

Al fine di valutare l'ammissibilità e il merito dell'iniziativa è necessario sviluppare con soddisfacente ed adeguato svolgimento TUTTI i punti indicati di seguito

1 TITOLO DEL PROGETTO/INIZIATIVA

Supersound 2013

2 SOGGETTO ATTUATORE (chi richiede il contributo)

Materiali Musicali snc di Giordano Sangiorgi & c.

3 PERIODO E LUOGO DI SVOLGIMENTO (luogo di svolgimento e data di avvio e di termine dell'iniziativa - L'iniziativa deve effettuarsi nel corso dell'anno di concessione del contributo)

Centro Storico del Comune di Faenza – Piazza del Popolo, Palazzo Comunale, Piazza Nenni, Palazzo delle Esposizioni, Piazza Martiri della Libertà – 27, 28,29 settembre 2013

4 OBIETTIVI DEL PROGETTO, esplicitando in particolare:

4.1 Dimensione territoriale dell'impatto del progetto/iniziativa
(locale/provinciale/regionale/nazionale/internazionale)

L'iniziativa avrà carattere nazionale, coinvolgendo espositori, gruppi musicali, relatori e partecipanti alle iniziative gratuite di incontro appartenenti a tutto il territorio nazionale. A livello locale l'iniziativa coinvolgerà soggetti culturali, operatori, associazioni e pubblici esercizi del centro storico grazie anche alla collaborazione con le associazioni preposte al commercio.

4.2 Prodotti e/o servizi che si intende realizzare

La manifestazione è dedicata al mercato musicale in tutte le sue sfaccettature. Saranno presenti quindi espositori di prodotti musicali – etichette, gruppi autoprodotti, associazioni, distributori musicali e del settore dell'editoria indipendente. Sarà realizzata una parte espositiva in centro storico, verranno approntati due palchi per show case delle realtà partecipanti, nonché dei gruppi musicali appartenenti alla rete dei festival. Uno spazio particolare, sempre crescente negli ultimi anni, sarà dedicato agli incontri e alla formazione di giovani musicisti, con seminari e workshop presso le sale comunali, nonché un ricco cartellone di incontri, presentazioni e convegni sulle ultime tendenze musicali e sull'evoluzione del mercato. Tutte le iniziative saranno realizzate in collaborazione con i partner storici della manifestazione – riviste nazionali, radio e wb tv - molte delle quali saranno presenti anche fisicamente in appositi spazi. Saranno utilizzati come punti di animazione e di incontro anche diversi pubblici esercizi del centro storico.

4.3 Enti e soggetti istituzionali ed economici sul territorio coinvolti come partner nel progetto/iniziativa

Parteciperanno come partner al progetto il Comune di Faenza, Provincia di Ravenna, Regione Emilia Romagna, le associazioni facenti parte della Cabina di Regia del centro storico - Confesercenti, Ascom, Confartigianato e CNA – il Credito Cooperativo Ravennate e Imolese, nonché alcuni istituti culturali come Il Museo delle Ceramiche, la Pinacoteca.

4.4 Numero di imprese che si intende coinvolgere direttamente e indirettamente nel progetto/iniziativa

Si intendono coinvolgere nel progetto ca 120 imprese del settore discografico e musicale sia a livello nazionale che locale, più i pubblici esercizi del centro storico – ca 30 - e altre associazioni ed enti locali - ca 10.

- 4.5 Eventuali elementi di incidenza diretta e duratura sul sistema economico provinciale piuttosto che elementi indiretti o solo temporanei

La manifestazione valorizza le realtà locali che producono e promuovono attività legate al mercato musicale, dando la possibilità di instaurare rapporti e collaborazioni con attività ed operatori nazionali. Permette inoltre ai giovani musicisti ed operatori locali di poter partecipare gratuitamente a seminari di formazione e di aggiornamento. A livello più immediato la ricaduta si ha sugli esercenti commerciali del centro storico, coinvolti in prima persona nella manifestazione, e sulle strutture di alloggio che ospitano i vari partecipanti e pubblico.

...

- 4.6 Ricadute previste sull'economia ravennate e sulla promozione del territorio

Sicuramente il coinvolgimento degli operatori del centro storico avrà una ricaduta favorevole sulle loro attività, data anche dal fatto che la manifestazione è aperta e gratuita, e lo stesso dicasi per le strutture alberghiere e di B&B, permettendo ad un pubblico variegato per fasce di età e culturalmente interessato di venire a contatto con un territorio, anche per future permanenze in zona. Ricordiamo inoltre che la promozione del territorio viene effettuata durante tutto l'anno, sia con la partecipazione agli eventi nazionali - fiere, festival - con cui abbiamo rapporti di collaborazione, sia attraverso la vasta rete di partnership con enti, manifestazioni e operatori in tutta Italia.

5 DESCRIZIONE AZIONI PREVISTE

- 5.1 Progettazione e analisi del contesto

La città di Faenza, già sede delle prime quattordici edizioni del Mei, ha notevole rilevanza a livello nazionale per quanto riguarda la promozione della musica emergente dal vivo. Infatti, digitando Faenza e Musica in qualsiasi motore di ricerca, vediamo che diverse migliaia di pagine sono dedicate a questo. In quest'ottica, l'organizzazione di Supersound, come proseguimento e aggiornamento della manifestazione Mei, ha fatto sì di poter utilizzare i contatti e la credibilità accumulati in tanti anni nel contesto nazionale, coniugandoli con un coinvolgimento a tutto tondo della città e del territorio. Ricordiamo inoltre che Faenza è stata per anni una città con una forte presenza di band musicali e qui hanno prese le mosse diverse attività, fra cui quelle dei festival di musica giovanile, come Faenza Rock, uno dei più longevi e primi in Italia per genere e tipo.

- 5.2 Fasi della realizzazione del progetto

Il Progetto è quello di un grande festival/fiera con una parte espositiva e una parte di convegni e di formazione, il tutto all'interno di un contesto del centro storico con il coinvolgimento di operatori presenti in loco.

Possiamo suddividerlo in varie fasi organizzative:

1 - marzo/aprile - prima fase di contatti istituzionali e pre-organizzativi della manifestazione;

2 - aprile/maggio - fase organizzativa: scelta location, contatti con fornitori, prime comunicazioni ai partecipanti;

3 - giugno/settembre - iscrizione dei partecipanti, allestimento del programma di incontri e scaletta della manifestazione, stipula contratti con fornitori; allestimento location, reperimento personale di manifestazione, piano alloggi per ospiti;

4 - ultima settimana di settembre - manifestazione;

5 - ottobre/febbraio - chiusura manifestazione, report di chiusura, rendicontazioni, bilancio.

5.3 Promozione/comunicazione (descrivere anche le azioni di promozione del contributo camerale)

La promozione della manifestazione viene effettuata a partire dal mese di aprile con le prime informazioni relative a date e modalità di iscrizione, criteri di partecipazione dei gruppi musicali, e con il lancio di bandi e moduli di partecipazione per attività collaterali. Questo lavoro di segreteria e di diffusione di informazione prosegue poi per tutto in periodo fino alla manifestazione, con un aumento di comunicazioni nel periodo di settembre. Oltre alla nostra attività di ufficio stampa a livello locale, a livello nazionale la promozione viene effettuata tramite il coinvolgimento di due uffici stampa, uno deputato alla stampa cartacea/radio e tv nazionali, uno per la promozione sul web, solitamente entrambi attivi nel periodo giugno/settembre. Molta promozione viene effettuata via internet, con pubblicazione costante di aggiornamenti sul sito degli organizzatori e di scambio banner con altri partner. Viene effettuata una campagna stampa di inserzioni su riviste partner, e inoltre viene stampato materiale cartaceo – manifesti, programmi della manifestazione, inviti, volantini. Il materiale cartaceo viene distribuito soprattutto durante il periodo estivo presso manifestazioni partner e con cui abbiamo attivato delle collaborazioni su tutto il territorio nazionale. Il contributo camerale verrà messo in evidenza sul materiale cartaceo e nelle inserzioni su riviste e quotidiani, nonché sul sito degli organizzatori. Viene inoltre spedita una newsletter settimanale di aggiornamento a più di 100.000 contatti, che nel periodo agosto/settembre ha cadenza bisettimanale con tutti gli aggiornamenti e le novità.

5.4 Valutazione dei risultati (metodologie utilizzate per la valutazione qualitativa e quantitativa dei risultati).

Essendo la manifestazione a titolo gratuito, tranne che per pochi eventi, come la serata di premiazione presso il Teatro Masini che ha sempre registrato il tutto esaurito nelle precedenti edizioni, non è possibile fare una stima esatta dei partecipanti. Possiamo però valutare alcuni fattori e precisamente:

- **Il numero di presenze presso le strutture ricettive del territorio e di pasti somministrati presso i pubblici esercizi del centro storico;**
- **Il numero di articoli apparsi sulla stampa locale, nazionale, e sui siti web di riferimento, tramite la nostra rassegna stampa finale;**
- **Il numero di accessi al nostro sito internet www.meiweb.it , sito di riferimento della manifestazione;**
- **Il numero di richieste di informazioni e programmi presso l'ufficio della Pro Loco con cui collaboriamo abitualmente.**

6 ALLEGATI (documenti uniti in allegato alla relazione – facoltativi)

Faenza, 21 febbraio 2013

firma del legale rappresentante
(documento firmato digitalmente)

Nome e Cognome

Giordano Sangiorgi