

## Settori di interesse

### Arte, cultura e intrattenimento

È importante sottolineare che l'associazione potrebbe avere ulteriori settori di riferimento, a seconda delle specifiche attività e iniziative che organizza. Ad esempio, potrebbe coinvolgere il mercato del turismo culturale, attirando visitatori interessati a partecipare alle mostre e ai concerti no profit organizzati dall'associazione.

In sintesi, l'A.p.s. Laboratorio Urbano Los Santos si rivolge a un pubblico variegato, composto da artisti, appassionati d'arte, amanti della musica, studenti e persone interessate all'educazione artistica e sociale. La missione è promuovere la cultura, fornire opportunità di espressione artistica e offrire conoscenze attraverso i nostri servizi e progetti di aggregazione sociale.

### Area di attività sociale

L'A.p.s. L.U.L.S. svolgerà la gran parte delle sue attività nel territorio pugliese che conta, secondo il "Registro Regionale Associazioni di Promozione Sociale" (legge 7 dicembre 2000, n. 383 - L. R. 18 dicembre 2007, n. 39), la presenza di oltre 2175 Associazioni.

### Analisi di mercato

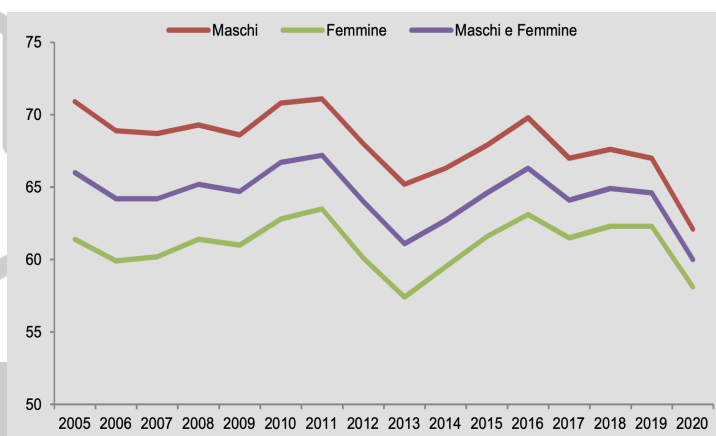
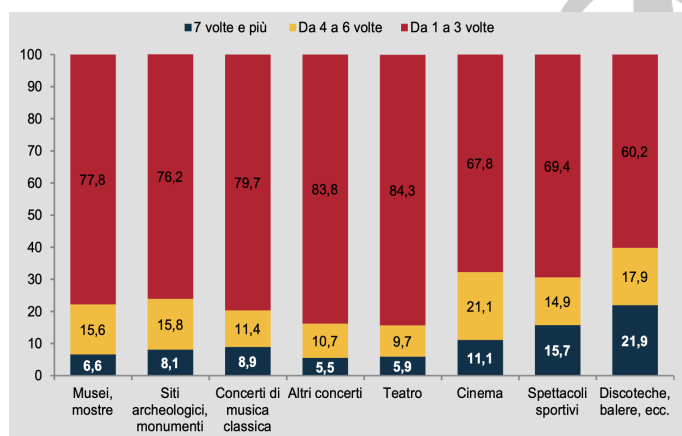
Il presidente di Impresa Cultura Italia, Carlo Fontana, commentando i dati dell'Osservatorio longitudinale sui consumi culturali degli italiani di Impresa Cultura Italia, in collaborazione con Swg, afferma: *"I dati che emergono dal nostro osservatorio sono caratterizzati da molte luci e qualche ombra, e si possono sintetizzare così: aumenta la spesa ma diminuiscono i consumatori. Emerge una divaricazione sociale, si spende di più in cultura se si ha maggiore disponibilità economica. Questo fenomeno necessita di correttivi che devono necessariamente andare in due direzioni: una grande azione di formazione, in particolare delle giovani generazioni, che aiuti a comprendere meglio il valore della cultura e un sostegno economico che, a nostro parere, può estrinsecarsi in uno strumento su cui tutti, a parole, si dicono d'accordo: la detraibilità dei consumi culturali"*

**Territorio:** L'annuario 2021 della Società Italiana degli Autori ed Editori SIAE ha messo in evidenza numeri incontrovertibili: in sintesi, rispetto alla distribuzione geografica dei consumi di spettacolo, emerge come il Sud sia una "macroregione" assolutamente svantaggiata, perché ha il 34 % della popolazione nazionale, ma soltanto un 20 % del totale di spettatori, a fronte del Nord che vanta il 58 % di spettatori a fronte del 46 % della popolazione; il Centro ha un 20 % di abitanti ed un 22 % di spettatori. A livello di spesa, lo squilibrio è ancora maggiore, con un Nord che assorbe il 63 % del totale, a fronte del 20 % del Centro e del 17 % del Sud. Questi dati, di natura censuaria (Siae misura l'intero "universo" delle fenomenologie del settore "spettacolo" e "sport") sono coerenti anche con le indagini campionarie dell'Istituto Nazionale di Statistica, anche se l'Istat non sembra aver mai dedicato particolare attenzione alle analisi sulla distribuzione territoriale della fruizione di

cultura. L'A.p.s. L.U.L.S. per ovviare al dislivello culturale e sociale che da anni attanaglia il nostro amato paese, si propone come polo di riferimento nel Sud Italia per artisti e fruitori di ogni genere di arte e cultura.

**Intrattenimento:** Nel 2020 il 60,0% della popolazione ha svolto nel tempo libero almeno una delle seguenti attività, elencate in ordine di affluenza:

- Discoteche
- Spettacoli sportivi
- Cinema
- Concerti di musica classica
- Siti archeologici, monumenti
- Musei, mostre
- Teatro
- Altri concerti



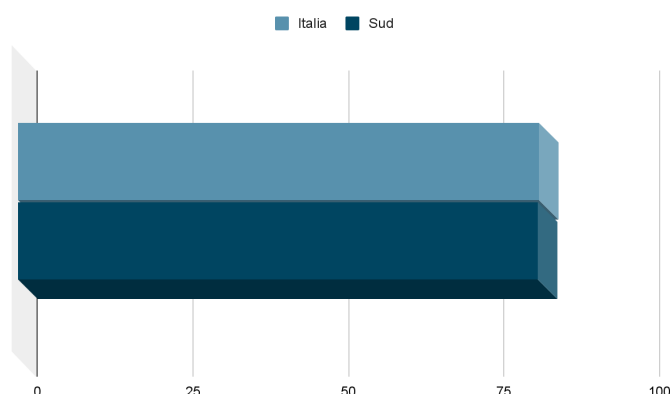
**Persone di 6 anni e più che hanno usufruito dei diversi tipi di spettacolo e/o intrattenimento fuori casa per frequenza**  
 Anno 2020, composizioni percentuali

**Persone di 6 anni e più che hanno fruito almeno una volta nell'anno di un tipo di spettacolo e/o intrattenimento fuori casa (a) per sesso**  
 Anni 2005-2020, valori percentuali

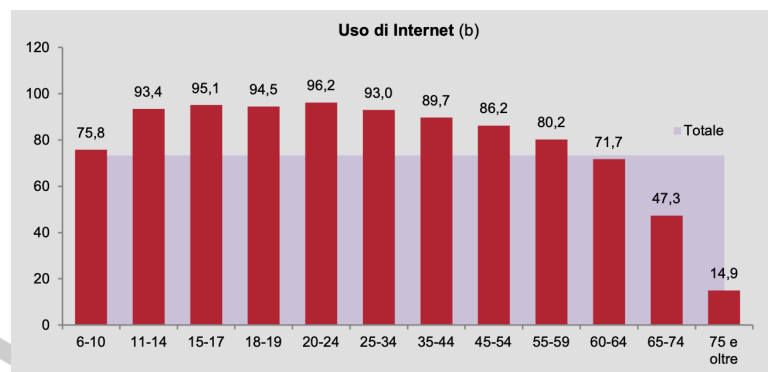
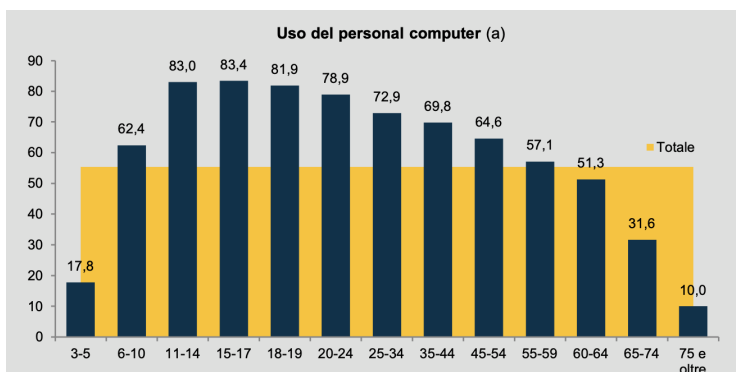
Secondo l'Istat, nel Sud Italia, su 100 persone, 83,5 hanno assistito da 1 a 3 volte ad un concerto dal vivo. L'A.p.s. L.U.L.S. avvalendosi della conoscenza sul campo dei soci, degli artisti, di figure professionali come tecnici del suono e la collaborazione delle associazioni già presenti sul territorio, propone eventi di musica dal vivo come Contest, Open Mic, Live Session e veri e propri concerti con ospiti di spicco e show di intrattenimento.

REGIONI TIPI DI COMUNE	Concerti di musica classica			Altri concerti		
	Almeno una volta negli ultimi 12 mesi (a)	Di cui: da 1 a 3 volte (b)	Di cui: 7 volte e più (c)	Almeno una volta negli ultimi 12 mesi (a)	Di cui: da 1 a 3 volte (c)	Di cui: 7 volte e più (c)
Piemonte	7,5	78,2	7,5	17,5	83,9	
Valle d'Aosta/Vallée d'Aoste	8,5	82,8	3,0	17,8	87,3	
Liguria	8,6	85,9	8,5	16,1	90,3	
Lombardia	8,3	77,8	10,8	19,3	83,5	
Trentino-Alto Adige/Südtirol	9,8	84,7	9,3	25,7	83,1	
Bozzeno/Bozen	10,6	83,4	10,2	31,0	81,7	
Trento	8,9	86,1	8,2	20,5	85,2	
Veneto	7,3	82,8	7,8	17,4	83,8	
Friuli-Venezia Giulia	8,7	72,8	12,6	18,2	77,6	
Emilia-Romagna	8,7	78,4	7,5	19,6	80,5	
Toscana	7,1	84,4	6,7	17,1	86,9	
Umbria	6,3	82,2	7,7	15,5	86,3	
Marche	7,5	78,5	10,0	16,0	85,8	
Lazio	9,2	81,7	4,6	16,4	84,5	
Abruzzo	8,1	76,7	11,3	20,2	79,5	
Molise	7,0	79,9	8,3	15,8	86,2	
Campania	6,0	82,7	9,4	14,0	83,8	
Puglia	7,7	77,0	9,8	16,0	81,8	
Basilicata	7,3	74,5	13,4	19,0	90,1	
Calabria	4,7	79,9	12,6	13,1	87,6	
Sicilia	6,1	78,8	11,7	13,2	85,2	
Sardegna	5,7	70,4	9,9	18,0	82,4	
Nord-ovest	8,1	78,7	9,7	18,5	84,2	
Nord-est	8,2	80,1	8,4	19,1	81,8	
Centro	8,1	82,1	6,0	16,5	85,6	
Sud	6,6	79,4	10,3	15,3	83,5	
Isole	6,0	76,8	11,3	14,4	84,3	
ITALIA	7,6	79,7	8,9	17,0	83,8	

In grande aumento dal 2008 ad oggi i concertini nei pubblici esercizi (+21,9%), in particolare nel Sud Italia - Confindustria Imprese per l'Italia

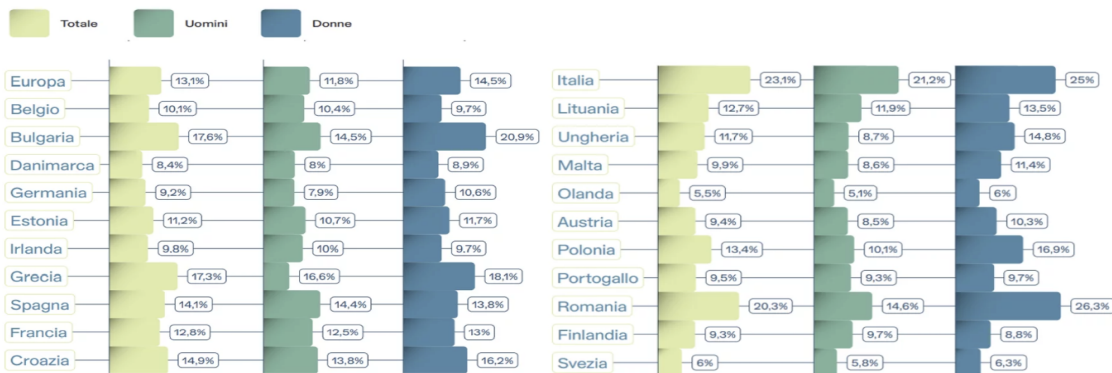


**Uso del PC e di Internet:** Nel 2020 il 73,3% delle persone di più di sei anni dichiara di usare Internet con una crescita di 2,9 punti percentuali rispetto al 2019. Le persone tra gli 11 e i 59 anni presentano tassi molto elevati di utilizzatori. Tra i 65-74 anni questa percentuale è pari al 47,3% e dopo i 75 anni è pari al 14,9%.



Secondo i dati forniti dall'Istat in quasi tutte le classi di età si valutano crescite significative, tranne che per quelle che già erano a livelli di saturazione. La fetta di popolazione che va dai 6 ai 59 anni è sempre più avvezzata all'utilizzo di Internet per motivi di svago o di crescita personale. Una delle piattaforme più utilizzate per la realizzazione di corsi gratuiti online è Youtube. Secondo le statistiche più recenti (DataReportal, 2022), gli utenti attivi solo in Italia sono più di 43,20 milioni. Dal momento che gran parte degli utenti visita la piattaforma quotidianamente, YouTube rappresenta un ottimo portale comunicativo, che verrà sfruttato dalla A.p.s L.U.L.S. per promuovere corsi di avviamento agli strumenti, mix & mastering e corsi di scrittura creativa. YouTube non sarà il solo social utilizzato ma verrà affiancato da Instagram, Facebook, Twitch e Spotify per promuovere aggiornamenti riguardo eventi, concerti, corsi, seminari, brani strumentali, autoriali e progetti riguardanti l'associazione.

**Corsi e seminari:** Secondo i dati Istat in Italia, nel 2022, la percentuale di giovani che abbandonano precocemente gli studi tra i 18 e i 24 anni d'età è del 11,5% caratterizzata da ragazzi (13,6%) e ragazze (9,1%). La quota di giovani che non lavorano e non studiano (Neet) sulla popolazione di età tra i 15 e i 29 anni è stimata al 19,0% ed è più elevata tra le femmine (20,5%) che tra i maschi (17,7%). Nel Mezzogiorno, l'incidenza è doppia rispetto al Centro-Nord. Nel 2022, la partecipazione degli adulti alle attività formative interessa solo il 9,6% della popolazione d'età tra i 25 e i 64 anni. In Italia la misura del fenomeno ha raggiunto i primi posti tra gli Stati europei con una percentuale del 24,4% nel 2021, con un numero di NEET pari a 5.745.000.

Fonte: Eurostat - Neet 15-29 anni  
 Anno 2021


Per alimentare il desiderio di formazione, nel cuore dei giovani del territorio pugliese, l'A.p.s, che rivolge l'80% del sue iniziative al tema "Arte e Cultura", si impegna a realizzare corsi di preparazione e avviamento aggiornati con la supervisione di insegnanti riconosciuti e studenti del conservatorio di Bari. I corsi potranno essere seguiti in loco all'interno della struttura, in streaming o in differita grazie alle registrazioni accessibili da un portale dell'associazione. Il ricorso a servizi online che offrono formazione è ormai punto focale della nostra società, continuamente in evoluzione. Garantire la conoscenza e ampliare il bagaglio culturale è una delle missioni principali di L.U.L.S. che si occuperà della gestione, promozione e continua ricerca di strumenti e informazioni tali da arricchire e potenziare l'offerta formativa del territorio. Presa visione del repertorio S.I.A.E. si denota la presenza di oltre 62 milioni di opere di artisti italiani e internazionali, molti dei quali, pagano servizi di distribuzione e talvolta anche Etichette per la promozione e divulgazione delle stesse. L.U.L.S. per rispondere all'esigenza di migliaia di artisti presenti nel territorio barese, propone un servizio gratuito di approfondimento che tratterà i seguenti argomenti: distribuzione digitale, tutela del diritto d'autore e tutela del master.

**Conclusioni:** Facendo riferimento al Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza (PNRR), l'A.p.s L.U.L.S. si impegna nella realizzazione di materiale digitale e strumenti open source per rispondere al punto "M1", corsi di avviamento e formazione per il punto "M4", eventi dal vivo per il punto "M5" e campagne di sensibilizzazione per il punto "M6".

M1. DIGITALIZZAZIONE, INNOVAZIONE, COMPETITIVITÀ, CULTURA E TURISMO	PNRR (a)	React EU (b)	Fondo complementare (c)	Totale (d)=(a)+(b)+(c)
M1C1 - DIGITALIZZAZIONE, INNOVAZIONE E SICUREZZA NELLA PA	9,75	0,00	1,40	11,15
M1C2 - DIGITALIZZAZIONE, INNOVAZIONE E COMPETITIVITÀ NEL SISTEMA PRODUTTIVO	23,89	0,80	5,88	30,57
M1C3 - TURISMO E CULTURA 4.0	6,68	0,00	1,46	8,13
<b>Totale Missione 1</b>	<b>40,32</b>	<b>0,80</b>	<b>8,74</b>	<b>49,86</b>
M4. ISTRUZIONE E RICERCA	PNRR (a)	React EU (b)	Fondo complementare (c)	Totale (d)=(a)+(b)+(c)
M4C1 - POTENZIAMENTO DELL'OFFERTA DEI SERVIZI DI ISTRUZIONE: DAGLI ASIILI NIDO ALLE UNIVERSITÀ	19,44	1,45	0,00	20,89
M4C2 - DALLA RICERCA ALL'IMPRESA	11,44	0,48	1,00	12,92
<b>Totale Missione 4</b>	<b>30,88</b>	<b>1,93</b>	<b>1,00</b>	<b>33,81</b>

M5. INCLUSIONE E COESIONE	PNRR (a)	React EU (b)	Fondo complementare (c)	Totale (d)=(a)+(b)+(c)
M5C1 - POLITICHE PER IL LAVORO	6,66	5,97	0,00	12,63
M5C2 - INFRASTRUTTURE SOCIALI, FAMIGLIE, COMUNITÀ E TERZO SETTORE	11,17	1,28	0,34	12,79
M5C3 - INTERVENTI SPECIALI PER LA COESIONE TERRITORIALE	1,98	0,00	2,43	4,41
<b>Totale Missione 5</b>	<b>19,81</b>	<b>7,25</b>	<b>2,77</b>	<b>29,83</b>
M6. SALUTE	PNRR (a)	React EU (b)	Fondo complementare (c)	Totale (d)=(a)+(b)+(c)
M6C1 - RETI DI PROSSIMITÀ, STRUTTURE E TELEMEDICINA PER L'ASSISTENZA SANITARIA TERRITORIALE	7,00	1,50	0,50	9,00
M6C2 - INNOVAZIONE, RICERCA E DIGITALIZZAZIONE DEL SERVIZIO SANITARIO NAZIONALE	8,63	0,21	2,39	11,23
<b>Totale Missione 6</b>	<b>15,63</b>	<b>1,71</b>	<b>2,89</b>	<b>20,23</b>