

# ALLEGATO A/2019 RELAZIONE DESCRITTIVA PROGETTO

(Modello in allegato alla pratica Telematica)

E' obbligatorio completare tutti i punti indicati di seguito.

## 1 TITOLO DEL PROGETTO/INIZIATIVA:

### RAVENNA FESTIVAL TRASFORMA LA CITTÀ IN PALCOSCENICO II edizione

#### Descrizione sintetica della iniziativa:

Per la Fondazione Ravenna Manifestazioni, organizzatrice del Ravenna Festival da trent'anni, produrre progetti di alta qualità in campo musicale e teatrale ha significato da sempre uno sviluppo del territorio passando attraverso la valorizzazione dell'importante patrimonio artistico e culturale di Ravenna.

Il Festival presenta spettacoli d'opera e di danza (sia classica che moderna), musica jazz, etnica, teatro. I luoghi del Festival sono tra i più belli della città e d'Italia: lo storico Teatro Alighieri, la Basilica di San Vitale, la Basilica di Sant'Apollinare in Classe, la Rocca, Palazzo San Giacomo a Russi e altri.

Al tradizionale programma estivo, si è aggiunta nel 2012 la "Trilogia d'Autunno", un progetto particolarmente pensato per attrarre turismo culturale, soprattutto dall'estero e che permette al pubblico presente a Ravenna di vedere tre titoli d'opera diversi in tre giorni consecutivi per 3 week end.

Il pubblico non è solo quello regionale, ma è diventato un pubblico di appassionati attenti che arrivano a Ravenna da tutta Italia e dall'estero (Stati Uniti, Germania, Francia e altri paesi europei). Un pubblico composto di diversi segmenti (sempre più importante quello dei giovani) che corrispondono alle diverse tipologie artistiche e spettacolari che compongono il programma. L'identità di Ravenna Festival, fin dalla sua fondazione, si è sempre definita non solo rispetto all'alta qualità dei programmi proposti e al prestigio degli artisti coinvolti, ma anche in relazione alla Città e alla sua storia. Questi elementi - la varietà e ricchezza dei programmi e una città intera capace di trasformarsi in palcoscenico, dalle basiliche preziose di mosaici ai teatri storici - sono i naturali protagonisti del percorso di valorizzazione del patrimonio artistico e culturale che il Festival pratica da quasi trent'anni. Un percorso che, da una parte si è progressivamente strutturato fino a includere anteprime e lanci del programma in importanti città in Europa e non solo, dall'altra realizza eventi in tutto il territorio ravennate, contribuendo a scoprire e promuovere luoghi e particolarità della città non ancora conosciute (vedi ad esempio i "concerti-trekking"). In particolare il progetto è focalizzato su una serie di iniziative sinergiche volte a promuovere il territorio ravennate esaltando le potenzialità comunicazionali del Ravenna Festival.

## 2 SOGGETTO ATTUATORE (chi richiede il contributo) FONDAZIONE RAVENNA MANIFESTAZIONI

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

#### Luogo di svolgimento:

Ravenna

#### Data di avvio e termine della iniziativa:

01/01/2019 – 10/11/2019

## 4 OBIETTIVI DEL PROGETTO

Valorizzazione del patrimonio culturale e artistico ravennate attraverso un progetto di comunicazione integrata a partire dalla XXX edizione del Ravenna Festival (5 giugno – 16 luglio 2018) e della "Trilogia d'Autunno" (1-10/11/2019)

#### 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;

# ALLEGATO A/2019 RELAZIONE DESCRITTIVA PROGETTO

(Modello in allegato alla pratica Telematica)

E' obbligatorio completare tutti i punti indicati di seguito.

- 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**

...

**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**  
Artisti, pubblico e servizi di comunicazione sono di ambito, locale, nazionale e internazionale.

**4.5 Prodotti e/o servizi/iniziative che si intende realizzare**  
.Servizi di promozione e comunicazione a supporto del Ravenna Festival e della Trilogia d'Autunno.

**4.6 Enti e soggetti istituzionali ed economici sul territorio coinvolti come partner nel progetto/iniziativa**  
**Soggetti Pubblici**  
Comune di Ravenna, Regione Emilia Romagna.

**Soggetti Privati**  
APT Regione Emilia Romagna, Associazione Amici del Ravenna Festival.

**4.7 Numero di imprese che si intende coinvolgere direttamente e indirettamente nel progetto/iniziativa**  
Circa 30 fra aziende sostenitrici e aziende coinvolte nell'indotto economico generato dal progetto.

**4.8 Modalità di coinvolgimento delle imprese nell'ambito del progetto/iniziativa**  
Aziende sostenitrici, fornitori e clienti. In alcuni casi sono previste anche operazioni di co-marketing.

**4.9 Eventuali elementi di incidenza diretta e duratura sul sistema economico provinciale piuttosto che elementi indiretti o solo temporanei**  
Valorizzazione in chiave di "asset turistico" del patrimonio culturale anche attraverso una più ampia diffusione del marchio "Ravenna Festival" sui mercati italiani ed europei del turismo culturale.  
Aumento delle presenze agli eventi, in particolare di stranieri e giovani.  
Aumento delle presenze alberghiere, in particolare di stranieri e giovani.

**4.10 Ricadute positive previste sull'economia e sulla promozione del territorio di riferimento**  
Le ricadute immediate riguardano l'indotto economico creato dal Ravenna Festival, con particolare riferimento al comparto ricettivo e a quello eno-gastronomico. Più in generale sono da valutare le ricadute

# ALLEGATO A/2019 RELAZIONE DESCRITTIVA PROGETTO

(Modello in allegato alla pratica Telematica)

E' obbligatorio completare tutti i punti indicati di seguito.

positive in termini di immagine: il "brand" Ravenna Festival è presente sul web e sui media tradizionali generalisti e anche di settore. Vanno sottolineate in particolare le partnership con Rai, Mediaset, Sky, RCS-Corriere della Sera, Repubblica, La Stampa, Il Sole 24ore.

## 5 DESCRIZIONE AZIONI PREVISTE

### 5.1 Progettazione e analisi del contesto

Il Progetto necessita di un approccio integrato che tenga nel giusto conto il mix fra media tradizionali e media digitali. In particolare va ricordato che la Fondazione Ravenna Manifestazioni è stata tra le istituzioni culturali uno dei pionieri dell'uso della comunicazione on line su internet. Già nel 1997 è stato aperto il sito web dedicato alla programmazione di Ravenna Festival, in due lingue: italiano e inglese dedicato alla promozione, alla presentazione e alla vendita di tutti gli eventi. Già nei primi anni 2000 la Fondazione ha utilizzato lo streaming video per rendere visibili in tutti il mondo eventi straordinari, tra i quali alcune edizioni de "Il Concerto dell'Amicizia". Nel 2016 è stato ristrutturato il sito del Ravenna Festival e reso ancora più "friendly", efficace e istituzionale. Nel 2018 è stato ristrutturato il sito del Teatro Alighieri. Al loro fianco sono cresciuti i profili sui principali social media che, grazie al progetto, saranno ulteriormente potenziati. A fianco dell'Ufficio Stampa e Comunicazione della Fondazione Ravenna Manifestazioni, è stata attivata una collaborazione con la società di comunicazione Red House Production attiva nella scena musicale internazionale.

### 5.2 Fasi della realizzazione del progetto

Inizio anno:

- presentazione del programma complessivo delle attività;
- stampa e distribuzione pre-programma, inizio attività sui social media (principalmente Facebook: oltre 30.000 friends; Twitter: circa 5.000 followers; Instagram: oltre 3.300 followers);

Febbraio/marzo: progettazione grafica e ricerca dell'immagine 2019.

Aprile:

- stampa del programma definitivo del Ravenna Festival e presentazione;
- inizio attività massiccia di presenza su tutti i social media.

Maggio: stampa del libro-catalogo del Ravenna Festival.

Novembre:

- stampa del programma definitivo della Trilogia d'Autunno e presentazione;
- inizio attività massiccia di presenza su tutti i social medi.

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

Materiali a stampa: sono previsti dépliant, locandine e manifesti.

Conferenze stampa: sono previste più conferenze stampa nel corso dell'anno.

Una prima di carattere generale ad aprile, una seconda più in dettaglio si svolgerà in settembre, subito dopo la pausa estiva.

Sono previste inserzioni e inserti speciali nei media "tradizionali" e nei media di settore (in Italia e in Europa).

Newsletter e mailing: saranno realizzati tre numeri di una newsletter trilingue (italiano, francese, inglese) dedicata che sarà diffusa all'indirizzario del Festival, all'indirizzario dell'Associazione Europea dei Festival, all'indirizzario dei tour operator che collaboreranno direttamente alla commercializzazione.

Elenco Agenzie e Tour operator coinvolti:

Il Sipario Musicale, Vertours, Albatravel, T.H.I Srl Tourist Holding International, Studiosus Reisen München GmbH (Germania), Schwabinger Reiseboutique (Germania), Internationale Theater-und Musikreisen (Germania), Oper und Reisen (Vienna), La Fugue - Europea (Francia), MUSICO reisen (Olanda), HANNICK REIZEN BV (Olanda), Michelangelo International Travel Fra Diavolo (Spagna), Andantino (Spagna).

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

Gli indicatori per il monitoraggio e la rendicontazione finale sono:

- aumento di presenze agli spettacoli;
- rassegna stampa;

## ALLEGATO A/2019 RELAZIONE DESCRITTIVA PROGETTO

(Modello in allegato alla pratica Telematica)

E' obbligatorio completare tutti i punti indicati di seguito.

- numeri di contatti nei siti istituzionali della Fondazione, numero di contatti nei siti dei tour operator coinvolti;
- distribuzione diretta di materiale stampato nel corso di eventi particolarmente importanti per il turismo culturale;
- aumento nei contatti attraverso i social media.

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

Materiali stampati degli anni precedenti: programmi, libro catalogo, altro.

Ravenna, 14 marzo 2019

firma del legale rappresentante  
(documento firmato digitalmente)

*ANTONIO DE ROSA*