

RELAZIONE DESCRITTIVA

(soggetta a pubblicazione nella sezione Amministrazione Trasparente del sito www.pc.camcom.it a norma di legge)

Descrizione del progetto

(Le indicazioni saranno impiegate per la valutazione del progetto a norma dell'art. 8 dell'Avviso)

Fornire la descrizione dell'idea progettuale con l'indicazione dei seguenti elementi:

ATTENZIONE: la sussistenza degli elementi indicati sarà richiesta ed esaminata anche in sede di predisposizione della documentazione consuntiva:

- . Tematica e obiettivo generale del progetto (si veda art. 1 dell'Avviso): Il territorio e la cultura, attraverso la valorizzazione della città di Piacenza è sicuramente il principale requisito a cui ha risposto questa prima edizione di "Summertime Piacenza", in collaborazione con l'Opera Pia Alberoni.
- . azioni nelle quali si articola il progetto: Nell'arco di due settimane a partire dal 21 giugno si sono concentrati i dieci concerti ambientati nella stupenda cornice del parco della Galleria Alberoni. I concerti hanno avuto un forte valore simbolico oltre che culturale perché si è trattato delle prime iniziative di musica dal vivo che si poteva tornare ad organizzare dopo le chiusure. Il Piacenza Jazz Fest aveva fatto il suo ultimo concerto il 24 ottobre 2020 e poi più nulla fino appunto ai concerti di "Summertime Piacenza". Grazie alla programmazione dei concerti l'Opera Pia Alberoni ha ideato tutta una serie di iniziative speciali denominate "Estate Alberoniana" che si sono svolte in concomitanza e che hanno segnato la riapertura al pubblico di alcuni spazi rimasti chiusi a lungo a causa della situazione pandemica e oggetto di importanti lavori di restyling.
- . data di inizio 21/06/2021, data di conclusione 03/07/2021
- . area geografica di riferimento: città di Piacenza e provincia, province limitrofe
- . obiettivo specifico che si intende raggiungere: favorire il ritorno alla cultura e l'accesso alla musica dal vivo dopo i lunghi periodi di isolamento sociale a causa delle restrizioni imposte dalla pandemia. Dare una concreta possibilità di lavoro ai musicisti e ai tecnici coinvolti nella realizzazione della rassegna dopo molti mesi di forzata inattività, mesi in cui per loro non era stato possibile lavorare dato che non potevano essere organizzati spettacoli dal vivo.

- . **destinatari:** tutti i cittadini di ogni livello socio-economico, dato che si è lasciato il costo del biglietto volutamente molto basso per dare la possibilità a chiunque di accedere.
- . **incidenza dell'iniziativa sul sistema socio-economico piacentino (riportare solo elementi individuabili oggettivamente a consuntivo: ad esempio n. coperti, n. presenze, n. pernottamenti, visualizzazioni di siti dedicati o di pagine social):** I musicisti in cartellone provenivano da tutta Italia, quindi si è reso necessario ospitarli, dai pernottamenti ai pasti. I musicisti ingaggiati sono stati in tutto 41 per altrettanti pasti. Per una trentina di loro si è reso inoltre necessario il pernottamento presso strutture della città. Vengono rimborsati anche i pasti al personale tecnico che allestisce i set degli spettacoli. Le presenze ai concerti sono state complessivamente n. 624. Il programma di questa rassegna come di tutte quelle ideate dal Piacenza Jazz Club ha trovato spazio sul sito dell'associazione che vanta in media n. 1.000 accessi al mese. Costante e continua la copertura sui social dell'associazione (profilo facebook che ha più di 13.000 follower, instagram con n. 2.500 e twitter con n. 1.300) con almeno un post al giorno a copertura della singola rassegna a partire dai giorni precedenti e fino a qualche giorno dopo la sua chiusura per una trentina su ciascuno dei social attivi, per non parlare delle stories di instagram, ancor più numerose. Sempre sul lato social, sono state fatte diverse sponsorizzate che, da sole, hanno portato ad avere 45.000 contatti di copertura con una media di 5.000 contatti a singolo post. L'iniziativa è stata anche pubblicizzata tramite cartellonistica e segnalazione sui principali siti di news del territorio piacentino e delle province limitrofe che ne hanno diffuso l'esistenza e hanno collaborato di buon grado alla sua capillare diffusione.
- . **elementi di novità e innovatività:** La novità di questa iniziativa è l'iniziativa stessa, che è stata progettata con questa formula per la prima volta. Un programma di concerti che si è svolto interamente in città e che ha visto succedersi quasi ogni sera per due settimane i musicisti nella cornice del parco della Galleria Alberoni (sulla via Emilia Parmense, a Piacenza).
- . **settori sui quali il progetto incide:** in prima battuta incide ovviamente sul sistema culturale della città di cui ha aumentato l'offerta in un momento delicato in cui altre realtà sono state costrette, quindi su quello sociale, dato il bisogno rilevato di ritrovarsi all'aria aperta a condividere delle emozioni con altre persone dopo lunghi mesi di isolamento. Non da ultimo anche il sistema economico ha avuto un impatto positivo, non solo la ristorazione e gli albergatori ma anche i musicisti stessi che non avevano avuto la possibilità di lavorare per lunghi mesi.

ALLEGATO A - RELAZIONE

- . **partnership:** l'iniziativa si è realizzata in collaborazione con l'Opera Pia Alberoni, ma di esclusiva competenza del "Circolo - Associazione Culturale Piacenza Jazz Club ANSPI - APS ETS"
- . **tipologia di azioni di comunicazione e promozione:** Come sempre il Piacenza Jazz Club crede molto nella necessità di promuovere le attività di cui si fa promotrice, con attività di promozione e comunicazione ad hoc mirate sulle singole rassegne. Questa in particolare ha visto l'ufficio stampa dell'associazione impegnato sul fronte della divulgazione tramite comunicati presso le redazioni locali, quelle delle province limitrofe e delle testate specializzate. La copertura del quotidiano Libertà, anche in virtù di una forte stima di cui gode l'associazione, ha garantito una copertura puntuale per ogni singolo concerto della rassegna. E' stato inoltre predisposto dall'agenzia di comunicazione Fausto Mazza Studio una brochure informativa che è stata stampata in XX copie e distribuita in città e provincia. Dei social media e del sito internet si è già detto sopra.
- . **sistema di misurazione dei risultati impiegato:**
- . **ulteriori indicazioni o elementi che si ritiene di segnalare:**
(sempre in coerenza con i criteri indicati all'art. 8, comma 4 dell'Avviso)