

A Blueprint for
**Audience
Centred
Experience
Design**

un'introduzione al modello
in lingua italiana

.....
adeste*



Co-funded by the
Creative Europe Programme
of European Union

.....

Il modello ACED (Audience Centred Experience Design) è stato sviluppato dalla **partnership adeste+**.

ADESTE+ è un progetto di cooperazione europea su larga scala cofinanziato dal programma Creative Europe dell'Unione europea.

Questo progetto è stato finanziato con il sostegno della Commissione europea.

L'autore è il solo responsabile di questa pubblicazione e la Commissione declina ogni responsabilità sull'uso che potrà essere fatto delle informazioni in essa contenute.



Co-funded by the
Creative Europe Programme
of European Union



cosa significa?

Questa licenza permette ai riutilizzatori di distribuire, remixare, adattare e costruire sul materiale in qualsiasi mezzo o formato solo per scopi non commerciali, e solo a condizione che venga data attribuzione al creatore. Se remixate, adattate o costruite sul materiale, dovete concedere in licenza il materiale modificato a condizioni identiche.

CC BY include i seguenti elementi:

BY – L'attribuzione deve essere data al creatore.

Il modello ACED è il risultato della collaborazione pluriennale **della partnership Adeste+**. Prima di iniziare la lettura, vi invitiamo a leggere le motivazioni per cui è stato sviluppato.

ACED è stato pensato come uno strumento per affrontare il “fallimento della partecipazione” nelle arti e nella cultura, aiutando le organizzazioni culturali a migliorare il proprio lavoro con i pubblici.

Insieme abbiamo sviluppato questo strumento perché crediamo che la **partecipazione culturale sia il cuore di ogni società democratica**. Per noi non si tratta “solamente” di garantire il diritto all’accesso alla cultura, ma anche di fare in modo che tutti i cittadini possano esercitare pienamente i propri diritti culturali nel quadro di una società più equa e sostenibile. Questa visione implica un cambiamento radicale di pensiero: **dal pubblico alle persone**.

Cosa possono fare le organizzazioni culturali per contribuire a questo obiettivo ambizioso, che potremmo chiamare di “cittadinanza culturale”? Dal nostro punto di vista, possono farsi responsabili, imparando a mettersi in discussione e attrezzandosi per promuovere una partecipazione culturale più diffusa, equa e generativa.

Vi invitiamo quindi a considerare questo strumento nel contesto più ampio di tutte quelle **iniziative nell’ecosistema culturale che promuovono il potere trasformativo della cultura e che a questo scopo cercano di migliorarne le pratiche**. Se le persone partecipano meno di quanto vorremmo, è una nostra responsabilità: ciò che dovrebbe essere “sviluppato” sono le organizzazioni culturali, non il pubblico.

A quasi 10 anni dal primo progetto insieme, Adeste+ è oggi una partnership transnazionale ricca e diversificata, ma soprattutto **una comunità che vuole sostenere i professionisti e le organizzazioni impegnati nel difficile cambiamento di cui abbiamo bisogno**. Nel suo lungo viaggio attraverso l’Europa e oltre, Adeste ha coinvolto attivamente (con formazione, conferenze, workshop e summer school) centinaia di professionisti della cultura: una comunità di *changemakers* che credono nella necessità e nella possibilità di **innovare il settore** culturale affinché si faccia **attivatore di cittadinanza culturale**. Questo modello è stato creato con e per loro, e per tutti coloro che condividono questa visione.

Indice

5/ **Introduzione al modello**

- 8/ Perché ACED?
- 9/ A chi si rivolge ACED?
- 10/ Il background
- 11/ Base metodologica
- 13/ Il processo ACED

12/ **ACED Passo dopo passo**

- 12/ **Fase 1: Get Ready**
- 14/ Step 1: Prepare
- 15/ Step 2: Unfreeze

- 17/ **Fase 2: Experiment**
- 18/ Step 3: Empathise
- 20/ Step 4: Define
- 21/ Step 5: Ideate
- 23/ Step 6: Prototype

- 25/ **Fase 3: Keep going**
- 26/ Step 7: Commit
- 28/ Step 8: Embed

30/ **Conclusioni**

32/ **Ulteriori informazioni**

Introduzione al modello ACED



Perché ACED?

Audience Centred Experience Design (ACED) / un modello

Sappiamo da tempo che le organizzazioni culturali che vogliono diventare più inclusive devono lavorare in modo diverso. Sappiamo anche come. Ma cambiare è rischioso, richiede molto impegno e non sempre è sostenibile, quindi volevamo creare un modello per supportare un cambiamento accessibile e incentrato sulle persone.

Alessandra Gariboldi, Fondazione Fitzcarraldo

PERCHÉ ACED?
_ PER TROVARE
NUOVI MODI PER
AVVICINARSI AL
VOSTRO PUBBLICO
E ALLE VOSTRE
COMUNITÀ.

_ PER SFRUTTARE
AL MASSIMO LA
CREATIVITÀ E LE IDEE
DEL VOSTRO TEAM.

_ PER SOSTENERE
IL CAMBIAMENTO
ORGANIZZATIVO
VERSO UNA NUOVA
RILEVANZA SOCIALE.

Il modello ACED è stato ideato dalla partnership Adeste+ come parte di un progetto su larga scala di Creative Europe.

Il sito web ACED ([→aced.adesteplus.eu](https://aced.adesteplus.eu)) include maggiori dettagli, modelli, risorse per gli esercizi, casi di studio e ulteriori riferimenti che possono essere utilizzati in questo processo. È anche il luogo dove dare il proprio feedback, trovare un facilitatore e unirsi alla fiorente comunità Adeste+.

Perché ACED?

ACED aiuta le organizzazioni culturali a creare esperienze con e per il loro pubblico, i visitatori o i partecipanti, utilizzando un processo graduale che può **aiutarli a operare un cambiamento a lungo termine.**

Segue i principi della **progettazione human centred** ed è adattato al modo di lavorare delle organizzazioni culturali, essendo stato co-progettato, testato e migliorato con organizzazioni di tutta Europa. Riconosce che per essere efficaci dobbiamo **essere pronti a cambiare** noi stessi e le nostre organizzazioni.

ACED è anche una risposta alla

nostra osservazione per cui un cambiamento reale e positivo nella diversità dei pubblici e nella loro fidelizzazione, fiducia e sostegno è molto più comune quando lavoriamo con loro, ascoltando attentamente i loro bisogni e interessi e prendendo ispirazione da ciò che impariamo.

Questo cambiamento avviene quando **un'intera organizzazione lavora insieme**, utilizzando le idee e la creatività di una vasta gamma di persone. Può sostenere il nostro successo come creativi, come agenti di cambiamento sociale o come imprenditori sociali. E poiché molti di noi nel settore culturale aspirano a essere tutti e tre, può aiutarci a risolvere le tensioni tra questi ruoli.

A chi si rivolge ACED?

ACED si rivolge alle organizzazioni culturali

interessate a migliorare la loro capacità di stabilire relazioni significative con il proprio pubblico e le proprie comunità. Può essere applicato da organizzazioni e istituzioni di diverse dimensioni, settori e contesti culturali. I risultati del processo saranno ovviamente tanto diversi quanto lo sono le organizzazioni che decidono di sperimentarlo.

ACED è per:

ACED si basa sui bisogni delle organizzazioni culturali, ma può **essere rilevante e utile a diversi livelli:**

- ai team delle istituzioni culturali offre modi creativi di utilizzare i loro talenti per orientare un'offerta sulla base dei bisogni del pubblico;
- ai leader culturali può fornire la base per un cambiamento che sia trasformativo, che realizzi le loro missioni e che agevoli il coinvolgimento del team;
- ai formatori, consulenti o facilitatori fornisce un modo collaudato, di aiutare le organizzazioni che supportano;

– organizzazioni culturali che vogliono rafforzare il loro rapporto con le loro comunità;

– leader e changemaker culturali che esplorano nuovi approcci;

• ai responsabili politici fornisce l'ispirazione per un più ampio cambiamento di cui il settore culturale ha bisogno.

ACED è stato creato per realizzare un cambiamento significativo e a lungo termine. Richiede una **prospettiva positiva e ottimista** che dia la giusta attenzione all'esperienza del pubblico, del partecipante o dell'utente.

– formatori, consulenti e ricercatori interessati a nuovi strumenti e intuizioni;

– responsabili politici orientati alla democrazia culturale.



Dopo un bando di selezione aperto ai giovani, il gruppo del progetto IMAGINA 15-25, composto da 21 giovani ragazzi e ragazze fra i 15 e i 25 anni ha incominciato a pensare e creare insieme. Si sono incontrati tra il mese di Gennaio e il mese di Marzo nel 2020. Il risultato di questo processo è stato la creazione di un programma culturale basato sulla loro visione. ©Márcia Lessa

Progettazione dell'esperienza incentrata sul pubblico (ACED)

Il background

Il processo ACED è stato sviluppato dalla **partnership di Adeste+** facendo tesoro di quanto appreso da progetti precedenti come "Connecting Audiences" e il primo "Adeste". Queste esperienze ci hanno insegnato che un cambiamento sostenibile richiede il coinvolgimento della leadership e l'impegno di tutta l'organizzazione. Adeste+ è esplicito nella sua ambizione di cambiamento organizzativo, coinvolgendo team intersettoriali all'interno delle organizzazioni e sviluppando ulteriormente l'approccio di Design Thinking, adattandolo al contesto specifico del settore culturale.

ACED è un processo per aiutare le organizzazioni a

progettare esperienze culturali incentrate sul pubblico e, allo stesso tempo, sviluppare nuove forme di collaborazione interna, supportando un cambiamento attraverso piccoli passi sostenibili, condivisi e concreti.

Durante il progetto Adeste+, la metodologia è stata testata e migliorata in collaborazione prima con i "partner artistici", poi in un programma "a cascata" con altre decine di organizzazioni e infine in tre summer school con oltre 200 professionisti. **ACED è quindi stata testata per funzionare con le organizzazioni culturali più diverse.** Come processo, l'esperienza di ACED rappresenta un viaggio diverso per ogni organizzazione, a seconda delle sue priorità, necessità, contesto e

motivazioni.

Quale che ne sia il risultato finale, è stato progettato per sostenere tutte le organizzazioni nel diventare più porose, "dispositivi relazionali" che sviluppino la capacità di assumersi rischi e di ascoltare i propri pubblici e di rispondere creativamente ai loro bisogni.

Per approfondimenti:

Il sito del progetto Adeste originale:

→ <https://adesteproject.eu/>

Il sito del progetto Connect:

→ www.connectingaudiences.eu

Design Thinking – presentato nell'ambito della Fondazione di Interaction Design:

→ www.interaction-design.org



Base metodologica

Modelli ispiratori

L'Audience Centred Experience Design (ACED) si ispira a diversi modelli ben noti e consolidati.

/ Lewin's Change Model

Da un lato, prende in considerazione le teorie sul **cambiamento organizzativo, come il modello di cambiamento di Lewin o il processo in 8 fasi di Kotter.**

Secondo queste teorie, per attivare un cambiamento duraturo è necessario prima creare le condizioni perché la necessità del cambiamento stesso sia percepita, e poi incorporarlo e consolidarlo nelle prassi dell'organizzazione.

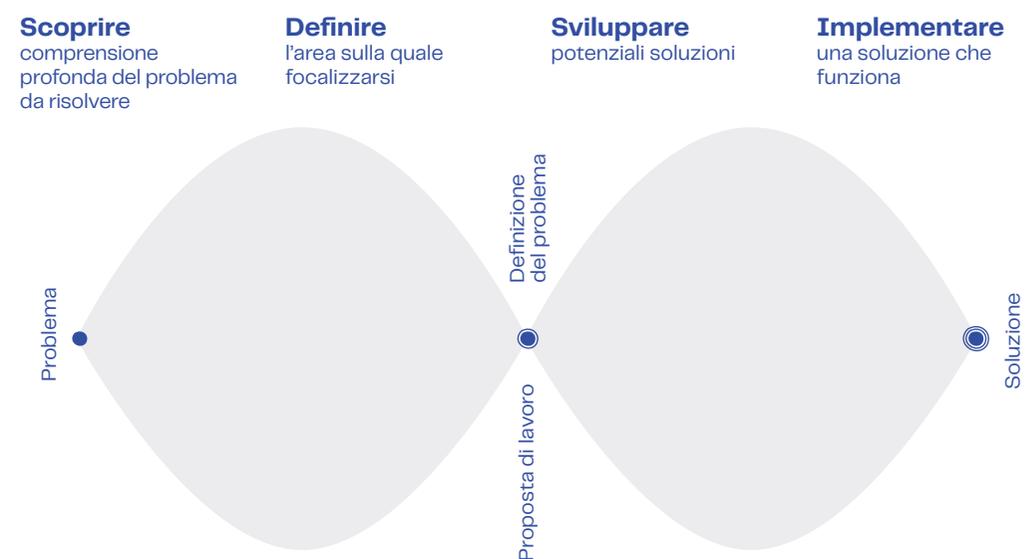
/ Design Thinking

Dall'altro lato, ACED attinge ai principi del Design Thinking, ampiamente sperimentati in altri settori.

Nello specifico, adotta la progettazione **Human Centred**, molto efficace per focalizzarsi sui **bisogni del pubblico**, e lo fa attraverso un particolare modo di procedere -il cosiddetto "doppio diamante"- che accompagna il team attraverso fasi di **pensiero divergente e convergente.**

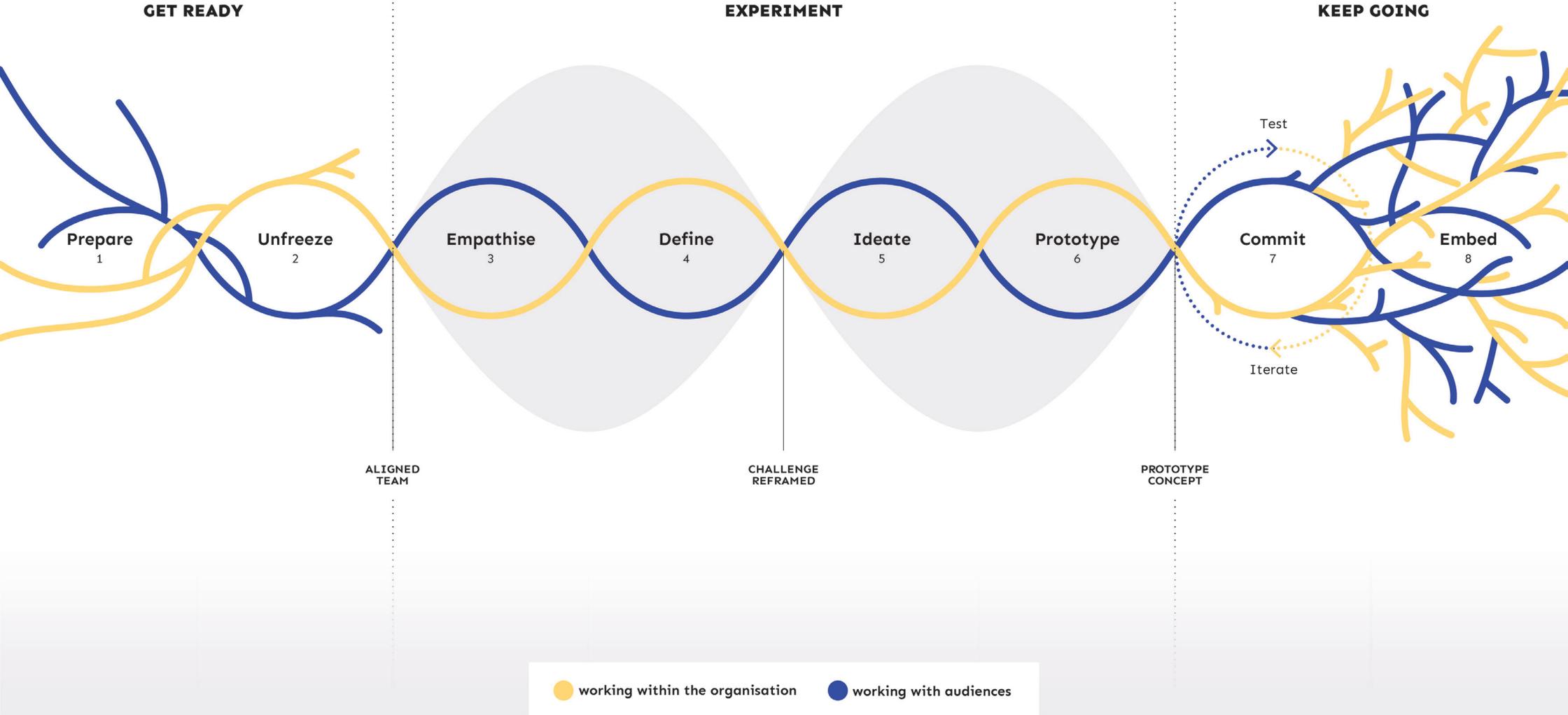
Si basa su alcuni concetti fondamentali, che corrispondono ad altrettante macro fasi di lavoro: **empatia, ideazione, definizione e prototipazione.**

«L'Audience Development riguarda lo sviluppo delle organizzazioni culturali»



ACED

Audience Centred Experience Design



Il processo ACED

Il modello **ACED** ha bisogno di una leadership e di un'adeguata facilitazione da parte di qualcuno incaricato

internamente o di un facilitatore esterno. Richiede almeno una persona che si assuma la responsabilità di **“changemaker”** e una

“task force” di persone provenienti da diverse aree dell'organizzazione impegnate a realizzare il processo.

Come funziona

ACED si concentra su ciò che dobbiamo fare per soddisfare le esigenze del pubblico e per facilitare il cambiamento nell'organizzazione affinché questo accada. Ciò richiede empatia, creatività, un vero approccio pratico e un impegno a testare, convalidare e adattare le soluzioni individuate in base ai risultati.

Come nel diagramma (pagina precedente) ci sono **3 fasi generali e 8 step:**

GET READY/la preparazione e come partire.

1. Prepare/decidere se si è pronti e cosa si vuole fare.

2. Unfreeze/Analizzare la propria organizzazione e impostare il processo.

EXPERIMENT/la fase per progettare, valutare e testare.

3. Empathise/identificare e comprendere i bisogni del pubblico su e con cui volete lavorare.

4. Define/chiarire cosa si vuole ottenere e definire il problema.

5. Ideate/creare, immaginare, pensare a cosa si potrebbe fare per raggiungere questo obiettivo.

6. Prototype/scegliere le soluzioni migliori e testarle.

KEEP GOING/ la fase per consolidare gli apprendimenti nelle pratiche.

7. Commit/valutare ciò che ha funzionato, perfezionare, riprovare o adottare e sostenere.

8. Embed/incorporare la/e soluzione/i e le nuove pratiche di lavoro.

Di cosa avete bisogno

ACED è un processo generativo e stimolante, ma perché funzioni al meglio ha bisogno di alcuni ingredienti.

Prima di tutto ha bisogno di leadership e impegno. In pratica il processo può essere delegato, guidato da una task force: più grande è l'organizzazione, più importante sarà il ruolo e la composizione di questo gruppo. È fondamentale incaricare uno o più **changemaker** che possano essere il punto di raccordo per il progetto e che aiutino a portare avanti il processo.

Alcune parti del processo si focalizzano più sui pubblici, altre più sull'organizzazione stessa ma, come mostra il diagramma, entrambi gli aspetti sono sempre presenti.

Il modello delinea una **serie di**

step che funzionano meglio se sono realizzati come una serie di workshop (attività di gruppo), preferibilmente con un facilitatore esterno. A seconda delle circostanze questi step possono essere più o meno brevi: non è raro che capitino di doversi soffermare di più su una certa fase, o anche di dover tornare a riprendere un passaggio già affrontato.

La fase centrale del processo, quella di sperimentazione (“experiment”) si basa sull'alternanza di movimenti di **pensiero divergente e convergente**, che saranno spiegati più avanti. Questo significa che in alcuni momenti il team dovrà lavorare in modo molto aperto e creativo, mentre in altri dovrà filtrare e selezionare le soluzioni migliori. In questo modo, ACED sfrutta al massimo la diversità del team (competenze, mentalità e stili di lavoro).



ACED passo dopo passo
Fase 1
Get Ready

Di cosa avete bisogno per il processo?

Consigli pratici per impostare il processo ACED al meglio frutto delle nostre esperienze.

Leadership/dirigenza

e coinvolgimento dell'intera organizzazione. Comunque sia impostata la vostra organizzazione, avrete bisogno di coloro che sono responsabili a livello superiore per validare e portare avanti il processo. Se la dirigenza non fa parte della task force, allora si deve prevedere una procedura che assicuri il collegamento della task force con la dirigenza stessa.

Facilitatore (uno o più)

per abilitare il processo. Questa persona sarà responsabile della facilitazione del processo, il che significa condurre workshop, supportare il changemaker e garantire il collegamento con il resto dell'organizzazione. Questo ruolo

è svolto in modo più efficace da un "esterno" che abbia familiarità con il processo, ma ci possono essere altri modi per farlo internamente.

È importante che sia in grado di facilitare piuttosto che dover partecipare.

Changemaker (uno o più)

per coordinare il lavoro della task force e rappresentarla all'interno dell'organizzazione nelle relazioni con la direzione. Il changemaker dovrebbe preferibilmente essere una persona diversa dal facilitatore, ma se le circostanze e la persona sono giuste, potrebbe coincidere con il facilitatore che segue il processo delineato nel

toolkit. È importante che sia sempre chiaro su chi ricade la responsabilità.

Task Force di 6-12 persone.

È il cuore dell'intero processo. Nelle organizzazioni più piccole potrebbe essere l'intero staff, nelle organizzazioni più grandi potrebbero essere rappresentanti di diverse aree o dipartimenti. Può includere volontari o partecipanti e collaboratori regolari dell'organizzazione. È essenziale che membri della task force siano messi nelle condizioni di avere il tempo e le risorse necessarie per seguire il processo.

Risorse e calendario devono essere adeguatamente

considerati in anticipo. È possibile portare avanti il programma senza bisogno di molte risorse, ma per quanto piccolo avrete bisogno di un budget dedicato.

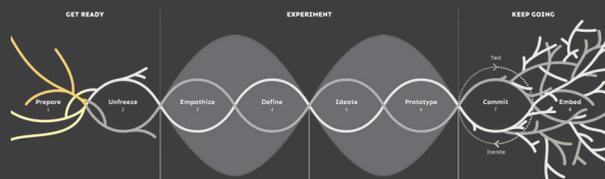
È altresì importante che tutte le persone coinvolte riconoscano e si impegnino a rispettare i tempi. Il tempo necessario può variare, ma nelle nostre sperimentazioni ha funzionato meglio su 2-6 mesi.

Sarà necessario un **piano di comunicazione interna concordato**

per garantire che tutti siano consapevoli di ciò che sta accadendo e di come possono essere coinvolti.

Step 1

Prepare



STRUMENTI E RISORSE DI ACED

Gli strumenti chiave e le risorse sono disponibili in inglese sul sito:

→ aced.adestepplus.eu

- 1 **QUESTIONARIO ARE YOU READY?**
Usatelo per... valutare il grado di preparazione della vostra organizzazione prima di "tuffarvi" nel processo e iniziare a riflettere sui vostri obiettivi.
- 2 **REGOLE PER LE TASK FORCE E I CHANGEMAKER**
Usatelo per... stabilire e condividere i ruoli e le "regole del gioco" con le persone coinvolte.

Scopo

Nel processo di sviluppo di ACED, abbiamo capito che questo è un aspetto fondamentale per il successo del programma.

ACED è un **programma di sperimentazione** che incoraggia nuovi approcci all'innovazione e al coinvolgimento. Cerca di aiutare un'organizzazione a vedere il suo lavoro con occhi diversi e a essere in grado di cambiare e adattarsi alla luce di nuove prospettive. Questi step preparatori sono quindi orientati alla collaborazione e al cambiamento. In questo toolkit, le istruzioni sono pensate per un facilitatore, ma possono essere adattate a seconda delle circostanze.

Azioni

Prima di tutto, dovete chiedervi se ACED fa per voi – **Può aiutarvi il questionario Are You Ready? sul sito web.** Poi:

- **Concordare un briefing** con la dirigenza: **quale cambiamento** vorremmo che ACED+ vi aiutasse a ottenere? Quali risorse possiamo mettere a disposizione? Come monitoreremo i progressi e come gestiremo le proposte e

i suggerimenti del changemaker e della task force? Come esamineremo ACED e come influenzerà la strategia?

- Organizzare un incontro con tutto il personale – a seconda delle dimensioni e del tipo di organizzazione questo potrebbe assumere forme diverse – ma **è fondamentale che l'intera organizzazione sappia cosa sta succedendo** e si senta parte del processo.
- Nominare la **task force** di persone provenienti da tutta l'organizzazione. Assicuratevi che abbiano il tempo e le risorse necessarie per svolgere il programma ACED.

- Nominare il/la **changementaker** per coordinare il lavoro della task force e rappresentarla al resto dell'organizzazione e la dirigenza.
- Informare la task force e il changemaker: **di quali risorse, incluso temporali, dispongono? Qual è il processo decisionale e di informativa?** Usare queste risorse per presentare i concetti e le tecniche alla base di ACED.
 - Lavorare con/chiedere al

changementaker di produrre un **programma di massima del progetto** che rifletta il processo ACED, comprese comunicazioni interne e verifiche con la dirigenza. Probabilmente è meglio pensarlo come un workshop per fase e svilupparlo poi nel tempo.

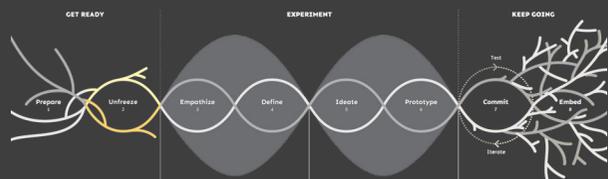
Potreste anche voler esplorare parte del background del programma ACED nella sezione *WHY ACED?* del sito web.

Alla fine di questa fase...

Sarete pronti per iniziare il programma ACED!

Step 2

Unfreeze



Scopo

Prima di intraprendere il programma ACED, è importante chiedersi: chi è il nostro pubblico, e chi potrebbe essere? Prendetevi un momento per fare un passo indietro e “scongelerare” il vostro pensiero, assicurandovi che ci sia consenso su ciò che state cercando di fare.

Azioni

Lavorate con tutta l'organizzazione (o il più possibile) in questa fase. Cercate di includere coloro che potrebbero non avere ruoli palesemente “di interfaccia col pubblico”. Prendete le vostre idee e mettetele per iscritto.

Rivedete il vostro scopo organizzativo e il posto del pubblico in esso: ci sono molti strumenti che potete utilizzare. Quali sono i vostri obiettivi sociali, economici e culturali? Cosa significano questi obiettivi per il pubblico e i partecipanti?

Come parte di questo processo:

- Descrivete il vostro pubblico attuale. Mettete insieme tutte le ricerche che avete e le idee delle persone nella vostra organizzazione. Chiedetevi: **che persone coinvolge la nostra organizzazione, e in che modo?**

- Descrivete la comunità che volete coinvolgere. Utilizzate tutte le ricerche che avete, comprese le informazioni di background, così come le informazioni del vostro team e degli stakeholder. Chiedetevi: **esistiamo per servire chi?** Chi VOGLIAMO coinvolgere, in che modo e perché? Chi POTREMMO coinvolgere?

- Descrivete cosa deve cambiare. Chiedetevi: **qual è, se c'è, il cambiamento che vogliamo vedere?** Potete inquadrarlo come un qualche “obiettivo” chiaro, specifico per i partecipanti, il pubblico o i membri della/e vostra/e comunità?

Avete bisogno di rivedere qualche altra strategia?

Chiedetevi: come vorreste che ACED vi aiutasse?

Step 2

Unfreeze

STRUMENTI E RISORSE DI ACED

Gli strumenti chiave e le risorse sono disponibili in inglese sul sito:

→ aced.adeptplus.eu

- 1 UNFREEZE QUESTIONS
Usatele per... chiedere informazioni sulla vostra organizzazione, i suoi piani di sviluppo e il ruolo che hanno i vostri pubblici e le vostre comunità.
- 2 CULTURAL-CREATIVE VISION EXERCISE
Usatelo per... aiutarvi a considerare e tracciare lo scopo e le prospettive della vostra organizzazione.



- 3 AUDIENCE JOURNEY MAPPING CANVAS
Usatela per... tracciare una "mappa" dell'esperienza del pubblico: cosa va bene e cosa non va bene, per tutto il pubblico o per specifici gruppi target. Può essere un utile strumento di analisi.
- 4 AUDIENCE DEVELOPMENT MATRIX (ADATTATA DALLA MATRICE DI ANSOFF)
Usatela per... aiutarvi a decidere per cosa usare ACED.

Apprendimento organizzativo

Questa fase può aiutare la vostra organizzazione a:

- Rivedere la strategia, la mission e lo scopo in relazione ai pubblici.
- Costruire una visione comune orientata ai pubblici in tutta l'organizzazione.

Conoscenza del pubblico e della comunità

A questo punto, è utile raccogliere e condividere tutto quello che ad oggi sapete dei vostri pubblici e discutere domande quali:

- Chi è coinvolto dalla nostra organizzazione, come, quando e perché? Come sono queste persone?
- Chi non lo fa?
- Ci sono gruppi distintivi e diversi nel nostro pubblico? Come potremmo descriverli?
- Cosa non sappiamo del nostro pubblico che sarà importante scoprire?

Alla fine di questa fase...

In questa fase dovrete sapere:

- quali benefici dovrebbe portare ACED portare alla vostra organizzazione;
- come immaginate il successo?
- cosa sapete già e cosa dovete scoprire;
- cosa vorreste imparare;
- come vorreste lavorare insieme.

E avrete raggiunto il primo dei 3 traguardi descritti nella visualizzazione del processo (vedi pagina 10).

The background is a dark grey color. It features several thick, yellow, hand-drawn style lines. One line starts from the top left, curves down and to the right, crossing another line. Another line starts from the top left, curves down and to the right, crossing the first line. A third line starts from the top left, curves down and to the right, crossing the second line. A fourth line starts from the top left, curves down and to the right, crossing the third line. A fifth line starts from the top left, curves down and to the right, crossing the fourth line. A sixth line starts from the top left, curves down and to the right, crossing the fifth line. A seventh line starts from the top left, curves down and to the right, crossing the sixth line. A diagonal line runs from the top right towards the bottom left, creating a lighter grey triangular shape in the upper right corner.

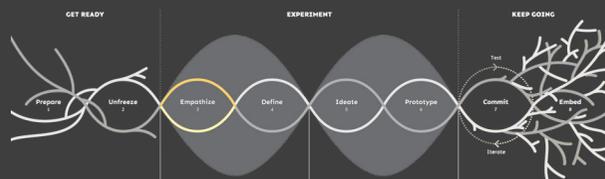
ACED passo dopo passo

Fase 2

Experiment

Step 3

Empathise



Scopo

Questo è il primo passo della “fase di progettazione” di ACED in cui si intraprende un esperimento **con e per uno specifico gruppo di pubblico**. Si tratta di comprendere la prospettiva di questo gruppo **dal loro punto di vista**; da qui l’idea di “empatizzare”. Chi sono? Dove vivono, cosa fanno? Avete qualcosa da offrire loro? Sono reali e raggiungibili? Perché hanno bisogno di voi?

Se potete, utilizzate qui qualsiasi ricerca già realizzata, in modo da lavorare e partire da ciò che sapete o non sapete. Considerate quali gruppi di persone sono importanti per voi, possono anche essere quelli con cui normalmente non vi relazionate affatto.

Si è tentati di lavorare con idee stereotipate su chi siano queste persone, ma dovete riconoscere che sono le vostre supposizioni e che devono essere testate.

Si tratta di comprenderli come persone reali. Come si sentono? Come pensano? Cosa renderebbe

la loro vita più soddisfacente? In cosa differiscono dagli altri gruppi?

Un buon progetto – e un buon Audience Development – si basa su una comprensione autentica ed empatica dei bisogni e degli interessi delle persone. Questo è particolarmente importante se si vuole attrarre un pubblico o una comunità nuova o diversa.

L’obiettivo qui è quello di utilizzare tutte le informazioni disponibili per rendere vivo il vostro gruppo di interesse, rappresentarle come persone credibili che tutti nella vostra organizzazione possono conoscere e amare.

È importante quindi che parliate direttamente con le persone dei loro bisogni e interessi, di quello che pensano della vostra organizzazione e di quello che potreste avere da offrire e a cui loro potrebbero dare valore.

Azioni

- Rivedere e riassumere i dati già in possesso sul pubblico.
- Creare “persone” in carne e ossa che rappresentano il/i vostro/i gruppo/i di interesse usando lo strumento Persona Canvas.
- Guardate la vostra organizzazione attraverso i loro occhi: cosa vedono quando vi guardano?
- Fate conversazione con persone reali sulla vostra organizzazione, fate conversazione circa i loro interessi e come essi corrispondono.
- Usando lo strumento “audience journey” (mappa del pubblico) mappate i punti di contatto tra voi e il target di riferimento, cercate di capire cosa funziona e cosa no.
- Testate le vostre supposizioni sul vostro personaggio attraverso ulteriori ricerche: usate lo strumento “Get to Know Canvas”.

Step 3 Empathise

Apprendimento organizzativo

Questa è una fase di “pensiero divergente”. È la prima opportunità per la task force di imparare a gestire il processo di generazione di molte idee e a decidere ciò che è più importante. Questa fase può aiutare a migliorare il lavoro collaborativo, facilitare il pensiero divergente e convergente e consolidare e condividere le capacità di ricerca.

Conoscenza del pubblico e della comunità

Questa è un’opportunità per imparare di più sui vostri pubblici e per comprendere il loro rapporto con voi. Significa considerare cosa gli interessa e quali bisogni/interessi l’organizzazione potrebbe soddisfare e le barriere che gli impediscono di partecipare.

Alla fine di questa fase...

Dovreste avere:

- identificato il target per il quale progetterete;
- creato uno o più personaggi per rappresentare il vostro gruppo target;
- identificato il “problema” del vostro personaggio: quali bisogni/barriere devono essere affrontati?;
- testato la veridicità delle vostre supposizioni con persone reali.

STRUMENTI E RISORSE DI ACED

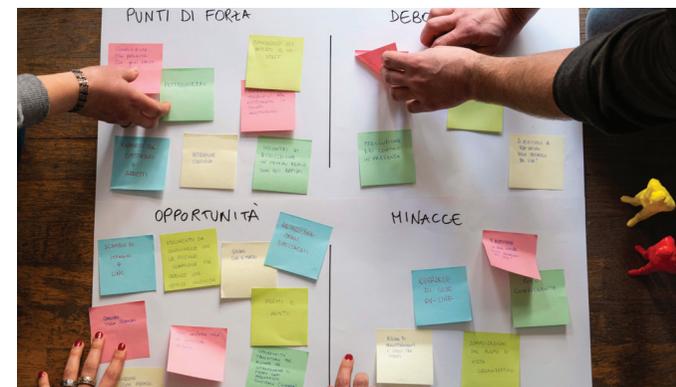
Gli strumenti chiave e le risorse sono disponibili in inglese sul sito:

→ aced.adeplus.eu

- 1 PERSONA BUILDING EXERCISE
Usatelo per... creare una persona credibile, in “carne e ossa”, che rappresenti il vostro pubblico di riferimento. .
- 2 NEWCOMER EMPATHY EXERCICES
Usateli per... aiutare tutta la task force a costruire empatia con i visitatori.
- 3 USING RELATIONAL AND EXTREME LENSES
Usatele per... considerare quanto sono diverse le persone.
- 4 AUDIENCE JOURNEY MAPPING CANVAS
Usatela per... tracciare una “mappa” dell’esperienza del pubblico: cosa funziona e cosa no, per tutto il pubblico o per specifici gruppi target.

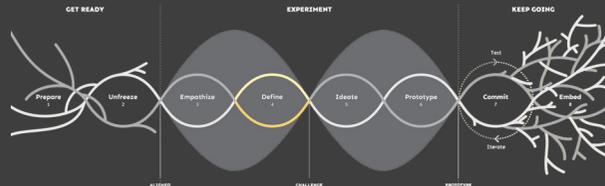


Il team del Nørrebro Theatre facilitato dal partner di ricerca danese, CKI, sta lavorando sul proprio prototipo per accogliere pubblici presso il teatro. © Nørrebro Theater



In “Rompiamo i silos” un gruppo di lavoratori del Teatro Stabile di Torino condividono i loro pensieri e idee facendo brainstorming su possibili iniziative-prototipo disegnate per rafforzare o avviare una relazione con i loro pubblici. © Lorenzo Romoli

Step 4 Define



Scopo

Avendo sviluppato una comprensione più profonda del vostro target è necessario **decidere cosa conta veramente e dove concentrare la vostra creatività e le vostre risorse.**

È importante che descrivate il “problema” chiave che questo gruppo ha nel relazionarsi con la vostra organizzazione per delineare le opportunità che potrebbero esserci per loro. Con le informazioni raccolte, potrete articolare ciò che andrà fatto nelle fasi successive per costruire nuove esperienze significative e relazioni durature.

Più chiari e precisi riuscirete a essere, più significativa sarà la vostra sperimentazione. Questa è una fase di “pensiero convergente”: concentratevi su ciò che conta per il vostro pubblico e per la vostra organizzazione.

Azioni

Fate lavorare la task force sulle seguenti azioni:

- Decidete **su quale persona vi concentrerete.** Sceglietene una che sia veramente importante per la vostra organizzazione, che sia ben distinta per bisogni e interessi, che potete raggiungere e per la quale potete creare un'esperienza significativa.

- **Rivedete la “persona” che** rappresenta questo gruppo. Aggiungete nuovi dettagli. Pensate a come presentarla in un modo interessante in modo che tutti i membri della vostra organizzazione possano riconoscerla.

- Decidete **quali fattori sono fondamentali** per la vostra “persona”. Ove possibile, coinvolgete queste stesse persone per validare le vostre ipotesi.

- Sintetizzate quanto avete compreso in uno **User Needs Statement** (vedere strumenti e risorse) che definisce ciò che è importante per la vostra persona.

- Partendo da questo user

need statement, formulate alcune domande dal punto di vista dell'organizzazione “How Might We...?” (vedere strumenti e risorse)

- **Perfezionare il vostro User Needs Statement** in modo che sia chiaro cosa avete bisogno di ottenere per il vostro personaggio, in preparazione per la fase successiva di ideazione.

Step 4 Define

Apprendimento organizzativo

Questa è una fase di pensiero convergente in cui si stringe su ciò che è più importante per il futuro della vostra organizzazione e perché. È un processo di cristallizzazione di ciò che volete ottenere e sarà particolarmente interessante per le persone che sono brave a filtrare gli elementi per decidere la questione decisiva e prioritaria in questo momento

Conoscenza del pubblico e della comunità

Avrete una lunga lista di questioni importanti per questo gruppo – potreste non essere in grado di affrontarle ora, ma possono essere documentate per il futuro.

Alla fine di questa fase...

Avrete raggiunto il secondo traguardo nel processo, avendo concordato un User Needs Statement e/o una domanda “How Might We...?” che forma una sintesi ispiratrice e motivante per la progettazione di nuove esperienze.

STRUMENTI E RISORSE DI ACED

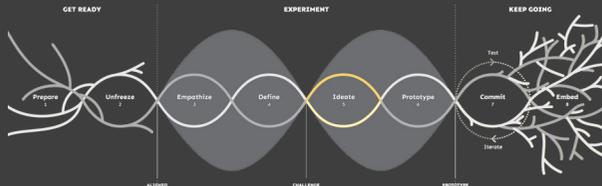
Gli strumenti chiave e le risorse sono disponibili in inglese sul sito:

→ aced.adestepplus.eu

- 1** HOW MIGHT WE? CANVAS
Usatela per... fornire un punto focale per definire le sfide chiave per il gruppo di pubblico.
- 2** NEEDS STATEMENT
Usatelo per... mettere a fuoco i bisogni a cui la vostra Experience Design dovrebbe rispondere.
- 3** PERFEZIONATE LA MATRICE NEEDS STATEMENT
Usatela per... fare un'analisi critica e cambiare il Needs Statement per renderla la migliore possibile, pronta per la fase successiva.

Step 5

Ideate



Scopo

La fase precedente si è concentrata sull'identificazione dei bisogni di un gruppo specifico di persone rappresentato da una "persona" realistica e validata da dati reali. **Ora arriva il momento di essere creativi** e pensare a tutti i modi possibili per poter dare risposta ai bisogni emersi.

È una fase in cui esercitare la vostra immaginazione come gruppo per pensare a una varietà di modi con cui potete rispondere ai bisogni della "persona" che avete identificato, considerando tutte le diverse aree dell'organizzazione. Nuove esperienze potrebbero aprire le porte a relazioni durature e può anche essere il momento in cui si sviluppa un intero nuovo filone, programma o modo di lavorare.

Azioni

Lavorando insieme, cercate di **generare la più ampia gamma possibile di idee** da cui potete selezionare le migliori da portare avanti. Più persone sono coinvolte, più idee genererete – e questa è la chiave del successo. È una buona fase per convocare il vostro nuovo pubblico/comunità per mettere a frutto la relazione che avete sviluppato. È una fase di gioco creativo in cui il gruppo lavora per pensare a modi in cui possono soddisfare i bisogni /gruppo di interesse.

- Pianificare e organizzare sessioni di ideazione. Potreste scegliere di svolgere una delle diverse "sessioni di ideazione" con diversi stakeholder, o su diversi aspetti dell'Audience Journey.

- Ci sono molti strumenti e tecniche tra cui scegliere. **Lavorare in un ambiente di gruppo aiuta davvero a esprimere la creatività.** Vale la pena di dedicare tempo e impegno per ottenere l'ambiente giusto – confortevole, non gerarchico, giocoso. Cercate approcci interessanti e genuinamente nuovi con cui sperimentare. Assicuratevi di

raccogliere l'intera gamma di idee suggerite.

- Tornando alla sintesi, **selezionate le idee migliori** con cui sperimentare. È importante selezionare le idee che vadano al cuore dei problemi del vostro gruppo di riferimento, che siano realizzabili nel lasso di tempo che avete programmato all'inizio.

Step 5 Ideate

STRUMENTI E RISORSE DI ACED

Gli strumenti chiave e le risorse sono disponibili in inglese sul sito:

→ aced.adestepius.eu

- 1 BRAINSTORMING GOLDEN RULES**
Usatele per... ottenere consigli e suggerimenti utili sui workshop di ideazione.
- 2 SCAMPER**
Usatelo per... aiutarvi a trovare altre e diverse idee, sia come parte dell'ideazione che nell'adattamento del vostro prototipo.



- 3 BRAIN WRITING EXERCISE**
Usatelo per... costruire e sviluppare idee con il vostro team.
- 4 SELECTING SOLUTION (PUGH MATRIX)**
Usatelo per... selezionare idee candidate alla progettazione per la fase successiva. Va bene per tutte le fasi del "pensiero convergente".

Apprendimento organizzativo

Imparerete:

- che tutti nell'organizzazione possano aggiungere valore al processo creativo;
- come generare nuove idee per una nuova esperienza che coinvolga una vasta gamma di stakeholder;
- alcuni elementi essenziali della pratica co-creativa;
- come coinvolgere i membri del personale nel pensiero creativo in modo equo.

Conoscenza del pubblico e della comunità

Genererete una "lunga lista" di idee potenziali che potrebbero essere attuate o testate dalla task force in futuro.

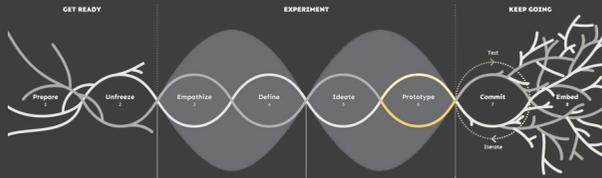
Alla fine di questa fase...

A questo punto avrete:

- selezionato una breve lista di idee da sviluppare in un prototipo di azione di audience development con la quale sperimentare e che potrà poi diventare una soluzione sostenibile a lungo termine.
- approfondito le relazioni con il vostro target individuato.

Step 6

Prototype



Scopo

La prototipazione è un modo efficace e pratico di trasformare le idee in azione. Si tratta di produrre **“un’esperienza minima realizzabile”** in modo da poter testare in modo tangibile l'essenza della vostra idea (o delle vostre idee), valutare il suo funzionamento e poi adattarla in modo da poterla testare di nuovo, fino a raggiungere una versione soddisfacente. Vi permette di provare qualcosa che riduce il rischio complessivo, pur testando i componenti chiave.

Questa fase probabilmente si sovrapporrà alla fase successiva, poiché si tratta di produrre un prototipo che può essere testato, valutato e perfezionato. A seconda della sua tipologia, questo può essere un test unico o una sequenza di test prima di arrivare alla sua versione definitiva.

Azioni

- L’idea principale è quella di **imparare il più possibile da una versione embrionale** – una “esperienza minima realizzabile” sulla quale raccoglierete il

feedback dal vostro team e dal gruppo identificato. Potete (continuare a) sperimentare, imparare e adattare il prototipo con attività dal vivo, che non devono essere necessariamente “solo test”. In questo modo, potete continuare a migliorare le esperienze.

- Sviluppate un prototipo. Questo è un primo campione, un modello o una prova dell’esperienza. Potrebbe essere qualsiasi cosa, da una simulazione a un evento vero e proprio – potete costruire prototipi da molto semplici a molto complessi.
- Scrivete un “Prototype Statement” (vedere risorse) che vi aiuterà a essere chiari su cosa state cercando di fare.
- Pianificate la raccolta dei dati per il feedback (sondaggi, analisi, ecc) assicurandovi di parlare direttamente con il vostro gruppo di interesse. Se il vostro lavoro è partecipativo e co-creativo, assicuratevi che i partecipanti siano coinvolti nello sviluppo del prototipo e nel test.
- Pianificate il test o

presentazione che stabilisca qual è il prototipo/i, come lo testerete, e come raccoglierete e revisionerete il feedback. Includete il vostro Prototype Statement e spiegate cosa state cercando di capire, chi sarà coinvolto, di quali risorse avete bisogno e le tempistiche.

- Presentate il vostro piano ai senior manager e/o ai colleghi in posizioni decisionali per ottenere il loro sostegno, il loro coinvolgimento e qualsiasi permesso o risorsa necessari. Tenete tutti nel ciclo di apprendimento.
- Eseguite la sessione del prototipo e ricordate: è il feedback che conta.
- Lavorando nella vostra task force e con i partecipanti, rivedete il prototipo usando lo strumento “Love it, Leave it”.
- Chiedetevi: la vostra esperienza è pronta per il lancio o dovete adattare e testare un’altra versione?

Step 6 Prototype

Apprendimento organizzativo

Imparerete:

Prototipazione: processo agile e veloce di sviluppo dell'esperienza, che può essere usato ogni volta che l'organizzazione vuole provare qualcosa di nuovo minimizzando il rischio.

Conoscenza del pubblico e della comunità

Avrete un feedback diretto sulle nuove idee e direzioni e su quanto il vostro processo abbia identificato i giusti problemi e scenari.

La valutazione basata sulla ricerca-azione vi darà una visione concreta di come le persone interagiscono realmente, piuttosto che teoricamente, con voi.

Alla fine di questa fase...

Avrete raggiunto il terzo traguardo del processo

- avrete sviluppato un prototipo o una "minima esperienza realizzabile" che possa essere testata e valutata
- avrete avviato una nuova esperienza che potrebbe essere l'inizio di una fase di iterazione e portare a ulteriori sviluppi

STRUMENTI E RISORSE DI ACED

Gli strumenti chiave e le risorse sono disponibili in inglese sul sito:

→ aced.adestepplus.eu

- 1 SCAMPER**
Usatelo per... aiutarvi a trovare altre e diverse idee, sia come parte dell'ideazione che nell'adattamento del vostro prototipo.
- 2 THE DECISION MATRIX**
Usatela per... esplorare un modo alternativo di decidere quali siano le idee migliori.
- 3 PROTOTYPE STATEMENT**
Usatelo per... definire ciò che volete testare e imparare e può essere utile quando fate una proposta ai colleghi o al senior management.
- 4 LOVE IT LEAVE IT**
Usatelo per... decidere cosa tenere, cambiare o scartare.



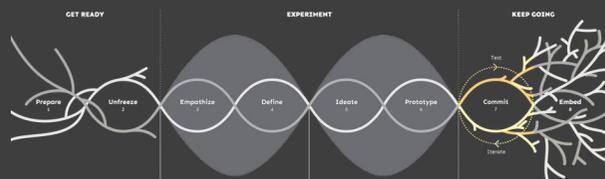
Visita guidata durante la cerimonia di apertura della galleria Zajic all'interno del Teatro Nazionale Croato di Rijeka nel Novembre del 2021.
© Drazen Sokcevic



ACED passo dopo passo
Fase 3
Keep going

Step 7

Commit



Scopo

Questa fase consiste nel decidere cosa fare alla luce dei prototipi che avete creato. Cosa tenere e ampliare, cosa deve essere raffinato? Cosa avete imparato e come continuerete questo lavoro?

Una volta che avete progettato un'esperienza che funziona per il vostro gruppo di interesse, **sarà il momento di considerare come continuerete a sviluppare la relazione con questo gruppo** e le implicazioni che si possono avere sulle vostre strategie future.

Come userete il processo ACED su base continuativa?

Azioni

Una volta che avete creato qualche prototipo sarete in grado di decidere cosa adottare e su cosa impegnarvi per il vostro gruppo di interesse. Usando il feedback che avete raccolto dal vostro gruppo di interesse e l'apprendimento del vostro team potete ripetere o ampliare il prototipo oppure perfezionarlo o anche provare qualcos'altro se non sta funzionando come volete.

Poi potrete rivolgere la vostra attenzione ai vostri piani per il futuro.

- Nella task force, **effettuate una revisione guardando a ciò che ha funzionato**: il processo di progettazione, il/i prototipo/i, ciò che avete imparato sul gruppo di interesse e come ha lavorato la task force.

- Considerate **quali idee e modi di lavorare l'organizzazione dovrebbe portare avanti**.

Potrebbe essere utile sviluppare un piano di strategia di coinvolgimento del pubblico e delle raccomandazioni che coprono le

seguenti aree:

- Come può l'organizzazione adottare la nuova esperienza che avete sviluppato: chi deve essere coinvolto, quali risorse sono necessarie e come la valuterete e la adatterete?

- Sviluppate la vostra persona: cosa avete imparato sui loro interessi e bisogni?

- Quale dovrebbe essere la relazione con il gruppo di interesse tra un anno o cinque? Descrivere gli obiettivi a breve e lungo termine.

- Nominare un referente per il gruppo di interesse che possa guidare la realizzazione della strategia di sviluppo per questo particolare pubblico. Essi sosterranno gli interessi del vostro gruppo, costruiranno relazioni, condurranno ricerche e co-progetteranno nuove esperienze. Potrebbe essere una persona, una nuova o la stessa task force.

- Quali attività saranno incluse nel piano e quali risorse saranno necessarie?

- Una volta che c'è una bozza del piano, questo dovrebbe essere condiviso dalla dirigenza e dall'intera organizzazione.

Step 7 Commit

STRUMENTI E RISORSE DI ACED

Gli strumenti chiave e le risorse sono disponibili in inglese sul sito:

→ aced.adeplus.eu

- 1 LOVE IT LEAVE IT:
Usatelo per... decidere cosa tenere, cambiare o scartare.
- 2 JOURNEY MAPPING CANVAS
Usatela per... tracciare la "mappa" dell'esperienza che volete offrire e/o sviluppare.
- 3 AUDIENCE DEVELOPMENT CYCLE
Usatelo per... Incorporare i vostri esperimenti nella vostra pianificazione strategica.
- 4 AUDIENCE DEVELOPMENT MATRIX (ANSOFF ADAPTED)
Usatela per... aiutarvi a formare un piano di sviluppo del pubblico e a decidere dove e quando usare ACED in futuro.
- 5 KANBAN BOARD
Usatela per... tenere traccia dei vostri compiti e i vostri progressi.

Apprendimento organizzativo

Durante questo step, l'apprendimento organizzativo si concentra su ciò che la vostra organizzazione ha imparato attraverso questo processo e su ciò che deve fare in futuro per connettersi con questo gruppo di interesse. È anche un'opportunità per condividere le vostre intuizioni e i risultati con i colleghi e coinvolgerli in ulteriori fasi pensando alle implicazioni di nuove idee e direzioni.

Conoscenza del pubblico e della comunità

Oltre a conoscere il vostro gruppo d'interesse originale, avrete anche acquisito una visione di parti correlate del pubblico e compreso chi sono e cosa pensano di voi, generando idee per ulteriori possibilità.

Alla fine di questa fase...

Avrete:

- elaborato il vostro prototipo in una versione più completa in vista di ciò che volete fare, magari incorporandolo nella vostra programmazione;
- concordato un impegno per una strategia a lungo termine per il vostro gruppo di interesse.



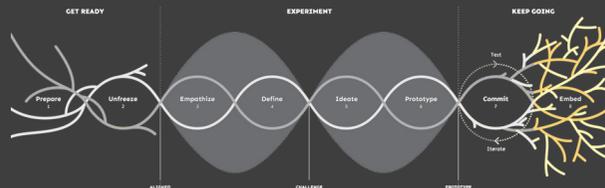
Immagine dalle riprese di 'Black jacket' shooting' il corto thriller scritto e diretto da cinque quindicenni nell'ambito del prototipo di Harinera ZGZ. © Harinera ZGZ



Ecco 'Cocktail Cabaret' al Mercury Theatre dove le drag queens incontrano il pubblico. © Mercury Theatre

Step 8

Embed



Scopo

Quest'ultimo passo **riguarda la riflessione sull'esperienza ACED da una prospettiva organizzativa**. Cosa avete imparato? Cosa deve cambiare? Quali aspetti dell'approccio hanno funzionato bene e quali dovrebbero diventare parte della pratica quotidiana?

Per fare esperienza di tutti i benefici del processo ACED è vitale che l'organizzazione consideri le sue implicazioni per il lavoro futuro. Una possibilità consiste nel ripetere il processo per altri segmenti di pubblico.

Azioni

Come nella fase precedente, potreste trovare utile tenere uno o più workshop di apprendimento con la task force e altri membri del team. In questa fase è importante raccogliere le idee e svilupparle in un piano, un insieme di intenzioni o un manifesto per il vostro lavoro in

corso. Il gruppo dirigente dovrebbe anche chiedersi: come possono essere portate avanti queste idee? Potrebbe essere utile sviluppare un piano del pubblico e delle raccomandazioni che coprano le seguenti aree:

- Chiedere alla task force di valutare la loro esperienza.
- Quale apprendimento vorrebbero condividere e come?
- Quali raccomandazioni rivolgerebbero all'organizzazione in senso più ampio – sia sul pubblico che su ACED?
- Potete coinvolgere il pubblico o gli stakeholder in questo processo?
- Chiedete al gruppo dirigente di valutare l'esperienza dal loro punto di vista e di aggiungere le loro raccomandazioni e poi accordatevi su:
 - Quali pratiche e approcci

potreste portare avanti come organizzazione?

- Cosa sperate di ottenere e come saprete che sta funzionando? Cosa cambierà?
- Chi dovrà essere coinvolto? Chi condurrà/faciliterà/sostenerà qualsiasi cambiamento o nuova pratica?
- Quali (se ci sono) risorse dedicate saranno necessarie?
- Queste idee possono poi essere usate come prova o prototipo rivedendole e adattandole su base continua.
- Usando uno strumento come la Audience Canvas o la Wheel of Consideration si potrebbe applicare ACED a nuove strategie o programmazioni.
- Esaminate l'utilizzo di ACED, o di alcuni dei suoi elementi, come parte dei vostri cicli di revisione regolari.

Step 8

Embed

STRUMENTI E RISORSE DI ACED

Gli strumenti chiave e le risorse sono disponibili in inglese sul sito:

→ aced.adestepplus.eu

- 1 **WHEEL OF CONSIDERATION**
Usatela per... adottare ciò che avete imparato per un uso futuro.
- 2 **LOVE IT LEAVE IT**
Usatelo per... decidere cosa tenere, cambiare o scartare.
- 3 **AUDIENCE DEVELOPMENT CYCLE**
Usatelo per... Incorporare i vostri esperimenti nella vostra pianificazione strategica.
- 4 **AUDIENCE CANVAS**
Usatela per... assicurare che lo sviluppo dell'organizzazione rimanga incentrato sul pubblico.
- 5 **DOUBLE LOOP LEARNING**
Usatelo per... aiutarvi a guardare a ciò che il processo vi ha insegnato sulle idee e gli obiettivi originali – e come dovrebbero essere adattati.



Apprendimento organizzativo

Se il processo ha funzionato bene, l'apprendimento organizzativo sarà molto ricco. Saprete molto sull'organizzazione e sulle capacità e potenzialità del team. Oltre ad adottare nuovi modi di fare le cose come parte della pratica "quotidiana" avrete anche una (nuova) strategia di sviluppo del pubblico.

Conoscenza del pubblico e della comunità

Con una nuova conoscenza del vostro pubblico attuale e potenziale sarete in grado di lavorare e sviluppare approcci adatti alle loro esigenze e decidere come far progredire le vostre strategie per il pubblico nelle fasi successive.

Avete raggiunto la fine! E ora...

Avrete:

Acquisito l'apprendimento chiave di ACED, identificato i modi in cui potrebbe aiutare la vostra organizzazione su base continuativa e concordato alcune idee da testare. L'apprendimento sarà integrato nelle pratiche quotidiane e tutti ne avranno beneficiato.



Conclusioni

ACED è concluso quali implicazioni?

Il modello ACED (Audience Centred Experience Design)

è un approccio che può essere adottato da tutti i tipi di organizzazioni in diversi contesti culturali. È stato sviluppato per permettere una più ampia e profonda partecipazione e un maggior coinvolgimento del pubblico con le istituzioni culturali.

Particolarmente importante è il modo in cui opera con l'intera organizzazione, andando oltre l'idea che lo sviluppo del pubblico riguardi strumenti o aree specifiche.

ACED è anche concepito per lavorare con diversi tipi di "mission" o orientamenti all'interno delle strategie, siano esse commerciali, artistiche o sociali. È per chiunque si preoccupi di riconoscere l'importanza dell'esperienza del pubblico in ciò che fa.

Cambiare, sviluppare, adattare

ACED è stato sviluppato durante il progetto Adeste+, ma si basa su diversi anni di sviluppo e test da parte dei partner di Adeste e di una rete più ampia di organizzazioni, accademici, professionisti, ricercatori e formatori di tutto il mondo. Non è una formula magica. La sua forza deriva dal riconoscere che ha bisogno di un approccio olistico per avere successo nel risolvere questi problemi; un approccio che riconosce che un buon coinvolgimento del pubblico avviene quando tutti noi ce ne assumiamo la responsabilità, indipendentemente dalla nostra "posizione lavorativa".

La metodologia ACED rappresenta lo sviluppo più recente di un lavoro di ricerca precedente. Si basa sulla ricerca-azione, la sperimentazione e la valutazione e continuerà ad essere migliorata man mano che sarà utilizzata. Per questo motivo, vi invitiamo a raccontarci la vostra esperienza nell'uso di ACED.

Raccontateci la vostra esperienza! (→ aced.adepteplus.eu)

Sul sito web di ACED potete dare un feedback sulla vostra esperienza di utilizzo di ACED. Cosa ha funzionato per voi? Cosa potrebbe essere adattato? Cosa potrebbe essere aggiunto? Con il vostro aiuto, ACED può diventare una metodologia in continua evoluzione e miglioramento, disponibile per l'uso da parte di tutti.

/Partners



Fondazione Fitzcarraldo
Italy
www.fitzcarraldo.it



MeltingPro
Italy
www.meltingpro.org



The Audience Agency
United Kingdom
www.theaudienceagency.org



Center for Kunst & Interkultur

The Danish Center
for Arts and Interculture
Denmark
www.cki.dk



Mapa Das Ideias
Portugal
www.mapadasideias.pt



Kultura Nova Foundation
Croatia
www.kulturanova.hr



Instituto de Estudios de Ocio
Aisiako Ikaskuntzen Institutua
Leisure Studies Institute

University of Deusto
Spain
www.deusto.es



Teatro Stabile di Torino
Italy
www.teatrostabiletorino.it



Mercury Theatre Clochester
United Kingdom
www.mercurytheatre.co.uk



Zaragoza Cultural
Spain
www.zaragozacruz.com



Gulbenkian Foundation
Portugal
www.gulbenkian.pt



Norrebro Theatre
Denmark
www.nbt.dk



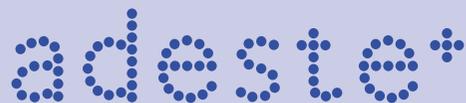
City of Warsaw
Poland
www.um.warszawa.pl



Fondazione Compagnia
di San Paolo
Italy
www.compagniadisanpaolo.it



Croatian National Theatre
Ivan pl. Zajc Rijeka
Croatia
www.hnk-zajc.hr



Adesteplus
www.adeplus.eu



Co-funded by the
Creative Europe Programme
of European Union

