

1 TITOLO DEL PROGETTO/INIZIATIVA:

#LEGALIVE.IT

Descrizione sintetica della iniziativa:

Progetto di valorizzazione della professione di artista e degli eventi artistici del territorio, con particolare riferimento al quadro normativo, al contesto di legalità della prestazione, alle procedure per l'organizzazione degli eventi di piccole e medie dimensioni, sia da parte dell'artista, che della committenza.

Il progetto prevede una prima fase, a livello provinciale, di sensibilizzazione e partecipazione degli utenti degli eventi di pubblico spettacolo dal vivo rispetto al reale valore economico generato e sostenuto.

In seconda battuta si prevede un evento-forum dedicato all'incontro tra addetti al settore per l'approfondimento del tema della legalità e delle buone pratiche di gestione economica relative all'attività artistica e musicale, al fine di creare un modello provinciale dello spettacolo dal vivo, sulla falsariga di altre iniziative di carattere simile.

Questo Evento sarà arricchito da attività di incontro fra domanda-offerta, approfondimenti normativi, tavoli di proposta, showcase, esibizioni di presentazione e coinvolgimento della cittadinanza.

2 SOGGETTO ATTUATORE (chi richiede il contributo)

S.I.CO.T. SRL

3 PERIODO E LUOGO DI SVOLGIMENTO (l'iniziativa dovrà essere conclusa e rendicontata entro il 31 marzo 2020)

Luogo di svolgimento:

Diversi eventi nel territorio comunale e provinciale (percorso di sensibilizzazione)
Artificerie Almagià, od altro luogo di analoghe caratteristiche (evento-forum)

Data di avvio e termine della iniziativa:

estate-autunno-inverno 2019

4 OBIETTIVI DEL PROGETTO

Valorizzare la figura dell'artista, sia come ambito professionale sia come strumento di promozione, al fine di creazione di sinergie con i soggetti che con l'artista s'intersecano, sia dal lato della committenza (organizzatori di eventi, pubblici esercizi, direzioni artistiche) sia dal lato tecnico (service, contabilità, sicurezza), sia da quello burocratico-istituzionale (pubbliche amministrazioni, diritto d'autore, gestione previdenziale).

Mappare e valorizzare il multiforme substrato culturale, le fucine di creatività e di esperienza sociale e ludica del territorio ravennate al fine di creare competitività fra le imprese creative e innovative sulla base di esperienze transnazionali.

Valorizzare talenti emergenti e fornire strumenti utili alla trasmissione dell'esperienza "live" lontana da logiche di mercato mordi e fuggi di una certa industria musicale.

esplicitando in particolare:

4.1 Ambito/i di intervento del progetto presentato in riferimento all'art. 2 del bando:

- attività d'informazione economica e assistenza tecnica alla creazione di imprese e start up, incluso il passaggio generazionale;

- informazione, formazione, supporto organizzativo e assistenza alle piccole e medie imprese per la preparazione ai mercati internazionali, con esclusione delle attività promozionali direttamente svolte all'estero;
- valorizzazione del patrimonio artistico e culturale;
- sviluppo e promozione dell'intera filiera del turismo;
- iniziative per la tutela ambientale nonché supporto alle piccole e medie imprese per lo sviluppo e il miglioramento delle conoscenze e delle condizioni ambientali;
- iniziative e progetti di orientamento al lavoro e alle professioni, alternanza scuola-lavoro;
- informazione e assistenza alle imprese sulla sicurezza, conformità, norme tecniche e legalità dei prodotti per la tutela del consumatore;
- sviluppo della cultura digitale, della digitalizzazione e del web marketing;
- qualificazione aziendale e dei prodotti, anche attraverso progetti di assistenza e benchmarking.

4.2 Motivazioni del richiamo ad uno o più ambiti di intervento di cui all'art. 2 del bando

- attività d'informazione economica e assistenza tecnica alla creazione di imprese e start up, incluso il passaggio generazionale: all'interno dell'evento-forum sono previste attività di approfondimento normativo e tecnico relativo al settore dell'artista, dedicate in particolare all'avvio d'impresa e ai soggetti che desidero perfezionarsi in forma imprenditoriale.

- valorizzazione del patrimonio artistico e culturale: intendendo la promozione e valorizzazione del tessuto artistico locale come una forma di patrimonio artistico e culturale diffuso e comunque come elemento premiale per la valorizzazione e promozione dei contesti locali.

- iniziative e progetti di orientamento al lavoro e alle professioni, alternanza scuola-lavoro: l'approfondimento normativo e il consolidamento di strutture intermedie di servizio per la gestione degli adempimenti a carico degli artisti e delle committenze, in ottica di creazione di un contesto di legalità, favorisce la crescita e l'espressione professionale dell'attività artistica

4.3 Dimensione territoriale del progetto/iniziativa:

- locale/provinciale nazionale internazionale

4.4 Elementi per l'identificazione della dimensione territoriale dell'impatto del progetto/iniziativa

Secondo i dati SIAE (Osservatorio dello Spettacolo), su tutto il comparto delle Arti e dello Spettacolo, all'interno della Regione Emilia-Romagna, la provincia di Ravenna si colloca:

- al 3° posto dopo Bologna e Rimini per quanto riguarda ingressi, presenze, spesa al botteghino e spesa del pubblico;

- al 4° posto dopo Bologna, Modena e Rimini per quanto riguarda il volume d'affari;

- al 6° posto dopo Bologna, Forlì-Cesena, Rimini, Reggio e Modena per quanto riguarda il numero di spettacoli;

Il dato, proporzionato anche in base alla popolosità ed alla dimensione dei centri urbani delle altre provincie classificate, pone il territorio provinciale ravennate fra quelli più vivaci, a livello regionale, in termini di espressione dell' "industria" artistica e musicale.

La Regione Emilia-Romagna, a sua volta, grazie ai grandi centri urbani emiliani ma in particolare all'attività della Riviera, si trova in una posizione di forte crescita rispetto ai principali centri aggregatori delle macro-aree di Milano o Roma.

Il contesto locale è quindi, in potenziale, particolarmente fertile e ricettivo all'impatto del progetto, proprio perché l'Arte, oltre che come forma di espressione autonoma e di professione, svolge in questo territorio un compendio al turismo e alla valorizzazione dei luoghi e delle esperienze.

4.5 Prodotti e/o servizi/iniziative che si intende realizzare

In primis occorre distinguere fra prodotti/servizi materiali ed i relativi obiettivi immateriali:

1. Evento-forum denominato #LEGALIVE.IT di approfondimento ed inquadramento normativo e tecnico, spazi showcase (aree per esibizioni artistiche, spazi espositivi per soggetti della filiera di settore), incontri domanda-offerta.

OBIETTIVI SECONDARI:

- Creare una cultura della legalità:

Attraverso un'azione congiunta fra soggetti operanti, si deve poter sperimentare una nuova forma di gestione economica dell'evento *live*, che mantenga in vita tutti i soggetti coinvolti, attraverso un'operazione che renda appetibile ed intelligente lo svolgimento delle corrette pratiche economiche.

- Creare nuove professionalità:

Attraverso la condivisione degli intenti e la partecipazione dei soggetti istituzionali, occorre agire sulle tariffe che costituiscono lo spettacolo dal vivo, lottando contro il sommerso e dando il corretto valore a professioni oggi poco riconosciute. A tal proposito, l'incontro con esperti risulta fondamentale.

- Creare nuove opportunità:

Attraverso l'adeguamento dei costi che permettano la possibilità di integrare Artisti della zona con altri provenienti da altre Regioni in modo da favorire le sinergie ed evitare le ripetizioni.

Attraverso il rilancio della creatività, delle nuove opere e della circuitazione di esse, nonché della valorizzazione dell'esperienza *live* come veicolo culturale e sociale di valori condivisi.

- Creare opportunità di nuova socialità:

Attraverso la promozione di un brand fresco e spontaneo, *casual* e profondo allo stesso tempo, in grado di fidelizzare i sostenitori della musica dal vivo al passaparola e catturare gli indecisi.

- Recuperare dati:

Attraverso una corretta analisi di politiche idonee a confermare la fiducia delle istituzioni per incrementare un'economia esistente, mal distribuita e spesso sommersa.

2. Campagna informativa e di sensibilizzazione denominata “#MUSICA A 0,99 €”, che prevede la collaborazione con una serie di location (<200pax) che presentano caratteristiche idonee allo spettacolo dal vivo: negli stessi, di concordia col gestore, sarà veicolato alla clientela il messaggio che prevede il pagamento di 0,99€ a persona per la partecipazione attiva allo svolgimento dell'evento.

Il prezzo stesso è fissato in 0,99€ sulla base del costo della canzone singola attuato dalle più importanti piattaforme di distribuzione musicale diffuse a livello mondiale.

La richiesta specifica di un piccolo onere di circa 1€ (euro) a persona ha lo scopo di evidenziare la sostanziale gratuità dei piccoli eventi, considerati minori, effettuati come

entertainment presso i pubblici esercizi rispetto alla forbice di prezzo, talvolta troppo ampia, dei grandi eventi: mentre infatti è considerato normale acquisire biglietti per i grandi eventi anche a cifre molto elevate, così non è per i piccoli eventi, che vengono percepiti come gratuiti. Ciò contribuisce a consolidare un trend dove i grandi nomi e i grandi eventi aumentano esponenzialmente i numeri e gli incassi, mentre diventa sempre più difficile crescere dal basso.

OBIETTIVI SECONDARI:

- Creare una rete di locali:

Attraverso il coordinamento e la consociazione, le realtà operanti nel territorio, quali locali, teatri, altre associazioni e luoghi deputati alla fruizione della musica dal vivo, possono partecipare alla campagna “MUSICA A 0,99 €” per la creazione di un vero progetto (ripetibile) di scambio e fidelizzazione sulla qualità delle proposte.

- Creare un ascolto nuovo:

Attraverso la partecipazione attiva allo spettacolo dal vivo NON solamente trainato dalla gratuità, si può favorire un coinvolgimento ed una maggiore consapevolezza ed educazione all’ascolto.

- Creare legalità:

Attraverso la condivisione degli intenti e la partecipazione dei soggetti istituzionali, occorre agire sulle tariffe che costituiscono lo spettacolo dal vivo, contrastando il sommerso, gli sprechi e la burocrazia.

- Creare opportunità di nuova socialità:

Attraverso la promozione di un brand fresco e spontaneo, *casual* e profondo allo stesso tempo, in grado di fidelizzare i sostenitori della musica dal vivo al passaparola e catturare gli indecisi.

- Creare opportunità di ricambio e direzione artistica:

Attraverso l’abbassamento dei costi, permettere la possibilità di integrare Artisti della zona con altri provenienti da altre Regioni in modo da favorire le sinergie ed evitare le ripetizioni.

- Recuperare dati:

Attraverso una corretta analisi di politiche idonee a confermare la fiducia delle istituzioni per incrementare un’economia esistente, mal distribuita e spesso sommersa.

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

Soggetti Pubblici

Camera di Commercio, Industria, Artigianato ed Agricoltura della Provincia di Ravenna

Soggetti Privati

Blues Eye APS

Confesercenti

Assoartisti

SIAE

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

dai 5 ai 10 pubblici esercizi per la campagna “Musica a 0,99 €”

almeno 3 imprese operanti nel settore del service audio-video

almeno 3 imprese operanti nel settore delle perizie tecniche

almeno 3 imprese operanti nel settore della Safety & Security

1 impresa di comunicazione/grafica

1-2 imprese pubblicitarie ed editoriali

molteplici imprese agenti come committenti negli eventi artistici/musicali, da coinvolgere nell'incontro fra domanda-offerta

4.8 Modalità di coinvolgimento delle imprese nell'ambito del progetto/iniziativa

- Per la campagna “Musica a 0,99 €”: contatto diretto (od eventuale candidatura) ai pubblici esercizi che effettuano eventi di *entertainment* sulla base di parametri che prendano in considerazione le dimensioni del locale, la condivisione della carta dei valori sulla legalità della professione artistica, il numero di eventi promossi, la tipologia di eventi promossi, la sensibilità verso i progetti emergenti e le novità del settore, la collocazione geografica (Centri Storici, Riviera, Periferie, Centri minori).

- Per l'evento-forum (espositori) : - tramite invito alle imprese del territorio operanti nei settori coinvolti, selezionate in base all'interesse e alla copertura di una quota di partecipazione.

- tramite invito alle imprese del territorio specificatamente attenti al settore turistico e culturale in base all'interesse e alla copertura di una quota di partecipazione.

- Per l'evento-forum (fruitori): invito a tutte le imprese interessate tramite forme di pubblicità varie ed inviti diretti

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

Capacità di rendere il territorio ravennate avanguardia nella discussione e nella valorizzazione dell'attività artistica come espressione anche professionale, con positive ricadute in termini di immagine e di *placement* territoriale.

Capacità di rendere la provincia più appetibile alle imprese operanti nel settore della produzione di eventi con ricadute economiche sull'intero territorio.

Possibilità di creare dei circuiti sinergici (sia fra gli Artisti, sia fra i committenti, sia misti) in grado di costruire economie di scala capaci di abbattere i costi legati all'organizzazione di eventi.

Possibilità di comunicare nuovi linguaggi musicali/artistici e gli attuali contenuti ad un livello professionale in grado di attirare utenti locali e occasionali, anche al di fuori dei

mesi estivi, valorizzando quel carattere di socialità a metà strada fra lo stabilimento balneare, la balera e la discoteca, assolutamente tipiche del nostro territorio.

Affermazione di una campagna assolutamente innovativa nel panorama italiano, capace di attrarre visibilità ed adesione anche al di fuori dell'area provinciale.

Capacità di creare una prima rete di natura provinciale estendibile all'intero territorio regionale.

In concomitanza dell'evento-forum, possibilità di promuovere Ravenna come Città "Artist Friendly"

4.10 Ricadute positive previste sull'economia e sulla promozione del territorio di riferimento

Rendere in primis il capoluogo e successivamente l'intero territorio provinciale un contesto dove non solo si organizzano eventi e si valorizza l'Arte, ma si lavora al fine di ottimizzarne il funzionamento e di promuoverne l'azione.

5 DESCRIZIONE AZIONI PREVISTE

5.1 Progettazione e analisi del contesto

Individuazione del brand comunicativo generale e delineazione del percorso progettuale

Progettazione della campagna "Musica a 0,99 €":

- programmazione della campagna
- individuazione dei locali-partner
- individuazione dei contenuti e comunicazione

Progettazione evento-forum #LegaliveIt:

- Identificazione dei contenuti dell'evento-forum
- creazione delle partnership istituzionali
- organizzazione dei tavoli di approfondimento
- individuazione degli spazi espositivi e degli showcase artistici
- definizione della campagna comunicativa

5.2 Fasi della realizzazione del progetto

- Progettazione e budget previsionale della stessa
- Programmazione della campagna "Musica a 0,99 €" con evento-forum di chiusura
- Apertura dei tavoli di discussione con i partner per l'identificazione dei contenuti
- Coinvolgimento dei locali-partner, selezione e informazione
- Individuazione degli eventi oggetto della campagna
- Coinvolgimento dei partner istituzionali
- Organizzazione logistica e tecnica dell'evento-forum
- Campagna di comunicazione

- Svolgimento dell'evento-forum

- Attività di rendicontazione dell'iniziativa e prosecuzione del progetto nel 2020.

5.3 Promozione/comunicazione (descrivere le azioni promozionali previste anche in merito alla evidenza del sostegno camerale di cui all'art. 10 del bando)

Promozione tramite campagna web sui social networks

Promozione tramite materiale comunicativo della campagna "Musica a 0,99€"

Promozione in loco all'interno degli eventi oggetto della campagna

Promozione tramite banner sui siti d'informazione online

Promozione tramite redazionali sulle testate d'informazione

Promozione all'interno dell'evento-forum

5.4 Valutazione dei risultati (metodologie che si intende utilizzare ai fini della valutazione qualitativa e quantitativa dei risultati).

Dati raccolti durante gli eventi della campagna (budget raccolto, spettatori intervenuti, risalto mediatico)

Affluenza all'evento-forum

Riscontri sulle sinergie creatisi nel settore artistico (aggregazioni, partnership)

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

...

Luogo e data
Ravenna, 15 marzo 2019

firma del legale rappresentante
(documento firmato digitalmente)
Roberto Lucchi
Roberto LUCCHI