



Provincia di Lecco

***C'È ARIA DI SPETTACOLO.
IL PUBBLICO AL CENTRO DELLA SCENA.***

Descrizione dettagliata del progetto

1. Contesto progettuale

La Provincia di Lecco, negli ultimi anni, ha indirizzato la propria politica culturale alla creazione di una **rete diffusa** di partner pubblici e privati in grado di incentivare, nell'ambito dello spettacolo dal vivo, un'offerta ricca di stimoli per il territorio.

Il progetto di rete ***C'è aria di spettacolo*** (2008, 2009 e 2010), cofinanziato da Fondazione Cariplo a valere sul bando "Creare e consolidare Reti per la diffusione delle arti dal vivo", promosso in stretta relazione con le istituzioni e le comunità locali, ha dato visibilità nuova alle molteplici e diverse progettualità (festival), identificandosi mediante uno stile di promozione unico e personale, che ha saputo attrarre nuovo pubblico.

Radicato nella storia culturale di questo territorio, il progetto si è distinto per impegno, continuità e attenzione all'innovazione. Gli Enti pubblici e gli operatori, in un rapporto positivo tra pubblico e privato, hanno saputo "disegnare diverse aree", hanno creato fonti di crescita artistica e culturale, di coesione sociale e di sviluppo economico, con la convinzione e condivisione che il rafforzamento della capacità critica e degli indirizzi identitari di un territorio, si perseguono solo in presenza di una forte offerta culturale.

Gli spettacoli dei festival, **oltre 100** per ogni edizione, hanno rappresentato per il pubblico lecchese l'occasione di riconoscersi nei propri luoghi e apprezzarne la bellezza (scorci di laghi, colline e monti, borghi storici, beni culturali, artistici e



architettonici), avviando un processo di riscoperta degli stessi, con la possibilità di godere di una vivibilità nuova degli spazi utilizzati.

La sfida principale è stata quella di agire sulla dimensione culturale, catturando il pubblico locale, stimolando partecipazione e coinvolgimento, mediante una programmazione di qualità e spesso sorprendente, e posizionando i festival tra i principali appuntamenti culturali del territorio.

I festival compresi in *C'è aria di spettacolo*, passati da sei a otto, infine a dieci nell'ultima edizione (*Saltimfestival, I luoghi dell' Adda, Musicomedians, La Leggenda della Grigna, Il Giardino delle Esperidi, Paesaggi teatrali, Arteatro 2010, L'Ultima luna d'estate, Caffeine.01 e Circuiti Teatrali Lombardi*), hanno reso fruibile una programmazione differenziata per tipologia ed equilibrata a livello sia temporale, sia territoriale.

Gli spettacoli, gratuiti o con costi accessibili, sono stati fruiti da un pubblico eterogeneo.

A seguito di una crescita continua e proficua, il settore dello spettacolo nel suo complesso ha raggiunto in provincia di Lecco un soddisfacente grado di maturità e stabilità, con un maggiore coinvolgimento individuale, portando lo spettatore ad attendere gli eventi, estendendo realmente la partecipazione dei cittadini e conquistandone consenso e fiducia. Non solo, si è creata anche una correlazione positiva tra l'offerta qualificata da parte della struttura culturale di tutti i soggetti coinvolti e il grado di fedeltà/livello di fidelizzazione da parte degli utenti.

L'attuale situazione di crisi, che si traduce in un decremento di risorse pubbliche, fondamentali per il settore culturale, e in un minore potere d'acquisto dei cittadini, ha prodotto una riduzione di risorse per lo spettacolo. Crisi, non solo economica, come rileva il 44° Rapporto sulla situazione sociale del Paese 2010 della Fondazione Censis, ma sociale: "un paese appiattito, ripiegato su se stesso, apatico e senza progettualità"; e allora «tornare a desiderare è la virtù civile necessaria per riattivare la dinamica di una società troppo appagata e appiattita».

Questo induce a un forte impegno progettuale che chiama le istituzioni pubbliche, i privati e gli operatori culturali, a uno sforzo di collaborazione e di messa in comune delle risorse disponibili, cercando di trarre il massimo valore possibile, al fine di non vanificare l'investimento fatto di idee, progettualità, professionalità maturato in



questi anni, e puntando a sviluppare fattori innovativi, sempre mantenendo alta la qualità degli eventi.

In questo scenario, è evidente come le attività e le iniziative di promozione della cultura teatrale e di spettacolo siano fondamentali allo scopo di mantenere lo “zoccolo duro” del pubblico già affezionato e di avvicinare nuovo pubblico attraverso l’attivazione di strategie atte a introdurre fattori qualitativi e innovativi di fruizione, condivisione e partecipazione, agendo sia sull’offerta da qualificare ulteriormente, sia sulla ricerca di un rapporto equilibrato tra sostenibilità economica e qualità.

2. Obiettivi del progetto

A fronte della situazione descritta, sulla base dei positivi risultati ottenuti nel triennio 2008-2010 e pur in presenza delle difficoltà evidenziate, la Provincia, insieme agli enti e operatori culturali coinvolti, intende confermare per l’anno 2011 l’impegno, attraverso l’ideazione e il sostegno di un progetto innovativo volto a:

- favorire la crescita quantitativa del pubblico;
- formare il pubblico;
- incoraggiare l’incontro delle diverse tipologie di pubblico.

Il progetto intende mettere in campo azioni dirette a **stimolare il pubblico a una maggiore partecipazione ai festival**, mediante una programmazione attesa e sorprendente, incrementando il carattere innovativo della programmazione.

In particolare, per quanto riguarda l’offerta si intende:

- **innovare** la produzione e la programmazione, sia sotto il profilo artistico sia in rapporto ai linguaggi espressivi, inserendo nei programmi **eventi speciali** in connessione con altre progettualità del territorio, prime nazionali, testi inediti e spettacoli di particolare richiamo per il pubblico, anche con respiro europeo;
- **indirizzare** l’offerta verso forme di spettacolo capaci di inglobare diversi linguaggi, attraendo un pubblico più articolato e differenziato rispetto a quello tradizionale.

Il progetto prevede di mettere in campo attività e strumenti per la **formazione dello spettatore**, attraverso:



- il consolidamento del pubblico di riferimento in termini quantitativi e qualitativi;
 - l'allargamento e la differenziazione del pubblico (trasformando il pubblico da potenziale a reale);
 - la creazione di spettatori consapevoli, informati e in possesso di strumenti critici, attivi, partecipi e fedeli alla vita del teatro,
- con l'intento di creare un legame forte tra spettatore ed eventi e, conseguentemente, un pubblico sempre meno occasionale, ma fedele e affezionato a un luogo in cui è chiamato a vivere le proprie esperienze.

Al fine di creare un incontro tra i diversi target di pubblico già fidelizzato ai singoli festival, si intende proseguire e potenziare la **strategia di comunicazione** sperimentata con successo nelle precedenti edizioni.

La comunicazione coordinata e condivisa, adottata e sviluppata in questi anni, ha fatto emergere l'identità del progetto e ha consentito di renderlo maggiormente percepito sia all'interno dagli operatori, sia all'esterno dal pubblico. La comunicazione verrà potenziata attraverso azioni mirate a favorire la migrazione delle diverse fasce di pubblico (residenti, visitatori e turisti) tra un festival e l'altro e tra un'area territoriale e l'altra, affinché ogni festival agisca come volano per gli altri festival, cercando di catturare quelle fasce di popolazione che per ragioni culturali e socio-economiche hanno maggiore difficoltà e consuetudine ad avvicinarsi allo spettacolo dal vivo.

Verranno poi utilizzate metodologie di comunicazione adatte al coinvolgimento di un pubblico giovane, quali **nuove tecnologie informatiche** e social network, al fine di **avvicinare** nuove fasce di pubblico, incrementando il numero complessivo degli spettatori.

I **festival** saranno inoltre **promossi in collegamento con altri eventi** di particolare richiamo e attrazione di un pubblico che non frequenta abitualmente il teatro, quali progetti di valorizzazione del patrimonio culturale della provincia che mettono in rete diverse istituzioni culturali.

3. Strategia di intervento

(Modalità di intervento e azioni progettuali)

La Provincia di Lecco è di nuovo in scena con 8 festival tra i più interessanti del territorio, e i suoi oltre sessanta soggetti pubblici e professionisti teatrali che



hanno parte attiva nella gestione di un progetto che agisce su vari livelli di intervento che hanno tra loro reciproci momenti di avvaloramento, in un percorso condiviso che abbina un ampio cartellone di qualità a luoghi di suggestione.

I festival possono essere considerati come un comparto specifico del settore dello spettacolo dal vivo, dotato di connotazioni peculiari che ne caratterizzano la fisionomia. Si tratta dei più complessi tra i prodotti culturali; infatti, non si presentano al pubblico solo attraverso momenti artistici isolati, ma si posizionano sul mercato in chiave fortemente simbolica, offrendo una esperienza unica e complessa, ricca di valenze e attributi, sia materiali sia immateriali: una vetrina di prestigio e uno strumento di sviluppo turistico ed economico per la collettività. Eventi che si caratterizzano per un elevato grado di coinvolgimento emotivo da parte del pubblico, il quale ricerca la soddisfazione di un bisogno di aggregazione, per condividere esperienze e sentirsi parte di una comunità.

La nuova proposta intende potenziare “C’è aria di spettacolo”, capitalizzando i risultati conseguiti nel triennio 2008-2010.

Provincia di Lecco
15° ANNO
1995-2010

fondazione cariplo

C'È ARIA di SPETTACOLO

Comune di Amore-Bianza
Comune di Brivio
Comune di Inverigo-Cereda
Comune di Oleggio
Comune di Sesto San Giovanni
Comune di Santa Maria Ilia
Comune di Valassina, Valmorea, Val d'Esio e Belfrate
Comune di Varenna

C'È ARIA di SPETTACOLO
2010-2011

**Rassegne
e festival
in provincia di Lecco**

www.provincia.lecco.it

INFO: Provincia di Lecco - Servizio Cultura, Beni Culturali, Identità e Tradizioni 0341 295475



I luoghi dell'Adda dal 23 maggio al 25 giugno nei comuni dell'Adda ENTE CAPOFILA: Comune di Brivio DIREZIONE ARTISTICA: Teatro invito / Ultima Luna 6ª edizione www.ultimaluna.org	Saltimfestival dal 29 maggio al 6 giugno nell'area oggionese ENTE CAPOFILA: Comune di Annone Brianza DIREZIONE ARTISTICA: Elisabetta Cavana 11ª edizione www.teatroviaggiante.it
Musicomedians il 4, 5 e 6 giugno a Villa Greppi di Monticello Brianza ENTE CAPOFILA: Consorzio Brianteo Villa Greppi DIREZIONE ARTISTICA: Flavio Oreglio 4ª edizione www.musicomedians.it www.villagreppi.com	Il Giardino delle Esperidi dal 11 al 27 giugno nei monti e sui sentieri del Monte di Brianza ENTE CAPOFILA: Comune di Santa Maria Hoe DIREZIONE ARTISTICA: Scarlattino Teatro 6ª edizione www.scarlattinoteatro.it
La leggenda della Grigna a luglio e agosto in Valsassina ENTE CAPOFILA: Comunità Montana Valsassina, Valvarrone, Val D'Esino e Riviera DIREZIONE ARTISTICA: Il Cerchio Tondo 3ª edizione	Paesaggi teatrali dal 23 luglio al 28 agosto nei comuni del Lario e della Valsassina ENTE CAPOFILA: Comune di Dervio DIREZIONE ARTISTICA: Accademia delle Arti per l'Infanzia 10ª edizione
Arteatro 2010 dal 21 al 28 agosto nell'area del caloziese ENTE CAPOFILA: Comune di Calozziocorte DIREZIONE ARTISTICA: Paolo D'Anna 5ª edizione www.arteatroonline.org	L'ultima luna d'estate dal 27 agosto al 5 settembre nell'area del Parco di Montevicchia e Valle del Curone ENTE CAPOFILA: Consorzio Brianteo Villa Greppi DIREZIONE ARTISTICA: Teatro invito / Ultima Luna 13ª edizione www.ultimaluna.org
Caffeine 1/10 - Merate danza da settembre a ottobre nell'area del meratese ENTE CAPOFILA: Comune di Merate DIREZIONE ARTISTICA: Piccoli Idilli 1ª edizione	Circuiti Teatrali Lombardi da novembre 2010 ad aprile 2011 nei teatri del territorio ENTE CAPOFILA: Provincia di Lecco DIREZIONE ARTISTICA: Alberto Bonacina 8ª edizione www.circuititeatralilecco.it

I festival organizzati nel 2011 sono:

SALTIMFESTIVAL

12ª edizione

Una kermesse, con al centro il teatro di strada, che vede le piazze di alcuni Comuni dell'area oggionese trasformarsi in un palcoscenico all'aperto con artisti di strada provenienti anche dai paesi europei, che si esibiscono in spettacolari performance legate alla giocoleria e all'arte circense adatte a un pubblico di piccoli e grandi spettatori



I LUOGHI DELL'ADDA

7^a edizione

Un intreccio di arte e natura che guida gli spettatori alla riscoperta di angoli e spazi suggestivi del territorio lungo il fiume Adda con spettacoli teatrali e musicali di pregio artistico.



LA LEGGENDA DELLA GRIGNA

4^a edizione

Festival di teatro di figura tra i comuni e i monti della Valsassina con spettacoli di teatro popolare e attività ludiche rivolte a un pubblico di bambini e ragazzi.



PAESAGGI TEATRALI - SCORCI DI TERRA E ACQUA

11^a edizione

Un percorso nel teatro rivolto a un pubblico di residenti e turisti in luoghi e ambienti suggestivi lungo la sponda orientale del Lario che diventano per l'occasione straordinari palcoscenici

C'è aria di spettacolo. Il pubblico al centro della scena.



IL GIARDINO DELLE ESPERIDI

7^a edizione

Danza, musica, teatro e poesia nei borghi e sui sentieri del Monte di Brianza tra ville di delizia, antiche pievi e paesaggi mozzafiato. Prime nazionali e spettacoli che accompagnano il pubblico in un territorio che si fa poesia e paesaggio tra Campsirago e il Monte Barro.



ARTEATRO

6^a edizione

Nell'area della Valle San Martino momenti di spettacolo che si svolgono nella suggestiva cornice del Monastero di Santa Maria del Lavello lungo il fiume Adda.



L'ULTIMA LUNA D'ESTATE

14^a edizione

Cartellone stimolante e innovativo capace di soddisfare i gusti di una platea eterogenea con spettacoli che coniugano interessi di tipo culturale, ambientale, turistico ed enogastronomico in luoghi di pregio artistico e paesaggistico nell'area di Montevicchia e della Valle del Curone.

C'è aria di spettacolo. Il pubblico al centro



CAFFEINE 2/11 – MERATE DANZA

2^a edizione

Una rassegna di teatro-danza che sperimenta in provincia di Lecco questa forma d'arte particolarmente apprezzata dai giovani, utilizzando luoghi "inusuali" per promuovere il linguaggio della danza contemporanea nelle piazze e nei giardini.

Ogni festival si connota con un genere diverso (dal teatro di narrazione al teatro di ricerca e innovazione, dal teatro di strada e circense al teatro-danza, dal teatro di figura e teatro ragazzi a interventi multidisciplinari di musica, poesia, letteratura), mediante eccellenze riconosciute dal pubblico esperto e neofita, che esprimono al meglio la propria suggestione interagendo con l'ambiente naturale e paesistico del territorio. Paesaggi lacustri, fluviali, collinari e montani, filatoi, abbazie, ville di delizia, borghi storici, monasteri e chiostri, chiese, piazze, luoghi di interesse storico-culturale, artistico e architettonico diventano i singolari palcoscenici di una trama di eventi di spettacolo dal vivo, occasione e pretesto per approfondire la conoscenza di luoghi carichi di suggestione per bellezza e memoria storica (ad esempio la chiesa sconsacrata di S. Michele al Monte Barro, la Riva Bianca di Lierna, l'antico borgo di Campsirago, il Mulino Tincati a Olgiate Molgora, la Chiesa di Ello, il Chiostro e l'antica Chiesa a Perego, il Castello di Cernusco, le Cascine e le Ville della Brianza, l'Abbazia di Piona, il Monastero di S. Maria del Lavello di Calolziocorte, Monastero della Misericordia di Missaglia, i parchi, i centri storici, i monti della Valsassina).



I festival sono organizzati, come per gli anni precedenti, in stretta collaborazione con i partner pubblici, attraverso la condivisione di “**accordi di partenariato**” che consentono di instaurare rapporti stabili e modalità di gestione collaudate.

Una rete di relazioni virtuosa fondata su un triangolo tra Provincia, Comuni e Associazionismo, punto di forza del progetto, che ha visto crescere negli anni il numero dei soggetti pubblici e privati coinvolti e, conseguentemente, ha evidenziato:

- la crescita delle competenze organizzative e gestionali;
- la stabilizzazione dei festival nelle diverse aree territoriali e il loro conseguente radicamento;
- l'aumento della qualità delle proposte e della loro diversificazione.

a) Modalità di realizzazione dell'intervento

Le azioni portate avanti nelle tre precedenti edizioni hanno favorito la diffusione di “buone prassi”, creando una **rete culturale** in sintonia con i soggetti pubblici e privati per una più equilibrata e razionale distribuzione territoriale, temporale e tipologica dell'offerta, radicando i festival nelle differenti aree del territorio e intensificando il legame fra offerta di spettacolo e cittadini per un pieno sviluppo delle risorse culturali, storico-artistiche, turistiche, naturali ed economiche del territorio. Tale metodologia ha mantenuto costante il numero di spettatori per i primi due anni e ha innalzato le presenze del 30% nel 2010, con un numero di spettacoli che è rimasto più o meno invariato nelle singole edizioni.

E' apprezzabile il fatto che i festival siano **appuntamenti attesi** dal pubblico ed estesi nel tempo, punto di partenza e momento di valutazione delle attività proprie dello “spettacolo dal vivo” e dei progetti ad esso annessi, in particolar modo spunto di riflessioni, considerazioni, decisioni da assumere in merito agli investimenti con i quali si è dato e si dà vita alle politiche culturali del territorio.

Ci sono tutte le condizioni per considerare i festival teatrali quale motore di crescita economica e turistica. E' interessante infatti notare come quest'anno abbiano risposto positivamente sponsor privati mettendo a disposizione risorse indispensabili per la realizzazione dei festival e per la loro comunicazione.

In questi anni è stata realizzata l'**attività di monitoraggio** degli spettatori che hanno frequentato gli eventi, per conoscere il pubblico reale: composizione, esigenze, gusti e aspettative.



Dall'analisi dei dati si evince quanto segue:

- in merito alla promozione e comunicazione, nel 2008 il canale maggiormente efficace nel reclutamento degli spettatori è stato il “passaparola”, mentre nel 2009 e 2010 maggiormente efficaci sono stati gli stampati (locandine, brochure e cartoline). Questo dimostra che la strategia di comunicazione condotta in modo coordinato e condiviso è stata premiante nel reclutamento degli spettatori;
- in merito al pubblico, nei tre anni, si è verificato un aumento degli spettatori affezionati e un decisivo aumento di gradimento dell'offerta culturale.

Anche per l'edizione 2011 sarà somministrata con sistematicità la distribuzione al pubblico dei questionari, attività degna delle indicazioni di marketing culturale. Il richiamo alla collaborazione del pubblico, invitato a partecipare e a offrire il proprio sostegno alle attività teatrali, crea un legame diretto e personalizzato con gli spettatori, il cui contributo viene valorizzato, documentato e pubblicizzato attraverso l'analisi e diffusione dei dati raccolti.

Le strategie adottate nella progettualità qui presentata sono orientate a mantenere e potenziare i risultati conseguiti negli anni precedenti, puntando l'attenzione sul pubblico per restituirgli centralità e protagonismo e sui fattori innovativi di fruizione dell'offerta culturale.

In particolare è necessario:

- **formare** il pubblico, per renderlo maggiormente partecipe e consapevole del proprio ruolo, favorendo l'accesso allo spettacolo quale strumento di promozione culturale, sociale e civile;
- **rafforzare** la rete dei soggetti pubblici e privati per l'attuazione di programmi capaci di valorizzare le risorse culturali presenti nei territori, in grado di generare positive ricadute economiche (imprenditoria locale, indotto turistico-culturale), in quanto il crescente consumo culturale può essere sollecitato e favorito soltanto da una organizzazione adatta a tale scopo;
- **adottare modalità di comunicazione** volte a massimizzare l'accesso di quelle fasce di popolazione che, per ragioni culturali e socio-economiche, hanno maggiore difficoltà e consuetudine ad avvicinarsi allo spettacolo dal vivo, adottando attività di promozione mirate;
- **promuovere** una comunicazione coordinata degli eventi per un più ampio e diffuso accesso ai consumi di spettacolo, favorendo pari opportunità di fruizione, anche in aree più disagiate;



- **avvicinare** nuove fasce di pubblico, in particolare i giovani, incrementando il numero complessivo degli spettatori.

b) le azioni in cui si articola il progetto

Tempi di realizzazione: dal 1 luglio 2011 al 30 ottobre 2011.

Le azioni messe in campo nel 2011 sono finalizzate tutte a sensibilizzare il pubblico favorendo la crescita quantitativa e la sua formazione.

Il progetto ruota attorno a due cardini fondamentali: l'offerta di teatro d'arte (e soprattutto di innovazione) e l'attenzione prioritaria verso il pubblico.

1. INNOVAZIONE NELLA PROGRAMMAZIONE DEI FESTIVAL

La programmazione degli 8 festival punta su fattori qualitativi e innovativi di fruizione, condivisione e partecipazione e prevede un rinnovamento delle proposte artistiche e uno sviluppo della cultura teatrale che comprende una pluralità di generi, nell'ambito di un coerente progetto culturale realizzato in un arco di tempo prolungato e in diverse aree territoriali.

Gli operatori teatrali individuati hanno il compito di programmare i cartelloni, creando percorsi specifici e differenziati, pensati ad hoc per le diverse fasce di età e tenendo conto delle esigenze e caratteristiche del contesto di riferimento.

Ogni festival offrirà spettacoli di particolare richiamo per il pubblico, quali:

- **prime nazionali;**
- **testi inediti;**
- **spettacoli provenienti dall'Europa**, con circolazione di opere d'arte e mobilità degli artisti oltre i confini nazionali per dar vita a un dialogo interculturale;
- **eventi speciali** connessi ad altre progettualità di valorizzazione del patrimonio culturale della provincia. In particolare, nell'ambito del *circuito dei festival* viene realizzato a Pasturo, "luogo dell'anima della poetessa e fotografa Antonia Pozzi", un evento di teatro e poesia dedicato alla sua figura, con repliche al Teatro della Società di Lecco e al Teatro Franco Parenti di Milano;
- **anteprime, aperitivi teatrali, laboratori, attività ludiche** rivolte ai piccoli spettatori, **visite guidate e percorsi di degustazioni** di prodotti tipici locali.



Tale innovazione, favorendo una produzione e diffusione qualificata e articolata, è di stimolo e di forte richiamo per un pubblico nuovo, anche in ambito letterario. Inoltre l'offerta, in grado di inglobare diversi linguaggi, può attrarre un pubblico differenziato.

I festival, con oltre 100 titoli, possono costituire momenti di incontro privilegiato tra diverse culture di spettacolo dal vivo.

2. ORGANIZZAZIONE E AZIONI PER IL PUBBLICO

Questa azione mira a una attenzione costante per lo spettatore, alla ricerca di un pubblico partecipe, critico e consapevole, non solo dal punto di vista teatrale, ma culturale e civile che veda il teatro, non solo come produzione e programmazione di spettacoli, ma come luogo di una più ampia attività culturale; il teatro visto come luogo di festa e di incontro, come luogo "familiare" in cui creare reti di relazioni, non solo culturali, ma anche personali. Nei festival il teatro si apre alle contaminazioni delle altre arti, creando legami, rapporti ed espansioni con momenti di approfondimento.

In questa esperienza di innovazione, si attua un percorso di visione del teatro legato ad attività diverse che forniscono agli spettatori gli strumenti necessari per fruire in modo attivo le opportunità di consumo culturale messe in campo.

Con riferimento all'**attenzione e formazione del pubblico**, a fronte della ricchezza e articolazione dell'offerta, si sono individuate forme più efficaci di intervento a sostegno della domanda e del consumo. In particolare, vengono messe in atto attività nel segno di:

- mantenere un'attenzione costante per lo spettatore, messo al centro del teatro;
- formare il pubblico, nel senso di "educarlo alla visione", fornendogli le competenze necessarie per una fruizione consapevole e attiva delle proposte teatrali;
- formare uno spettatore critico e consapevole, non solo dal punto di vista teatrale e culturale, ma anche sociale e civile, fornendo strumenti e occasioni di crescita delle proprie capacità critiche e agevolando la comprensione dei diversi linguaggi della scena;
- creare strategie e modalità organizzative atte ad allargare e differenziare il pubblico, nonché a coinvolgerlo attivamente nelle esperienze di teatro;



- prevedere modalità, sedi e orari non tradizionali per lo svolgimento degli spettacoli, capaci di incentivare la fidelizzazione di fasce diverse di pubblico;
- coinvolgere un pubblico nuovo, mettendolo nelle condizioni di poter usufruire del teatro e dello spettacolo dal vivo grazie alla politica dei prezzi accessibili a tutti.

Le attività sono le seguenti:

- maggiore coinvolgimento della fitta rete di persone qualificate (organizzatori, collaboratori e volontari delle compagnie teatrali, personale degli enti coinvolti) nel fornire allo spettatore una serie di servizi quali accoglienza (indicazioni per raggiungere i luoghi, parcheggi), prenotazioni, convenzioni con pubblici esercizi (bar e ristoranti);
- momenti di approfondimento, analisi e conoscenza nell'approccio e visione degli spettacoli;
- momenti di incontro tra spettatori/spettatori e spettatori/artisti, creando una comunicazione tra gli artisti (e gli spettacoli) proposti e il pubblico, comunicazione che si concretizza in una relazione reciproca tra due soggetti egualmente attivi, momenti favoriti dal fatto che gli spettacoli si svolgono in luoghi all'aperto, in modo che il teatro possa essere sentito come un luogo familiare in cui incontrarsi, socializzare, discutere;
- politiche di prezzi agevolati per gli abitanti dei comuni coinvolti, abbonamenti e gratuità;
- attività di monitoraggio del pubblico che frequenta gli eventi, per comprenderne caratteristiche e gradimento degli spettacoli.

3. COMUNICAZIONE

La rete dei festival ha una propria visibilità distintiva grazie all'ideazione di un **marchio identitario** che ne ha decretato il successo e diffuso la notorietà (brand identity). La strategia di brand ha consentito di potenziare gli eventi creando un'immagine istituzionale ben precisa nella mente del pubblico.

Questo, insieme alla comunicazione che dà visibilità alla rete dei festival, ha consentito di far circuitare il pubblico da un evento all'altro e da un'area all'altra, favorendo una migliore e mirata promozione delle iniziative presenti sul territorio in maniera integrata e trasversale. L'attività di comunicazione viene inoltre completata da ogni organizzatore attraverso propri canali. Gli attori che attuano tale strategia



sono sia i soggetti istituzionali (capofila e partner), sia gli operatori culturali raggiungendo pertanto fasce di pubblico diversificate.

La comunicazione nel 2011 assume un ruolo cruciale per rilanciare l'immagine dei festival nella mente del pubblico con i seguenti obiettivi:

- diffondere la mission e l'immagine ai pubblici di riferimento;
- aumentare l'interesse nei confronti dei festival da parte del pubblico e di tutti gli stakeholder (istituzioni, mass media, esperti di settore);
- promuovere i festival e aumentarne la notorietà nella regione.

Per raggiungere tali obiettivi è stato elaborato un piano di comunicazione.

Mezzi	Veicoli	Tempi	Target
Stampa	Quotidiani locali e nazionali Conferenze stampa periodiche	Nei mesi dei festival (Programmi e approfondimenti)	Intero pubblico potenziale
Radio e Televisione	Radio e Tv locali	Pubblicità/Informazione: prima e durante i festival	Intero pubblico potenziale
Affissioni	Manifesti e locandine	Da un mese prima dei festival fino alla fine	Residenti e turisti
Internet	Siti ufficiali, banner Network sociali	Tutto l'anno	Intero pubblico potenziale
Documenti ufficiali	Mail, relazioni, newsletter, comunicati stampa	Da un mese prima e durante i festival	Istituzioni e intera comunità
Personale, front office (biglietteria)	Informazioni varie	Durante i festival	Pubblico del teatro
Materiale informativo vario	Brochure, volantini, cartoline, segnalibro	Prima e durante i festival	Pubblico locale

Al fine di attrarre un pubblico diverso da quello affezionato al teatro, verrà adottata una modalità di informazione e promozione in collegamento con eventi culturali di grande diffusione. In particolare, i festival saranno promossi nell'ambito:



- dell'iniziativa realizzata dal Sistema Museale della provincia di Lecco "Tra monti e acque...il nostro territorio racconta", giunta alla quinta edizione, cui aderiscono con attività di riscoperta del patrimonio culturale del territorio, musei, raccolte museali e siti di interesse storico-artistico della provincia;
- delle attività promosse dagli Ecomusei presenti nel territorio (Ecomuseo del Distretto dei monti e dei laghi brianza, Ecomuseo della Valle San Martino, Ecomuseo delle Grigne);
- di progettualità di valorizzazione del patrimonio culturale materiale e immateriale quali *Luoghi e vie della fede*, *Sulle tracce di Antonia Pozzi – Il percorso poetico di un territorio*, che hanno un proprio pubblico anche sovraprovinciale.

Inoltre, la comunicazione è mirata a catturare differenti target di pubblico (giovani, studenti, anziani, stranieri, associazionismo, turisti) attraverso modalità di rilancio dei festival nei luoghi frequentati da queste categorie.

Potenziamento di adeguate strategie di comunicazione e divulgazione:

- nelle biblioteche, musei e scuole;
- nell'università della terza età, nelle associazioni e centri di aggregazione sociale attivi nel territorio;
- negli esercizi pubblici, poste, ferrovie e ospedali;
- negli uffici di informazione turistica.

Utilizzo anche di nuove tecnologie informatiche quali social network che godono il favore del pubblico giovanile e che determinano un cambiamento nella fruizione e nel consumo della cultura.

Nella campagna di comunicazione viene dato risalto ai cofinanziatori del progetto. Il logo della Fondazione Cariplo è sempre presente nei materiali promozionali e la Fondazione viene citata nelle occasioni pubbliche e istituzionali.

4. Organizzazione richiedente

Il D.Lgs 267/2000 (Testo Unico) riconosce ampia possibilità di azione progettuale e organizzativa alla **Provincia**, indicata come soggetto di promozione culturale, organizzatrice di una programmazione coordinata con il territorio e realizzatrice di opere di rilevante interesse culturale. Di fronte alla situazione attuale, caratterizzata da sempre più frequenti emergenze ambientali, sociali, economiche e da un



progressivo e preoccupante stravolgimento dei valori culturali e morali, si impone la necessità di una cultura fondata sulla consapevolezza che il mondo in cui agiamo è una rete di relazioni fra infinite realtà, diverse tra loro, ma strettamente collegate in un equilibrio essenziale alla vita di tutti e la riaffermazione del senso civico della collettività in una visione sistemica della realtà, che ci vede cittadini dell'Europa.

In questo senso, la promozione dei beni culturali e dell'attività nell'ambito delle "arti dal vivo" del nostro territorio, compiti precipui dell'azione provinciale, devono legare la tradizione e la storia locale all'apertura con altre realtà.

La Provincia promuove **lo spettacolo dal vivo (teatro, musica, danza e poesia)** quale strumento di sviluppo sociale, culturale, di promozione della creatività e dell'economia del territorio, nonché come espressione di crescita dell'individuo.

La Provincia di Lecco negli ultimi anni ha operato per:

- esprimere una progettualità alta, da proporre a livello nazionale ed europeo, favorita da un glorioso passato, che ha visto presenti intellettuali e artisti, quali Manzoni, Parini, Gadda, Ghislanzoni, Segantini, aperto alle esigenze del presente e proiettato verso il futuro;
- creare e coordinare una rete di progettualità, di collaborazioni e di dialogo con le realtà locali pubbliche e private, incrementando con il progetto di rete provinciale "C'è aria di spettacolo" le rassegne e i festival provinciali;
- decentrare l'azione culturale in luoghi significativi del territorio provinciale, anche mediante l'attività dello spettacolo per valorizzare le peculiarità dei differenti ambiti: la Città, la Montagna, il Lago, la Brianza, ciascuno con una propria storia da scoprire e da promuovere, in modo da sviluppare un reale policentrismo, a partire dai due centri esistenti del Monastero del Lavello di Calolziocorte e di Villa Greppi di Monticello Brianza;
- individuare nella scuola l'interlocutore privilegiato, contribuendo alla formazione culturale delle nuove generazioni e operare affinché gli eventi culturali servano a creare una cultura diffusa e permanente anche attraverso la creazione di una rete di luoghi di aggregazione (spazi teatrali e cinematografici, auditorium, sale conferenze ecc.);
- sviluppare una rete coordinata e coerente dei Musei locali, in concertazione con gli Enti Locali, che valorizza la storia del territorio in qualificati percorsi turistico-culturali, con particolare riferimento alla storia economica del territorio;



- consolidare mediante il Sistema bibliotecario provinciale l'impegno delle biblioteche nella promozione della lettura;
- coordinare le politiche degli Assessorati alla cultura dei Comuni per favorire lo scambio di informazioni e agevolare l'organicità della programmazione culturale del territorio.

Costo complessivo e richiesta di contributo

Il costo complessivo ammonta ad **€ 160.000,00**

Il contributo richiesto alla Fondazione Cariplo è pari ad **€ 80.000,00** (50%).

Le risorse della Provincia di Lecco ammontano a **€ 52.400,00**

Sponsor **€ 27.600,00.**

Lecco, 31 marzo 2011

Il Dirigente del Settore Cultura, Servizi alla Persona

Dott.ssa Clotilde Zucchetti

Relazione a cura di: Cristina Casarin e Pieranna Rusconi