



BILANCIO PARTECIPATIVO DELLA CITTA' DI DESIO – 2015

SCHEDA PROGETTO

N° PROGETTO
(campo a cura del servizio Partecipazione)
27/5 / 2015
Prot. n° 16833

1. titolo del progetto

LA PRIMA della SCALA in BRIANZA

2. breve descrizione

predisposizione di una (sintesi nella quale indicare di cosa si tratta e, nel caso di progetti destinati a luoghi pubblici, qual è il luogo della Città interessato dal progetto)

Creare una occasione di animazione in Desio tramite la sperimentazione della visione e l'ascolto su maxischermo in Villa Tittoni della prima della Scala, trasmessa da RAI 5 il 7 Dicembre, proponendolo anche ad altri Comuni brianzoli, per creare un evento sociale in grado di risvegliare l'interesse latente ma diffuso per l'opera lirica e promuovere anche tra i giovani la conoscenza e l'interesse per il nostro patrimonio operistico e musicale.

1/6

3. descrizione dettagliata del progetto - (max 2 pagine)

(descrizione di tutti gli elementi utili a comprendere il progetto, le motivazioni e gli obiettivi. chi dovrà esprimere il proprio voto. Ti ricordiamo che non potremo prendere in considerazione idee progettuali che risultino in contrasto con norme di legge, con lo Statuto, i regolamenti o gli atti di pianificazione del Comune di Desio, o che si sovrappongano, interferiscano o modifichino progetti esecutivi già in fase di realizzazione)

CONTESTO

Dal Rapporto 2015 "Io sono cultura – l'Italia della qualità e della bellezza sfida la crisi", elaborato da Fondazione Symbola e Unioncamere, emerge che le imprese delle filiere culturali e creative producono 78,6 miliardi di valore aggiunto e attivano altri settori dell'economia arrivando a muovere complessivamente il 15,6% del valore aggiunto nazionale, equivalente a 227 miliardi di euro : un dato comprensivo del valore prodotto dalle filiere culturali e creative, ma anche da quella parte dell'economia nazionale che viene attivata dalla cultura, a cominciare dal turismo.

Dal Rapporto, le filiere culturali e creative si confermano un pilastro del made in Italy, un sostegno importante alla competitività , tanto che nel periodo 2012/2014, quindi in piena crisi, le imprese che hanno investito in creatività hanno visto crescere il proprio fatturato del 3,2%.

Sembra proprio che l'Italia possa essere vincente se scommette su ciò che la rende unica e desiderata nel mondo: cultura, qualità, conoscenza, innovazione, territorio e coesione sociale . Dalla crisi, infatti, non si uscirà con ricette del passato, ma guardando al futuro : dalla bellezza, alla cultura alla green economy, molte imprese italiane hanno già colto i segnali che ci parlano del domani e scommettono sulla cultura e la creatività per rafforzare le manifatture. Una strada intrapresa anche da Germania, Gran Bretagna e Giappone. La cultura è nel DNA dell'Italia e grazie a ciò si potranno integrare le politiche culturali all'interno di quelle industriali e territoriali, riconoscendo e accompagnando il ruolo da protagonista della cultura nella manifattura e nell'innovazione oltre che nel turismo.

In coerenza con questo quadro, con sensibilità anticipatoria, da più di un decennio è stata proposta a Milano la partecipazione alla prima della Scala tramite la visione su maxischermi in Galleria Vittorio Emanuele e da qualche anno, più di una dozzina di Cinema a Milano hanno aperto a questa iniziative, concludendola anche con brindisi e panettone.

Si potrebbe realizzare questo evento a Desio e in altre Ville Brianzole (tramite un possibile coinvolgimento dei rispettivi Comuni) , come momento di socializzazione e di "autocoscienza" collettiva di uno degli aspetti della cultura musicale e anche di intrattenimento, con benefiche ricadute sul territorio ovvero con una concomitante attivazione straordinaria di Associazioni territoriali , negozianti, esercenti ecc.

MOTIVAZIONI

Un evento esclusivo come la prima della Scala il 7 dicembre a Milano, celebre nella tradizione lombarda, italiana e noto a livello sovranazionale, potrebbe essere goduto e apprezzato da un pubblico che mai avrebbe la possibilità di accedervi , divenendo allo stesso tempo un'occasione sociale per i Cittadini oltre che per i melomani in senso stretto e anche per il territorio.

Infatti potrebbe costituire una speciale occasione:

- di conoscenza del nostro patrimonio operistico da approcciare ad es. con un seminario preparatorio all'evento, nell'ultimo anno delle superiori e con incontro preparatorio per i Cittadini a cura delle entità culturali territoriali e dalle associazioni musicali in primis
- una occasione di conoscenza e di promozione della Villa Tittoni e di altri beni come il Museo Casa del Papa, Torre del Palagi con esposizione minerali di Pio Mariani, la Basilica ecc. che potrebbero assicurare l' apertura il 7 dicembre

- una occasione di aggregazione come accade per il Palio, in quanto l'evento proposto, per essere capito e apprezzato, necessiterebbe di occasioni informative preliminari es. a cura delle numerose Associazioni culturali presenti sul territorio (aprendo magari un tavolo che le veda in dialogo su un progetto comune), Università tempo libero, Centri diurni per anziani ecc.
- una occasione promozionale per i commercianti che potrebbero per quella sera prolungare l'apertura e per gli esercenti che potrebbero proporre consumazioni a combinazione speciale.
- **una importante occasione di socialità, potenzialmente in grado di unire le generazioni** (v. successo dei tre giovani tenori al Festival S. Remo 2015)

OBIETTIVO

Sperimentare la creazione di un evento accompagnando la fruizione ottimale dello spettacolo tramite serate preparatorie ad hoc a cura di circoli culturali e della musica nonché diventare per la città di Desio, un argomento di interesse culturale a vari livelli.

STRUMENTI

Aprire un tavolo con le Associazioni territoriali, creando una occasione di incontro e collaborazione efficace anche poi su altri temi.

Programmare tramite le Associazioni che vorranno aderire una serie di incontri preparatori sull'opera che verrà annualmente scelta.

Concordare con i Presidi delle superiori un'attività didattica mirata, programmata ad hoc nell'ultima classe delle superiori.

Realizzare una campagna informativa "remota" e poi "sotto data" con strumenti telematici, siti web, bacheche digitali, Radio e TV locali oltre che con eventuale depliant cartaceo distribuito nei luoghi di attesa o di grande affluenza/passaggio quali ad es.:

- | | |
|---------------------------------|-----------------------|
| - Inps | - parrocchie |
| - Municipio | - agenzia immobiliari |
| - uffici postali | - sedi sportive |
| - banche, | - scuole |
| - ambulatori ospedalieri e ASL, | |

RISORSE NECESSARIE

La risorsa principale è il tempo che dovrebbe essere dedicato

- | | |
|---|--------------------------------|
| - dall'Assessorato competente | - dagli Insegnanti |
| - dal Servizio Comunicazione del Comune | - dagli Esercenti/Commercianti |
| - dalle Associazioni territoriali | - dai Cittadini stessi |

La risorsa economica per messa a punto/utilizzo tecnologie necessarie potrebbe essere considerata un investimento a beneficio della comunicazione digitale, con utilizzo quindi anche per altre occasioni future mentre la spesa a "fondo perso" sarebbe rappresentata dal materiale divulgativo cartaceo nell'ordine di euro 2.000

4. (facoltativo) Stima approssimativa dei costi

(Ti ricordiamo il limite massimo di spesa previsto per ogni singolo progetto:

- € 30.000 – per progetti presentati da adulti
- € 10.000 – per progetti presentati da bambini e ragazzi)

Il costo monetario complessivo, nel caso si affidi la realizzazione ad un soggetto attuatore potrebbe essere dell'ordine di 6.000 – 8.000 euro

POTREBBE ESSERE PRESA IN CONSIDERAZIONE la richiesta di pagamento ad es. di 10 euro a fronte però di una offerta di minibuffet alla fine della serata, favorendo l'occasione di esternare "a caldo" il proprio gradimento, le proprie critiche sullo spettacolo, confrontandolo poi con quella dei critici di professione che comparirà sulla stampa del giorno seguente.

5. (Facoltativo) Foto e documenti aggiuntivi - (disegni, foto progetti simili realizzati, ecc. – non viene richiesta qualità grafica, ma una semplice descrizione visuale dell'idea proposta) 4/6

6. nome e contatti del proponente (o del referente maggiorenne nel caso di progetti Junior) 5/6