

Τα κείμενα που περιλαμβάνονται στην παρούσα δημοσίευση προέρχονται από τους πολιτιστικούς οργανισμούς που υλοποίησαν τα διακρατικά σχέδια συνεργασίας και το Γραφείο «Δημιουργική Ευρώπη» Ελλάδας δεν φέρει καμία ευθύνη για το περιεχόμενό τους.

Επιμέλεια κειμένων: Κατερίνα Αντωνοπούλου, Ειρήνη Κομνηνού και Νεκταρία Μαντζούκα

ΠΡΟΛΟΓΟΣ

Η διεύρυνση κοινού αποτελεί μία από τις σημαντικότερες προτεραιότητες του ευρωπαϊκού χρηματοδοτικού προγράμματος για τον πολιτισμό «Δημιουργική Ευρώπη 2014-2020». Έχει στόχο την προσέλκυση όσο το δυνατόν ευρύτερων πληθυσμιακών ομάδων στις καλλιτεχνικές δραστηριότητες, με έμφαση στις ευπαθείς κοινωνικές ομάδες, ως μέσο για τη σφυρηλάτηση της κοινωνικής συνοχής και την καταπολέμηση φαινομένων κοινωνικής παθογένειας, ειδικά σε μια εποχή όπου οι αποκλεισμοί, λόγω ποικίλων παραγόντων, θέτουν σε κίνδυνο την αρμονική συμβίωση των πολιτών και την κοινωνική σταθερότητα. Η πρόσβαση στα πολιτιστικά αγαθά και τις υπηρεσίες, εκτός από αναφαίρετο δημοκρατικό δικαίωμα των πολιτών, αποτελεί και σημαντική προϋπόθεση για τη βιωσιμότητα των πολιτιστικών οργανισμών σε εθνικό, ευρωπαϊκό και διεθνές επίπεδο. Για τον λόγο αυτόν, πολλοί πολιτιστικοί οργανισμοί αναζητούν τρόπους να γνωρίσουν καλύτερα τις ανάγκες και προτιμήσεις του κοινού τους και να δημιουργήσουν πολιτιστικά προϊόντα ελκυστικά σε ένα ευρύτερο ακροατήριο.

Η παρούσα έκδοση που επιμελήθηκε το Γραφείο «Δημιουργική Ευρώπη» Ελλάδας, το οποίο υπάρχει στο Τμήμα Ευρωπαϊκής Ένωσης της Διεύθυνσης Διεθνών Σχέσεων και Ευρωπαϊκής Ένωσης του Υπουργείου Πολιτισμού και Αθλητισμού, περιλαμβάνει σχέδια διακρατικής συνεργασίας που χρηματοδοτήθηκαν από το Πρόγραμμα «Δημιουργική Ευρώπη 2014-2020», στα οποία η διεύρυνση κοινού είναι η βασική προτεραιότητα.

INTRODUCTION

Audience development is one of the most significant priorities of the “Creative Europe Programme 2014-2020”. It aims to attract broader social groups to artistic events, focusing on vulnerable groups, as a means to establish social cohesion and to fight against social exclusion, something which puts at stake the harmonic coexistence of citizens, as well as the social stability. Access to cultural goods and services, apart from fundamental democratic right, it constitutes a prerequisite for the sustainability of cultural organisations at national, European and international level. For this reason, a lot of cultural organisations seek ways to get to know the needs and the preferences of their audience better and create cultural products attractive to a broader audience.

The present edition by the “Creative Europe Desk-Greece”, which belongs to the Directorate of International Relations and European Union/European Union Department of the Hellenic Ministry of Culture and Sports, includes transnational cooperation projects funded by the “Creative Europe Programme 2014-2020”, whose main priority is audience development.

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

Mixdoor.....	7
PHONE HOME.....	9
Creative Lenses.....	11
Europe Grand Central.....	13
Networking European FEstivals for Mental Life Enhancement – NEFELE.....	15
Διακινδύνευσε την αλλαγή: Η μετανάστευση είναι φυσικός νόμος: όλα κινούνται, όλοι μεταναστεύουν.	
Σεβασμός στην κίνηση της ζωής.....	18
Με ορίζοντα το 2020: Εκπαιδεύοντας Μουσικούς και Κοινό στον ορχηστρικό τομέα στην Ευρώπη.....	21
KAPABANI. Η ΣΥΝΕΧΕΙΑ. Τροφοδοτώντας το μέλλον: Κινώντας την πόλη με την τέχνη.....	24
Χωρισμός της οικογένειας λόγω της μετανάστευσης: δραματοποιώντας την ανέκδοτη Ευρωπαϊκή Ιστορία – Faidra.....	27
Interfaces Νέα μοντέλα και πρακτικές για την ανάπτυξη του κοινού της σύγχρονης μουσικής στην Ευρώπη.....	29
In_Nova MusEUm: Τα μουσεία επιστρέφουν στην τοπική κοινωνία μέσω της τέχνης και της διατροφής.....	32
Ευρωπαϊκό Δίκτυο Δημιουργικών Θερμοκοιτίδων.....	35
LABOURGAMES.....	37
Take Over.....	39
UN-LABEL: Νέοι Τρόποι Ένταξης στις Παραστατικές Τέχνες.....	41
ΣΗΜΕΙΩΣΕΙΣ	75

CONTENTS

Mixdoor.....	43
PHONE HOME.....	45
Creative Lenses.....	47
Europe Grand Central.....	48
Networking European FEstivals for Mental Life Enhancement – NEFELE.....	50
Risk Change: Migration is a natural law: everything moves, everybody migrates. Respect the mobility of life.....	53
Towards 2020: Skilling Musicians & Engaging Audiences in Europe’s Orchestral Sector (T2020).....	55
CARAVAN NEXT. Feed the future: Art moving cities.....	57
Family separation through Immigration: Dramatising anecdotal European history –Faidra.....	60
Interfaces New model & practices for audience development in contemporary music in Europe.....	62
In_Nova MusEUm: Museums come back to the local community through Art & Food.....	64
European Creative Hubs Network.....	67
LABOURGAMES.....	69
Take Over.....	71
UN-LABEL: New Grounds of Inclusive Performing Arts.....	73
NOTES	75



Mixdoor

Έτος δημοσίευσης της προκήρυξης: 2014

Συντονιστής: Hungarian Juggling Association (Ουγγαρία)

Ελληνικός οργανισμός: Motus Terrae - Κέντρο για τις Τέχνες στο Δημόσιο χώρο

Άλλοι εταίροι: Cie 9.81 (Γαλλία), TAK (Πολωνία), Zagreb Institut of Movement & Dance (Κροατία)

Ιστοσελίδα σχεδίου: www.mixdoor.org

E-mail επικοινωνίας με ελληνικό οργανισμό: info@motusterrae.gr

Το Mixdoor αφορά σε μία συνεργασία μεταξύ διαφορετικών μορφών τέχνης, καλλιτεχνών και Ευρωπαϊκών χωρών. Η συνδυασμένη χρήση του εξωτερικού δημόσιου χώρου και του εσωτερικού χώρου του θεάτρου (Mixdoor = outdoor & indoor) αποτελεί τον κεντρικό άξονα του σχεδίου. Το όραμά μας ήταν να δημιουργήσουμε μία παράσταση που θα προσδώσει νέες αναφορές στο δημόσιο χώρο και θα εισάγει νέο κοινό στον χώρο του κλειστού θεάτρου. Ως site-specific δημιουργία, κάθε παράσταση του Mixdoor (ItinaiR) αποτέλεσε ένα μοναδικό γεγονός, εμπνευσμένο από και συνδεδεμένο με τον τόπο που το φιλοξενεί.

Βασικά εργαλεία που χρησιμοποιήθηκαν στην υλοποίηση του σχεδίου: Vertical dance, Site-specific θεατρική δημιουργία, 3D mapping προβολές, μοντέρνο τσίρκο, ζωντανή μουσική.

Σύντομη περιγραφή της διεύρυνσης κοινού:

Αναζητώντας νέα μέσα προσέγγισης του κοινού επιλέξαμε ως βασικό άξονα του σχεδίου, τη συνδυαστική χρήση του εξωτερικού δημόσιου χώρου και των εσωτερικών χώρων πολιτισμού. Προτείναμε στους θεατές μία άλλη ανάγνωση πάνω στην ιδέα της καλλιτεχνικής δημιουργίας. Στόχος μας ήταν, όχι μόνο το να δημιουργήσουμε νέες αναφορές σχετικά με το ήδη οικείο περιβάλλον της πόλης, αλλά, επίσης, να εισάγουμε νέο κοινό στους κλειστούς χώρους πολιτισμού και να αναβιώσουμε το ενδιαφέρον του ήδη υπάρχοντος, συναντώντας τους θεατές στο καθημερινό και οικείο τους περιβάλλον.

Βασικοί άξονες προσέγγισης του κοινού:

Άμεση επαφή μεταξύ πολιτών και καλλιτεχνών πέρα από την παραστατική διαδικασία:

Η σύλληψη του σχεδίου υπήρξε τέτοια, ώστε να ενισχύει τη συνάντηση καλλιτεχνών και πολιτών και έξω από τη συνθήκη της παράστασης. Μέσω μίας σειράς δραστηριοτήτων (εργαστήρια, ανοιχτές πρόβες και παρουσιάσεις σε ποικίλους χώρους), προσκαλέσαμε τον κόσμο να παρακολουθήσει τη δημιουργική διαδικασία εκ των έσω και να συμμετάσχει σε αυτή.

Επαναπροσδιορισμός της καλλιτεχνικής δράσης, βάσει των ιδιαίτερων τοπικών χαρακτηριστικών:

Η παραπάνω διαδικασία είναι αμφίδρομη. Επιδιώξαμε την εμπλοκή της τοπικής κοινωνίας σε έναν ουσιαστικό διάλογο καθώς και τη συμμετοχή της στη δημιουργική διαδικασία. Έτσι, η φωνή της τοπικής κοινωνίας αντικατοπτριζόταν στο καλλιτεχνικό αποτέλεσμα, δημιουργώντας νέους, άμεσους δεσμούς με την κοινωνική πραγματικότητα και την πόλη.

Εκπαιδευτική διάσταση του Mixdoor:

Ακόμα κι αν η καλλιτεχνική δημιουργία αποτελεί το βασικό αντικείμενο του Mixdoor, δεν υπάρχει ως αυτοσκοπός. Αντιθέτως, λειτουργεί ως μέσο, το οποίο προάγει και ενισχύει τα επιμέρους εργαλεία που συνθέτουν την ιδέα στο σύνολό της. Οι πρακτικές που χρησιμοποιήθηκαν για να δημιουργηθεί το καλλιτεχνικό αποτέλεσμα λειτουργούν εξίσου και ως εκπαιδευτικό μέσο για το ευρύ κοινό, καθώς και ως πεδίο ανταλλαγής γνώσεων και εμπειριών μεταξύ των καλλιτεχνών. Αυτή η ανταλλαγή υποστηρίχθηκε ιδιαίτερα από το στοιχείο της συνεχούς κινητικότητας των καλλιτεχνών κατά τη διάρκεια του σχεδίου, καθώς και από τα συνεργατικά εργαστήρια που ενέπλεξαν το κοινό στη δημιουργική διαδικασία.



PHONE HOME

Έτος δημοσίευσης της προκήρυξης: 2014

Συντονιστής: Γ. ΛΥΚΙΑΡΔΟΠΟΥΛΟΣ & ΣΙΑ Ε.Ε. – Highway Productions

Ελληνικός οργανισμός: Γ. ΛΥΚΙΑΡΔΟΠΟΥΛΟΣ & ΣΙΑ Ε.Ε. – Highway Productions

Άλλοι εταίροι: Pathos München (Γερμανία), Upstart Theatre (Ηνωμένο Βασίλειο)

Ιστοσελίδα σχεδίου: www.phonehome.eu

E-mail επικοινωνίας με ελληνικό οργανισμό: marilia@highway.gr

Αντλώντας έμπνευση από πραγματικές ιστορίες ανθρώπων που άφησαν το σπίτι τους για να βρουν ένα νέο, βασική επιδίωξη των δημιουργών του **Phone Home** ήταν να αναπλάσουν το ιδιαίτερος επίμαχο θέμα της παγκόσμιας μετακίνησης πληθυσμών σε μια πρωτόγνωρη θεατρική εμπειρία – σχόλιο πάνω στον τρόπο με τον οποίο «αντιμετωπίζεται» η κατάσταση από την Ευρώπη του σήμερα.

Με βάση τη δημιουργική έρευνα και την πραγματοποίηση θεατρικών εργαστηρίων, τρεις καλλιτεχνικές ομάδες από τρεις διαφορετικές ευρωπαϊκές χώρες δημιούργησαν μία κοινή παράσταση, με θέμα τη μετανάστευση και την επικοινωνία. Η παράσταση πραγματοποιήθηκε ταυτόχρονα σε τρεις σκηνές, μία σε κάθε χώρα, συνδεδεμένες μέσω τηλε-διάσκεψης, δίνοντας στο κοινό τη δυνατότητα να παρακολουθεί όσα διαδραματίζονταν ζωντανά, αλλά και μέσω διαδικτυακής προβολής, ενώ ήταν παράλληλα διαθέσιμη για θέαση μέσω live online streaming.

Σύντομη περιγραφή της προσέγγισης της διεύρυνσης κοινού:

Το κοινό βρέθηκε στο επίκεντρο της ανάπτυξης του **Phone Home** ήδη από τα πρώτα στάδια της δημιουργίας του. Από το επίσημο kick-off μέχρι και μετά την ολοκλήρωσή του, η ιστοσελίδα και η σελίδα Facebook του σχεδίου καταγράφουν και διαδίδουν συνεχώς περιεχόμενο, με τη μορφή blogs, posts, φωτογραφιών, βίντεο και με αποκορύφωμα την παραγωγή ενός διαδικτυακού ντοκιμαντέρ, καταγράφοντας κάθε νέα εξέλιξη και εμπειρία.

Επιπλέον, το κοινό κλήθηκε να λάβει μέρος στην ίδια τη δημιουργία του **Phone Home**, συμμετέχοντας σε εργαστήρια, ανταλλαγές ιστοριών, σχολιασμό των αναρτήσεών μας στο διαδίκτυο, αλλά και στις ζωντανές συζητήσεις με τους συντελεστές μετά τις παραστάσεις.

Η προσέγγισή μας για την ανάπτυξη κοινού είχε τρεις στόχους:

- 1) τη διεύρυνση, με την εξασφάλιση της συμμετοχής των θεατών που συνηθίζουν να παρακολουθούν τις παραγωγές μας (ευρύ κοινό, καλλιτέχνες, προσωπικό) και την αύξηση του αριθμού τους,
- 2) τη διαφοροποίηση, με την προσέλκυση ατόμων διαφορετικού προφίλ (π.χ. μεταναστών και νεανικού κοινού),
- 3) την εμβάθυνση της σχέσης με τους θεατές μας, παρέχοντάς τους τη δυνατότητα να συμμετέχουν στη δημιουργική διαδικασία.

Οι παραπάνω στόχοι αντιστοιχήθηκαν πλήρως με συγκεκριμένες δραστηριότητες (kick-off, επικοινωνιακό υλικό, εργαστήρια), προωθήθηκαν μέσω του διαδικτύου (ιστοσελίδα και σελίδες κοινωνικής δικτύωσης), καθ' όλη τη διάρκεια της ανάπτυξης του σχεδίου και αναπτύχθηκαν σε τέσσερα σκέλη:

- 1) ανοδικά, με τη συμμετοχή καλλιτεχνών, μεταναστών, νέων και εθελοντών σε δημιουργικά εργαστήρια,
- 2) καθοδικά, με την ενίσχυση της 'από στόμα σε στόμα' μετάδοσης των πληροφοριών στο διαδίκτυο (blogs, social media, project website) και τη ζωντανή μετάδοση (live-stream) των Q&A συνεδριών μετά από τις παραστάσεις,
- 3) μέσω της συνεργασίας μας με άλλους οργανισμούς (μη κερδοσκοπικές οργανώσεις, Πανεπιστήμια, μη-κυβερνητικούς οργανισμούς), οι οποίοι κλήθηκαν να συμμετέχουν, να συζητήσουν και να διαδώσουν το σχέδιο,
- 4) μέσω του εθελοντισμού, καθώς όλες οι φάσεις του Phone Home παρέμειναν ανοιχτές σε εθελοντές από κάθε εθνικό ή πολιτιστικό background.

Ως αποτέλεσμα, το **Phone Home** κατάφερε να προσελκύσει ένα πολυσυλλεκτικό σε υπόβαθρο και ηλικία κοινό, συμπεριλαμβανομένων επαγγελματιών και ερασιτεχνών καλλιτεχνών, εργαζομένων σε πολιτιστικούς και ανθρωπιστικούς φορείς, ειδικών του θεάτρου και γραφειοκρατών, καθώς και των τακτικών θεατών μας.



Creative Lenses

Έτος δημοσίευσης της προκήρυξης: 2015

Συντονιστής: KAAPELI (Ελσίνκι, Φινλανδία)

Ελληνικός οργανισμός: Θεατρική Αστική Εταιρεία ODC

Άλλοι εταίροι: Trans Europe Halles (TEH) – Σουηδία, Manufacture Knos – Ιταλία, Truc spherique (Stanica) –Σλοβακία, City of Lund/The Creative Plot – Σουηδία, University of Arts Λονδίνο – H.B., Olivearte Culture Agency –H.B., Informal European Theatre Meetings network (IETM) – Βέλγιο, University of Basilicata – Ιταλία, Kosice 2013 – Σλοβακία, P60 --- Ολλανδία, Village Underground – H.B.

Ιστοσελίδα σχεδίου: <http://creativelenses.eu>

E-mail επικοινωνίας με ελληνικό οργανισμό: info@odcensemble.com,
odcensemble@gmail.com

Το Creative Lenses είναι ένα τετραετές σχέδιο (2015-2019), που επιδιώκει να καταστήσει τις τέχνες και τους πολιτιστικούς οργανισμούς πιο ανθεκτικούς και βιώσιμους, μέσω της βελτίωσης των επιχειρηματικών τους μοντέλων και της ανάπτυξης μακροπρόθεσμων καινοτόμων ιδεών.

Σύντομη περιγραφή της προσέγγισης της διεύρυνσης κοινού:

Στόχος του σχεδίου είναι να αναπτύξει μια δομημένη προσέγγιση για τους πολιτιστικούς οργανισμούς, σχετικά με τη διεύρυνση του κοινού τους, ενσωματώνοντας την ανάπτυξη του κοινού στο επιχειρηματικό τους μοντέλο και καθιστώντας το βασικό συστατικό για την επιτυχή υλοποίηση του επιχειρηματικού

τους σχεδίου. Η μεθοδολογία του Creative Lenses για την ανάπτυξη του κοινού βασίζεται στη διαδικασία της συνεχούς εξέλιξης μιας ενεργής και βιώσιμης σχέσης με τις ενδιαφερόμενες κοινότητες, με τους δημόσιους και ιδιωτικούς οργανισμούς και τους συναδέλφους παγκοσμίως, με την πρόθεση της συμμετοχής των πολιτών στη διαδικασία της πολιτιστικής ανάπτυξης, γεγονός που αντανακλά τον ρόλο και τη σημασία των πολιτιστικών δραστηριοτήτων στη ζωή τους. Αυτό, με τη σειρά του, περιλαμβάνει την ανάπτυξη μιας εκ των προτέρων στρατηγικής και με δομημένο τρόπο προσέλκυσης και συμμετοχής του νέου κοινού/συμμετεχόντων. Θεμελιώδης βασική αρχή του Creative Lenses είναι να βοηθήσει τους πολιτιστικούς οργανισμούς να εφαρμόσουν τις κατευθυντήριες γραμμές και μεθοδολογίες που θα επιτρέπουν στα ενδιαφερόμενα μέρη, με την ευρύτερη έννοια, να ασχολούνται με τις τέχνες και τον πολιτισμό, ως μοχλό προς αλλαγή και ανάπτυξη μέσα στην κοινωνία.

EUROPE GRAND CENTRAL



Europe Grand Central

Έτος δημοσίευσης της προκήρυξης: 2015

Συντονιστής: NOT QUITE (Fengersfors, Σουηδία)

Ελληνικός οργανισμός: Θεατρική Αστική Εταιρεία ODC

Άλλοι εταίροι: Trans Europe Halles, The European Network of Cultural Centers
Fonds Roberto Cimetta, (Παρίσι, Γαλλία), Kulturzentrum Schlachthof, (Βρέμη, Γερμανία), Assoziazione Laminarie, (Μπολόνια, Ιταλία), Europejska Fundacja Kultury Miejskiej, (Λούμπλιν, Πολωνία)

Ιστοσελίδα σχεδίου: www.globalgrandcentral.net

E-mail επικοινωνίας με ελληνικό οργανισμό: info@odcensemble.com,
odcensemble@gmail.com

Το Europe Grand Central αποτελεί μια καινοτόμο συνεργατική προσπάθεια που συνδυάζει σχέδια και προγράμματα ανεξάρτητων πολιτιστικών φορέων στην Ευρώπη, μέσω μίας μοναδικής ηλεκτρονικής πλατφόρμας που συνδέει αφηγήσεις προερχόμενες από το κοινό, σχετικές με τη διέλευση των συνόρων. Συνεργάτες του σχεδίου, όλοι εδραιωμένοι πολιτιστικοί φορείς και δίκτυα, εστιάζουν σε εντελώς διαφορετικά πεδία, όπως είναι για παράδειγμα, η συνεχώς αυξανόμενη ξενοφοβία απέναντι στους μετανάστες στη Σουηδία, οι συνέπειες της οικονομικής κρίσης στην Ελλάδα, το χάσμα μεταξύ των κατοίκων των προαστίων και της πόλης στη Μπολόνια και τη Βρέμη, οι πολιτικές εντάσεις στα ανατολικά σύνορα της Πολωνίας και οι διαστρεβλωμένες εικόνες του Αραβικού κόσμου στην Ευρώπη. Στόχος μας είναι να μεταμορφώσουμε την καχυποψία απέναντι

στη μετανάστευση σε περιέργεια, να δώσουμε δύναμη σε «παρεξηγημένους» ανθρώπους και να δώσουμε ένα διαχρονικό μάθημα στην τέχνη της συλλογής εμπειριών από ανθρώπους που τις έζησαν από πρώτο χέρι.

Σύντομη περιγραφή της προσέγγισης της διεύρυνσης κοινού:

Οι μέθοδοι για την ανάπτυξη του κοινού και το πώς θα το οδηγήσουμε να επαναπροσδιορίσει τα συναισθήματά του για το «εμείς» και το «αυτού», διαφέρουν ανάμεσα στο διαδραστικό θέατρο και τη φωτογραφία, τις καλές τέχνες, το σχέδιο, τα καλλιτεχνικά εργαστήρια, την τέχνη του δρόμου και τα κέντρα φιλοξενίας καλλιτεχνών. Το Europe Grand Central είναι ένας χώρος εκμάθησης και ανάπτυξης μεθόδων συνάντησης με το κοινό, όπου και αν βρίσκεται. Στο επίκεντρο του έργου είναι η συνεχώς αναπτυσσόμενη Bordr, ως ψηφιακό εργαλείο για τη σύνδεση των ιστοριών με θέμα τα σύνορα που θα χρησιμοποιηθούν σε όλες τις δράσεις. Οι εταίροι θα συνεργαστούν στον σχεδιασμό της καινοτόμου europe-grandcentral.net, μίας βάσης δεδομένων που φιλοξενείται από το Trans Europe Halles, το κυριότερο δίκτυο ανεξάρτητων ευρωπαϊκών κέντρων πολιτισμού, που λειτουργεί ως πολύτιμος συνεργάτης μας για την επικοινωνία και διάδοση του έργου.



Networking European FEstivals for Mental Life Enhancement **- NEFELE**

Έτος δημοσίευσης της προκήρυξης: 2015

Συντονιστής: Κοινωνικές Συνεταιριστικές Δραστηριότητες Ευπαθών Ομάδων «ΕΔΡΑ»

Ελληνικός οργανισμός: Κοινωνικές Συνεταιριστικές Δραστηριότητες Ευπαθών Ομάδων «ΕΔΡΑ»

Άλλοι εταίροι: First Fortnight (Ιρλανδία), EURO-NET (Ιταλία), Fundacion Intratras (Ισπανία), Asociacijos Olimpikas (Λιθουανία)

Ιστοσελίδα σχεδίου: www.nefeleproject.eu

E-mail επικοινωνίας με ελληνικό οργανισμό: info@edra-coop.gr

Κύριο αντικείμενο του έργου ήταν η προώθηση της σύνδεσης των πεδίων της τέχνης και της ψυχικής υγείας με πρωταρχικούς στόχους:

- την καταπολέμηση του στίγματος γύρω από την ψυχική ασθένεια, με σκοπό να ωφεληθούν οι ψυχικά πάσχοντες καθώς και η κοινωνία γενικότερα,
- τη διεύρυνση του πεδίου καλλιτεχνικών δραστηριοτήτων, προς όφελος των ίδιων των καλλιτεχνών,
- τον εμπλουτισμό των θεραπευτικών υπηρεσιών και διαδικασιών με νέες μορφές καλλιτεχνικής δραστηριότητας,
- τη δικτύωση φορέων και ατόμων που δραστηριοποιούνται και στα δύο πεδία σε ευρωπαϊκό επίπεδο.

Η φιλοσοφία του όλου εγχειρήματος βασίστηκε:

- στην προώθηση της ίδρυσης Φεστιβάλ τέχνης για την ψυχική υγεία σε χώρες της Ευρώπης που αντίστοιχες δραστηριότητες και πρακτικές δεν είναι διαδεδομένες, καθώς και στην ενδυνάμωση και τη δικτύωση των ήδη υπαρχόντων αντίστοιχων Φεστιβάλ της Γηραιάς Ηπείρου,
- στην ενθάρρυνση της ανάληψης νέων πρωτοβουλιών και της συμμετοχής καλλιτεχνών σε αντίστοιχα Φεστιβάλ και ταυτόχρονα στη δημιουργία νέων επαγγελματικών ευκαιριών,
- στην προώθηση πιο ενεργής συμμετοχής των αρμόδιων φορέων και αρχών που σχετίζονται με τα δύο πεδία, με σκοπό την ευαισθητοποίηση της κοινωνίας και την εκδήλωση ενδιαφέροντος για τη σύνδεση τέχνης και ψυχικής υγείας και τα αμοιβαία οφέλη αυτής,
- στην παροχή βοήθειας σε κάθε πρωτοβουλία που γίνεται σε εθνικό επίπεδο και υπηρετεί αντίστοιχο σκοπό.

Κύρια παραδοτέα του σχεδίου ήταν:

- η διοργάνωση του 1ου ευρωπαϊκού Φεστιβάλ τέχνης για την ψυχική υγεία που πραγματοποιήθηκε στην Αθήνα από 1-16 Οκτωβρίου 2016,
- η ίδρυση του ευρωπαϊκού δικτύου Φεστιβάλ τέχνης για την ψυχική υγεία,
- η δημιουργία δύο εργαλείων για την επαγγελματική υποστήριξη και την είσοδο των καλλιτεχνών στο πεδίο της ψυχικής υγείας.

Σύντομη περιγραφή της προσέγγισης της διεύρυνσης κοινού:

Το έργο βάσισε την προσέγγιση της διεύρυνσης κοινού πάνω σε ήδη δοκιμασμένες πρακτικές που πηγάζουν από το μάρκετινγκ καλλιτεχνικών έργων και το μάνατζμεντ. Η στρατηγική που χαράχθηκε βασίστηκε πρωτίστως στο γενικό κοινό που απευθυνόταν το έργο (αναγνώριση κοινού αλλά και γκρουπ που δεν ανήκαν άμεσα σε αυτό, αναγνώριση των αναγκών του, των γλωσσών που έπρεπε να χρησιμοποιηθούν, των προσδοκιών του κ.λ.π.) και κατόπιν στη στόχευση συγκεκριμένων υπο-ομάδων που ανήκαν σε αυτό.

Συγκεκριμένα, σε:

- φορείς παροχής υπηρεσιών ψυχικής υγείας, οργανισμούς που επιτελούν αντίστοιχο έργο,
- άτομα που αντιμετωπίζουν δυσκολίες που αφορούν την ψυχική τους υγεία-πάσχοντες, ασθενείς,
- καλλιτέχνες, ειδικότερα νέους & αναδυόμενους, αλλά και εκείνους που αντιμετωπίζουν δυσκολίες που αφορούν την ψυχική τους υγεία,
- θεσμούς και φορείς που σχεδιάζουν και ασκούν πολιτική,
- φορείς και οργανισμούς που μπορούν να προσφέρουν επαγγελματικές ευκαιρίες,
- νέους ανθρώπους, κοινωνικά ενεργούς που τους αρέσει η τέχνη,

- Σχολές Καλών Τεχνών και Πανεπιστημιακά Τμήματα μέρος του αντικειμένου των οποίων είναι η υγεία.

Η στρατηγική *χαράχθηκε* με τέτοιο τρόπο, ώστε η υπερπήδηση δυσκολιών της συμμετοχής των παραπάνω στο έργο να είναι εφικτή, αλλά και με τρόπο που να παρέχεται μία ποιοτική καλλιτεχνική εμπειρία, η οποία να χαρακτηρίζεται από τις αξίες κοινωνικής ευαισθητοποίησης και να είναι προσβάσιμη, εκπαιδευτική και ανοιχτή προς όλους.

Ταυτόχρονα, στόχος ήταν η δημιουργία καθώς και η διατήρηση μίας σταθερής σχέσης με το κοινό σε καθημερινή βάση:

1) το Φεστιβάλ παρείχε δυνατότητες άμεσης και διαδραστικής συμμετοχής του κοινού, με ιδιαίτερη έμφαση στη διοργάνωση *site specific events*, 2) αναπτύχθηκαν εκπαιδευτικές σχέσεις με το κοινό, μέσω της ενότητας του Φόρουμ του 1ου Ευρωπαϊκού Φεστιβάλ Τέχνης για την ψυχική υγεία, οι δραστηριότητες του οποίου προσέφεραν δικτύωση με εκπαιδευτικούς και ερευνητικούς φορείς (Πανεπιστήμια, Σχολές κ.α.), 3) αναπτύχθηκαν επαγγελματικές σχέσεις με καλλιτέχνες, μέσω δημιουργίας νέων ευκαιριών.

Τέλος, σημαντική βαρύτητα δόθηκε στην ενεργοποίηση των θεσμών και των επίσημων φορέων, μέσω της οποίας ένα μεγάλο μέρος πολιτικών και πρακτικών μπορεί να γίνει ευρέως γνωστό εύκολα στο ευρύ κοινό. Προς αυτή την κατεύθυνση, ενεργοποιήθηκαν θεσμοί και αντιπρόσωποι της Ευρωπαϊκής Ένωσης (Πρόεδρος του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου, Αντιπροσωπεία της Ευρωπαϊκής Επιτροπής στην Ελλάδα), ελληνικά Υπουργεία (Υγείας, Πολιτισμού, Παιδείας, Ανάπτυξης, Τουρισμού), Τοπική Αυτοδιοίκηση (Περιφέρεια Αττικής, Δήμος Δάφνης Υμηττού) και Πανεπιστημιακά Ιδρύματα (ΕΚΠΑ, Σχολή Καλών Τεχνών).



Διακινδύνευσε την αλλαγή: Η μετανάστευση είναι φυσικός νόμος: όλα κινούνται, όλοι μεταναστεύουν. Σεβασμός στην κίνηση της ζωής

Έτος δημοσίευσης της προκήρυξης: 2015

Συντονιστής: Association for Culture and Education KIBLA, (Μάριμπορ, Σλοβενία)

Ελληνικός οργανισμός: Τμήμα Μεθοδολογίας, Ιστορίας και Θεωρίας της Επιστήμης, Εθνικό και Καποδιστριακό Πανεπιστήμιο Αθηνών

Άλλοι εταίροι: ACAX League of Independent Art Spaces, (Βουδαπέστη, Ουγγαρία) Jauno mediju kulturas centrs RIX-CBIEDRIBA, (Ρίγα, Λετονία), Muzej savremene umetnosti Vojvodine (MSUV), (Novi Sad, Σερβία), Muzej moderne i suvremene umjetnosti (MMSU), (Rijeka, Κροατία), 7scenes, (Άμστερνταμ, Ολλανδία), The Mighty Creatives, (Leicestershire, H.B.), ZINC, (Μασσαλία, Γαλλία), FOPSIM, (Zejtun, Μάλτα)

Ιστοσελίδα σχεδίου: <http://www.riskchange.eu/> , <http://riskchange.phs.uoa.gr/>

E-mail επικοινωνίας με ελληνικό οργανισμό: riskchange@phs.uoa.gr

Το έργο Risk Change έχει ως στόχο τη δημιουργία, διασύνδεση, σύγκριση, διάδοση και προώθηση της σύγχρονης ευρωπαϊκής τέχνης, που σχετίζεται με τις κοινωνικές επιστήμες και τη μετανάστευση. Το έργο καλύπτει τα πεδία του σύγχρονου πολιτισμού, της τέχνης και της δημιουργικότητας, που συνδέονται με

την επιστήμη, κυρίως στις κοινωνικές και εφαρμοσμένες επιστήμες και σε εκείνες της τεχνολογίας της πληροφορίας και της επικοινωνίας (ICT).

Η ομάδα εργασίας του ΜΙΘΕ του ΕΚΠΑ εντάσσεται στην ερευνητική ομάδα «Τεχνολογία και Σύνορα/Μετανάστευση», που ειδικεύεται στη γόνιμη αλληλεπίδραση της «Ιστορίας της Τεχνολογίας», της «Ιστορίας της Επιστήμης», του διεπιστημονικού πεδίου «Επιστήμη, Τεχνολογία, Κοινωνία» («Σπουδές Επιστήμης και Τεχνολογίας») καθώς και στις «Μεταναστευτικές Σπουδές», «Συνοριακές Σπουδές» και τα σχετιζόμενα πεδία.

Η ομάδα εργασίας θα επικεντρωθεί στα ακόλουθα:

- τον ρόλο της επιστήμης και της τεχνολογίας σε θέματα που σχετίζονται με τα σύνορα και τη μετανάστευση,
- τη συμβολή της επιστήμης και της τεχνολογίας στη δημιουργία της δημόσιας εικόνας των ζητημάτων που σχετίζονται με τα σύνορα και την μετανάστευση,
- τις καλλιτεχνικές απεικονίσεις των θεμάτων που σχετίζονται με τα σύνορα και τη μετανάστευση, εξειδικεύοντας σε ζητήματα που εμπλέκεται η επιστήμη και η τεχνολογία,
- την αλληλεπίδραση μεταξύ επιστημονικής και καλλιτεχνικής δημιουργικότητας και εμπειριών που συνδέονται με τη μετανάστευση.

Σύντομη περιγραφή της προσέγγισης της διεύρυνσης κοινού:

Στο πλαίσιο του έργου, έχουν ξεκινήσει δράσεις ενημέρωσης στο ακαδημαϊκό κοινό. Πιο συγκεκριμένα, το έργο συνδέθηκε άμεσα με το 8ο Συνέδριο του Δικτύου “Tensions of Europe” που πραγματοποιήθηκε στην Αθήνα το Σεπτέμβριο του 2017 και είχε ως κεντρικό θέμα «Τεχνολογία και Σύνορα», όπου παρουσιάστηκαν και συζητήθηκαν θέματα που σχετίζονται με αυτό.

Παράλληλα, μέσω των Εργαστηρίων (Workshops) και των Διαλέξεων (Lectures) που προβλέπονται στο πλαίσιο του έργου, υπήρξε συμμετοχή φοιτητών (προπτυχιακών, μεταπτυχιακών και υποψηφίων διδασκόντων) από διαφορετικά ερευνητικά πεδία, οι οποίοι εξοικειώθηκαν με θέματα που άπτονται του εν λόγω έργου. Στο πλαίσιο του έργου αυτού, πραγματοποιήθηκε, επίσης, ένα σεμινάριο εκπαίδευσης εκπαιδευτών, με στόχο τη δημιουργία χώρων ελεύθερης έκφρασης ενάλωτων ομάδων. Η διδακτική ενότητα ονομάζεται «Δημιουργώντας ασφαλείς χώρους» και έχει ως στόχο να εφοδιάσει τους εκπαιδευτές με τις απαιτούμενες δεξιότητες για να εργαστούν με ομάδες μεταναστών, προκειμένου να τους εμπνεύσουν εμπιστοσύνη και επιθυμία να εκφραστούν εποικοδομητικά και με ασφάλεια.

Στο πλαίσιο της έρευνας που διενεργείται, υπήρξαν συνεντεύξεις με πρόσφυγες και μετανάστες και κατ' αυτό τον τρόπο, υπήρξε διάχυση της πληροφορίας, σχετικά με το έργο και την εμπλοκή τους, κατά τη διεξαγωγή της έρευνας πεδίου. Τα μέσα που χρησιμοποιούνται είναι κυρίως οι ιστοσελίδες του έργου καθώς και οι λίστες ηλεκτρονικών ταχυδρομείων όπου διακινούνται οι πληροφορίες που αφορούν σε δραστηριότητες του έργου στα ανωτέρω κοινά-στόχους.



Με ορίζοντα το 2020: Εκπαιδεύοντας Μουσικούς και Κοινό στον ορχηστρικό τομέα στην Ευρώπη

Έτος δημοσίευσης της προκήρυξης: 2014

Συντονιστής: Ορχήστρα Νέων της Ευρωπαϊκής Ένωσης

Ελληνικός οργανισμός: Οργανισμός Μεγάλου Μουσικής Θεσσαλονίκης

Άλλοι εταίροι: Graffenegg Kulturbetriebsges M.B.H, Fondazione Concorso Pianistico Internazionale Ferruccio Busoni, Palais Des Beaux-Arts - Paleis Voor Schone Kunsten, Ίδρυμα Συμφωνικής Ορχήστρας Κύπρου, Hudobné Centrum (Music Centre Slovakia), John Good Limited, Culture Action Europe

Ιστοσελίδα σχεδίου: <http://www.euyo.eu/discover/towards-2020-project/>

E-mail επικοινωνίας με ελληνικό οργανισμό: info@tch.gr

Το σχέδιο «Με ορίζοντα το 2020: Εκπαιδεύοντας Μουσικούς και Κοινό στον ορχηστρικό τομέα στην Ευρώπη» ήταν ένα μεγάλης κλίμακας ευρωπαϊκό έργο συνεργασίας, που σκοπό είχε να δημιουργήσει ένα νέο μοντέλο δεξιοτήτων για ταλαντούχους νέους μουσικούς ορχήστρας από τα 28 κράτη μέλη της Ε.Ε., με τρόπο που να ανταποκρίνεται στις μεταβαλλόμενες ανάγκες του 21ου αιώνα για το κοινό και την κοινωνία. Το μοντέλο βασίζεται σ' ένα πρωτότυπο καινοτόμο τρόπο κατάρτισης, ένα πρόγραμμα σε ψηφιακή πλατφόρμα, που να συνδέει το κοινό με τις παραστάσεις, όλα δομημένα έτσι ώστε να ενταθεί η δημιουργική πολιτιστική ανάπτυξη, να δοθούν ευκαιρίες καριέρας και στρατηγικές ανάπτυξης κοινού.

Σύντομη περιγραφή της προσέγγισης της διεύρυνσης κοινού:

Πρωταρχικός στόχος της στρατηγικής διεύρυνσης κοινού του project T2020 ήταν η ανάπτυξη κοινού, μέσω της αύξησης της προσβασιμότητας στην κλασσική μουσική, οικοδομώντας παράλληλα πολυμορφία στο ακροατήριο και με έμφαση σε 3 ξεχωριστές ομάδες: **(1) υπάρχον κοινό (2) νέο κοινό (3) μη κοινό.**

Η στρατηγική αναπτύχθηκε με γνώμονα την εκπαίδευση νέων ταλαντούχων μουσικών, αναπτύσσοντας δεξιότητες που θα τους βοηθήσουν στην επαγγελματική τους πορεία και θα συμβάλουν στην αύξηση των ποσοστών απασχόλησης σε ολόκληρη την Ευρώπη, με σταθερή έμφαση στην καινοτομία. Τα ποσοτικά και ποιοτικά στοιχεία βασίστηκαν σε μία σειρά πρωτοβουλιών και δράσεων για την ανάπτυξη κοινού, ειδικά σχεδιασμένη για το σχέδιο T2020:

- Η ιστοσελίδα T2020 και η εφαρμογή App λειτούργησαν ως μοντέλα για τον πολιτιστικό τομέα. Αυτές οι ψηφιακές πλατφόρμες προσφέρουν στο υπάρχον κοινό παράθυρα μέσω των οποίων μπορούν να δουν τις παραστάσεις σε νέες μορφές και με αυξημένη διαδραστικότητα.
- Η Ευρωπαϊκή Μουσική Σχολή επικεντρώθηκε κυρίως σε υπάρχοντα και νέα ακροατήρια, με στόχο να αυξήσει το ενδιαφέρον στο μη κοινό καθώς η φήμη της και ο αντίκτυπός της αυξάνονται, χρόνο με το χρόνο.
- Μικρότερα, εξατομικευμένα έργα σχεδιάστηκαν για να χρησιμεύσουν ως παραδείγματα δράσεων χαμηλού κόστους που εμπλέκουν την κοινότητα και μπορούν εύκολα να ενσωματωθούν στον υπάρχοντα προγραμματισμό της επικοινωνιακής πολιτικής ενός εταιρίου και θα είναι εύκολα αποδεκτά από τις τοπικές κοινότητες. Επίσης, έχουν σχεδιαστεί για να δώσουν στους μουσικούς την κυριότητα των πρωτοβουλιών ανάπτυξης κοινού.
- Ομάδα τοπικών προγραμματιστών που ονομάζεται **REACT** στόχευαν στην ανάπτυξη νέου κοινού. Αυτή η δράση συμβάλλει στην ανάπτυξη των δεξιοτήτων της τοπικής κοινότητας των νέων, που αποτελούν το μη κοινό και έχει ως αποτέλεσμα τη δημιουργία τοπικών δικτύων, την ανταλλαγή γνώσεων και τεχνογνωσίας, συσχετίζοντας τη με ένα απλό αλλά αποτελεσματικό εκπαιδευτικό πρόγραμμα για την οργάνωση μικρών, ανεπίσημων και εναλλακτικών μορφών παραστάσεων.
- Το Πρόγραμμα «**Υιοθέτησε μια Ορχήστρα**» κατέδειξε πώς μία ορχήστρα μπορεί να ενσωματωθεί μέσα σε μια νέα κοινότητα και να επεκτείνει την εμβέλειά της, δημιουργώντας μια σειρά δραστηριοτήτων, κερδίζοντας έδαφος με την πάροδο του χρόνου.
- Στόχος ήταν τα μη ακροατήρια, μέσω ενός καινοτόμου σχεδίου συνεργασίας σε διάφορους τομείς, χρησιμοποιώντας την κλασσική μουσική ως μεταφορά για αύξηση επιχειρηματικών δεξιοτήτων και πρόκληση ενδιαφέροντος που δεν υπήρχε

πριν. Το σχέδιο 30/40 «Δίνοντας χώρο στην κλασική μουσική» περιλαμβάνει ενήλικες μεταξύ 30 και 40 ετών. Στοχεύοντας αυτή την ηλικιακή ομάδα, η ADS έφθασε σε έναν κύριο παράγοντα που επηρεάζει την κουλτούρα της νεολαίας , τους γονείς. Τα μικρά σύνολα μουσικής δωματίου έφεραν την κλασική μουσική σε τοποθεσίες κατάλληλες για το προσωπικό των γραφείων. Το προσκεκλημένο κοινό θα προέκυπτε από ένα αρχικό ερωτηματολόγιο, το οποίο θα δίνεται σε όλους τους υπαλλήλους, προσδιορίζοντας το μη κοινό.



KARABANI. Η ΣΥΝΕΧΕΙΑ. Τροφοδοτώντας το μέλλον: Κινώντας την πόλη με την τέχνη

Έτος δημοσίευσης της προκήρυξης: 2014

Συντονιστής: Nordisk Teaterlaboratorium / Odin Teatret - Δανία

Ελληνικός οργανισμός: Πολυτεχνείο Κρήτης

Άλλοι εταίροι: Università degli Studi di Torino, Dip. Di Studi Umanistici (Unito - SCT Centre) – Ιταλία Centro de Arte y Producciones Teatrales SL (TNT Theatre) – Ισπανία Stowarzyszenie Edukacyino - Spoleczno - Kultuarne Teatr Brama (Brama Theatre) – Πολωνία ZID Theatre (ZID Theatre) – Ολλανδία Truc spherique (TRUC) – Σλοβακία Bürgerstiftung Rohrmeisterei Schwerte (Rohrmeisterei) – Γερμανία Farm in Cave (Farm in Cave) – Τσεχία Omma Studio Private Non Profit Company (OMMA STUDIO) – Ελλάδα Association des Agences de la Democratie Locale (ALDA) – Γαλλία Kulturno Izobrazevalno Drustvo Kibla (Kibla) – Σλοβενία Società Consortile per Azioni OGR-CRT (OGR – CRT) – Ιταλία

Ιστοσελίδα σχεδίου: <http://caravanext.eu>

E-mail επικοινωνίας με ελληνικό οργανισμό: stavros@ced.tuc.gr

Το πρόγραμμα εστιάζει στη δημιουργία εκδηλώσεων που στηρίζονται πάνω σε αυτό που ονομάζουμε Θέατρο στην Κοινότητα (ΘσΚ). Σε αυτό το πλαίσιο, επαγγελματίες καλλιτέχνες και απλοί πολίτες μαζί θα δώσουν ζωή στα δικά τους συλλογικά πολιτιστικά δρώμενα, που θα πραγματοποιηθούν σε ανοιχτούς χώρους, πλατείες, δρόμους, γειτονιές, κλπ., μέσα από μία διαδικασία ενεργής συμμετοχής και αξιοποίησης του κοινού. Οι στόχοι του σχεδίου είναι: η ανάπτυξη ενός ολοκληρωμένου ευρωπαϊκού δικτύου για την ανταλλαγή πολιτιστικών αγαθών και επαγγελματιών, η εδραίωση κοινών μεθοδολογιών του Ευρωπαϊκού ΘσΚ, για

την επίτευξη καινοτόμων προσεγγίσεων ενεργής συμμετοχής του κοινού και η ενσωμάτωση-αξιοποίηση των ψηφιακών τεχνολογιών στη μεθοδολογία του ΘσΚ για τη διευκόλυνση και προώθηση της ενεργής συμμετοχής και αλληλεπίδρασης του κοινού.

Σύντομη περιγραφή της προσέγγισης της διεύρυνσης κοινού:

Η διεύρυνση κοινού βασίστηκε στη μεθοδολογία ΘσΚ που αναπτύχθηκε από τους εταίρους υπό την επίβλεψη του Università degli Studi di Torino. Βασίζεται σε μεγάλες και μικρές εκδηλώσεις και η κεντρική ιδέα είναι ότι κάθε καλλιτεχνική εκδήλωση οργανώνεται με την ενεργή συμμετοχή και συνεργασία των τοπικών κοινοτήτων σε βάθος χρόνου.

Η διεύρυνση κοινού βασίστηκε σε τέσσερις άξονες:

Περιλαμβάνω. Μέσα από την τοπική δικτύωση με πολίτες, ομάδες, συλλόγους, οργανώσεις και ιδρύματα, ερχόμαστε σε άμεση επαφή με τις τοπικές κοινωνίες. Αυτός ο άξονας αναπτύσσεται κατά τη διάρκεια της φάσης «χαρτογράφηση και δικτύωση» των εκδηλώσεων.

Καταρτίζω. Με την ανάληψη δράσεων ανάπτυξης δεξιοτήτων του κοινού, μέσω σεμιναρίων και εργαστηρίων, καθώς και με τη συμμετοχή του κοινού στη δημιουργία και διοργάνωση καλλιτεχνικών δραστηριοτήτων. Η φάση αυτή εξελίσσεται με σεμινάρια και εργαστήρια, τα οποία διοργανώνονται από τους εταίρους, σε συνδυασμό με εκπαιδευτικές δράσεις στη χρήση ψηφιακών τεχνολογιών για την ανάπτυξη και διεύρυνση του κοινού.

Δημιουργώ. Οι επαγγελματίες και οι καλλιτέχνες του σχεδίου διοργανώνουν τις εκδηλώσεις μαζί με το κοινό, με την ενεργό συμμετοχή των πολιτών στο σχεδιασμό και τις πρόβες σε όλη τη διαδρομή, από την αρχική σύλληψη έως και την τελική παρουσίαση των καλλιτεχνικών δρώμενων.

Συνδέω. Το κοινό έρχεται σε επαφή, μέσω του δικτύου του σχεδίου, με διεθνείς εταίρους, άμεσα κατά τη διάρκεια των εκδηλώσεων, αλλά και εξ' αποστάσεως με τη χρήση νέων τεχνολογιών: live streaming, εφαρμογή Next app για κινητά που δημιουργήθηκε για το πρόγραμμα και την ιστοσελίδα του σχεδίου.

Το πρώτο έτος των δραστηριοτήτων περιελάμβανε:

- Εμπλοκή νέου κοινού και συγκεκριμένα: παιδιά δημοτικών σχολείων, φοιτητές, άστεγους, άτομα με χαμηλό ή μεσαίο εισόδημα, ηλικιωμένους, κοινότητες αλλοδαπών, πολίτες από υποβαθμισμένες συνοικίες, άτομα με ψυχολογικά προβλήματα.
- Συμμετοχή πολιτών με έμφαση στη συν-δημιουργία με 1.004 άμεσα εμπλεκόμενους πολίτες σε δραστηριότητες ανάπτυξης ικανοτήτων.
- Συμμετοχή πολιτών με 2.665 εμπλεκόμενους σε γενικές δραστηριότητες

ανάπτυξης κοινού, κατά τις οποίες οι εταίροι πειραματίστηκαν και μελέτησαν νέους τρόπους διεύρυνσης και ενεργής συμμετοχής του κοινού.

Οι εταίροι εμπλούτισαν και αύξησαν τις ικανότητές τους στις μεθόδους συμμετοχής, ανάπτυξης και διεύρυνσης κοινού, μέσω της αξιοποίησης ψηφιακών τεχνολογιών.

Λίγα λόγια για τον ρόλο του Πολυτεχνείου Κρήτης στο σχέδιο

Το Πολυτεχνείο Κρήτης και συγκεκριμένα το Εργαστήριο Διανεμημένων Πληροφοριακών Συστημάτων και Εφαρμογών Πολυμέσων, ως τεχνολογικός εταίρος του σχεδίου είναι υπεύθυνο για:

- την παροχή υπηρεσιών live streaming και βίντεο επιλογής, οι οποίες καθίστανται πολύ ισχυρά εργαλεία των μεθοδολογιών του Θεάτρου στην Κοινότητα,
- την ανάπτυξη της εφαρμογής (Next app) για έξυπνα κινητά (Android και iOS), η οποία χρησιμοποιείται για την επικοινωνία και προώθηση των εκδηλώσεων του σχεδίου, αλλά κυρίως για την ενεργή συμμετοχή του κοινού μέσω posts και μηνυμάτων,
- την ανάπτυξη της ψηφιακής μαस्कότ του σχεδίου, η οποία είναι ουσιαστικά μια ψηφιακή μαριονέτα, ο χειρισμός της οποίας γίνεται μέσω των δακτύλων των χεριών, χρησιμοποιώντας ειδικές συσκευές εισόδου (Leap Motion) και μπορεί να προβληθεί σε μεγάλες οθόνες ή επιφάνειες.

Ιστοσελίδα Εργαστηρίου: <http://www.music.tuc.gr>



ΧΩΡΙΣΜΟΣ ΤΗΣ ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑΣ ΛΟΓΩ ΤΗΣ ΜΕΤΑΝΑΣΤΕΥΣΗΣ: ΔΡΑΜΑΤΟΠΟΙΩΝΤΑΣ ΤΗΝ ΑΝΕΚΔΟΤΗ ΕΥΡΩΠΑΙΚΗ ΙΣΤΟΡΙΑ - FAIDRA

Έτος δημοσίευσης της προκήρυξης: 2015

Συντονιστής: Κέντρο Σπουδών Λαϊκού Θεάτρου (Ελλάδα)

Ελληνικός οργανισμός: PRISMA Κέντρο Αναπτυξιακών Μελετών

Άλλοι εταίροι: Pro-Rodopi Foundation (Βουλγαρία), Sagohuset Teatre (Σουηδία)
Dobra Wola Foundation (Πολωνία), Teatro Dei Venti (Ιταλία), Ceec Artemis (Ρουμανία)

Ιστοσελίδα σχεδίου: www.faidraproject.eu

E-mail επικοινωνίας με ελληνικό οργανισμό: prisma@prismanet.gr

Το έργο **FAIDRA** αφορά προσωπικές ιστορίες και μαρτυρίες απλών οικογενειών στην Ευρώπη, που βιώνουν τη μετανάστευση σε διαφορετικές συνθήκες και περιόδους της πρόσφατης ιστορίας της χώρας τους. Αυτές οι ιστορίες γίνονται η “πρώτη ύλη” για μία παράσταση, στο είδος του θεατρικού ντοκιμαντέρ (documentary theatre). Ο χωρισμός και η επανένωση της οικογένειας, η εμβάπτιση σε μία νέα κουλτούρα, τα συναισθήματα και οι πραγματικότητες της ζωής, θα έρθουν στο προσκήνιο για να αναδειχθεί μία πτυχή της πρόσφατης κοινωνικής και πολιτιστικής ευρωπαϊκής ιστορίας, η οποία δεν διδάσκεται στα σχολεία ή απουσιάζει από την επίσημη γραπτή ιστορία.

Σύντομη περιγραφή της προσέγγισης της διεύρυνσης κοινού:

Η προσέγγιση που ακολουθεί η ομάδα του έργου για τη διεύρυνση κοινού βασίζεται στην ενσωμάτωση της διάστασης αυτής σε κάθε δραστηριότητα του έργου και εκτός από την αντιμετώπιση του ευρέος κοινού ως δυνητικού κοινού, εισάγει μία πιο συγκεκριμένη στόχευση. Ειδικότερα, η διεύρυνση του κοινού έχει ως στόχο τους μετανάστες και τις εθνοτικές κοινότητες, τους νέους καλλιτέχνες και άλλους συναφείς επαγγελματίες που επιθυμούν να εισάγουν θέματα της επικαιρότητας, κοινωνικά ζητήματα και παγκόσμιες ανησυχίες στην τέχνη τους. Επίσης, στοχεύει και σε μαθητές, με στόχο να εισάγει τον πολιτισμό και τις τέχνες, ως οχήματα για την κατανόηση της κοινωνίας και τις παγκόσμιες προκλήσεις. Παράλληλα, η προσέγγιση αυτή εμπλέκει και το ευρύ κοινό, μέσω της αλληλεπίδρασης σε πραγματικό χρόνο με τους θεατές, κατά τη διάρκεια των παραστάσεων του έργου.

Η παρούσα προσέγγιση για διεύρυνση κοινού έχει δύο στόχους:

- α) να συνοδεύει κάθε δραστηριότητα του έργου, σε όλα τα στάδια της υλοποίησής του,
- β) να εμπλέξει όλους τους εταίρους του έργου στο σχέδιο διεύρυνσης κοινού, προκειμένου να αξιοποιηθούν οι εμπειρίες, οι ιδέες, τα δίκτυα και οι ικανότητες όλων και να πολλαπλασιαστούν τα αποτελέσματα, μέσω της κοινής επίτευξης της υλοποίησης του σχεδίου.

Τα κύρια στοιχεία του σχεδίου διεύρυνσης κοινού περιλαμβάνουν:

Εκπαίδευση: η εκπαίδευση των νέων και η περαιτέρω εκπαίδευση νέων καλλιτεχνών στο είδος του θεατρικού ντοκιμαντέρ (documentary theatre), η ευαισθητοποίηση του ευρύτερου κοινού.

Προβολή και προσβασιμότητα: το σχέδιο επικεντρώνεται σε κοινότητες μεταναστών που συνήθως μένουν εκτός της επικρατούσας πολιτιστικής τάσης των χωρών που τους φιλοξενούν.

Συνεργασίες: δημιουργία συνεργασιών με σχολεία και τοπικές αρχές, με στόχο να εξασφαλιστεί η βιωσιμότητα του σχεδίου, μέσω της αύξησης της κοινωνικής ευαισθητοποίησης των νέων.

Διάδραση με το κοινό: οι ομάδες-στόχοι του σχεδίου διεύρυνσης κοινού καλούνται να διαμορφώσουν, αλληλεπιδρώντας με τους δημιουργούς, τη θεατρική παράσταση και να συμμετέχουν μέσω εργαλείων ΤΠΕ.



Interfaces | Νέα μοντέλα και πρακτικές για την ανάπτυξη του κοινού της σύγχρονης μουσικής στην Ευρώπη

Έτος δημοσίευσης της προκήρυξης: 2015

Συντονιστής: Στέγη Ιδρύματος Ωνάση

Ελληνικός οργανισμός: Στέγη Ιδρύματος Ωνάση

Άλλοι εταίροι: De Montfort University (Ηνωμένο Βασίλειο), Ευρωπαϊκό Πανεπιστήμιο Κύπρου | EUC (Κύπρος), IRCAM (Γαλλία), ZKM | Zentrum für Kunst und Medientechnologie (Γερμανία), CREMAC (Ρουμανία), Q-O2 (Βέλγιο), Ictus (Βέλγιο), Klangforum Wien (Αυστρία)

Ιστοσελίδα σχεδίου: www.interfacesnetwork.eu

E-mail επικοινωνίας με ελληνικό οργανισμό: info@interfacesnetwork.eu

Το Interfaces είναι ένα διεθνές, διαθεματικό σχέδιο που αποσκοπεί να φέρει τη νέα μουσική σε ένα εκτεταμένο φάσμα νέων ακροατηρίων. Με την υποστήριξη του προγράμματος «Δημιουργική Ευρώπη» (Creative Europe), το Interfaces συνενώνει εννέα διαφορετικούς εταίρους από τη Μεγάλη Βρετανία, τη Γερμανία, τη Γαλλία, την Κύπρο, το Βέλγιο, τη Ρουμανία, την Αυστρία και την Ελλάδα, με βασικό στόχο την ανεύρεση καινοτόμων τρόπων για τη σύνδεση ακροατηρίων με το έργο μουσικών και καλλιτεχνών που δραστηριοποιούνται στην πρώτη γραμμή της δημιουργίας, μέσα από ένα πολύ ευρύ φάσμα δράσεων: νέες μορφές

παραστάσεων σε καινοτόμους χώρους, με τη χρήση νέων μέσων, εκπαιδευτικές δραστηριότητες, έρευνα για την ανάπτυξη κοινού και συνέδρια, φιλοξενίες καλλιτεχνών.

Σύντομη περιγραφή της προσέγγισης της διεύρυνσης κοινού:

Ο κεντρικός στόχος του Interfaces είναι η προσέλκυση νέων ακροατήριων κάθε ηλικίας και των δυνητικών ομάδων κοινού που για διάφορους δημογραφικούς ή πολιτιστικούς λόγους, δεν έχουν ακόμα έρθει σε επαφή με τη μουσική της εποχής μας.

Μία βασική διάσταση του σχεδίου είναι η παροχή «σημείων εισόδου» για παιδιά και νέους ανθρώπους, φέρνοντας τη σύγχρονη μουσική και τέχνη του ήχου τόσο μέσα στο σπίτι όσο και εντός του σχολικού συστήματος, με τη χρήση ψηφιακών εφαρμογών και λογισμικών, ώστε τα παιδιά να πειραματιστούν δημιουργικά.

Το Interfaces προσφέρει ένα ευρύ φάσμα εργαλείων που μπορούν να χρησιμοποιηθούν, είτε για διδασκαλία, είτε για δημιουργική εργασία, ενώ παρέχει, επίσης, υλικό τεκμηρίωσης για διαβούλευση και παραδείγματα βέλτιστης πρακτικής, για ερμηνεία και παραγωγή νέων καινοτόμων μορφών, προσεγγίζοντας ψηφιακές και εκπαιδευτικές κοινότητες και επαγγελματίες του δημιουργικού χώρου.

Παράλληλα, ενθαρρύνεται η συμμετοχή κοινωνικών ομάδων (ομάδες χαμηλού εισοδήματος, κοινότητες μεταναστών, άνθρωποι εκτός των μεγάλων αστικών κέντρων κ.α.), που δεν έχουν έρθει σε επαφή με τη σύγχρονη μουσική, για πολλούς και διάφορους λόγους, διοργανώνοντας καλλιτεχνικές δράσεις σε εναλλακτικούς χώρους, άτυπες συναυλίες και εκδηλώσεις με ελεύθερη είσοδο.

Επίσης, το σχέδιο ενθαρρύνει τη συμμετοχή ακαδημαϊκών και ερευνητών μέσα από την υλοποίηση συνεδρίων και εκπαιδευτικών εργαστηρίων, ενώ τα ερευνητικά σχέδια προσφέρουν πολύτιμο υλικό στους επαγγελματίες του καλλιτεχνικού μάρκετινγκ, βοηθώντας τους να βελτιώσουν τις στρατηγικές τους για την προώθηση της σύγχρονης μουσικής και τέχνης.

Οι κύριες προσεγγίσεις του σχεδίου για την ανάπτυξη κοινού περιλαμβάνουν:

- νέες παραστατικές μορφές, παρουσιάζοντας έργα και συναυλίες σε νέους, καινοτόμους χώρους, εγκαινιάζοντας συνεργασίες μεταξύ διαφορετικών καλλιτεχνικών ιδιωμάτων και χρησιμοποιώντας τα νέα μέσα, στα στάδια τόσο της δημιουργίας όσο και της διάδοσης,
- εκπαιδευτικές δραστηριότητες που περιλαμβάνουν δράσεις φυσικής παρουσίας, μαζί με ένα σύνολο από καινοτόμες διαδικτυακές εφαρμογές και περιβάλλοντα,
- προγράμματα κατάρτισης για το προσωπικό των εταίρων και των συνεργαζόμενων φορέων σε βασικούς τομείς, όπως:

- νέα μέσα, τεχνολογίες πληροφορικής και επικοινωνιών για την ανάπτυξη κοινού,
- ψηφιακή αρχειοθέτηση, αναμετάδοση και ζητήματα πνευματικής ιδιοκτησίας,
- χρήση των νέων μέσων στο εκπαιδευτικό πλαίσιο.



In_Nova MusEUm: Τα μουσεία επιστρέφουν στην τοπική κοινωνία μέσω της Τέχνης και της Διατροφής

Έτος δημοσίευσης της προκήρυξης: 2015

Συντονιστής: Centro Europeo per il Turismo, lo Spettacolo e la Cultura-CET (Ιταλία). Το μεγάλο πλεονέκτημα του CET στηρίζεται στην ικανότητά του να αναδεικνύει την αξία της πολιτιστικής κληρονομιάς και να τονώνει την ανάπτυξη του πολιτισμού, μέσω εκδηλώσεων που ενισχύουν την αξία των ιστορικών μνημείων και υποστηρίζουν την προσέλκυση κοινού.

Ελληνικός οργανισμός: Μουσείο Σύγχρονης Τέχνης «Θεόδωρος Παπαγιάννης»

Άλλοι εταίροι: Ειδικότερα το έργο In_Nova Museum εμπλέκει άμεσα 2 μουσεία ως εταίρους, το Skokloster κάστρο στη Σουηδία και το Μουσείο Σύγχρονης Τέχνης Θεόδωρος Παπαγιάννης στην Ελλάδα. Το κάστρο Skokloster είναι ένα Μουσείο από την μπαρόκ εποχή, όταν η Σουηδία ήταν η μεγάλη δύναμη στα βόρεια, με ένα καλά διατηρημένο και υπέροχο περιβάλλον, με διακόσμηση από το 1600 και μετά. Το κάστρο Skokloster είναι κρατικό Μουσείο από το 1967, όταν το κράτος το αγόρασε από μια ιδιωτική οικογένεια. Είναι το μεγαλύτερο ιδιωτικό κάστρο που έχει χτιστεί ποτέ στη Σουηδία. Το Μουσείο λειτουργεί καθημερινά το καλοκαίρι και τα Σαββατοκύριακα την άνοιξη και το φθινόπωρο.

Η πολιτιστική στρατηγική του Μουσείου Θεόδωρου Παπαγιάννη επικεντρώνεται σε εννέα στρατηγικούς στόχους:

1. Βιώσιμη πολιτιστική κληρονομιά
2. Ανάπτυξη της πολιτιστικής δημιουργικότητας και της παραγωγής με σκοπό την ελαχιστοποίηση της απόστασης του Μουσείου από την τοπική κοινότητα
3. Ανάπτυξη κοινού μέσω του επαναπροσδιορισμού της ταυτότητας
4. Εκπαίδευση μέσω της απελευθέρωσης της δημιουργικής ενέργειας
5. Βελτίωση της περιφερειακής πολιτιστικής πολιτικής, μέσω της σύνδεσης ανθρώπων
6. Διεθνές καλλιτεχνικό όραμα που καθιστά το

Μουσείο ελκυστικό για ένα διεθνές ακροατήριο 7. Να δώσει ισχυρή πολιτιστική ώθηση στην τοπική οικονομία 8. Να προωθήσει καινοτόμες προσεγγίσεις στην κληρονομιά και τις παραδοσιακές μορφές τέχνης 9. Να προωθήσει το Μουσείο ως σημαντικό κέντρο δημιουργικότητας και πολιτιστικού τουρισμού, επιμένοντας στη δημιουργικότητα των ανθρώπων.

Πέντε (5) επιπλέον συνεργαζόμενα μουσεία επίσης συμμετέχουν : το Palazzo Chigi di Ariccia (Ιταλία, www.palazzochigi-ariccia.it, www.facebook.com/Palazzo-ChigiAriccia), Museu Bordalo Pinheiro (Πορτογαλία, www.museumbordalo-pinheiro.cm-lisboa.pt, www.facebook.com/Museu-Bordalo-Pinheiro), το Μουσείο του Κιλκίς (Ελλάδα, www.facebook.com/kilkis.org), το Εθνικό Μουσείο Γεωργίου Καστριώτη Σκεντέρμπεη (στην Κρούα, Αλβανία, www.muzeumetkruje.gov.al, www.facebook.com/Muzeu-Historik-dhe-Etnografik), το Αρχαιολογικό Μουσείο του Δυρραχίου (Αλβανία, www.facebook.com/muzeuarkeologjikdurrës). Επίσης, εμπλέκονται έμμεσα δίκτυα ενδιαφερόμενων μουσείων στην Ιταλία (www.museodiocesano-dialbano.it, www.facebook.com/museodiocesano.dialbano), τη Σουηδία (www.vitterhetsakad.se, www.facebook.com/Skanelabolm), την Πορτογαλία, την Αλβανία και την Ελλάδα.

Το δημιουργικό και συμμετοχικό εργαστήριο Tirana Ekspres (Αλβανία) και το τμήμα του Πανεπιστημίου Lusofona της Λισσαβώνας CICANT R & D εμπλέκονται ως τεχνικοί εταίροι μαζί με το συνεργαζόμενο Τμήμα Διαχείρισης Πολιτισμικού Περιβάλλοντος & Νέων Τεχνολογιών του Πανεπιστημίου της Πάτρας (Δρ. Χρήστος Μερνάντζας, Επίκουρος Καθηγητής ιστορίας των πολιτισμών, www.culture.upatras.gr). Ο εταίρος ULHT (COFAC) συμμετέχει στο έργο με το Κέντρο Έρευνας στην Εφαρμοσμένη Επικοινωνία, Πολιτισμός και Νέες Τεχνολογίες από την Σχολή Επικοινωνίας, Αρχιτεκτονικής, Τεχνών και Τεχνολογιών Πληροφορικής. Ο εταίρος CICANT προωθεί τη θεωρητική και εφαρμοσμένη έρευνα σε όλους τους τομείς της, με ιδιαίτερη έμφαση στη μεταφορά γνώσεων και την ανταλλαγή με άλλους βιομηχανικούς κλάδους στους τομείς των μέσων ενημέρωσης, των τεχνών, του πολιτισμού και των τεχνολογιών.

Ο εταίρος Tirana Ekspres είναι ένας μη κερδοσκοπικός οργανισμός που ξεκίνησε από καλλιτέχνες, ακτιβιστές, περιβαλλοντολόγους, υπεύθυνους για τη χάραξη πολιτικής, κοινωνικούς επιχειρηματίες και ερευνητές, σκοπός των οποίων είναι η ενίσχυση της πολιτιστικής και καλλιτεχνικής αντίληψης και έκφρασης στα Τίρανα και εκτός συνόρων. Ο στόχος είναι να εργαστεί κανείς σε ισχυρές συνεργασίες με την κοινότητα και να αξιοποιήσει τις δυνατότητες της τέχνης, δημιουργώντας και οργανώνοντας εμπνευσμένες εκδηλώσεις, δίκτυα καλλιτεχνών και μακροχρόνια έργα.

Ιστοσελίδα σχεδίου: <http://www.innovamuseum.org/index.html>

E-mail επικοινωνίας με ελληνικό οργανισμό: mca.papagiannis@gmail.com

Κύριος στόχος αποτελεί η ενδυνάμωση της ικανότητας προσέλκυσης νέου κοινού από τα περιφερειακά ευρωπαϊκά μουσεία, μέσω δράσεων ανάπτυξης του κοινού, που συνδέονται με την τέχνη και τη διατροφή, καθώς και η διακρατική κινητικότητα και κατάρτιση για καλλιτεχνικούς επιμελητές και Διευθυντές μουσείων.

Σύντομη περιγραφή της προσέγγισης της διεύρυνσης κοινού:

Το κοινό-στόχος του έργου:

- Νέοι (18-35 ετών) από τις συμμετέχουσες χώρες με μικρό ποσοστό συμμετοχής σε εκθέσεις και σε προγράμματα μουσείων.

-Διευθυντές, εκπρόσωποι, προσωπικό και επιμελητές περιφερειακών ευρωπαϊκών μουσείων.

Αναμενόμενα αποτελέσματα-Δείκτες:

1. Μία κοινή αναθεώρηση της στρατηγικής για την ανάπτυξη της προσέλκυσης κοινού, που θα αναπτυχθεί με τη συνεισφορά όλων των εταίρων (εντός του 3ου μήνα).

2. Υλοποίηση πέντε πιλοτικών σχεδίων ανάπτυξης της προσέλκυσης κοινού και συμμετοχή 35 τουλάχιστον εκπροσώπων μουσείων στις δράσεις του έργου (έως τον 16ο μήνα).

3. Παρακολούθηση της ενότητας κατάρτισης από τουλάχιστον δύο υπεύθυνους μουσείων από κάθε χώρα-εταίρο (εντός του 2ου μήνα).

4. Συμμετοχή τουλάχιστον 150 ατόμων για κάθε χώρα – εταίρο στις εκδηλώσεις που περιλαμβάνονται στις δράσεις (έως τον 18ο μήνα).

5. Πέντε (5) συμμετοχικά εργαστήρια των τοπικών μουσείων.

6. Επιλογή τουλάχιστον 5 μουσειακών έργων, σχετικών με τη διατροφή από κάθε τοπικό μουσείο- εταίρο ή συνεργαζόμενο εταίρο, τα οποία θα προωθηθούν σε ευρωπαϊκό επίπεδο (έως τον 18ο μήνα).

7. Τουλάχιστον 7 μουσεία από τις χώρες των εταίρων θα συνδεθούν με το διακρατικό δίκτυο των ευρωπαϊκών περιφερειακών μουσείων (έως τον 18ο μήνα).



Ευρωπαϊκό Δίκτυο Δημιουργικών Θερμοκοιτίδων

Έτος δημοσίευσης της προκήρυξης: 2015

Συντονιστής: Βρετανικό Συμβούλιο

Ελληνικός οργανισμός: Bios – Εξερευνώντας τον αστικό πολιτισμό

Άλλοι εταίροι: Betahaus (Γερμανία), Addict (Πορτογαλία), FactoriaCultural (Ισπανία), KulturniKod (Σερβία), CreativeEdinburgh (Ηνωμένο Βασίλειο), Δίκτυο EBN

Ιστοσελίδα σχεδίου: www.creativehubs.eu

E-mail επικοινωνίας με ελληνικό οργανισμό: bios@bios.gr

Αντικειμενικοί στόχοι του Ευρωπαϊκού Δικτύου είναι:

- να υποστηρίξει τη βιωσιμότητα και την ανάπτυξη των δημιουργικών θερμοκοιτίδων ανά την Ευρώπη,
- να δημιουργήσει μία κοινότητα έμπειρων επαγγελματιών των δημιουργικών επιχειρήσεων, που να προέρχονται από διαφορετικούς τομείς και μοντέλα επιχειρηματικότητας,
- να προωθήσει και να αναδείξει τις δημιουργικές θερμοκοιτίδες, ως καινοτόμα μοντέλα εκκίνησης της ευρωπαϊκής δημιουργικής οικονομίας,
- να δημιουργήσει ένα ισχυρό Δίκτυο των Δημιουργικών Θερμοκοιτίδων της Ευρώπης που θα διευκολύνει τη διαπολιτισμική ανταλλαγή των επαγγελματιών στον δημιουργικό τομέα, τη διακίνηση ιδεών και τεχνογνωσίας και τη συνολική ανάπτυξη του πολιτιστικού και δημιουργικού κλάδου στην Ευρώπη.

Σύντομη περιγραφή της προσέγγισης της διεύρυνσης κοινού:

Κατά τη διάρκεια του σχεδίου, στο πλαίσιο προσέγγισης και διεύρυνσης του κοινού, έγιναν οι απαραίτητες ενέργειες για την προβολή του εγχειρήματος με αποστολή Δελτίων Τύπου, αναρτήσεις στις ιστοσελίδες των διοργανωτών, αλλά και στις σελίδες τους σε διαφορετικά κοινωνικά δίκτυα.

Ταυτόχρονα, μέρος του σχεδίου αποτελεί η διοργάνωση τριών fora, σε τρεις διαφορετικές χώρες, με σκοπό την προσέγγιση της τοπικής δημιουργικής επιχειρηματικότητας, όσο και τη διασύνδεση οργανισμών και νέων επιχειρήσεων ανά την Ευρώπη.

Έχουν ήδη πραγματοποιηθεί οι δύο από τις τρεις διοργανώσεις, με πρώτο το forum που έγινε στο Βελιγράδι με τίτλο «How work works» και θέμα την εργασία, το οποίο συγκέντρωσε 200 συμμετέχοντες από 25 χώρες από εδραιωμένους οργανισμούς και ανθρώπους που αναζητούσαν τρόπους να ξεκινήσουν μια «Δημιουργική Θερμοκοιτίδα» στην περιοχή τους. Μετά τις πολύ καλές εντυπώσεις που άφησε αυτή η ενέργεια, αρκετοί από τους συμμετέχοντες επέστρεψαν για το δεύτερο forum που διοργανώθηκε στην Αθήνα με τίτλο «Syn-» και θέμα «Εξέλιξη και Ανάπτυξη», δίνοντας έτσι την ευκαιρία σε όλους να δημιουργήσουν πιο ισχυρούς δεσμούς, αλλά και να έρθουν σε επαφή με νέους οργανισμούς, που συμμετείχαν για πρώτη φορά. Αυτό το forum παρακολούθησαν 160 συμμετέχοντες από 32 χώρες και στόχος του ήταν να δώσει τη δυνατότητα δικτύωσης και ανταλλαγής εμπειριών, μεταξύ των επαγγελματιών των «Δημιουργικών Κόμβων», θέτοντας τις βάσεις για να οραματιστούν το μέλλον τους. Και στα δύο fora, οι ενδιαφερόμενοι ακροατές είχαν τη δυνατότητα να παρακολουθήσουν την τελετή έναρξης των fora που περιλάμβαναν ομιλίες από γνωστούς εκπροσώπους του τομέα της δημιουργικής επιχειρηματικότητας. Επίσης, κατά τη διάρκεια και των δύο fora, οι συμμετέχοντες ενθαρρύνονται να μοιράζονται την εμπειρία τους στο internet. Παράλληλα, πραγματοποιούνται εργαστήρια σε μικρότερη κλίμακα, τα οποία, επίσης, ανακοινώνονται από τους συνεργαζόμενους οργανισμούς, τόσο στις ιστοσελίδες τους όσο και στα κοινωνικά δίκτυα.

Για όλα τα fora του σχεδίου αλλά και για τις υπόλοιπες δραστηριότητες του σχεδίου, ανακοινώνονται πάντα ανοιχτές προσκλήσεις εκδήλωσης ενδιαφέροντος συμμετοχής, οι οποίες αναρτώνται στην ιστοσελίδα του σχεδίου, των συνεργαζόμενων φορέων, αλλά και στα MME.



LABOURGAMES

Έτος δημοσίευσης της προκήρυξης: 2016

Συντονιστής: Urban Dialogues e.V., Γερμανία

Ελληνικός οργανισμός: Εθνικό και Καποδιστριακό Πανεπιστήμιο Αθηνών

Άλλοι εταίροι: Stichting Open State Foundation, Ολλανδία, Anschlaege.de, Γερμανία, Alternative Europee, Ιταλία

Ιστοσελίδα σχεδίου: <http://labourgames.eu>

E-mail επικοινωνίας με ελληνικό οργανισμό: mourlas@media.uoa.gr

Το LABOURGAMES είναι ένα καινοτόμο έργο που σκοπό έχει να φέρει μαζί τον «κόσμο της εργασίας» με «τον κόσμο του παιχνιδιού» επιτρέποντας την έξυπνη χρήση των αρχών του παιχνιδιού και την εφαρμογή τους στον κόσμο της εργασίας για την κατανόηση και κριτική των νέων συνθηκών εργασίας, τη διευκόλυνση της εκμάθησης, της λήψης αποφάσεων και της κινητοποίησης. Ένα δίκτυο των εταίρων της κοινοπραξίας από τέσσερις ευρωπαϊκές χώρες (Γερμανία, Ολλανδία, Ιταλία και Ελλάδα), με επιπλέον «στρατηγικούς εταίρους» από την τέχνη και το παιχνίδι, την ακαδημαϊκή κοινότητα και την έρευνα, την αγορά εργασίας και τον επιχειρηματικό κόσμο, καθώς και οργανώσεις που ασχολούνται με τα ανοιχτά δεδομένα σε ζητήματα διοίκησης και πολιτικής, θα προσπαθήσουν να δημιουργήσουν νέες προοπτικές για το τρέχον σύστημα εργασίας στην Ευρώπη. Βασικά εργαλεία, κατά τη διάρκεια μίας περιόδου τριών ετών, θα είναι η δημιουργία παιχνιδιών, με θέμα την εργασία και μία εις βάθος έρευνα των αρχών του παιχνιδιού, σε συγκεκριμένες διαδικασίες του κόσμου της εργασίας.

Σύντομη περιγραφή της προσέγγισης της διεύρυνσης κοινού:

Το έργο LABOURGAMES έχει σαν στόχο να προσεγγίσει και να ενσωματώσει ενεργά στις διαδικασίες του διαφορετικά ακροατήρια και κοινότητες ακροατηρίων. Όλα τα στάδια του έργου είναι ανοικτά για το κοινό και προσφέρουν μία ευκαιρία για ενεργό συμμετοχή και αλληλεπίδραση. Αυτό θα επιτευχθεί:

Με την ενθάρρυνση διαφορετικών ειδικών ομάδων κοινού, ώστε να λάβουν μέρος στη συν-δημιουργία των αρχικών ιδεών των παιχνιδιών, συνδέοντάς τις πάντα με βιώματα, ανάγκες και γνώσεις των διαφορετικών εμπλεκόμενων ομάδων. Αυτές οι ομάδες του εμπλεκόμενου κοινού είναι:

- η αυξανόμενη κοινότητα των gamers στον ψηφιακό και στον φυσικό κόσμο (π.χ. στα αστικά παιχνίδια),
- η κοινότητα των δημιουργών και σχεδιαστών παιχνιδιού (π.χ. Hackathon - Game Jam),
- η ομάδα των παικτών ψηφιακών παιχνιδιών (π.χ. εκπαιδευτικά παιχνίδια) ή παιχνιδιών ψυχαγωγίας.

Με την παρουσίαση αρχικών πρωτοτύπων των παιχνιδιών που θα σχεδιαστούν σε μη αυστηρά πολιτιστικές εκδηλώσεις (π.χ. σε Φεστιβάλ παιχνιδιών), προκειμένου να προσεγγισθεί το λεγόμενο «μη κοινό» και μέσα από το παιχνίδι και την εμπλοκή με το αρχικό παραγόμενο υλικό, θα υπάρξει ανταπόκριση και ουσιαστική συμβολή της ανάπτυξης των τελικών προϊόντων, σε συνεργασία πάντα με τους ειδικούς εταίρους. Ενδεικτικά αυτοί είναι:

- π.χ. IG Metall Youth Gathering, η μεγαλύτερη πολιτική οργάνωση για τη νεολαία στην Ευρώπη και το φόρουμ Νεολαίας, η μεγαλύτερη ελεύθερη εργασιακή ένωση του κόσμου, με πάνω από 20.000 συμμετέχοντες,
- ευπαθείς ομάδες των άνεργων νέων στην Ελλάδα, προκειμένου να ενεργοποιηθούν και να συμμετάσχουν στην εξεύρεση λύσεων,
- άτομα που αναζητούν εργασία στην Ολλανδία, συμβάλλοντας στη βελτίωση της ανάπτυξης των πρακτικών εφαρμογών.

Με τη διερεύνηση εργασιακών θεμάτων υπό διακύβευση, μέσα από ανοιχτές διαδικασίες ανταλλαγής γνώσης, ανάμεσα σε ειδικούς, νέα και παλαιά ακροατήρια, παίκτες και δημιουργούς, κατά το άνοιγμα του έργου, μέσα από ένα άτυπο ανοιχτό συνέδριο - UNCONFERENCE και καλλιτεχνικές ερευνητικές διαδικασίες, πάντα σε συνεργασία με:

- εμπειρογνώμονες της εργασίας, των επιχειρήσεων και ειδικούς του μάρκετινγκ από το γνωμοδοτικό συμβούλιο,
- εταίρους από διάφορους τομείς (π.χ. ιατρικές ανθρωπιστικές επιστήμες, διαμεσολαβητές από την αγορά εργασίας, τα εργατικά συνδικάτα, εκπαιδευτικούς οργανισμούς, ενώσεις σχεδιαστών παιχνιδιών, κοινότητες αστικών παιχνιδιών, ακαδημαϊκούς).



Take Over

Έτος δημοσίευσης της προκήρυξης: 2014

Συντονιστής: Βρετανικό Συμβούλιο

Ελληνικός οργανισμός: Bios – Εξερευνώντας τον Αστικό πολιτισμό

Άλλοι εταίροι: Associazione Culturale Teatro Della Limonaia (Ιταλία), Theatre Association Chorea (Πολωνία), Zaduzbina Ilije M Kolarac (Σερβία)

Ιστοσελίδα σχεδίου: www.takeoverproject.eu

E-mail επικοινωνίας με ελληνικό οργανισμό: bios@bios.gr

Στόχος του σχεδίου Take Over είναι να ενθαρρύνει τη συμμετοχή περισσότερων νέων ανθρώπων σε χώρους τέχνης. Οργανισμοί από το Ηνωμένο Βασίλειο, την Ελλάδα, τη Σερβία, την Πολωνία και την Ιταλία συνεργάζονται για να εμπλακούν με ένα πιο ευρύ και ποικιλόμορφο κοινό.

Σε συνεργασία με το Βρετανικό Συμβούλιο, οι οργανισμοί έχουν δημιουργήσει Επιτροπές Νέων ηλικίας 18 – 28 ετών. Στα μέλη δίνεται η δυνατότητα ελεύθερου ελέγχου των εργασιών τους, μέσω του προγραμματισμού εκδηλώσεων από τη δική τους οπτική γωνία. Έτσι, νέοι άνθρωποι έχουν τη δυνατότητα να αναπτύξουν τις δεξιότητες, τη γνώση και τις επαφές που χρειάζονται για να ξεκινήσουν μία καριέρα στο χώρο των παραστατικών τεχνών. Στα στελέχη του κάθε χώρου δίνεται η σπάνια ευκαιρία να δουν τον οργανισμό τους, ως εξωτερικοί παρατηρητές, μέσα από τα μάτια της Επιτροπής Νέων.

Σύντομη περιγραφή της προσέγγισης της διεύρυνσης κοινού:

Στόχος του σχεδίου Take over είναι η προσέγγιση νεανικού κοινού και ειδικά η ηλικιακή ομάδα από 18 έως 28 ετών. Για τη σύσταση του Συμβουλίου Νέων στην Ελλάδα, δημοσιεύτηκε ένα ανοιχτό κάλεσμα συμμετοχής, το οποίο συγκέντρωσε πάνω από 250 αιτήσεις συμμετοχής. Το ανοιχτό κάλεσμα συμμετοχής δημοσιεύτηκε στις δύο ιστοσελίδες του οργανισμού Bios, έγινε αποστολή Δ.Τ. στα ΜΜΕ και σε διάφορες Σχολές καθώς και στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης (facebook, twitter).

Μέρος του σχεδίου είναι η διοργάνωση πολιτιστικών εκδηλώσεων από τις Επιτροπές Νέων που έχουν συσταθεί στους συνεργαζόμενους οργανισμούς. Γι' αυτόν τον λόγο, προσεγγίστηκαν νέες καλλιτεχνικές ομάδες. Στην Αθήνα, για παράδειγμα, έγινε προσέγγιση της Κρατικής Σχολής Χορού, καθώς και νέων μουσικών, προκειμένου να πραγματοποιηθούν παραστάσεις, συναυλίες και προβολές που εντάχθηκαν στον προγραμματισμό του Bios.

Για την προβολή στα ΜΜΕ γίνεται αποστολή Δελτίων Τύπου για κάθε νέα εκδήλωση που αφορά το πρόγραμμα, ενώ παράλληλα γίνονται συνεχώς αναρτήσεις στις ιστοσελίδες των διοργανωτών, αλλά και στις σελίδες τους σε διαφορετικά κοινωνικά δίκτυα.

Η προβολή των εκδηλώσεων στον Τύπο αλλά και στο διαδίκτυο είχε ως αποτέλεσμα να αυξηθεί το νεανικό κοινό του οργανισμού, πράγμα το οποίο είναι εμφανές όχι μόνο από την προσέλευση στις δράσεις που διοργανώθηκαν, αλλά και από την άνοδο της επισκεψιμότητας τόσο της ιστοσελίδας όσο και των κοινωνικών δικτύων του. Παράλληλα, πραγματοποιήθηκε έρευνα κοινού σχετικά με τις εκδηλώσεις του οργανισμού στην αρχή αλλά και στα μέσα του έργου. Επιπλέον, οι Επιτροπές Νέων που συμμετείχαν στο πρόγραμμα είχαν την ευκαιρία να παρακολουθήσουν μεγάλα Φεστιβάλ που προωθούν τις παραστατικές τέχνες, όπως το Fringe Festival του Εδιμβούργου, το Holland Festival του Άμστερνταμ, αλλά και τα Φεστιβάλ που διοργάνωσαν οι Επιτροπές Νέων των συνεργαζόμενων φορέων, δημιουργώντας έτσι επαφές με ένα ευρύτερο δίκτυο κοινού αλλά και δημιουργών, ανταλλάσσοντας τεχνογνωσία και εμπειρίες.



UN-LABEL: Νέοι Τρόποι Ένταξης στις Παραστατικές Τέχνες

Έτος δημοσίευσης της προκήρυξης: 2014

Συντονιστής: Sommertheater Pustebblume e.V. (Κολωνία/Γερμανία)

Ελληνικός οργανισμός: Συνεργείο Μουσικού Θεάτρου - ΣΜουΘ

Άλλοι εταίροι: Candoco Dance Company (Λονδίνο/Αγγλία), Association for The Development of Social and Cultural Life - SKYGD (Κωνσταντινούπολη/Τουρκία), TH Köln (Κολωνία/Γερμανία)

Ιστοσελίδα σχεδίου: <http://un-label.eu>

E-mail επικοινωνίας με ελληνικό οργανισμό: info@smouth.com

Το Un-label είναι ένα διεθνές έργο που υλοποιείται ταυτόχρονα σε 4 χώρες: Γερμανία, Αγγλία, Τουρκία και Ελλάδα. Το κύριο αποτέλεσμα του έργου είναι μια δια-καλλιτεχνική παράσταση με τίτλο “L:Do I Need Labels to Love?”, η οποία παρουσιάζεται σε διακεκριμένους χώρους και Φεστιβάλ της Ευρώπης και έχει αναπτυχθεί μέσα από 4 διεθνή εργαστήρια με τη συμμετοχή περισσότερων από 100 καλλιτεχνών με ή χωρίς αναπηρία, διαδίδοντας το μήνυμα πως η ταυτότητα βασίζεται στην ετερότητα και ότι καθένας είναι και αισθάνεται ιδιαίτερος, κατά τη διάρκεια της συλλογικής καλλιτεχνικής έκφρασης. Το έργο έχει ήδη τιμηθεί με το δεύτερο Inclusive Award από το German Kraemer Foundation το Μάιο του 2016 και έχει συμπεριληφθεί στα σχέδια βέλτιστων πρακτικών του Γραφείου «Δημιουργική Ευρώπη» της Γερμανίας.

Σύντομη περιγραφή της προσέγγισης της διεύρυνσης κοινού:

Το έργο Un-label έχει σαν κύριο στόχο, μέσα από τις δράσεις του, να αυξήσει την προσβασιμότητα των ατόμων με αναπηρία, τόσο στην καλλιτεχνική έκφραση και την επαγγελματική καλλιτεχνική παραγωγή, όσο και στους χώρους παρουσίασης παραστάσεων. Απευθύνθηκε σε περισσότερους από 100 καλλιτέχνες με και χωρίς αναπηρία μέσα από 4 διεθνή εργαστήρια (Γερμανία, Ελλάδα, Τουρκία) που υποστήριζαν την ελεύθερη δια-καλλιτεχνική έκφραση και δημιούργησε μια σταθερή ομάδα 30 περίπου συντελεστών που ανέπτυξαν την παράσταση “L: Do I Need Labels to Love?”. Η ίδια η παράσταση δομήθηκε, με τέτοιο τρόπο, ώστε να εγγυάται την απόλυτη προσβασιμότητα όλων των καλλιτεχνών (διερμηνεία στη νοηματική γλώσσα, συνοδεία καλλιτεχνών με αναπηρικά αμαξίδια, επιλογή χώρων για εργαστήρια και πρόβες), αλλά και την ελευθερία στην καλλιτεχνική έκφραση (τα αποτελέσματα μπορείτε να τα δείτε στο βίντεο: <https://www.youtube.com/watch?v=KchJKbIJ9U&t=9s>).

Όσον αφορά την προσβασιμότητα του κοινού στις παραστάσεις, ήδη από την πρώτη φάση του έργου, προβλέφθηκε η ανάπτυξη και χρήση διαφόρων εργαλείων (όπως υπερτιτλισμός και ακουστική περιγραφή) και επιλέχθηκαν χώροι παρουσίασης που πληρούν τους όρους προσβασιμότητας σε άτομα με αναπηρίες.

Επίσης, στο πλαίσιο του έργου, διοργανώθηκαν διεθνή συμπόσια με τη συμμετοχή εκπροσώπων διεθνών καλλιτεχνικών και πολιτισμικών οργανισμών, εκπροσώπων χώρων παρουσίασης παραστάσεων (θέατρα, Φεστιβάλ, κ.λ.π.), οργανισμών, ατόμων και καλλιτεχνών με αναπηρία, της ακαδημαϊκής κοινότητας, της πολιτείας και των πολιτών, με στόχο να δημιουργηθεί ένας γόνιμος προβληματισμός σχετικά με την παραγωγή της τέχνης από ομάδες καλλιτεχνών με και χωρίς αναπηρία, την ισότιμη συμμετοχή των ατόμων με αναπηρία στον πολιτισμό, τα όρια της κοινωνικής ένταξης και τη δυνατότητα των παραστατικών τεχνών να γίνουν φορείς κοινωνικής αλλαγής. Αξίζει να αναφερθεί ότι, μέσα από τη συνεργασία με την ομάδα του Un-Label, συνειδητοποιήθηκε - ακόμα και από χώρους που πληρούν τους όρους προσβασιμότητας ατόμων με αναπηρίες - ότι υπάρχουν ακόμα πολλές παρεμβάσεις που πρέπει να γίνουν για να φτάσουμε στην ισότιμη συμμετοχή των ατόμων με αναπηρία στον πολιτισμό και την καλλιτεχνική παραγωγή.



Mixdoor

Year of the call: 2014

Project leader: Hungarian Juggling Association (Hungary)

Greek partner: Motus Terrae - Centre for Arts in Public space

Other partners: Cie 9.81 (France), TAK (Poland), Zagreb Institut of Dance (Croatia)

Project website: www.mixdoor.org

Greek partner's email: info@motusterrae.gr

Mixdoor is a collaboration between artists from different domains and different European countries. The project's main axis is the combination of the outdoor public space and the indoor classical theatrical space (Mixdoor = outdoor & indoor). Our vision was to create a performance that will propose new references regarding the city's' public space and introduce new audience to the indoor theatrical venues. Since Mixdoor is above all, a site-specific creation, each performance (ItinaiR) was a unique event, inspired by and directly connected with the hosting environment.

The main tools used in the creative process were: vertical dance, site-specific creation, 3D mapping, modern circus, live music.

Short description of the audience development approach:

Our exploration of new ways to approaching our audiences has led us to the combined use of outdoor public space and indoor cultural venues. We proposed to our spectators a new reading on the concept of artistic creation. Our goal was, not only to create new references regarding the city's environment, but introducing new audiences to the already established indoor venues and re-engage former audiences as well, by meeting the spectators in their everyday life and familiar environment.

Mixdoor's main axes of approaching the audience:

Direct contact between citizens and artists, beyond the performative condition:

Our project was conceived, so as to enable the meeting between the inhabitants and the artists outside the performance boundaries. Through a series of activities (workshops, open rehearsals and presentations), we invited our audience to follow the creative process and even be a part of it.

Re-definition of the artistic practice, based on locality's specific characteristics:

The afore-mentioned process is a reciprocal one. We focused on engaging the local dynamics (citizens, associations, local government) in an open dialogue, including them in the creative process. The local society's voice echoed through the artistic result, creating new, direct bonds with the reality of the people and the city.

Mixdoor's educational aspect:

Despite artistic creation being our project's main objective does not consist an end in itself. On the contrary, it serves more as a way to promote and empower all the tools shaping the concept in its whole. The practices applied to attain the artistic result functioned equally as an educational tool towards the wider audience, as well as fields of exchange between the collaborating artists. This multi-layered exchange was supported especially, through the workshops engaging the audience and the element of intense artists' mobility throughout the project.



PHONE HOME

Year of publication of the call: 2014

Leader: Γ. ΛΥΚΙΑΡΔΟΠΟΥΛΟΣ & ΣΙΑ Ε.Ε. – Highway Productions

Greek partner: Γ. ΛΥΚΙΑΡΔΟΠΟΥΛΟΣ & ΣΙΑ Ε.Ε. – Highway Productions

Other partners: Pathos Munich (Germany), Upstart Theatre (United Kingdom)

Project website: www.phonehome.eu

Greek partner's e-mail: marilia@highway.gr

Inspired by the real-life stories of people leaving their home to find a new one, **Phone Home's** creators molded the very current issue of global population movement into a unique theatrical experience, commenting on the way the situation is being “handled” by Europe today.

Based on a process of artistic research and the realization of theatre workshops, three theatre organisations, in three different European countries, created an inter-linked performance on the topics of immigration and communication. The performance was produced simultaneously in the three participating countries, giving the viewers the opportunity to watch the stories unfolding both live on the theatre stage and via online projection, while also being video-streamed for an international audience.

Short description of the audience development approach:

Phone Home's audience has been let in on its implementation process from the very beginning. Since the project officially kicked-off, and until after its conclusion, our website and Facebook page have constantly been streaming content, in the form of blogs, posts, photos and videos, which culminated with the production of an internet-based documentary recording the entire production process.

Furthermore, the audience has been invited to facilitate Phone Home's implementation by taking part in our workshops, sharing stories, commenting on our posts and conversing live with the creators after the performances.

Our efforts in audience development have been focused on three goals:

- 1) To widen our audience, by securing the participation of the viewers that usually attend our productions (general public, artists, staff) and expand their numbers.
- 2) To diversify our audience, by attracting people of a different profile (i.e. migrants and younger viewers).
- 3) To deepen the relationship with our audience in general, by giving them the opportunity to participate in the creative process.

The above-mentioned goals have been clearly reflected in specific project activities (i.e. kick-off, promotional materials, workshops), promoted via the Internet (website and social media pages), throughout the implementation of the project and developed in four aspects:

- 1) Upstream by involving artists, emigrants, young people and volunteers from all backgrounds in the creative workshops.
- 2) Downstream by enabling 'word-of-mouth' discussions over the Internet (blogs, social media, project website) and organising physical and live-streamed Q&A sessions after each performance.
- 3) By partnering with other sectors and organisations (artistic organisations, universities, non-governmental organisations), which were invited to participate, discuss and disseminate the project.
- 4) Through volunteering: all phases of the project have been open to volunteer support work by people from any ethnic or cultural background.

As a result, **Phone Home** managed to attract an audience diverse in background and age, including professional and amateur artists, cultural and humanitarian aid workers, theatre practitioners and bureaucrats, as well as our regular audiences.



Creative Lenses

Year of publication of the call: 2015

Leader: KAAPELI (Elsinki, Finland)

Greek partner: Theatriki Astiki Etaireia
ODC

Other partners: Trans Europe Halles (TEH) – Sweden, Manufatture Knos – Italy, Truc spherique (Stanica) – Slovakia, City of Lund/The Creative Plot – Sweden, University of Arts London – UK, Olivearte Culture Agency – UK, Informal European Theatre Meetings network (IETM) – Belgium, University

of Basilicata – Italy, Kosice 2013 – Slovakia, P60 --- The Netherlands, Village Underground – UK

Project website: <http://creativelenses.eu>

Greek partner's e-mail: info@odcensemble.com, odcensemble@gmail.com

Creative Lenses is a four-year project (2015-2019) that seeks to make arts and cultural organisations more resilient and sustainable, by improving their business models and developing their long-term strategic and innovation capacities.

Short description of the audience development approach:

Project's aim is to develop a structured approach for cultural organisations, regarding audience development, by integrating audience development into their business model, making it a key component of their successful business plan implementation. The methodology behind the Creative Lenses approach to audience development is based on the process of continuously building an active and sustainable relationship with stakeholders and particularly with communities, public and private organisations and international colleagues, with the intention of involving citizens in the process of cultural development, reflecting the role and relevance of cultural activities for people's lives. This, in turn, involves the development of a proactive and structured way of attracting and engaging with new audiences/participants. The fundamental underlying principle of Creative Lenses is to help cultural organisations to apply guidelines and methodologies that enable stakeholders, in the widest sense, to engage with arts and culture as a mechanism for change, celebration and development within society.



Because all people cross borders.

Europe Grand Central

Year of publication of the call: 2015

Leader: NOT QUITE (Fengersfors, Sweden)

Greek partner: Theatriki Astiki Etaireia ODC

Other partners: Trans Europe Halles, The European Network of Cultural Centers
Fonds Roberto Cimetta, Paris, France, Kulturzentrum Schlachthof, Bremen,
Germany Associazione Laminarie, Bologna, Italy, Europejska Fundacja Kultury
Miejskiej, Lublin, Poland

Project website: www.globalgrandcentral.net

Greek partner's e-mail: info@odcensemble.com, odcensemble@gmail.com

Europe Grand Central is a ground breaking cooperation effort that combines grassroots projects by independent culture organisations across Europe and beyond, through a unique digital and conceptual platform to connect audience created narratives about the human act of crossing borders. Partners of the project, all established culture operators and networks, work on vastly varied topics, such as rising xenophobia towards refugees in Sweden, personal consequences of mounting economic crisis in Greece, disconnected suburbs and city-dwellers in Bologna and Bremen, political tensions at the eastern borderlands of Poland, and skewed notions of the Arab world in Europe. Our aim is to transform perceptions on the act of crossing borders from suspicion to curiosity, to empower under- and misrepresented individuals and to spread lasting lessons on the art of collecting, representing and combining first hand human experiences.

Short description of the audience development approach:

The methods for audience inclusion to challenge sentiments of “us” and “them” vary across interactive theatre and photography, craft, design, workshops, street art, and artistic residencies. Europe Grand Central is the space for learning across contexts and to develop methods to meet our audiences where they are. At the heart of the project, there is the continuously developing Bordr digital tool for connection of border stories that will be used in and across all projects. The partners will co-design our action sharing database europegrandcentral.net hosted by Trans Europe Halles, the main network of independent European culture operators that serves as our partner for the communication and dissemination of the project.



Networking European Festivals for Mental Life Enhancement – NEFELE

Year of publication of the call: 2015

Leader: K.S.D.E.O. “EDRA”

Greek partner: K.S.D.E.O. “EDRA”

Other partners: First Fortnight (Ireland), EURO-NET (Italy), Fundacion Intrus (Spain), Asociacijas Olimpikas (Lithuania)

Project website: www.nefeleproject.eu

Greek partner’s e-mail: info@edra-coop.gr

NEFELE Project aimed to strengthen all kinds of artistic creation connected with the field of mental health, in order to:

- fight Stigma to benefit people suffering from mental disorders as well as the society as a whole,
- broaden the cultural activities for the benefit of artists,
- enrich therapeutic procedures,
- provide networking on European level.

The core concept of the NEFELE Project:

- to promote the establishment of Festivals connecting Arts with Mental health in countries, where there is no such activity and to enhance festivals that already running,
- to encourage the participation of artists and create new professional opportunities,

- to promote the participation of the authorities which work on this field and to rise up the interest of community,
- to assist every effort at national level that shares common objectives.

The main outcomes of the project were:

- the organisation of the 1st European Art Festival for mental health, which took place in October 2016 in Athens, Greece,
- the foundation of the European Network of Art Festivals for mental health,
- the development of two tools for the professional support of artists and the creation of new opportunities in the field of mental health.

Short description of the audience development approach:

The project based its audience development strategy in already tested practices of art marketing and management. The audience development strategy started with the segmentation of the audience (identifying audience and non-audience groups, their needs, language and expectations) and then the targeting of specific groups (selecting segments to target) has been decided.

As main target groups were considered the following:

- Community groups (mental health units associations),
- Mental health challenged individuals,
- Artists, emerging or disadvantaged artists (maybe with mental health problems),
- Policy and decision makers,
- Stakeholders that may provide professional opportunities,
- Young art-loving and socially active people,
- Mental health specialists,
- Fine arts schools and health departments of universities.

The aim of the strategy was to overcome barriers of participation (physical, sensory, intellectual and cultural) and provide a quality art experience with a remarkable social awareness value, which is also easily accessible, multisensory, participatory, educational and sociable.

Simultaneously, we tried for a strategy fostering and deepening the relationships with the audience in everyday life:

1) The festival provided opportunities for direct and interactive participation of the audience with emphasis on site specific events. 2) Relationships have been developed, mainly through the Forum section of the festival, for networking with possible learning communities and researchers (universities, schools and other communities). 3) Professional relationships with artists were also cultivated, concerning professional opportunities.

Last but not least was the effort aiming at the mobilization of the authorities, through which a large part of policies and practices can be disseminated easily to the general public by exploiting their institutional profile.

Towards this direction, a significant group of EU institutions (President of the European Parliament, Representation of the EC in Greece), Greek Ministries (Health, Culture, Education and Development), Local Authorities (Region of Attika, Municipality of Daphni – Hymettus) and the Fine Arts School of Athens actively participated.



Risk Change: Migration is a natural law: everything moves, everybody migrates. Respect the mobility of life

Year of publication of the call: 2015

Leader: Association for Culture and Education KIBLA, Maribor, Slovenia

Greek partner: Department of Philosophy and History of Science, National and Kapodistrian University of Athens

Other partners: ACAX League of Independent Art Spaces, (Budapest, Hungary), Jauno mediju kulturas centrs RIX-CBIEDRIBA, (Riga, Latvia), Muzej savremene umetnosti Vojvodine (MSUV), (Novi Sad, Serbia), Muzej moderne i suvremene umjetnosti (MMSU), (Rijeka, Croatia), 7scenes, (Amsterdam, Netherlands), The Mighty Creatives, (Leicestershire, United Kingdom), ZINC, (Marseille, France), FOPSIM, (Zejtun, Malta).

Project website: <http://www.riskchange.eu/>, <http://riskchange.phs.uoa.gr/>

Greek partner's e-mail: riskchange@phs.uoa.gr

RC aims to create, connect, compare, disseminate and promote contemporary EU interdisciplinary art related to social studies and migration. The project covers the field of contemporary interdisciplinary culture, art and creativity connected to science, especially social and applied sciences and ICT.

The NKUA RISK CHANGE team is part of the 'Technology and Borders/Migration' NKUA Research Group, which specializes in the fruitful interaction between 'History of Technology', 'History of Science', and 'Science, Technology Society' ('Science and Technology Studies') and 'Migration Studies', 'Border Studies' and related fields.

The NKUA participation in RISK CHANGE is focused on the following:

- the role of science and technology in borders/migration-related issues,
- the mediation of science and technology in producing the public image of border/migration-related issues,
- the artistic depictions of borders/migration-related issues, specializing in issues involving science and technology,
- the interaction between scientific and artistic creativity and migration-related experiences.

Short description of the audience development approach:

In the framework of the project, various information actions for the academic public have already started. The RC project was connected to the 8th 'Tensions of Europe' conference that was held in Athens in September 2017. The conference subject was 'Borders and Technology'. Issues related to RC Project were presented and discussed.

In parallel, through Workshops and Lectures foreseen in the project's framework, it engaged students (undergraduate, graduate and PhD) from different research fields who were familiarized with the interdisciplinary issues involved. Furthermore, training for trainers were organized. The module was called 'Making a Safe Space'. It aimed to give trainers the confidence and competences to work with groups of migrants, in order to generate confidence, willingness and the desire for the migrant group to express themselves safely and constructively.

In the framework of the research, interviews with refugees were conducted. This way dissemination of the project was directly connected to the field research.

Project events, progress and results were diffused to the target groups, through the project websites and through emailing lists.



Towards 2020: Skilling Musicians & Engaging Audiences in Europe's Orchestral Sector (T2020)

Year of publication of the call: 2014

Leader: European Union Youth Orchestra (EUYO)

Greek partner: Thessaloniki Concert Hall

Other partners: Graffenegg Kulturbetriebsges M.B.H , Fondazione Concorso Pianistico Internazionale Ferruccio Busoni, Palais Des Beaux-Arts - Paleis Voor Schone Kunsten, Cyprus Symphony Orchestra Foundation, Hudobné Centrum (Music Centre Slovakia), John Good Limited, Culture Action Europe

Project website: <http://www.euyo.eu/discover/towards-2020-project/>

Greek partner's e-mail: info@tch.gr

Towards 2020: Skilling Musicians & Engaging Audiences in Europe's Orchestral Sector (T2020) is a large scale European Cooperation Project that establishes a new model to skill talented young orchestral musicians from all 28 EU member states in a manner that responds to the changing needs of 21st century audiences and society. The model is based on an innovatory training prototype, performance programme, digital platform & audience model, all structured to deliver cultural development, career opportunities and audience development strategies transferable to other cultural & creative sectors.

Short description of the audience development approach:

The primary motive of the T2020 Partners audience development strategy (ADS) was to increase accessibility to classical music and build audience diversity, working on 3 distinct audience action areas: 1) existing audiences 2) new audiences 3) non audiences.

With a strong focus on the development of young musicians' hard and soft skills, the ADS was aimed at contributing to raising employment rates across Europe, with a solid emphasis on innovation. To deliver the quantitative and qualitative audience increases across the 3 specific audience action areas, a suite of audience development initiatives have been specifically designed for T2020:

- The T2020 website and App were offered as models for the cultural sector. These digital platforms offer existing audiences windows through which they can view performances in new formats and with heightened interactivity.
- The European Music Campus (emc) primarily targeted at existing and new audiences, aiming to spark interest in non-audiences as its 'brand' and impact increases, year-on-year.
- Smaller, personalised projects were designed to serve as examples of low-budget community engagement activities that can easily be incorporated within a Partner's existing communications planning and will be easily accepted by local communities. They are also designed to give players ownership of audience development initiatives.
- A group of local audience developers called REACT aimed at developing new audiences. This engages disengaged and misdirected local youth competence and draws on local networks, knowledge and expertise, correlating this with a simple yet effective training programme in the organisation of small, informal and alternative performance formats.
- The Adopt an Orchestra programme exemplified how an orchestra can embed itself within a new community and extend its reach, by creating a weave of activities, gaining bulk over time.
- Non audiences were targeted, through an innovative collaboration project across multiple sectors, using classical music as a metaphor for business competence and provoking interest, where none previously existed. Project 30/40 'Making space for classical' involves adults between 30 and 40 years of age. By targeting this age group, the ADS reached a key influencer of youth culture – parents. Small chamber music ensembles brought classical music to locations convenient for office staff. The invited audience would be the result of an initial filtering questionnaire, which would be issued to all employees, identifying a non-audience.



CARAVAN NEXT. Feed the future: Art moving cities

Year of publication of the call: 2014

Leader: Nordisk Teaterlaboratorium / Odin Teatret - Denmark

Greek partner: Technical University of Crete

Other partners: Università degli Studi di Torino, Dip. Di Studi Umanistici (Unito - SCT Centre) – Italy, Centro de Arte y Producciones Teatrales SL (TNT Theatre) – Spain

Stowarzyszenie Edukacyino - Spoeczno - Kultuarne Teatr Brama (Brama Theatre) – Poland, ZID Theatre (ZID Theatre) – Netherlands, Truc spherique (TRUC) – Slovakia Bürgerstiftung Rohrmeisterei Schwerte (Rohrmeisterei) – Germany, Farm in Cave (Farm in Cave) – Czech Republic, Omma Studio Private Non Profit Company (OMMA STUDIO) – Greece, Association des Agences de la Democratie Locale (ALDA) – France, Kulturno Izobrazevalno Drustvo Kibla (Kibla) – Slovenia, Società Consortile per Azioni OGR-CRT (OGR – CRT) – Italy

Project website: <http://caravannext.eu/>

Greek partner's e-mail: stavros@ced.tuc.gr

Caravan NEXT is focused on bringing Social and Community Theatre events to cities in a way to rethink them as broad open air venues, local art squares connected at European level where citizens, professionals and artists can give life to their own community theatrical events. The project's objectives are: to develop an Integrated European SCT System for the International exchange of cultural products and professionals, to consolidate the methodology of the European SCT in

order to achieve innovative and transferable format for audience development and to develop the integration between Digital Technologies and SCT methodology to facilitate the audience development process.

Short description of the audience development approach:

Audience development is based on the SCT methodology developed by partners and monitored by the Università degli Studi di Torino. It addresses macro and micro events. The central idea is that each artistic event is set up with the local community over a long period of collaboration.

The audience development is progressing with the development of four points:

Include. Through local networking with citizens, groups, associations, organisations and institutions, we set up a direct meeting with the local communities. This point is developed during the “mapping and networking” phase of events.

Train. Caravan Next aims to undertake capacity building activities with the audience, through workshops as well as by involving the audience in creating and undertaking artistic activities. This phase progresses with workshops and labs undertaken by partners, combined with training activities in relation to the techniques of audience development and the use of digital technologies.

Create. The professionals and artists of Caravan Next create the cultural events together with the audience, involving the citizens in planning and rehearsals, all the way to the staging or management of artistic happenings.

Connect. The audience gets in touch, through the network of the Project, with international partners, directly during the events or remotely by the use of new developed technologies, such as: live streaming, Caravan Next mobile App and website.

The first year of activities involved the following:

- *Engagement of new audience* involving primary school children, university students, homeless people, people with low or middle income, elderly people, communities of foreigners throughout the area, citizens from emarginated districts of cities, people with psychological problems.
- *Involvement of citizens with the focus on co-creation* with 1.004 citizens directly involved in capacity building activities. Involvement of citizens with 2.665 citizens involved in audience development activities. The partners have experimented and observed new ways to involve audience and learn how to approach the work on audience development.

The partners have furthermore increased their level of competence on audience development, through the use of digital technologies.

A few words on the role of the Technical University of Crete in the project

The Technical University of Crete (TUC) and in particular the Laboratory of Distributed Multimedia Information Systems and Applications (MUSIC), as the technological partner of the project is responsible for:

- supporting live streaming of events and providing video on demand services, as very powerful tools in the service of the SCT methodology.
- the development of an application for smartphones (Android and iOS), the cNext app, which integrates with on-site activities and facilitates communication, dissemination, audience development and engagement.
- the development of the digital mascot of the project, a digital puppet which can be handed by gestures tracked by a special device (leap motion) and is projected on big screens or walls during an event, interacting with the audience.

Website: <http://www.music.tuc.gr>



FAMILY SEPARATION THROUGH IMMIGRATION: DRAMATISING ANECDOTAL EUROPEAN HISTORY -FAIDRA

Year of publication of the call: 2015

Leader: Centre for Higher Education in Theatre Studies (Greece)

Greek partner: PRISMA Centre for Development Studies

Other partners: Pro-Rodopi Foundation (Bulgaria), Sagohuset Teatre (Sweden) Dobra Wola Foundation (Poland), Teatro Dei Venti (Italy), Ceec Artemis (Romania)

Project website: www.faidraproject.eu

Greek partner's e-mail: prisma@prismanet.gr

FAIDRA PROJECT concerns the personal stories and testimonies of ordinary European families that experienced immigration in different circumstances and periods of their country's recent history. These stories become the "raw material" for a performance, in the genre of documentary theatre. Separation and reunion of family members, immersion in a strange culture and subsequent adaptation or rejection, feelings and realities of life, will be brought into focus to sew together to highlight an aspect of the recent social and cultural history of Europeans, which is not taught in schools or written in the official history documents.

Short description of the audience development approach:

The approach taken by the project team builds the audience dimension in every activity of the project and, besides addressing the general public as potential audience, introduces a more specific audience segmentation. In particular, audience development targets the immigrant and ethnic communities, young artists and other related professionals who wish to introduce current affairs, social issues and global concerns in their art; and young people at school, with the aim to socialise them to culture and the arts, as vehicles for the understanding of society and the global challenges. The general public is accessed in parallel, aiming to establish real-time interaction with the audiences, during the performances of the play.

Audience development is introduced with two aims:

- a) To make it an integral part of the day-to-day- running of the project activities, bestowing it a high importance and making sure that it accompanies every project activity, at all stages of project implementation.
- b) Introducing all project partners as “stakeholders” in the audience development plan, in order to exploit the experience, ideas, networks and capacities of all, and multiply the results, through shared ownership of the plan’s implementation.

The main components of the audience development plan include:

Education: youth education, further education of young artists in the genre of documentary theatre, awareness raising of the general public.

Outreach and accessibility: the minorities selected to focus on are the immigrant communities which, usually, stay out of the mainstream culture of the countries hosting them.

Partnerships: building partnerships with schools and local authorities aiming to secure the sustainability of the plan, through the long-term exposure of young people to professional culture and its connection to social awareness raising.

User engagement: the target groups of the audience development plan are invited to co-produce, interact with the creative artists, and interact with the play itself through ICT tools.



Interfaces |New model & practices for audience development in contemporary music in Europe

Year of publication of the call: 2015

Leader: Onassis Cultural Centre Athens

Greek partner: Onassis Cultural Centre Athens

Other partners: De Montfort University (UK), European University Cyprus EUC (CY), IRCAM (FR), ZKM | Zentrum für Kunst und Medientechnologie (DE), CREMAC (RO), Q-O2 (BE), Ictus (BE), Klangforum Wien (AT)

Project website: www.interfacesnetwork.eu

Greek partner's e-mail: info@interfacesnetwork.eu

Interfaces is an international, interdisciplinary project that seeks to bring new music to a broad spectrum of younger audiences. With the support of the Creative Europe Programme, Interfaces brings together nine partners from the UK, Germany, France, Cyprus, Belgium, Romania, Austria and Greece to explore innovative ways of introducing audiences to the work of cutting-edge musicians and sound artists. To achieve this goal, the network is staging a wide range of activities: new forms of performance in innovative spaces, using new media, educational activities, audience development research, conferences and artist residences.

Short description of the audience development approach:

The central objective of “Interfaces” is to engage new audiences of all ages and those potential audience segments which, for a variety of demographic or cultural reasons have not yet been exposed to the music of our time.

The main audience, that the project is aiming to reach, is children & young people by providing “entry points” which bring contemporary sound art and music into the home and the school system, with the use of applications and software, in order for the children to creatively experiment.

“Interfaces” provides an extended range of tools that can be used either in teaching contexts or in creative work, as well as documented material for consultation

and examples of best practice for performance and production in new innovative formats, attracting creative professionals from the Digital and Education Communities.

The range of alternative spaces, informal performance formats and free-entry events is designed to encourage participation of social groups (low-income groups, immigrant communities, people outside major urban centres etc.) who have not for a variety of reasons come into contact with contemporary music.

In addition, the project provides many opportunities for international discussion and exchange (colloquia) for academics and researchers, while the research projects provide valuable material for arts marketing professionals, enabling them to improve their strategies for promoting contemporary music and art in general.

The partnership's main approaches to audience development include:

- Working with new performance formats, presenting works and performances in new, innovative spaces, collaborating across artistic disciplines and using new media both at the stages of creation and that of dissemination.
- Educational activities which include both physical outreach projects and a suite of innovative online applications and environments.
- Training programs for the staff of the partners and associate partners in key areas, such as:
 - New media, ICT and audience development
 - Digital archiving, broadcasting and IPR issues
 - Use of new media in educational contexts



In_Nova MusEUm: Museums come back to the local community through Art & Food

Year of publication of the call: 2015

Leader: Centro Europeo per il Turismo, lo Spettacolo e la Cultura-CET (Italy). Centro Europeo Turismo Cultura e Spettacolo (CET) greatest strength lies in the ability to increase the value of cultural heritage, through events that enhance historical monuments and boost audience development. The longstanding experience of CET's staff has ensured a series of successful initiatives, thanks to the collaboration with art historians capable to engage large audiences with ambitious cultural operations, the partnership with institutional bodies, such as the DG and the Superintendencies of the Ministry of Cultural Affairs, the capability to choose spaces within historic sites and a winning communication strategy.

Greek Partner: "Theodoros Papagiannis" Museum of Contemporary Art

Other partners: The project "In_Nova Museum" directly involves the Skokloster Castle from Sweden and the Theodoros Papagiannis Museum from Greece. Skokloster Castle is a museum from the baroques, when Sweden was the great power in the north, with a well-preserved and magnificent milieus, with décor from 1600s and onwards. Skokloster Castle is a state museum since 1967, when the state bought it from a private family. It is the largest private castle ever builds in Sweden. The museum is open daily during the summer, weekends at spring and autumn.

Theodoros Papagiannis Museum cultural strategy is focused on nine strategic aims: 1. Sustainable heritage, 2. Developing cultural creativity and production in order to minimize the distance of Museum of its local community, 3. Audience development through redefining identity, 4. Educational character through

releasing creative energy, 5. Improving the cultural policy of the region through connecting people, 6. International artistic vision making the Museum attractive to an international audience, 7. Give the local economy a strong cultural boost, 8. Promote innovative approaches to heritage and traditional art forms, 9. Promoting the Museum as a major centre of creativity and cultural tourism, insisting on the creativity of people.

Five (5) other Museums also participate: Palazzo Chigi di Ariccia (Italy, www.palazzochigiariccia.it, www.facebook.com/PalazzoChigiAriccia) Museu Bordalo Pinheiro (Portugal, www.museubordalopinheiro.cm-lisboa.pt, www.facebook.com/Museu-Bordalo-Pinheiro), Kilkis Museum (Greece, www.facebook.com/kilkis.org), National museum George Kastrioti Skanderbeg/ Muzeu etnografik (Kruja, Albania, www.muzeumetkruje.gov.al, www.facebook.com/Muzeu-Historik-dhe-Etnografik), Muzeu Arkeologjik Durres (Durres, Albania, www.facebook.com/muzeuarkeologjikdurre). Moreover, they indirectly involved networks of interested Museums in Italy (www.museodiocesano.dialbano.it, www.facebook.com/museodiocesano.dialbano), Sweden (www.vitterhetsakad.se, www.facebook.com/Skanelaholm), Portugal, Albania and Greece.

The creative and participatory workshop Tirana Ekspres (Albania) as well as the Department of the Lusofona University of Lisbon CICANT R&D are involved as technical partners, along with the collaborating Department of Cultural Heritage Management & New Technologies of the University of Patras (Dr. Christos D. Merantzias, Assistant Professor of the “History of Cultures”, www.culture.upatras.gr). ULHT (COFAC) participates in the project with the Centre for Research in Applied Communication, Culture, and New Technologies (CICANT), from the School of Communication, Architecture, Arts and Information Technologies (ECATI). CICANT promotes theoretical and applied research on all its subject areas, particularly focusing on knowledge transfer and exchange with industry other R&DUs at the sectors of media, arts, culture and technologies.

Tirana Ekspres is a non-profit organisation initiated by artists, activists, environmentalists, policymakers, social-business undertakers and researchers whose purpose is to enhance the cultural & artistic perception and expression in Tirana and beyond. The goal is to work in strong partnerships with the community and to use the potential of art by creating and organizing inspiring events, networks of artists and long-term projects.

Project website: <http://www.innovamuseum.org/index.html>

Greek partner's email: mca.papagiannis@gmail.com

The main objective of the project is to help strengthening the capacity to attract new audiences of European Museums located in peripheral areas, through activities of audience development related to Art & Food, transnational mobility and trainings for art curators and museum directors.

Short description of the audience development approach:

Project target:

- Young citizens (18 – 35) of partner countries with a low rate of participation to Museum exhibitions and programs.
- Peripheral European museums Directors / delegates / staff / curators.

Expected results – indicators:

1. One audience development shared strategy revision developed, with contribution of all partners (within month 3).
2. Five audience development pilot projects implemented and at least 35 museum delegates involved in project activities. (within month 16).
3. At least two Museums responsible for each partner country attending the training course (within month 2).
4. At least 150 people for each partner country participate in project events included in activities (within month 18).
5. 5 Local - Museum participative Labs.
6. At least 5 artworks food-topics-related in each local museum partner or associated partner selected and promoted on EU level (within month 18).
7. At least 8 museums for partner country join the transnational network of EU peripheral museums (within month 18).



European Creative Hubs Network

Year of publication of the call: 2015

Leader: British Council

Greek partner: Bios – Exploring Urban Culture

Other partners: Betahaus (Germany), Addict (Portugal), Factoria Cultural (Spain), KulturniKod (Serbia), Creative Edinburgh (UK), EBN Network

Project website: www.creativehubs.eu

Greek partner's email: bios@bios.gr

The objectives of the European Creative Hubs Network are:

- To support viability and development of creative hubs all over Europe
- To create a community of experienced professionals of creative businesses, that come from different fields of interest and models of entrepreneurship
- To promote and give prominence to Creative Hubs as innovative models of launching the European creative economy
- To create a strong network of European Creative Hubs that will encourage inter-cultural exchange of creative professionals, the circulation of ideas and expertise, and the overall development of cultural and creative field in Europe

Short description of the audience development approach:

The necessary actions have been used to promote the ECHN project to the media, by sending press releases, uploading news about the project on the partners' websites as well as their social media pages.

Meanwhile, part of the project is the organisation of three fora in three different countries that aim to approach the local creative entrepreneurship as well as to bring together organisations and new creative businesses around Europe.

Two of the fora have already been held, the first of which took place in Belgrade. Its working title was "How work works" and the theme was the work. The event was attended by 200 participants from over 25 countries. Participants ranged from well-established creative hubs to individuals seeking advice about how to start up a new creative hub in their region. After the very good impressions of this event, many of the participants returned for the second forum that was held in Athens under the title "Syn-" and the theme of "Growth and Development", giving everyone a chance to create stronger connections and get in touch with new creative hubs that attended for the first time. This event was attended by 160 participants from 32 countries and its goal was to give the participants the chance to exchange experiences with the professionals of Creative Hubs, empowering the initial connections that established in Belgrade. Both of the Foras, opening night, including keynote speeches by inspiring representatives of creative entrepreneurship, were open to the public. In addition, during both of the fora, participants were encouraged to share their experience online.

At the same time, smaller scale workshops are held which are also published on the partners' websites and social media pages.

There is an open call running for all the activities of the project, published in the project's and partner's websites, social media and sent to the Media as well.



LABOURGAMES

Year of publication of the call: 2016

Leader: Urban Dialogues e.V., Germany

Greek partner: National and Kapodistrian University of Athens

Other partners: Open State Foundation, Netherlands, Anschlaege.de, Germany, Alternative Europee, Italy

Project website: <http://labourgames.eu>

Greek partner's e-mail: mourlas@media.uoa.gr

LABOURGAMES is an innovation-oriented network project, bringing together the «world of labour» with the «world of play» by allowing smart use of game principles and applying them in the working world to facilitate learning effects, decision-making, and motivation. A network of consortium partners from four European Countries (DE, NL, IT and GR) with further «strategic partners» from the arts and game design, academia and research, labour market and the business world, open data organisations and the administration and policy field will generate new perspectives on the current labour system in Europe. Over a period of three years, they will be creating both self-developed games and an in-depth investigation of game principles in specific processes in the working world.

Short description of the audience development approach:

LABOURGAMES will reach and actively involve a diverse and inclusion-oriented audience community. All stages of the project are ‘open to the public’ and provide an opportunity for active participation and interaction. This will be achieved by encouraging different yet ‘specific’ audience groups to take part in the co-creation of game ideas with a clear connection to labour issues. These are:

- the growing community of gamers in the physical world (e.g. in urban game events)
- the community of active computer specialists (e.g. Hackathon IT-competitions)
- the group of passive consumers of ‘serious’, as well as ‘entertaining’, online-games

By presenting original versions of self-developed games at non-cultural events in order to reach the so-called ‘non audience’ while playing, responding and actively contributing to the development of the final products in co-operation with associate partners. These are:

- E.g. IG Metall Youth Gathering, the biggest political youth organisation in Europe and the Youth forum of the world’s largest free union, with more than 20,000 participants
- Vulnerable groups of unemployed young people in the UK and in Greece in order to activate and to encourage them to participate in finding solutions
- Job-seekers in the Netherlands helping to improve the development of practical app development

By investigating labour issues at stake in ‘sharing knowledge’ processes during the OPENING UNCONFERENCE and RESEARCH UNITS and in connection with:

- Labour experts, business experts and marketing experts from the ADVISORY BOARD.
- Associate partners from various fields (e.g. medical humanities, labour market intermediary, labour unions).



Take Over

Year of publication of the call: 2014

Leader: British Council

Greek partner: Bios – Exploring Urban Culture

Other partners: Associazione Culturale Teatro Della Limonaia (Italy), Theatre Association Chorea (Poland), Zaduzbina Ilije M Kolarac (Serbia)

Project website: www.takeoverproject.eu

Greek partner's e-mail: bios@bios.gr

The aim of the Take Over project is to encourage more young people into arts venues. Partners from the UK, Greece, Serbia, Poland and Italy are working to engage a wider and more diverse audience.

Alongside with the British Council, the partners have set up Youth Boards, for people aged 18 – 28. Members are given free rein over their projects, programming events from their point of view. This gives young people the opportunity to develop skills, knowledge and the connections they need to kick start a career in performing arts. Senior managers at the venues are given the chance to view their organisation as external observers, through the eyes of the Youth Board.

Short description of the audience development approach:

The Take Over project aims to approach young audiences and more specifically the 18 – 28 age group. An open call for participation in the Youth Board was published in both websites of the organisation, while press releases and newsletters were sent to the media and to several relevant Schools. At the same time, there are many posts as well as their social media pages.

Part of the programme is the implementation of cultural events by the Youth Boards that were set up within the partner organisations. As a result, the Youth Board approached a lot of emerging artists. In Athens for example, the National Dance School as well as young musicians were invited to set up performances, live shows and screenings that became a three-day festival. The promotion of the events at the press and online led to the rise of the organisation's young audience which was apparent not only by the turnout of the events but also by the rise of visitors to its website and social media pages. Moreover, a baseline survey was conducted at the start of the program, followed by an impact survey that took place during the Festival.

In addition, the Youth Boards that participated in the programme, had the chance to attend large performing arts such as the Fringe Festival in Edinburgh, The Holland Festival in Amsterdam and the partners organisations festivals as well, creating connections to a larger network of audience and creators and sharing knowledge and experience.



UN-LABEL: New Grounds of Inclusive Performing Arts

Year of publication of the call: 2014

Leader: Sommertheater Pustebblume e.V. (Cologne/Germany)

Greek partner: Synergy of Music Theatre - SMouTh

Other partners: Candoco Dance Company (London/ England), Association for The Development of Social and Cultural Life - SKYGD (Istanbul / Turkey), TH Köln (Cologne / Germany)

Project website: <http://un-label.eu>

Greek partner's e-mail: info@smouth.com

Un-Label is an international project that is implemented in 4 countries: Germany, UK, Turkey and Greece. The main output of the project is an interdisciplinary production, performing at renowned venues and festivals across Europe and which has been developed, through 4 international workshops and 1 artistic residence in Cologne, with the participation of more than 100 artists with and without disabilities, spreading the message that identity is based on diversity and that everyone feels particular, during the collective artistic expression. The production “L: Do I Need Labels to Love?” has been awarded with the second prize of the 1st Inclusive Award by the German Kraemer Foundation in May 2017 and has been presented by the German “Creative Europe” Desk, as a best practice project.

Short description of the audience development approach:

The main objective of “Un-Label”, through its activities, is to increase the accessibility of people with disabilities both in artistic expression and professionalization and in venues that present performances. It has been addressed to more than 100 artists with and without disabilities, through four international workshops, that supported the free interdisciplinary artistic expression (Germany, Greece, Turkey) and created a mixed-abled group of about 30 artists who developed the performance “L: Do I Need Labels to Love?”. The performance was structured, in such a way, that it guarantees the accessibility of all artists (sign language interpretation, accompaniment of artists’ wheelchairs, selection of places for workshops, rehearsals and performances), and the freedom of artistic expression (the results can be seen in this video: <https://www.youtube.com/watch?v=-KchJKbIJ9U&t=9s>).

As far as the accessibility of the audience to the performances is concerned, since the beginning of the project, the development of various tools has been foreseen (such as subtitling and audio description) and the venues have been selected, in order to meet the accessibility requirements for people with disabilities.

In the framework of the project activities, international symposiums have been organised with representatives of international artistic and cultural organisations, representatives of cultural venues (theatres, festivals, etc.), organisations representing people and artists with disabilities, the academic community, the state and citizens, in order to create a fruitful discussion on the production of art by artists groups with and without disabilities, equal participation of people with disabilities to culture, the limits of integration and the potential of performing arts to become the vehicle of social change. It is worth mentioning that, the cooperation of Un-Label ensemble with several venues in Europe, led to the realisation that there is a lot of work to be done for the equal participation of people with disabilities in culture and art production, even in venues that meet the accessibility requirements.

ΣΗΜΕΙΩΣΕΙΣ - NOTES

