

LUMIA

REPORT

CULTURAL HUB





LUMIA

LUMIA È UN'ASSOCIAZIONE CULTURALE

Infrastruttura strategica innovativa e sostenibile per valorizzare le risorse identitarie del territorio, favorire la crescita sociale e culturale e lo sviluppo economico.

promuove le arti della zona euro-mediterranea. Opera principalmente nel campo della progettazione culturale e turistica delle arti performative, con ampio spazio per mostre di arte puntuale.

Il core dell'organizzazione è costituito da progetti di performing arts, di innovazione sociale e di valorizzazione dei beni storico-artistici



LUMIA

LUMIA È UN'ASSOCIAZIONE CULTURALE

L'Associazione si propone di operare nei seguenti settori di cui all'art. 5 del D. Lgs. 117/2017:

d) educazione, istruzione e formazione professionale, ai sensi della 28 marzo 2003, n.53, e successive modificazioni, nonché le attività culturali di interesse sociale con finalità educativa;

i) organizzazione e gestione di attività culturali, artistiche o ricreative di interesse sociale, incluse attività, anche editoriali, di promozione e diffusione della cultura e della pratica del volontariato e delle attività di interesse generale di cui al presente articolo;



LUMIA

LUMIA È UN'ASSOCIAZIONE CULTURALE



j) radiodiffusione sonora a carattere comunitario, ai sensi dell'articolo 16, comma 5, della legge 6 agosto 1990, n. 223, e successive modificazioni;

k) organizzazione e gestione di attività turistiche di interesse sociale, culturale o religioso;

l) formazione extra-scolastica, finalizzata alla prevenzione della dispersione scolastica e al successo scolastico e formativo, alla prevenzione del bullismo e al contrasto della povertà educativa;

m) servizi strumentali ad enti del Terzo settore resi da enti composti in misura non inferiore al settanta per cento da enti del Terzo settore.

PANORAMICA

VISION

Lumia nel perseguire i propri fini istituzionali e nel rispetto del dettato normativo:

- **assicura**
- **favorisce e**
- **promuove**

la libertà di ricerca, di insegnamento e di studio; garantisce pari opportunità d'accesso al personale e agli studenti.

Concorre, attraverso la pubblicità dei risultati della ricerca e del libero confronto delle idee allo sviluppo culturale, artistico e scientifico della comunità globale.

Stringe collaborazioni artistico - culturali con Enti pubblici e privati aventi finalità culturali simili

affinché tali produzioni abbiano diffusione sul territorio,

MISSION

I corsi che l'impresa offre, formano, secondo i più elevati standard didattici, strumentisti, cantanti e compositori. ,

Fornisce standard di livello internazionale, permettendo di confrontarsi con il mercato globale.

Promuove la mobilità sviluppando una piena coscienza europea.



CORE ACTIVITIES

Organizzazione e gestione di eventi contaminando generi;
Creazione percorsi che intreccino musica, teatro, cinema, e performance artistiche, ricerca video-fotografica per la rigenerazione urbana;

Progettazione di ospitalità e promozione partecipata;

Mostre, rassegne, convegni e seminari su temi di identità culturale, innovazione sociale, e promozione della cultura nell'area euro-mediterranea;

Produzione, cura e diffusione materiale audiovisivo od ogni prodotto artistico musicale multimediale anche curando la gestione di siti propri e di terzi, social, e ogni canale di comunicazione digitale, nonché curando pubblicazioni;

ATTIVITÀ CORE



CORE ACTIVITIES

Performance artistiche, teatrali, musicali di artisti locali e/o internazionali;

Co-creazione di valori da professionisti del settore culturale: attività di formazione integrata multidisciplinare legata ai concerti,

Percorsi didattici rivolti alle scuole delle rassegne culturali che offrano la possibilità di partecipare alle performance artistiche, teatrali e musicali in momenti riservati, creando così momenti di dibattito e dialogo con gli artisti.

**ATTIVITÀ CORE IN
COLLABORAZIONE CON
TEATRO LIBERO**





CORE ACTIVITIES

Masterclass musicali, corsi di restauro dello strumento storico.

Laboratori didattici in ambito musicale, letterario, artigianale e di sperimentazione.

Summer School per i più giovani: laboratorio di idee per crescere e confrontarsi con l'altro, realizzando alla fine del percorso un'esposizione dei lavori creati dai giovani performer

ATTIVITÀ CORE IN COLLABORAZIONE CON I M° CASIGLIA



SUDDIVISIONE AUDIENCE

PUBBLICI PRIMARI

Comparto cittadino;
Comparto delle scolaresche;
Comparto turistico;
Opinion leaders (stampa
specialistica, blogger)

PUBBLICI COMPLEMENTARI

Partner strategici (associazioni,
onlus, enti, artisti, performer,
esperti, ecc);
Aziende fornitrici;
Pubblico interno

TARGET



COMUNICAZIONE

COSA CI ASPETTA

È necessario stabilire una pianificazione strategica dei contenuti che preveda la promozione dello storytelling delle attività di Lumia:

- curiosità,
- interviste;
- pillole di educazione musicale,
- eventi,
- dietro le quinte.

Video così significativi per il core della mission e della vision dell'associazione non possono passare in secondo piano o essere dimenticati dalla pianificazione di strategia comunicativa, soprattutto tenendo in considerazione dell'atteso incremento di follower, di interessi che essi esprimono attraverso l'engagement da strutturarsi nel rapporto con le pagine social.