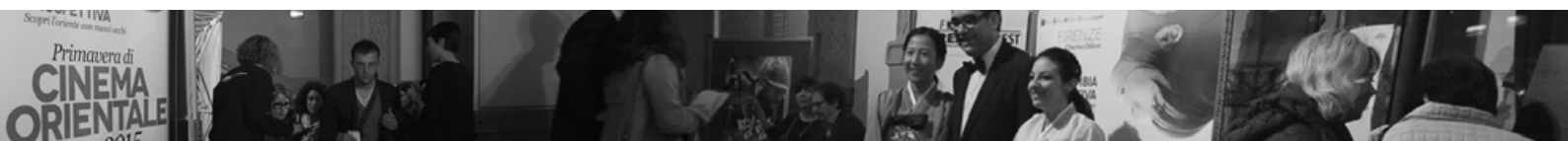

30
cinematografie
coinvolte, con film da
tutto il mondo


10
matinée
per le scuole


30
eventi collaterali
tra convegni, workshop,
concerti, mostre, ecc

PRIMAVERA DI CINEMA ORIENTALE 2015

Il Cinema che guarda ad Oriente: 3 festival, 20 giorni di programmazione, anteprime con gli autori, focus su Corea, Cina e Medio Oriente



La Rassegna Primavera di Cinema Orientale ha raggiunto nel 2015 la 4° edizione e riunisce sotto un cartellone unico **3 festival internazionali**: Florence Korea Film Fest, un focus sul cinema sud coreano; Middle East Now, il festival che guarda al Medio Oriente; Dragon Film Festival, un approfondimento sulla cinematografia cinese contemporanea.

Un cartellone di festival che, come già sperimentato con la “50 Giorni di Cinema Internazionale a Firenze”, contribuisce a dare maggiore visibilità ad ogni iniziativa che ne fa parte e crea una preziosa collaborazione fra tutti i protagonisti e FST, con l’obiettivo di conquistare sempre nuovo pubblico.

“Primavera di Cinema Orientale” è realizzata grazie a Regione Toscana e Ente Cassa di Risparmio di Firenze.

L’edizione 2015 si è tenuta dal 19 Marzo al 23 Maggio presso il Cinema Odeon di Firenze e presso lo Spazio Alfieri registrando oltre 25.000 presenze. Molte le realtà coinvolte sul territorio tra cui la Fondazione Palazzo Strozzi, lo IED e alcune gallerie d’arte contemporanea.

I festival 2015

- | | |
|----------------|---------------------------------------|
| 19 - 29 marzo: | FLORENCE KOREA FILM FEST |
| 8 - 13 aprile: | MIDDLE EAST NOW |
| 7 - 10 maggio: | DRAGON FILM FESTIVAL (Cinema Odeon) |
| 21 - 23 maggio | DRAGON FILM FESTIVAL (Spazio Alfieri) |



Attività

Il progetto prevede:

Produzione e supporto logistico ai festival coinvolti nel progetto:

- Assistenza reperimento copie e rapporti con le principali case di produzione e distribuzione italiane e internazionali;
- Ricerca sponsor;
- Rapporti con istituzioni;
- Segreteria Organizzativa (accoglienza e ospitalità);
- Gestione personale di sala;

Costante valorizzazione della rassegna attraverso le attività di QdC:

- Programmazione di eventi all'interno del circuito IMPERDIBILI
- Programmazione di eventi all'interno del calendario estivo APRITI CINEMA

Comunicazione e Ufficio Stampa:

Ufficio stampa e informazione:

- Campagne di stampa nazionali per il lancio del logo Primavera Orientale
- Conferenze stampa regionali per il lancio dei singoli festival
- Ufficio stampa dei singoli festival, grazie a specifici accordi con FST
- Organizzazioni incontri stampa con gli ospiti internazionali
- Realizzazione e invio della newsletter dedicata alle rassegne (15.000 iscritti); si segnala un incremento del 20% rispetto ai dati 2014;
- Accordi di mediapartner con testate nazionali e regionali
- Redazione di rassegne stampa
- Realizzazione di format tv e online per la diffusione dei contenuti

Comunicazione:

- Ideazione del marchio e dell'immagine coordinata della rassegna
- Campagna di comunicazione coordinata della rassegna Primavera Orientale
- Realizzazione piano media;
- Gestione e aggiornamento quotidiano del sito di riferimento;
- produzione grafica del materiale di comunicazione e allestimento
- Gestione delle pagine Facebook, Twitter e Instagram.

Risultati 2015

Confermato il gradimento del pubblico, con un dato complessivo rilevato di oltre 25.000 presenze, che hanno preso parte alle proiezioni, agli incontri, alle premiazioni, alle conferenze stampa, alle mostre e ai convegni.


3
festival


25.000
presenze


115
anteprime


20
cinematografie orientali
e mediorientali coinvolte


20
eventi collaterali tra convegni,
workshop, concerti, mostre, ecc

CASA DEL CINEMA: QUELLI DELLA COMPAGNIA

Il progetto dell'Area Cinema che dal 2013 promuove e sostiene i festival, la distribuzione del cinema di qualità e l'esercizio cinematografico in attesa dell'apertura de La Compagnia



Il 2015 ha visto il consolidamento e lo sviluppo delle attività di "Quelli della Compagnia", che nasce nel Gennaio 2013, come progetto propeudeutico alla riapertura del Teatro della Compagnia.

Oltre al sostegno essenziale della Regione Toscana i partner del progetto sono i festival e gli esercenti cinematografici che contribuiscono a coinvolgere un crescente numero di sale e un pubblico sempre più ampio. Quelli della Compagnia lavora soprattutto per la diffusione e la promozione del Cinema di qualità nelle sale fiorentine e toscane attraverso anche un lavoro di audience development.

FST svolge con il marchio QdC le seguenti attività:

- Programmazione e promozione del calendario di attività di Spazio Alfieri
- Pianificazione della circuitazione di film di qualità senza distribuzione o che hanno avuto una breve vita in sala attraverso il circuito di

sale "aderenti al progetto IMPERDIBILI.

- Organizzazione e produzione, immagine coordinata e comunicazione della "50 Giorni di Cinema" e della "Primavera Orientale".
- Organizzazione di anteprime alla presenza degli artisti
- Rassegne tematiche prodotte da QdC in autonomia o con soggetti terzi
- Assistenza all'esercizio toscano per formazione tecnica del personale di cabina, supporto nella programmazione e nel marketing.
- Programmazione e produzione del progetto "La Compagnia"

Attività 2015

SPAZIO ALFIERI

Dalla sua nascita, nell'ottobre 2013, FST cura con il marchio QdC la programmazione cinematografica della sala Spazio Alfieri organizzando anteprime, rassegne ed eventi speciali

PROGETTO IMPERDIBILI

Nell'Ottobre 2013 è nato il progetto IMPERDIBILI che si propone di far arrivare su tutto il territorio una selezione di contenuti cinematografici di qualità. In accordo con la Regione, è stato redatto un nuovo regolamento, per il Bando di sostegno alle Sale tradizionali, che prevede una percentuale di contributo (30%), legata all'adesione delle sale regionali alla programmazione proposta da IMPERDIBILI.

Per l'anno 2015 non è stato possibile confermare il bando di sostegno alle sale, ma sono comunque stati assegnate risorse regionali a sostegno dell'esercizio toscano d'essai. Si auspica che per l'anno 2016 il progetto possa riprendere il suo normale corso.

Grazie alla collaborazione con le associazioni, i numeri del progetto sono aumentati in modo costante: le sale coinvolte sul territorio regionale sono 44 (di cui 12 sul territorio fiorentino e 32 in regione). Fare rete è oggi la miglior soluzione per cer-

care di aumentare il pubblico delle sale, per questo il progetto prevede un'immagine e una comunicazione condivisa e un'ampia selezione di titoli (ad oggi più di 50 titoli tra film restaurati, film d'autore e documentari) in continuo aggiornamento.

Quelli della Compagnia si occupa anche della promozione del progetto attraverso i suoi canali di comunicazione: sito internet, newsletter, comunicati stampa, social network. E' importante sottolineare come il progetto sia ritenuto dagli esercenti una strategia vincente per cercare di portare più spettatori in sala.

QdC per il progetto IMPERDIBILI svolge le seguenti attività:

- Pianificazione della circuitazione di film
- Trattative con le case di distribuzione per stabilire costo di noleggio copie vantaggioso per tutte le sale aderenti al progetto.
- Gestione movimentazione copie per tutte le sale aderenti al progetto.
- Organizzazione di anteprime alla

presenza degli artisti

- Assistenza all'esercizio toscano per formazione tecnica del personale di cabina e supporto nella programmazione e attività di promozione e marketing

Comunicazione e ufficio stampa

- Ideazione e produzione grafica del materiale di comunicazione che riguardano il progetto IMPERDIBILI (brochure, cartoline, cartellonistica varia)
- Attività di ufficio stampa;
- Accordi di partenariato con i Media locali e nazionali;
- Gestione del sito di riferimento (aggiornamento quotidiano rassegna stampa on line, pubblicazione foto eventi in tempo reale);
- Gestione delle pagine Facebook (oltre 5000 iscritti) e Twitter;
- Realizzazione e invio settimanale della newsletter dedicata (15.000 iscritti);
- Organizzazione di conferenze stampa dedicate;

I partner del progetto

Il programma è reso possibile grazie alla collaborazione con le associazioni di Categoria (AGIS, ANEC, FICE), La Cineteca di Bologna, Feltrinelli Real, I Wonder distribuzione, le agenzie territoriali di distribuzione e le sempre più numerose case di distribuzione interessate al progetto.



Rassegna prodotte da QdC in autonomia o con soggetti terzi

- Da ormai tre anni QdC in collaborazione con Firenze al Cinema per portare nelle sale del circuito metropolitano di Firenze il meglio del cinema documentario contemporaneo alla presenza dei suoi protagonisti: **CinemAdHoc**. La rassegna è interamente prodotta da QdC che si occupa dell'ideazione del programma, del coinvolgimento degli ospiti oltre che della comunicazione.

- All'interno della "50 Giorni" è nato un nuovo, importante appuntamento per il pubblico toscano. In collaborazione con la Cineteca di Bologna sono stati presentati a Firenze in un unico calendario di 4 giorni una serie di classici restaurati: **Il Cinema Ritrovato**.

- A settembre QdC ha curato la produzione e la comunicazione della prima edizione del **Festival del Cinema d'Indonesia**, una vetrina sul cinema proveniente da Giacarta e dintorni. Con il patrocinio dell'Ambasciata della Repubblica d'Indonesia, in collaborazione con l'Associazione IMI- Italia meets Indonesia.

- Nel mese di Giugno QdC ha sostenuto il Festival degli scrittori – **Premio Von Rezzori**, un rinomato appuntamento per la città di Firenze (11 giugno) che ha portato in città due grandi esponenti del cinema italiano : Alba Rohrwacher e Filippo Timi, che, per la regia di Saverio Costanzo , hanno portato in scena sul palco del cinema Odeon il recital "Casanova e dintorni: un viaggio nell'eros".

- Durante l'anno FST ha organizzato in collaborazione con New York

University e Stanford University due edizioni della rassegna dal titolo "**Italian Identities**", un progetto che vuole far conoscere al pubblico straniero, così presente a Firenze e nell'area metropolitana, il nuovo cinema italiano proponendo i film sottotitolati in inglese e selezionando anche grande classici del nostro cinema che sono spesso sconosciuti al pubblico internazionale. Ogni appuntamento è stato introdotto da un ospite di rilievo.

- QdC ha sostenuto e prodotto per il secondo anno la rassegna **Cannes a Firenze**, proposta dal festival della 50 Giorni, France Odeon, in collaborazione con l'Institut Français Firenze e il sostegno della Banca di Cambiano. Un'opportunità imperdibile, per i toscani e i tanti visitatori della nostra città, per poter vedere a Firenze le novità cinematografiche che sono state presentate alla 68esima edizione del Festival di Cannes.

- Da quattro anni FST cura anche la programmazione di **APRITI CINEMA**, all'interno del calendario di eventi dell'Estate Fiorentina, un appuntamento creato per dare visibilità ai festival dei cartelloni 50 Giorni e Primavera Orientale e diventato, fin dalla prima edizione, un grande successo di pubblico che registra ogni sera in Piazza Santissima Annunziata il tutto esaurito.

- Tra le rassegne promosse da QdC si è aggiunta in estate "**CineLido Mare**" in collaborazione con l'associazione dei Balneari e degli albergatori del Lido di Camaiore. Un'iniziativa che ha portato il cinema anche negli stabilimenti balneari.

- QdC ha sostenuto il progetto **Esposizioni | Immagini e visio-**

ni del '900 un ciclo di incontri con personalità della cultura, proiezioni e rielaborazione di documentari d'archivio, per ripercorrere il secolo scorso e capire come cambia il mondo nel tempo dell'esposizione. Gli incontri si sono tenuti al Museo del Novecento il 22 settembre con Antonio Scurati e il 16 ottobre con Mario Carbone.

- Più volte l'anno QdC ha partecipato alla comunicazione, e talvolta alla produzione, di numerose **anteprime sul territorio toscano** sia in collaborazione con gli esercenti cinematografici che con associazioni Onlus come Corri la Vita e Ass. Foemina.

Attività in collaborazione con Unicoop Toscana:

- progetto a cura di QdC che ha visto l'ideazione di un **calendario di appuntamenti stagionali di educazione all'immagine**, percorsi di avvicinamento al cinema per il pubblico in collaborazione con i festival della "50 Giorni" e della "Primavera Orientale".

- programmazione cinematografica di **un'arena estiva nel mese giugno, all'interno del centro commerciale di Empoli**, nell'ambito delle iniziative "Note al centro" di Unicoop Firenze, con Centro*Empoli, Musicastrada.

- Realizzazione di un video, in stile Italy in a day, dove chiunque ha raccontato con un video girato anche con il proprio telefono il quartiere di Novoli per valorizzarne tutti gli elementi identitari che si sono mantenuti nonostante le profonde trasformazioni dell'ultimo decennio integrando nuove e vecchie generazioni: **Novoli in a day**.

Progetto La Compagnia

FST segue l'ideazione e lo sviluppo del progetto "La Compagnia" che aprirà al pubblico nell'autunno 2016, **un nuovo spazio dedicato alla cultura dell'audiovisivo, tecnologicamente all'avanguardia, la prima sala in Italia con una vocazione al Cinema del Reale.**

La sala sarà aperta 11 mesi l'anno con programmazione continuativa a partire dalla mattina.

La programmazione sarà ripartita tra il calendario dei festival (50 Giorni e Primavera di Cinema Orientale) e proporrà film documentari in tenitura e film indipendenti, oltre ad eventi speciali, anteprime ed affitti sala di natura varia come convegni, concerti, rappresentazioni.

Comunicazione e ufficio stampa:

- Ideazione e produzione grafica del materiale di comunicazione delle attività legate al marchio "Quelli della Compagnia" (brochure, cartoline, cartellonistica varia);
- Attività di ufficio stampa e organizzazione di conferenze stampa dedicate;
- Allocazione Piano Media;
- Accordi di partenariato con i Media locali e nazionali;
- Gestione del sito di riferimento (aggiornamento quotidiano rassegna stampa on line, pubblicazione foto eventi in tempo reale);
- Gestione delle pagine Facebook (2000 iscritti nel 2013 diventati ad oggi oltre 5000) e Twitter;
- Realizzazione e invio settimanale della newsletter dedicata (10.000 iscritti);

Risultati 2015

Il programma di Quelli della Compagnia ha offerto decine di appuntamenti: film restaurati dalla Cineteca di Bologna, anteprime alla presenza del cast, documentari, grandi classici, film di culto, opere e balletti. Obiettivo per l'anno 2015 è stato quello di consolidare il rapporto con l'esercizio toscano, mettendo a disposizione degli esercenti le competenze e i rapporti di FST e aumentando gli appuntamenti in sala con il potenziamento della comunicazione e della promozione delle iniziative


100.000
spettatori degli eventi
prodotti da QDC


16
festival sostenuti in Toscana
di cui **12**
nella "50 giorni"
e "Primavera Orientale"


44
sale coinvolte
di cui **12** fiorentine e **32** toscane


200
eventi QDC
all'anno


68
Partner di QDC

LANTERNE MAGICHE

Attività di educazione al linguaggio cinematografico e audiovisivo rivolta alle scuole di ogni ordine e grado e alle Scuole Carcerarie della Toscana

Lanterne Magiche, attività formativa sostenuta dalla Regione Toscana, ha l'obiettivo di **promuovere la didattica del linguaggio cinematografico e audiovisivo nelle scuole di ogni ordine e grado** (elementari, medie e medie superiori).

I laboratori di Lanterne Magiche, attuati in tutta la Toscana, coordinati dalla Fondazione Sistema Toscana in accordo con FICE (Federazione Cinema d'Essai), hanno inizio nel 2009 a cura del direttore Didattico Leonardo Moggi. Già dal 1993 le attività di alfabetizzazione al cinema e all'audiovisivo, come materia interdisciplinare, venivano svolte nelle Case Circondariali della Toscana. Dal 2015 Lanterne Magiche diviene un marchio con un suo specifico logo e accoglie tutte le attività di formazione e alfabetizzazione al cinema.

Oggi **Lanterne Magiche collabora con oltre 125 istituti scolastici** toscani, coinvolgendo circa **1.600 docenti e 40.000 studenti**, attraverso percorsi di alfabetizzazione filmica a scuola e proiezioni nelle sale cinematografiche.

La didattica prevede di fornire strumenti e azioni che favoriscano la conoscenza del cinema rafforzando l'interesse per il cinema di qualità.

I corsi hanno un'ampia disseminazione sul territorio e si avvalgono di una rete di operatori culturali e formatori (ad oggi 18 unità). FST è responsabile del progetto regionale e coordina l'intero programma di Lanterne Magiche, verificandone la qualità dei contenuti e la sua adeguata diffusione sul territorio della Toscana.

Nel settembre del 2015 è stata realizzata una prima festa Scuola & Cinema, per presentare le linee di attuazione del programma e per far conoscere i numerosi progetti sul cinema scelti fra le proposte di festival e Associazioni Culturali di cinema della filiera toscana. Da questo evento alcune scuole di Firenze hanno manifestato interesse ed hanno richiesto, per il 2016, di partecipare ai corsi. Gli insegnanti delle scuole ISIS Galileo Galilei e Leon Battista Alberti, Chino Chini, Leonardo da Vinci, Serve di Maria, Scuole Pie e quelli di numerose altre scuole hanno preso parte a

corsi di alfabetizzazione per gli insegnanti, prestiti di film a tema (anche a seguito della nostra presenza nella stessa giornata alla presentazione del programma Scuola della Pergola per il quale abbiamo dato supporto con una selezione di film mirati al tema della stagione teatrale) proiezioni mirate (Il monello, Il labirinto del Silenzio) e i programmi sui Balcani (Percorsi di Storia e BFE) e di Cinema e Scienza (realizzato dall'Associazione Anemic). Si intende ripetere l'esperienza sotto forma di seminario aperto a tutta la Toscana.

Obiettivo è dunque estendere il servizio, potenziare i contenuti e fornire sempre maggiori strumenti di facile accesso ai supporti didattici attraverso il web, l'e-learning, le lezioni frontali e la magica esperienza del guardare il cinema nelle sale toscane.

Attualmente sono dunque coinvolti 125 circoli per circa 320 plessi di vario ordine e grado, nelle province di Arezzo, Lucca, Massa e Carrara, Firenze, Livorno, Siena, Grosseto, Pistoia, Pisa, Prato



Il progetto sarà ampliato con l'apertura della sala del Teatro della Compagnia, luogo nel quale convergeranno le proposte per le scuole della provincia di Firenze e le lezioni virtuali per le scuole toscane da trasmettere in diretta con il supporto del circuito delle sale regionali attrezzate, oppure in differita con le postazioni web (LIM nelle classi).

Sarà importante elaborare nuovi percorsi didattici sul pre-cinema e la storia del cinema, oltre a fornire film per proposte tematiche su richiesta degli insegnanti.

Il pubblico del futuro è dunque quello che consapevolmente frequenterà le sale e che, anziché essere bersagliato dalle immagini, ne consocerà il senso, il linguaggio ed il significato per poter scegliere la qualità delle opere piuttosto che dei prodotti.

I film che escono dagli schemi del mercato trovano da sempre in Toscana uno spazio nelle sale d'essai che possono, con la FICE ed il circuito delle sale regionali, costituire un supporto molto importante per la formazione e la diffusione culturale.

Lanterne Magiche ha una sezione web dedicata (www.mediatecatoscana.net/sociale.php) e una pagina Facebook ([facebook.com/](https://www.facebook.com/)

LanterneMagiche/), attraverso le quali è possibile trovare i percorsi didattici che gli insegnanti possono utilizzare, anche in autonomia, se già hanno frequentato la fase propedeutica.

Risultati 2015

Lanterne Magiche è un brand che contiene il metodo didattico e le sue applicazioni all'interno di un'area più vasta della così detta filiera del cinema in Toscana. Ciò consente un migliore coordinamento del programma ed è finalizzato ad un riassetto generale dell'attività con l'aiuto di una piattaforma virtuale. (Web e E-learning).

Dal 2014/15 si è dato inizio all'attività diretta alle scuole fiorentine (Aggiornamento insegnanti, educazione degli adulti, scuole elementari, medie e superiori), collaborando anche con altri istituti di cultura del capoluogo toscano come Comune di Firenze, Teatro della Pergola, Cinema Alfieri, Associazione Vittorio Rossi Libri liberi, Percorsi di Storia e Associazione Anemic con i quali condividiamo la promozione e le iniziative ed i programmi rivolti a insegnanti e studenti.

Abbiamo iniziato a rinnovare il metodo, con la revisione e riorganizzazione dei materiali didattici, am-

pliando e omologando i contenuti e la messa in rete.

Obiettivo è dunque formare fruitori di film di qualità, perché ciò consentirà anche al mercato del cinema di essere migliore. In questo la Toscana, può essere una vera avanguardia.

Tempo di realizzazione: 12 mesi - anno scolastico - Inizio attività settembre 2015 termine attività giugno 2016.

Il progetto, in continuità con "Andiamo al cinema", è ben radicato sul territorio ed ha all'attivo più di 300 plessi scolastici di ogni ordine e grado e 5 Case Circondariali e di reclusione. Il flusso regionale degli utenti del servizio è di 48.603 ma si ipotizza di superare le 50.000 persone annualmente coinvolte se venissero inseriti nel conteggio anche i numeri degli alunni presenti alle lezioni in classe.

CINEMA DI QUALITÀ NELLE CARCERI



Fra le altre attività il settore Carcere è quello che oggi è più consolidato. Il programma delle attività ha coinvolto 1230 utenti per circa 100 incontri ripartiti su 5 istituti della toscana.

L'obiettivo è quello di utilizzare la cultura per far crescere i soggetti reclusi in un ampio programma rieducativo e formativo.

L'esecuzione dei corsi si svolge con diversi moduli, sulla base delle esigenze di ciascun carcere. Esempio: proiezioni mensili a tema o proiezioni settimanali per i laboratori interdisciplinari e per l'alfabetizzazione al cinema, corsi pratici per la produzione di cortometraggi. I cicli si concludono trimestralmente o semestralmente per dare modo ai docenti di ricalibrare il programma sulla

base dei nuovi ingressi. Tutti i laboratori hanno una adeguata restituzione formativa; nel caso dei laboratori di produzione o tecnico teorici sull'audiovisivo, possono essere dei DVD contenenti elaborati audio e filmati, in altri casi la conversazione con gli autori e i personaggi del cinema oppure la partecipazione a proiezioni pubbliche nelle sale o ad incontri fuori dalle mura. La partecipazione al programma è parte integrante della valutazione del soggetto recluso. In alcuni casi l'attività si svolge anche con una scuola superiore del territorio che accede al carcere per partecipare alle lezioni. Le attività hanno una loro pagina web dedicata (www.mediatecatoscana.net/sociale.php).

Risultati 2015

Nel 2015 i laboratori sono andati in continuità con quanto già in atto dal 2014 (i corsi seguono il calendario scolastico) mantenendo 5 istituti: M.Gozzini/Sollicciano, Empoli, OPG di Montelupo, Casa di reclusione di Massa e CC di Livorno. Con una partecipazione media di 1.230 detenuti e 30 studenti esterni. Durata 11 mesi -anno scolastico + attività estiva - Inizio attività settembre 2015 termine attività luglio 2016.



PRODUZIONE FILMATI EDUCATIVI



Fra i progetti attivi all'interno dell'area delle attività educative per il sociale abbiamo anche quelli di **produzione filmati educativi**.

Terminato nel 2015 il terzo video didattico in tre lingue dal titolo "Il giardino educativo" è stato prodotto con la consulenza della pedagoga Penny Ritcher, per il **Comune di Firenze e la KLAX di Berlino**.

Stiamo iniziando un nuovo progetto su Il bambino digitale da 0/3 anni.

Si tratta di filmati educativi per gli insegnanti del nido visibili sul nostro web:

http://www.mediatecatoscana.net/sociale_news_view?id=56.

("Il giardino educativo" è già stato presentato in Germania, non ancora in rete perché sarà presentato in anteprima italiana il 9 Aprile 2016 alla sala Spazio Alfieri di Firenze).

ATTIVITÀ EDUCATIVE PER IL SOCIALE

I numeri del 2015



116

Circoli/Istituti comprensivi per un totale di circa

300

Plessi scolastici incluse le scuole carcerarie a settembre 2015

Circolo didattico: l'insieme delle sedi scolastiche comprendente la Scuola dell'Infanzia, Scuola Primaria e Scuola Secondaria di 1° grado; sono stati creati dove gli alunni iscritti ai vari ordini di scuola erano di numero inferiore al previsto.

Istituti comprensivi: sono istituti che comprendono Scuola dell'Infanzia, Scuola Primaria e Scuola Secondaria di 1° grado; sono stati creati dove gli alunni iscritti ai vari ordini di scuola erano di numero inferiore al previsto.

Plesso: Istituto scolastico con sede propria.



52.000

insegnanti e studenti coinvolti, dei quali

1.230

della scuola carceraria



322

proiezioni all'anno

212

in sala

110

in altri spazi



316

incontri all'anno, inclusa la scuola carceraria



32

formatori esperti + **2** coordinatori

29

Comuni coinvolti + **2** comunità montane

Arezzo - Barga - Castelfiorentino - Castiglioncello - Cecina - Certaldo - Chianciano Terme - Colle val d'elsa - Empoli - Firenze - Montelupo - Follonica - Grosseto - Livorno - Lucca - Massa Marittima - Massa Carrara - Monsummano Terme - Orbetello - Pescia - Pisa - Poggibonsi - San Vincenzo - Santa Croce - Scandicci - Siena - Tavarnelle Val di Pesa, San Donato, Barberino Val d'Elsa - Prato - Borgo San Lorenzo - Comunità Montana della Garfagnana e dell'Amiata.

COLLABORAZIONE CON IL SISTEMA SANITARIO TOSCANO

Insieme di azioni connesse al cinema e supportate dalle tecnologie ICT, per supportare la diffusione di pratiche per il benessere e la salute



La Regione Toscana prevede nel nuovo Piano Sanitario e Sociale Integrato 2012 – 2015, oltre che nella L.R. n. 40/05 “Disciplina del servizio sanitario regionale”, interventi a favore del benessere e degli stili di vita dei cittadini residenti al fine di aumentare le pratiche salutogeniche dei singoli e delle comunità. Alla luce della natura di FST, che sviluppa e sostiene attività in campo cinematografico e audiovisivo, è stata rinnovata una collaborazione fra Regione Toscana – Assessorato al Diritto alla Salute e FST; la collaborazione tiene conto di tutte le linee di indirizzo regionali prima menzionate e, come nelle annualità precedenti, si è articolata in distinti filoni di azione.

App “I Love – Safe Sex”

Per la Direzione Generale Diritti di Cittadinanza e Coesione FST ha realizzato e curato la presentazione di un’applicazione rivolta ai

giovani di età compresa tra i 16 e i 25 anni di informazione e prevenzione sulle malattie sessualmente trasmissibili dal titolo I Love Safe Sex.

Il progetto ha riscosso grande successo tra gli addetti ai lavori che hanno supervisionato i contenuti e condiviso le linee progettuali. L’App è disponibile gratuitamente su App Store e Play Store.

Circuitazione di cortometraggi informativi nelle sale toscane

FST cura anche la circuitazione di alcuni cortometraggi presentati negli ultimi 4 anni al concorso “Se Hai testa Fai il Test” promosso dal Florence Queer Festival nell’ambito della 50 Giorni di Cinema Internazionale a Firenze. I corti selezionati vengono programmati nella settimana precedente e successiva al 1 Dicembre in oltre 40 schermi del circuito delle sale D’Essai della regione Toscana.

Il progetto, alla sua quinta edizione, è molto apprezzato dalle associazioni perché è riuscito in breve tempo a coinvolgere fasce di pubblico eterogenee e a presentare contenuti di informazione alla salute in modo lieve e efficace tramite canali alternativi.



DOC AT WORK - FESTIVAL DEI POPOLI

III Edizione (Firenze, 30 novembre – 4 dicembre 2015)



La III edizione di Doc at Work, l'area Market del Festival dei Popoli, realizzata in collaborazione con TFC, si è svolta come di consueto nella sede dell'Auditorium di Sant'Apollonia. Importante novità di quest'anno è stata l'opportunità riservata esclusivamente ai professionisti toscani: la riduzione del 25% sul costo delle iscrizioni agli workshop. Il programma della III edizione ha seguito una continuità con l'edizione precedente confermando le aree di attività svolte nel 2014:

FOLLOW UP MEETINGS, area ad ingresso gratuito per favorire l'accesso anche ai non addetti ai lavori, propone incontri ed iniziative dedicati ad approfondimenti su film e su autori presenti al Festival dei Popoli.

TRAINING, area articolata in seminari e workshop su alcuni aspetti tecnici e formali della realizzazione cinematografica, tenuti quest'anno da professionisti di fama internazionale, Woiciech Staron, Roberto Malfagia e Ilaria Malagutti, Jos de Putter, Boris Mitic.

PITCHING FORUM – ROUGH CUT PRESENTATIONS: selezione di film in fase di realizzazione o di rough-cut, presentati ad una platea composta da esperti internazionali (distributori, commissioning editors e film buyers) con finalità di co-finanziamento o pre-acquisto.



NEW YORK FILM ACADEMY

La collaborazione tra FST e la prestigiosa accademia statunitense



Lo sviluppo di possibili collaborazioni culturali con la New York Film Accademy e il circuito delle Università straniere presenti in Toscana, nasce nel quadro delle iniziative promosse da FST a sostegno del cinema di qualità.

Nel quadro di una positiva esperienza già maturata tra NYFA e Casa del Cinema-Odeon, si è ritenuto opportuno approfondire i rispettivi progetti, con l'obiettivo di incentivare e promuovere la presenza di studenti stranieri interessati ad un'offerta culturale e formativa da realizzarsi nel nostro territorio.

In questo contesto NYFA ha scelto Firenze come sede europea dei propri corsi e collabora con Toscana Film Commission per lo sviluppo di progetti e iniziative culturali.

FST ha inoltre assistito e agevolato la NYFA nella fase di insediamento e organizzazione della prima sede europea.

www.nyfa.edu/florence



LA TOSCANA DELLE BIBLIOTECHE

Il piano di comunicazione digitale di FST dedicato alle Biblioteche toscane e alla campagna “In biblioteca. Perché c’è il futuro della tua storia”



Per il quinto anno consecutivo si è rinnovato l’appuntamento delle biblioteche toscane con i cittadini: durante l’intero mese di ottobre, tutto il territorio regionale toscano verrà interessato da centinaia d’incontri, presentazioni, spettacoli e reading per **promuovere il libro e la lettura nei luoghi più diversi**, mediante la campagna di promozione Tipi da biblioteca, denominata dal 2011 In biblioteca. Perché c’è il futuro della tua storia.

Oltre 300 le iniziative cui le biblioteche toscane danno vita complessivamente, dimostrandosi, ancora una volta – dalle più grandi e prestigiose alle più piccole – luoghi dinamici e vitali, capaci di attrarre pubblici nuovi, di usare gli strumenti della contemporaneità per offrire servizi di qualità ai cittadini, anche con tecnologie e reti all’avanguardia.

In biblioteca, in libreria, a scuola, nei circoli culturali, nei teatri, ma anche nelle piazze, negli ospedali, nei parchi, nelle stazioni, nei mercati, sui tram, nelle grandi città come nei comuni più piccoli: in ciascuno di questi luoghi sarà possibile assistere a una delle tante iniziative in programma.

FST ha il ruolo di promuovere e diffondere in rete l’insieme delle iniziative, mettendo a disposizione il know how maturato nell’ambito della comunicazione social, utilizzando i propri canali media ed effettuando riprese live streaming di alcuni eventi selezionati.

Nello specifico, le attività svolte sono:

- Supporto di redazione e mediacenter (intoscana.it)
- Web Marketing tradizionale (banner, newsletter)
- Social Media Marketing
- Social Advertising (Facebook Adv)

FESTIVAL D'EUROPA 2015

Firenze, 6-10 maggio 2015



Ideato nel 2011 dall' European University Institute (EUI), il Festival d'Europa - <http://www.festivaldeuropa.eu> - si propone di mettere in risalto questa "vocazione europea" del capoluogo toscano. L'edizione 2015 ha visto coinvolti in prima linea le maggiori Istituzioni europee, nazionali e locali quali: il Comune di Firenze, la Regione Toscana, l'EUI, la Rappresentanza in Italia della Commissione Europea, l'Ufficio di Informazione del Parlamento Europeo in Italia, il Dipartimento per le Politiche Europee, il Consiglio d'Europa, la Città Metropolitana di Firenze, l'Agenzia Erasmus+ Italia/INDIRE, l'Università degli Studi di Firenze, l'Ufficio Scolastico Regionale per la Toscana.

Il coordinamento e la produzione esecutiva del Festival sono stati affidati dal 2013 alla Fondazione Sistema Toscana.

Come per ogni edizione, il cuore dell'iniziativa è stato la conferenza 'The State of the Union' - svoltasi l'8 Maggio presso Palazzo Vecchio sotto la diretta organizzazione dell'EUI - alla quale hanno partecipato alcuni dei personaggi chiave del panorama europeo per discutere l'attua-

lità ed il futuro dell'Europa (<https://stateoftheunion.eui.eu/>).

La terza edizione del Festival d'Europa si è concentrata su grandi temi europei come **Sviluppo e Cooperazione** - in linea con il tema dell'anno europeo 2015 - **Surveillance e Sicurezza dei cittadini europei e l'Europa nelle relazioni internazionali**.

Una raccolta di oltre 120 iniziative frutto della stretta collaborazione dei soggetti promotori e dei partner, con il tessuto culturale della città per valorizzare anche in questa edizione la visione europea di Firenze.

Pur potendo contare su risorse estremamente ridotte rispetto alle edizioni passate, il Festival d'Europa ha avuto un'ampia partecipazione di pubblico e un'ottima visibilità mediatica, a testimonianza dell'altro valore che l'iniziativa ha acquistato negli anni, anche grazie all'impegno delle associazioni del territorio.

73 Partner e 46 location

Il grande numero di partner e di location coinvolti nel Festival ha reso possibile una ricchissima rassegna

di eventi, differenti per natura e per target, che ha saputo coinvolgere un pubblico molto numeroso e diversificato: associazioni, università, fondazioni, associazioni di categoria, musei, scuole e istituti di formazione, istituzioni pubbliche e private del territorio e non solo.

Il comitato organizzatore

Il comitato organizzatore del Festival è rappresentato da: Comune di Firenze, Regione Toscana, EUI e Città Metropolitana di Firenze. FST è stato il soggetto attuatore dell'evento.

Il Comune di Firenze nella persona della Vicesindaca Cristina Giachi si è fatto anche per 2015 coordinatore delle attività del comitato stesso. I partner del comitato organizzativo: Università di Firenze, le Rappresentanze delle istituzioni comunitarie a Roma - Commissione e Parlamento Europeo - , l'Agenzia Erasmus+/Indire, il Consiglio d'Europa, l'Ufficio Politiche Europee della Presidenza del Consiglio dei Ministri, la Città Metropolitana di Firenze, l'ufficio Europe Direct di Firenze.

Per l'edizione 2015 è stata mantenuta la suddivisione in aree tematiche (Cittadinanza, Cultura, Didatti-

Erasmus+

Erasmus+
İstihdam İçin
Mesleki Eğitim Projesi



ca, Economia, Istituzioni, Notte Blu, Spettacoli, Università) ed è stata formalmente lanciato il programma per gli studenti delle scuole superiori "L'Europa a Scuola".

Ricerca Donors

Il Comune di Firenze si è fatto carico di supportare la ricerca di sostenitori e donors, che per l'edizione 2015 sono stati particolarmente importanti per la realizzazione dell'iniziativa. Oltre ad un piccolo contributo della Regione Toscana e al contributo in kind fornito dal Comune di Firenze e dalla Città Metropolitana, che hanno messo a disposizione gratuitamente le sedi ospitanti l'iniziativa, il principale donor dell'iniziativa è stata l'Agenzia Nazionale per i Giovani. L'Agenzia Erasmus+/Indire si è fatta carico di tutte le spese necessarie all'organizzazione delle attività in Piazza Santa Maria Novella mentre lo Europe Direct di Firenze ha coperto i costi organizzativi della Notte Blu.

L'Europa a Scuola

All'interno dell'ampio progetto dell'Area Didattica del Festival d'Europa 2015 denominato "L'Europa a Scuola", la Città Metropolitana di Firenze, in collaborazione con la Scuola di Scienze Politiche dell'Università degli Studi di Firenze, l'Istituto Universitario Europeo (EUI) e l'Agenzia Nazionale Erasmus+ INDIRE, hanno proposto lo sviluppo di un Percorso Didattico su argomenti di carattere europeo, rivolto alle classi di tutti gli Istituti Superiori di secondo grado della Provincia di Firenze, che è culminato nella promozione e organizzazione di un

Concorso nell'ambito del quale gli studenti hanno potuto, con la loro creatività, testimoniare al pubblico del Festival e ai suoi promotori i risultati del lavoro svolto.

In totale sono state proposte **38 diversi temi**, a cui hanno aderito **11 istituti** per un totale di **59 classi coinvolte**. Il percorso didattico si è svolto da gennaio ad aprile mentre la premiazione è avvenuta durante il festival il 7 maggio 2015. Le lezioni sono state curate dall'EUI, dalla Scuola di Scienze Politiche - Università di Firenze, dalle associazioni del territorio, dall'Ordine degli Psicologi della Toscana.

Organizzazione logistica e produzione esecutiva

La comunicazione e la produzione esecutiva dell'evento sono stati coordinati da Fondazione Sistema Toscana, assistiti da alcuni dipendenti comunali e della città metropolitana di Firenze per quanto riguarda gli aspetti logistici. In particolare FST ha seguito le seguenti attività:

- Direzione degli allestimenti del Festival, fatta eccezione per Piazza Santa Maria Novella, curata direttamente dall'Agenzia Erasmus+/Indire
- Coordinamento del Comitato Organizzativo.
- Supporto attivo alle attività in programma nell'Area Didattica
- Definizione Palinsesto
- Coordinamento Staff e Volontari
- Gestione budget

Comunicazione

Le azioni principali hanno prediletto la comunicazione online, a cari-

co di Fondazione Sistema Toscana, riducendo al minimo i costi per la stampa.

Le principali attività svolte sono state:

- Ideazione del nuovo coordinato di immagine del Festival
- Creazione e lancio del sito web www.festivaldeuropa.eu
- Campagna pubblicitaria
- Ufficio Stampa
- Cerimonia di Apertura del Festival in Piazza Santa Maria Novella (6/5/2015),
- Press Point e Sala Stampa per la stampa europea, locale e nazionale accreditata
- Gestione dei social media
- Creazione e gestione di un social media team nei giorni del festival



**BILANCIO
DI ESERCIZIO
AL 31.12.2015**

Relazione di Missione

VALUTAZIONI PRELIMINARI

Gli elementi di maggior rilievo del bilancio 2015 possono essere così sintetizzati:

- risultato positivo della gestione economica sia in termini di MOL (margine operativo lordo) che di margine di utile al netto delle imposte;
- rispetto dei principali obiettivi formulati in sede di previsione, nonostante la parziale riduzione di alcune attività in conseguenza della decurtazione e ritardata deliberazione delle risorse destinate al Programma delle Attività 2015;
- conferma della capacità di attrarre da soggetti pubblici e privati risorse aggiuntive al contributo annuale della RT (L.R.21/2010);
- priorità necessariamente assegnata ai costi fissi e alle spese di funzionamento per le attività di missione, con conseguenti limiti di operatività e contrazione di alcune attività programmate all'inizio dell'anno con gli Assessorati di riferimento.

Il 2015 è un anno in cui le difficoltà di trasferimento delle risorse a FST da parte del Socio Fondatore Regione Toscana hanno raggiunto un livello di oggettivo allarme. FST ha fatto fronte a questa dinamica (indotta a sua volta, in larga misura, da decisioni ed emergenze di carattere sovraregionale) esponendosi ad un maggior livello di rischio, al fine di garantire continuità alle attività strategiche e di missione.

FST ha operato comunque con successo nell'ambito di tutti gli affidamenti, realizzando progetti ed eventi di notevole risalto mediatico e di pubblico quali Internet Festival, BTO e 50 Giorni di Cinema Internazionale. In taluni progetti FST ha potuto beneficiare di un cash flow positivo che ha anticipato i ricavi rispetto ai costi, come nel caso di BTO-Buy Tourism Online (evento che per sua natura poggia sulle risorse pubbliche per una quota inferiore al 30%), con una logica quindi inverti-

ta rispetto alla dinamica del contributo regionale e dei contributi pubblici in generale.

Questo elemento assume rilevanza nella lettura della capacità di FST di attrarre e gestire risorse di provenienza diversa rispetto al finanziamento regionale.

In controtendenza rispetto ai limiti sopra indicati e all'azzeramento di talune attività (soppressione del Fondo Incoming per il finanziamento delle produzioni cinematografiche e audiovisive in Toscana, blocco degli investimenti di web marketing e di azioni legate alla promozione territoriale online) si sono affermati nuovi progetti di alto valore che evidenziano dinamiche inverse, come la presenza della Toscana ad Expo 2015. La progettazione e gestione di tutte le azioni affidate a FST, con una corretta produzione degli atti e delle relative tempistiche, nonché un'adeguata condivisione delle modalità di rendicontazione ed erogazione, ha dimostrato come sia possibile affrontare progetti di notevole complessità e criticità quali la presenza della Toscana ad Expo 2015, realizzata con grande successo da FST per conto e in strettissima collaborazione con Toscana Promozione.

A fronte di un quadro generale di transizione caratterizzato dalla nuova legislatura regionale 2015/2020 e da talune criticità, il volume complessivo delle attività 2015, unito alla capacità di spesa, al raggiungimento dei principali obiettivi programmati, ai risultati prodotti e ai benefici procurati agli stakeholders di riferimento, ha comunque consentito di consolidare l'identità e il valore degli scopi di missione della Fondazione, a cui si lega l'apprezzamento degli stakeholders e dei numerosi partner pubblici e privati coinvolti nelle attività di FST. I risultati prodotti e il valore sociale, culturale ed economico distribuito sul territorio regionale in virtù della logica di sistema e dello specifico know how della squadra FST (dipendenti, collaboratori, associazioni e

imprese) dimostrano la peculiare validità delle scelte operate dalla Regione Toscana nell'avvalersi di FST per progettare e gestire attività nei diversi campi dell'innovazione digitale, del cinema di qualità, della promozione territoriale e delle produzioni multimediali, insieme al ruolo di soggetto attuatore di eventi e festival di livello nazionale e internazionale.

Al tempo stesso è d'obbligo sottolineare il costante richiamo del governo regionale alle **gravi difficoltà generate dai pesanti tagli dei trasferimenti agli enti locali e alla necessità di proseguire con determinazione sulla strada già intrapresa del contenimento dei costi di struttura**, della riduzione delle spese di gestione, della maggiore integrazione dei servizi per le possibili economie di scala con le altre Fondazioni Regionali (ORT e FTS) e sulla **diversificazione delle fonti di ricavo**.

Sul versante dei ricavi si conferma la tendenza che assegna al Socio Fondatore RT il ruolo di stakeholder primario, sia nella programmazione delle attività che nell'erogazione dei contributi annuali regolati dalla LR 21/2010. Infatti, rispetto al volume complessivo dei ricavi pari a 6.508.279 i contributi regionali assegnati per la realizzazione del Programma delle Attività **incidono per l'84 %**.

Resta comunque molto significativa la **percentuale del 16 %** relativa ad azioni di fund raising e ai conseguenti ricavi che FST riesce ad attrarre da altri soggetti pubblici e privati, indirizzandoli sui progetti e sugli eventi promossi da RT.

Sul fronte dei costi, il 2015 si caratterizza per un ulteriore consolidamento della linea che negli ultimi anni ha realizzato importanti risultati all'insegna del contenimento della spesa e dell'ottimizzazione delle risorse impiegate nella gestione operativa; rispetto all'esercizio precedente, si registra un sostanziale **allineamento dei costi fissi di struttura rispetto all'anno precedente**. Il risultato economico dei principali eventi che identificano altrettanti centri di costo (Internet Festival, Borsa del Turismo On line e 50 Giorni di Cinema Internazionale hanno un budget complessivo di oltre 1 ml. di euro) continua a segnalare un leggero **marginale di utile, reinvestito negli scopi di missione**.

All'equilibrio del conto economico conseguente ad una gestione organizzativa e amministrativa che concilia finalità di interesse pubblico e spirito d'impresa, corrisponde un impatto sociale, culturale ed economico prodotto da FST a vantaggio del proprio territorio.

In molti casi i progetti e gli eventi realizzati da FST sono il frutto di convenzioni, partnership, comarketing e altre forme di collaborazione di rete e di sistema capaci di generare significativi **indotti territoriali** che aumentano e redistribuiscono il valore degli investimenti iniziali.

In chiave di **bilancio sociale** la catena del valore prodotto da FST in una logica d'integrazione di sistema emerge da una serie di indicatori che misurano i risultati delle singole attività e del sistema di relazioni della Fondazione. Ne citiamo alcuni:

- **volume delle attività** e numero di iniziative e progetti realizzati attraverso lo sviluppo Programma delle Attività 2015);
- **visitatori/spettatori** dei maggiori eventi gestiti da FST: Internet Festival, Primavera Orientale e 50 Giorni di Cinema Internazionale, BTO-Buy Tourism Online, presenza della Toscana ad Expo 2015
- **successo di pubblico e di stampa** registrato dal padiglione della Toscana ad Expo 2015;
- **consolidamento e sviluppo delle partnership** e collaborazioni attivate con soggetti pubblici e privati: Comuni, Università, Istituti e Centri di Ricerca, Associazioni, Consorzi;
- **traffico e interazioni/conversazioni generati** dalle piattaforme web e dei canali social gestiti da FST e direttamente indirizzati alla promozione territoriale;
- **visibilità e ricaduta sul territorio** connesse alle attività della Toscana Film Commission per l'attrazione di nuove produzioni cinematografiche e audiovisive, nonostante la sospensione del Fondo Incoming;
- **strategia di comunicazione digitale** a supporto della cultura del cinema di qualità: canali e siti web della Mediateca, 50 Giorni di Cinema Internazionale, Quelli della Compagnia e Toscana Film Commission;
- **coinvolgimento di pubblici specifici** attraverso le attività formative-educative-culturali (scuole, carceri, università), insieme alle iniziative realizzate dalla Mediateca;

- **capacità di sviluppare relazioni e sinergie** con realtà nazionali e internazionali nell'ambito di progetti comunitari e partenariati internazionali con particolare riferimento al progetto E-Space (Europeana).

- **crescita dei servizi e degli utenti** che hanno partecipato e utilizzato gli incentivi del Progetto Giovanisi.

L'esercizio 2015 conferma anche le scelte operate negli ultimi anni circa una **forte prudenza in materia di capitalizzazioni**, limitandosi al calcolo di un esiguo investimento di beni materiali in ordine al piano degli ammortamenti, che fa registrare una contrazione dovuta al completamento del ciclo di vita di alcune voci del piano stesso.

Anche sul fronte finanziario FST consolida la sua virtuosità, considerato che ad oggi non sussiste **nessuna forma di indebitamento bancario** e una gestione attiva del credito iva.

Fattori "interni" come il controllo e la pianificazione dei costi, la crescita delle competenze professionali e il miglioramento di alcuni processi gestionali, la contrazione degli ammortamenti, il ricorso a forme di noleggio operativo e altre dinamiche di razionalizzazione dei costi **continuano ad incidere positivamente sulla gestione operativa e sulla ottimizzazione delle risorse impiegate.**

La **maggiore criticità** è stata causata da fattori "esterni" già descritti dovuti alla tempistica dei processi amministrativi che determinano il trasferimento dei contributi regionali; la difficilissima congiuntura della finanza pubblica, unita ai vincoli del pareggio di bilancio, continua a condizionare pesantemente la gestione e la programmazione delle attività, esponendo la Fondazione al rischio di operare spesso senza le necessarie coperture e senza il dovuto rispetto dei budget previsionali.

In tale contesto si è fatta più stringente la necessità di mettere in sicurezza i **costi di funzionamento** indispensabili a garantire gli scopi di missione della

Fondazione, rinviando e subordinando l'inizio di alcune specifiche attività alla effettiva copertura dei **costi variabili** dei progetti stabiliti dal Programma annuale della Attività deliberato dalla R.T.

LA GOVERNANCE DI FST

Nel corso del 2015 sono emersi importanti elementi che incidono in modo significativo sui temi dell'organizzazione e della governance di FST. In particolare ci riferiamo:

- ai cambiamenti istituzionali già realizzati nel novembre 2014 attraverso le modifiche statutarie approvate dalla Giunta Regionale che hanno determinato l'assoggettamento integrale di FST alla direzione, al controllo e al coordinamento della Regione Toscana, con la soppressione dell'Assemblea di Partecipazione. Tali cambiamenti hanno accentuato l'urgenza, da parte del governo regionale, di provvedere responsabilmente in ordine al completamento del percorso normativo e legislativo che stabilisce in via definitiva l'inquadramento giuridico, gli ambiti di azione, le modalità operative e le conseguenti garanzie circa le risorse annualmente collegate al Programma delle Attività e ai relativi tempi di erogazione;
- al nuovo assetto della Giunta Regionale e alla diversa ripartizione delle deleghe pertinenti per Fondazione Sistema Toscana (Presidenza, Cultura, Innovazione Digitale, Turismo); novità che hanno generato la necessità di rimodulare il quadro di riferimento con le direzioni competenti e l'ordine delle priorità impresso alle attività e ai progetti di interesse regionale da realizzare nel corso dell'anno;
- al riordino di Toscana Promozione e alla sua trasformazione in Toscana Promozione Turistica. Scelte che hanno portato ad inserire nell'articolato della legge di riorganizzazione di Toscana Promozione il ruolo di FST come soggetto incaricato di "promuovere l'immagine complessiva della Toscana"; un processo che se da una parte valorizza e consolida le competenze di FST in materia di marketing territoriale e comunicazione digitale integrata, dall'altra lascia ad oggi scoperte le modalità attraverso cui garantire le risorse economiche necessarie ai fini della competizione con i sistemi regionali

più evoluti e della efficace gestione della piattaforma del nuovo sito di destinazione turistica della Toscana, comprese le attività connesse di social media strategy e di digital marketing;

- al contesto di riferimento regionale rappresentato ad oggi dalla L.R. 21/2010 (Piano della Cultura), che consente il conferimento di risorse a FST anche da parte degli altri Assessorati Regionali in relazione a progetti di loro specifico interesse, purché gli obiettivi siano coerenti con gli scopi di missione di FST;
- al superamento dell'ipotesi di fusione tra le tre Fondazioni Regionali che operano nel campo della cultura (Fondazione Sistema Toscana, Orchestra Regionale Toscana e Fondazione Toscana Spettacolo) e alla contestuale esigenza di dare più sostanza alle possibili integrazioni di servizi e attività, per misurare concretamente nel breve periodo i benefici indotti dall'ottimizzazione delle risorse e dal contenimento dei rispettivi costi di gestione;
- al ruolo di soggetto attuatore attribuito a FST in ordine alla gestione degli interventi deliberati dal CIPE con il programma triennale di "Sensi Contemporanei", con investimenti di risorse per oltre 11 ml. di euro nei settori del cinema e dell'audiovisivo. L'Accordo di Programma Quadro tra il Governo e la Regione Toscana stabilisce infatti che FST è il soggetto incaricato di progettare e realizzare gli interventi programmati in Toscana nel triennio 2016-2018;
- alla predisposizione di una delibera della Giunta Regionale per la modifica dell'art. 44 della L.R.21/2010. La modifica costituisce la naturale conseguenza delle modifiche statutarie varate nel 2014 dalla Giunta Regionale, e stabilisce esplicitamente che sono obiettivamente maturate tutte le condizioni di legge per affermare che FST è una Fondazione che opera in nome e per conto della Regione Toscana in regime di "in house providing".

La modifica dell'art. 44 della L.R.21/2010, sottoposta all'esame della Giunta Regionale, si basa su presupposti ormai consolidati. Fondazione Sistema Toscana è infatti:

- una persona giuridica di diritto privato iscritta al registro delle persone giuridiche private della Regione Toscana
- istituita dalla Regione Toscana per realizzare progetti di interesse regionale, elaborati dalla fondazione stessa "nel rispetto degli indirizzi previsti dagli atti della programmazione regionale" (art. 44, comma 3, L.R. 21/10) e per soddisfare esigenze di interesse generale, non commerciali (articoli 2 e 3 dello Statuto vigente approvato dalla stessa Giunta Regionale su parere delle Commissioni Consiliari e adottato già il 17/10/2014)
- interamente controllata dalla Regione Toscana, la quale esercita ogni potere di indirizzo, nomina e controllo. RT indica e approva le linee strategiche, adottando le decisioni più significative per il tramite dei propri rappresentanti negli organi di amministrazione, direzione e controllo, vale a dire tutti e cinque i membri del Consiglio di Amministrazione (nomina del Consiglio Regionale - art. 9 dello Statuto), tutti e tre i sindaci effettivi e i due sindaci supplenti del Collegio dei Revisori dei Conti (nomina del Consiglio Regionale - art. 15 dello Statuto) e lo stesso Direttore Generale (nomina del Presidente del Consiglio Regionale - art. 13 dello Statuto)
- finanziata in modo maggioritario e per una percentuale totale superiore all' 80% dalla Regione Toscana ai sensi dell'art. 44, comma 5, della L.R. 21/10 che stabilisce che "l'ammontare del finanziamento annuale della Regione a FST è stabilito sulla base del programma di cui al comma 3, con riferimento ai diversi ambiti di attività, con deliberazioni della Giunta Regionale attuative di piani e programmi ai sensi dell'articolo 10 bis della legge regionale 49/1999, nonché con il programma annuale di cui all'articolo 4 della legge regionale 25 giugno 2002, n. 22 (Norme e interventi in materia di informazione e comunicazione".
- obbligata a destinare esclusivamente alla realizzazione dei progetti di interesse della Regione Toscana la componente residua dei contributi percepiti da soggetti pubblici diversi dalla Regione Toscana (ricavi da enti pubblici terzi, progetti comunitari) e, in minima parte,

da soggetti privati (ricavi commerciali e fund raising).

E' quindi del tutto evidente che la Regione Toscana esercita sulla Fondazione Sistema Toscana un controllo analogo a quello esercitato sui propri servizi, cioè "un'influenza determinante sia sugli obiettivi strategici che sulle decisioni significative della persona giuridica controllata" (art. 5, comma 2, D.Lgs. 50/2016).

Va inoltre considerato che il nuovo Codice dei Contratti Pubblici (art. 5 del D.Lgs. 50/2016) rafforza questa impostazione, consentendo di affidare direttamente un appalto pubblico a una persona giuridica di diritto privato quando sono soddisfatte tutte le seguenti condizioni:

- a) l'amministrazione aggiudicatrice esercita sulla persona giuridica di cui trattasi un controllo analogo a quello esercitato sui propri servizi;
- b) oltre l'80 per cento delle attività della persona giuridica controllata è effettuata nello svolgimento dei compiti ad essa affidati dall'amministrazione aggiudicatrice controllante o da altre persone giuridiche controllate dall'amministrazione aggiudicatrice o da un ente aggiudicatore di cui trattasi;
- c) nella persona giuridica controllata non vi è alcuna partecipazione diretta di capitali privati, ad eccezione di forme di partecipazione di capitali privati previste dalla legislazione nazionale, in conformità dei trattati, che non esercitano un'influenza determinante sulla persona giuridica controllata.

Le considerazioni e i fatti fin qui esposti supportano e legittimano le decisioni e gli atti amministrativi della Regione Toscana che individuano FST come soggetto destinatario di contributi e affidamenti diretti all'esecuzione di progetti e servizi di interesse regionale.

RISULTATO POSITIVO DELLA GESTIONE ECONOMICA 2015

A fronte di **6.477.759 € di ricavi** che determinano il valore della produzione dell'esercizio 2015, vanno considerati **5.883.828 €** di costi (3.547.601 € di costi di produzione e 2.336.227 € di costi ripartiti tra spese per il personale e altri oneri di gestione); ne consegue una differenza positiva che ha generato un **Margine Operativo Lordo di 593.931 €**.

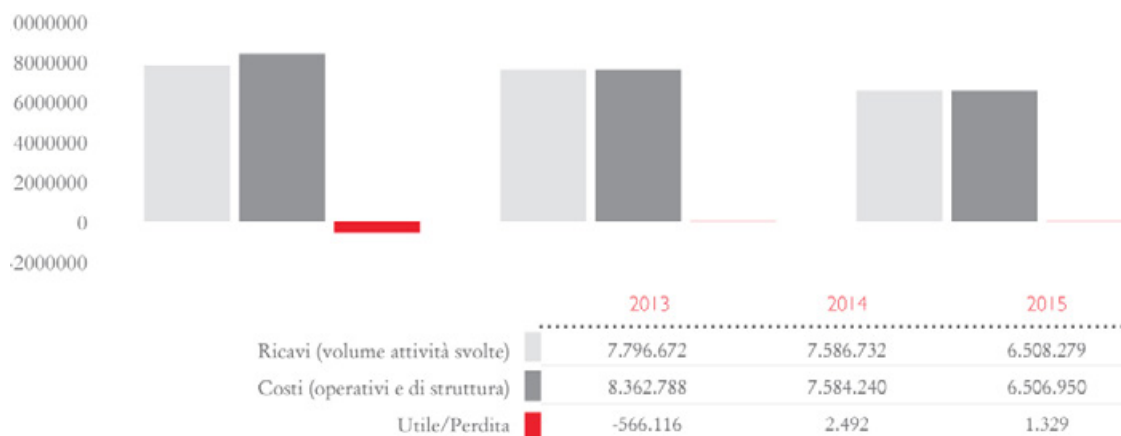
I costi di produzione registrano una contrazione, passando dai 3.817.066 del 2014 ai 3.547.601 del 2015 che si traduce nel 7,06%. Ne consegue la conferma di una ulteriore capacità dimostrata da FST in termini di **ottimizzazione delle risorse impiegate e di miglioramento dei vari indici di produttività**.

La **gestione operativa**, al netto della gestione finanziaria, della gestione straordinaria e delle imposte, registra un **marginale positivo (EBIT) di 106.751 €** pari al 1,65 % del Valore della Produzione, in leggera crescita rispetto all'anno precedente.

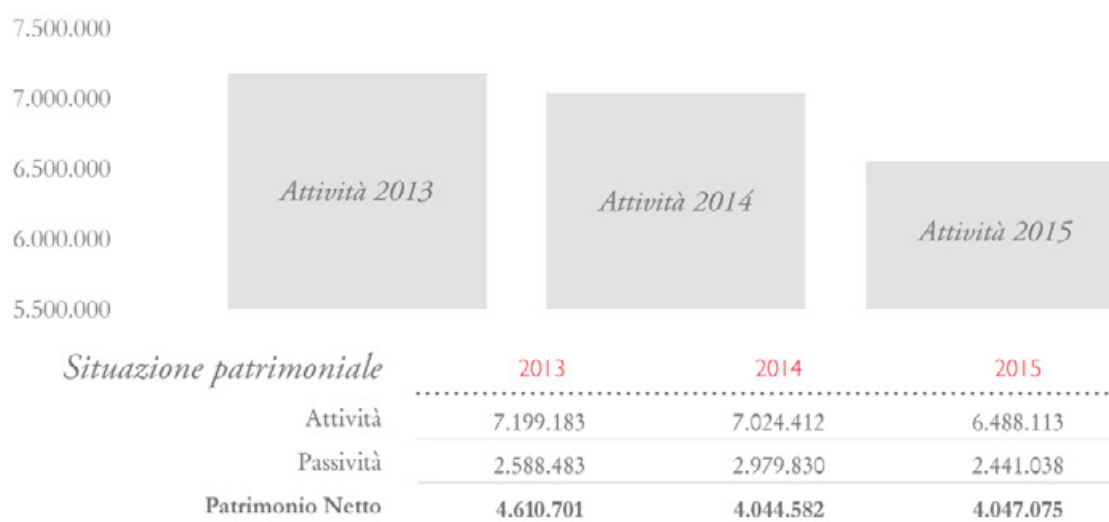
Un **risultato positivo**, che ha costituito la premessa per continuare l'operazione di assorbimento delle criticità legate ai crediti ad alto rischio di esigibilità, costituite dalle quote annuali dei soci

pubblici dell'Assemblea di Partecipazione; ciò nonostante, nel corso del 2015 sono stati fatti accantonamenti per oltre 44.000 €. In ottemperanza ai principi di **prudenza** e di massima trasparenza dei dati bilancio verso tutti i livelli di controllo amministrativo e istituzionale, si è stabilito di procedere alla **svalutazione dei crediti da soci partecipanti per 108.500 €**.

QUADRO DI SINTESI ECONOMICO E PATRIMONIALE

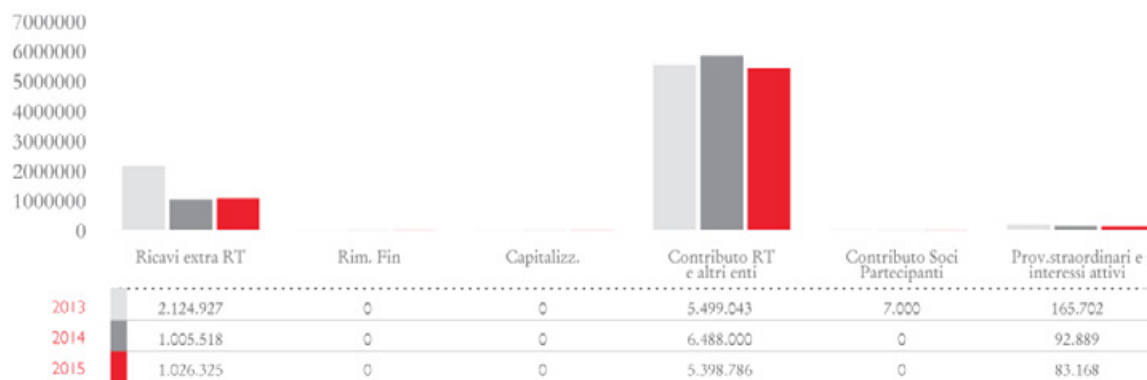
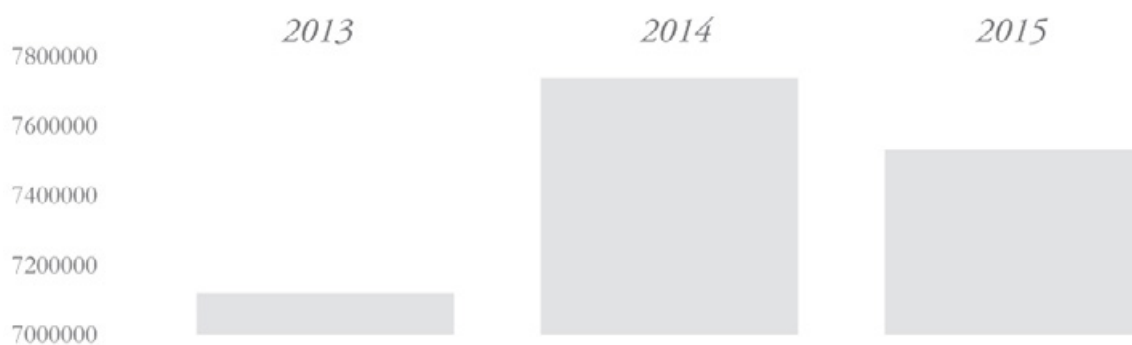


La tabella descrive, come per il conto economico, l'andamento delle poste patrimoniali degli ultimi tre esercizi.

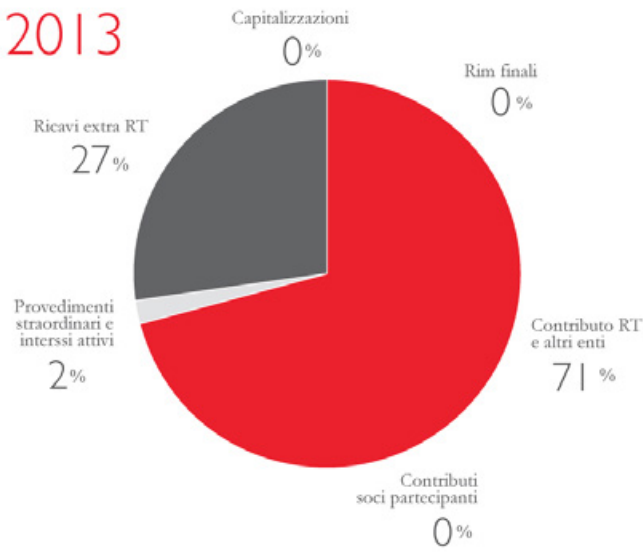


Ricavi

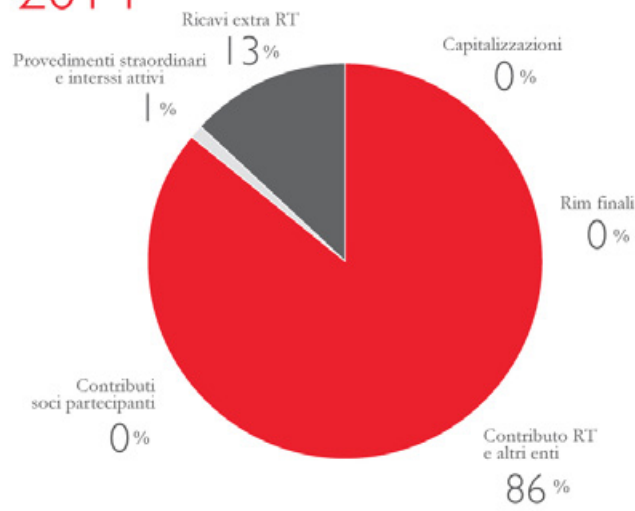
Ricavi (volmi e attività svolte)



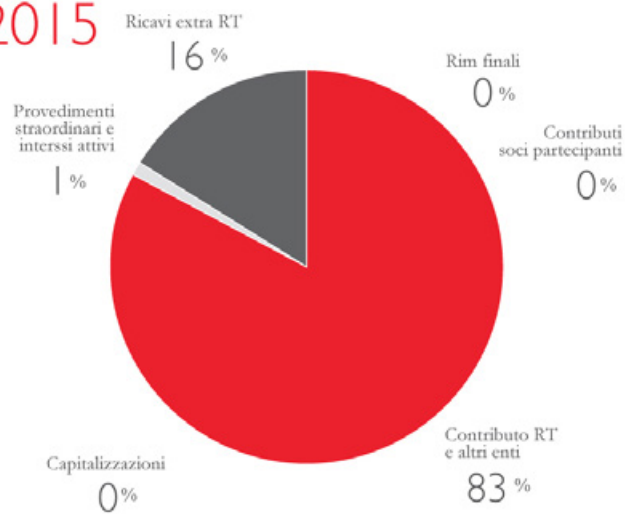
2013



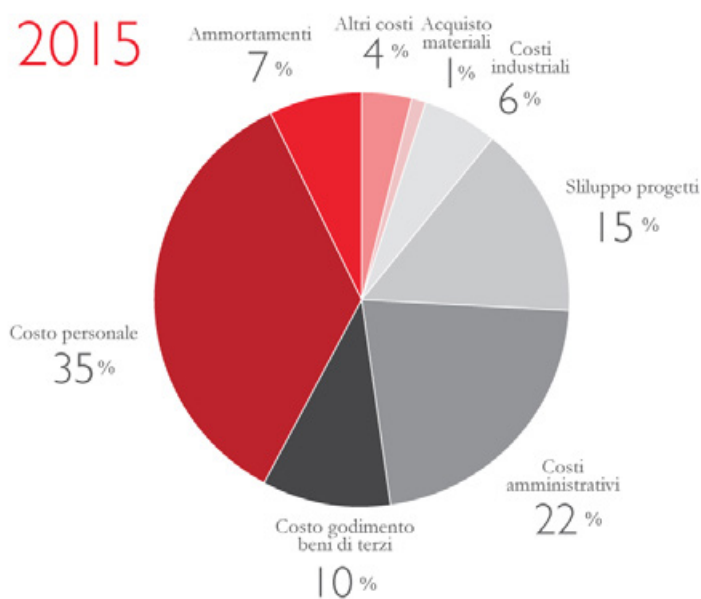
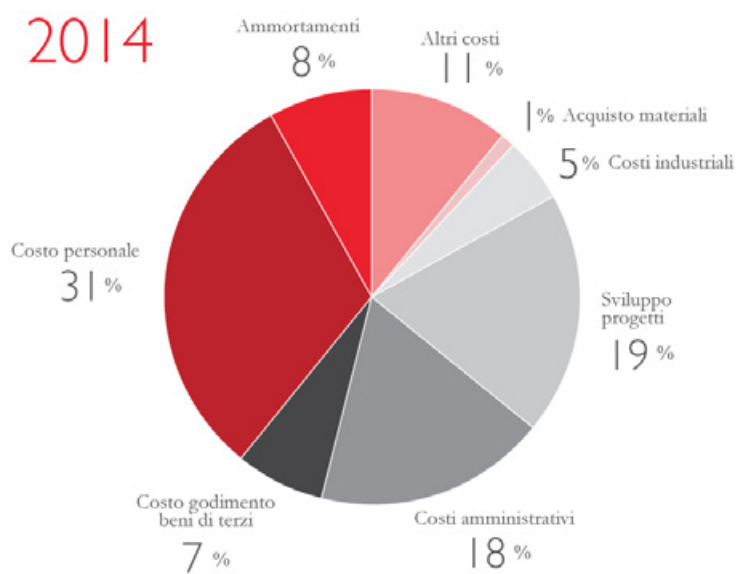
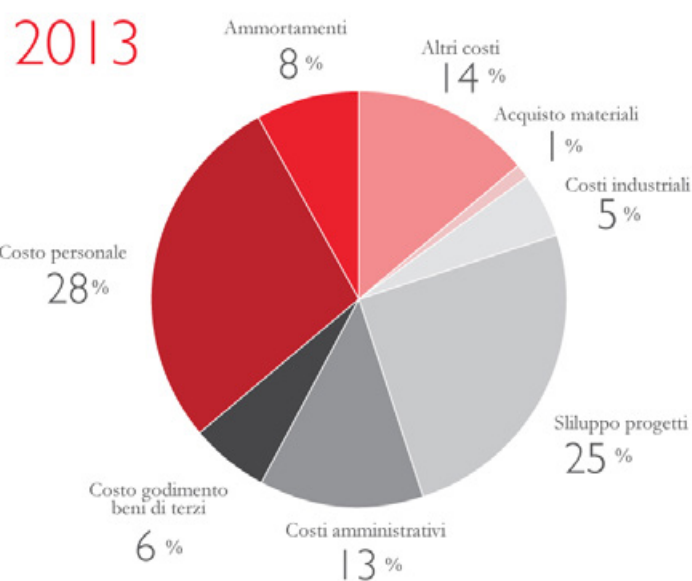
2014



2015



Costi



La tabella propone un quadro di sintesi delle principali voci relative al conto economico degli esercizi 2013, 2014 e 2015.

	2013	2014	2015
COSTI DI ESERCIZIO	8.362.788	7.584.240	6.506.950
Costi per materiale	44.607	51.332	39.328
Servizi industriali e tecnici	387.452	397.722	379.269
Servizi commerciali	2.055.843	1.420.776	994.448
Servizi amministrativi	1.130.803	1.386.488	1.431.127
Costi per god. beni terzi	522.628	507.495	640.614
Costi per il personale	2.348.349	2.401.004	2.295.349
Ammortamento imm. immat.	525.260	508.070	365.527
Ammortamento imm. materi.	141.819	100.359	74.858
Imposte e oneri di gestione	86.778	75.287	49.725
Interessi e altri oneri finanziari	353.548	37.643	7.060
Oneri straord., rim. iniziali e arrot.	653.254	564.075	99.674
Imposte sul reddito	112.446	133.991	129.971
TOT. COMPLESSIVO	8.362.788	7.584.240	6.506.950
Utile/Perdita a pareggio	-566.116	2.492	1.329

	2013	2014	2015
RICAVI DI ESERCIZIO	7.796.672	7.586.732	6.508.279
Ricavi commerciali	2.124.927	1.005.518	1.026.325
Incrementi per capitalizzazioni	0	0	0
Contributi c/o esercizio	5.499.043	6.488.325	5.398.786
Contributi soci partecipanti	7.000	0	0
Provvedimenti finanziamenti straordinari e altri	165.702	92.889	83.168
TOT. COMPLESSIVO	7.796.672	7.586.732	6.508.279

LA CREAZIONE DI VALORE

Il prospetto seguente riporta il Conto Economico riclassificato in forma scalare più idoneo a rappresentare il "valore aggiunto" generato dalla gestione operativa.

	2013	incid. % su Val. Prod	2014	incid. % su Val. Prod	2015	incid. % su Val. Prod	2014 vs 2015
Valore della produzione	7.664.297		7.534.570		6.477.759		-14,03%
Costo della produzione	-4.186.941		-3.817.066		-3.547.601		-7,06%
Valore aggiunto	3.477.356	45,37%	3.717.504	49,34%	2.930.158	45,23%	-21,18%
Costo per il personale	-2.280.603		-2.328.013		-2.216.294		-4,80%
Imposte ed oneri di gestione	-258.951		-570.915		-119.933		-78,99%
MOL	937.802	12,24%	818.576	10,86%	593.931	9,17%	-27,44%
Ammortamenti	-667.079		-608.429		-440.385		-27,62%
Accantonamenti			-112.360		-46.795		-58,35%
Reddito operativo (EBIT)	270.723	3,53%	97.787	1,30%	106.751	1,65%	9,17%
Proventi e oneri finanziari	9.200		-7.071		-3.790		-46,40%
Risultato della gestione straordinaria	-733.592		45.767		28.339		-38,08%
Risultato ante imposte	-453.670	-5,92%	136.483	1,81%	131.300	2,03%	-3,80%
Imposte	-112.446		-133.991		-129.971		-3,00%
Risultato netto	-566.116	-7,39%	2.492	0,03%	1.329	0,02%	-46,67%

VALUTAZIONI FINALI E PROSPETTIVE

I vari passaggi istituzionali e di contesto che si sono verificati congiuntamente nel 2015 (avvio della legislatura regionale 2015-2020, insediamento della nuova Giunta Regionale, differente distribuzione delle deleghe tra gli Assessorati, cambiamenti organizzativi e nuovi referenti regionali negli Assessorati di riferimento, riforma di Toscana Promozione) hanno inciso tanto sui processi decisionali quanto sulla tempistica degli atti amministrativi riguardanti la Fondazione.

Il quadro già precedentemente descritto, collegato ai percorsi delle delibere e dei decreti di trasferimento per le risorse 2015, ha inevitabilmente prodotto un rallentamento strutturale, rendendo meno fluida e lineare sia la progettazione che la realizzazione delle attività.

Nonostante questo particolare contesto e la contrazione di alcuni ambiti di attività (taglio di alcuni servizi della promozione turistica online, azzeramento del Fondo Incoming per l'attrazione delle produzioni cinematografiche e audiovisive in Toscana, rinvio degli investimenti per la ristrutturazione degli spazi e dei servizi della Mediateca) FST ha comunque consolidato il proprio bagaglio di competenze e di esperienza, realizzando un insieme rilevante di azioni, eventi e iniziative.

Alla luce dei risultati economico-finanziari dell'esercizio, assume una particolare importanza associare il pareggio di bilancio ad alcune valutazioni relative ai risultati misurabili attraverso specifici indicatori:

- **numero di progetti, attività, servizi, eventi** realizzati in relazione ai contributi regionali erogati
- **sostenibilità economico-finanziaria** delle attività
- **impatto in termini di pubblico/utenza/traffico generato** evidenziato nel rendiconto delle singole attività, come significativo indicatore dei risultati ottenuti e del rapporto costi-benefici
- **numero di partenariati, convenzioni e collaborazioni** generato dalle attività e dai singoli progetti (un punto che porta in evidenza la natura della Fondazione come integratore di sistema al servizio del territorio e dei suoi stakeholder pubblici e privati).
- **valore sociale prodotto** dalle iniziative e dai progetti in particolari ambiti educativi e culturali (educazione al linguaggio cinematografico nelle scuole, cinema negli istituti penitenziari, diffusione della cultura digitale, ...)
- **Indotto economico generato** da investimenti e servizi finalizzati alle produzioni cinematografici, eventi, allestimenti, ...
- **crescita interna di know-how e competenze**
- **adeguata visibilità** dell'attività o progetto, finalizzata a valorizzare e disseminare i risultati, evidenziando la qualità dell'investimento pubblico.

Il 2015 ha coinciso con l'apertura del secondo ciclo di vita di FST.

Dopo il triennio di start up, l'evoluzione e l'estensione degli scopi di missione, il modello organizzativo di FST ha maturato livelli di competenza ed efficienza che nell'arco di 10 anni hanno assicurato la crescita continua del valore sociale, culturale ed economico generato da FST, unitamente alla progressiva estensione su tutto il territorio regio-

nale della rete di collaborazioni e di partnership che caratterizza la logica di sistema e di integrazione delle competenze tra soggetti pubblici e privati.

Nel corso del 2015 FST ha sviluppato progetti, eventi e servizi attraverso aree di attività e competenze così articolate:

Cittadinanza digitale

Servizi digitali e strumenti di comunicazione multimediale integrata: dal Portale della Toscana alle azioni di social media strategy, dalle campagne per la riduzione del digital divide alla divulgazione di progetti di innovazione tecnologica e cittadinanza digitale.

Cinema e Mediateca

Dall'assistenza alle produzioni girate in Toscana al coordinamento dei principali festival cinematografici, dal supporto alle sale d'essai della regione alle attività educative e formative, fino alla Mediateca, punto di riferimento per tutti gli studiosi e gli appassionati di cinema.

Travel 2.0.

Una piattaforma digitale a supporto della destinazione Toscana per valorizzare il patrimonio culturale e paesaggistico attraverso progetti, contenuti e tecnologie innovative. Redazione, social media team, servizi digitali, offerte ed eventi, tutto pensato anche per smartphone.

Progetti europei ed internazionali

La progettazione europea come opportunità di valorizzazione delle eccellenze del territorio toscano grazie a partenariati internazionali.

Eventi

Grazie ad un insieme integrato di competenze FST progetta e gestisce eventi complessi coerenti con la propria mission: da Internet Festival a BTO- Buy Tourism Online, dalla 50 Giorni di Cinema Internazionale alla Primavera di Cinema Orientale, dal Padiglione della Toscana all'EXPO al Festival d'Europa.

Competenze

- Progettazione Strategica
- Project Management
- Progettazione Web
- Produzione Contenuti Multimediali
- Produzione Eventi
- Gestione Servizi Mediateca/Biblioteca
- Acquisizione e archiviazione patrimonio audiovisivo
- Attività di Film Commission
- Attività Educative per il Sociale
- Formazione
- Promozione Cultura Audiovisiva
- Digital Destination Management
- Communication & Web Design
- Web e Social Media Marketing
- Ufficio Stampa
- Amministrazione e Gestione Gare e Appalti
- Servizi ICT: server, cloud, app, connettività, help desk. Un insieme di servizi tecnici avanzati a sostegno di tutte le attività di FST

E' opportuno evidenziare anche lo stato di avanzamento di atti amministrativi e progetti che nell'ultimo trimestre 2015 preludono a prospettive e impegni di grande rilievo:

- l'affidamento istituzionale a FST del compito di "promuovere l'immagine complessiva della Toscana" (legge regionale di riordino della promozione economica e turistica);
- l'avanzamento dei lavori al Cinema Teatro della Compagnia, che andranno finalizzati nel 2016 anche attraverso la titolarità della gestione affidata a FST, per consentirne l'apertura entro la fine dell'anno in corso (l'orizzonte auspicato e già annunciato è l'inaugurazione della struttura per ospitare l'edizione 2016 della 50 Giorni di Cinema Internazionale a Firenze, dal 28 ottobre al 10 dicembre 2016)
- l'avvio del percorso progettuale del programma Sensi Contemporanei (che fa seguito ad atti regionali già formalizzati, tra i quali la delibera GRT n°368 del 30.3.2015 che individua FST come il soggetto attuatore delle azioni previste)

ATTIVITÀ E MARCHI GESTITI DA FST

intoshana.it

MEDIATECA
TOSCANA

turismo.intoshana.it

TOSCANA
FILM
COMMISSION



50 GIORNI
DI CINEMA
INTERNAZIONALE
A FIRENZE



toscanaevents



QUELLI DELLA
Compagnia



IMPERDIBILI

TOSCANA
EXPO MILANO 2015



TOSCANALAB



toscana salute

CINEMA HOC

I.GO!
IMPRESA
GIOVANI
OCCUPAZIONE

COOLT
SETTIMANA DELLA CULTURA
in TOSCANA

PROGETTI REGIONALI CHE SAVALGONO DEL SUPPORTO DI FST

PENTOSCANA

GIOVANI SÌ



RICERCA
TOSCANA

WWW.FONDAZIONESISTEMATOSCANA.IT