



SOSTENIBILITÀ E GESTIONE
DI EVENTI MUSICALI

IL CASO DEL FESTIVAL SHOW

a cura di Alice Vian



IL FESTIVAL SHOW

“È il più grande spettacolo itinerante d’Italia. Gratuito. Festival Show presenta, nelle dieci date stagionali, i più grandi artisti italiani ed internazionali, coinvolge i giovani emergenti dando loro la visibilità che meritano, rende viva la scena con le esecuzioni live di una grande orchestra e le coreografie di danceurs di alto livello.” (2013)



EDIZIONE 2016 (I)

LE TAPPE DEL TOUR: Udine, Padova, Brescia, Bibione, Jesolo, Lignano Sabbiadoro, Mestre, Cividale del Friuli, Verona.

PRESENTATRICI: Adriana Volpe e Lorena Bianchetti.

ARTISTI: Orchestra Ritmico Sinfonica italiana diretta dal maestro Diego Basso; Dance Crew diretta da Etienne Jean Marie.

OSPITI: Enrico Ruggeri, Chiara Grispo, Briga, Valerio Scanu, Pupo, Bianca Atzei, Irene Fornaciari, Ylenia Lucisano, Fred de Palma, Greta – Verdiana – Simonetta – Roberta, Luca Carboni, Annalisa, Aston Merrygold, Loredana Bertè, Giusy Ferreri, Francesco Gabbani, Ron, Jake la Furia, Mondo Marcio, Raige, Elya Zambolin, Dolcenera, Sergio Sylvestre, Al Bano, Marco Carta, Dear Jack, Irama, Ciuffi Rossi, Il Pagante, Emis Killa, The Kolors, Zero Assoluto, Patty Pravo, Baby K, Neri per Caso, Joan Thiele, Paolo Simoni, Alessio Bernabei, Elodie, Antonino, Paola Iezzi, Cecilia Gayle, Nick Casciaro, Franco J. Marino, Francesca Michielin, Benji&Fede, Lele, Shade, Annalisa, Nesli, Giovanni Caccamo, Lelio Morra, Luca Chikovani, Marracash & Guè Pequeno, Violetta, Max Pezzali, Stadio, Fabio Rovazzi, Arisa, Fausto Leali, Gabri Ponte, Ivana Spagna, Kelly Joyce, Leonardo Decarli.



EDIZIONE 2016 (2)

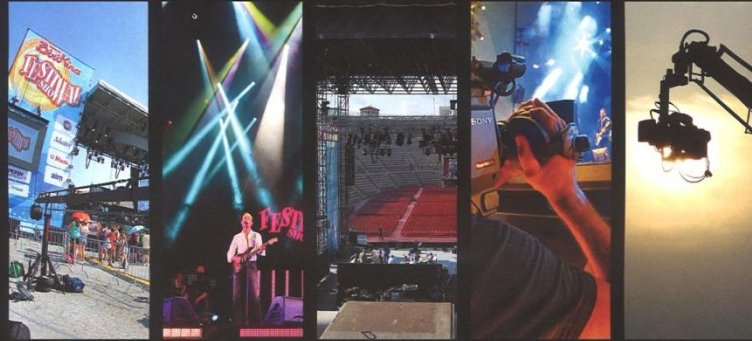
ORGANIZZATORI: Radio Birikina, Radio Bella & Monella, Gruppo Radiofonico Klasse uno Network: Marilù, Piterpan, Sorriso, Gelosa.

PARTNER: Regione Veneto, Regione Autonoma Friuli Venezia Giulia.

SPONSOR: Fiat, Aim Energy, San Carlo, Ricola, Byotea, Grana Padano, Sensitive, AlterEgo, Maxi, Amen, TH Resorts.

MEDIA PARTNERS: Real Time, Perin Generators.

INFO PRODUZIONE



7 AUTOARTICOLATI
PER TRASPORTARE PALCO E PRODUZIONE

400 KW
DI ENERGIA ELETTRICA
PER IMPIANTI AUDIO, LUCI, VIDEO E SERVIZI

40.000 w **DI AMPLIFICAZIONE**

60 LINEE AUDIO
MIXATE DAGLI INGEGNERI DEL SUONO
PER IL LIVE DEGLI ARTISTI E DELL'ORCHESTRA

300 MQ
DI PALCO SU TRE LIVELLI

50 MQ
DI LEDWALL

100 TECNICI E OPERATORI
PER ALLESTIMENTI, SMONTAGGI, TRASPORTI
E GESTIONE DELLO SPETTACOLO

IMPIANTO LUCI INNOVATIVO
PROGETTO E REALIZZAZIONE DI RENATO NERI,
DIRETTORE DELLA FOTOGRAFIA

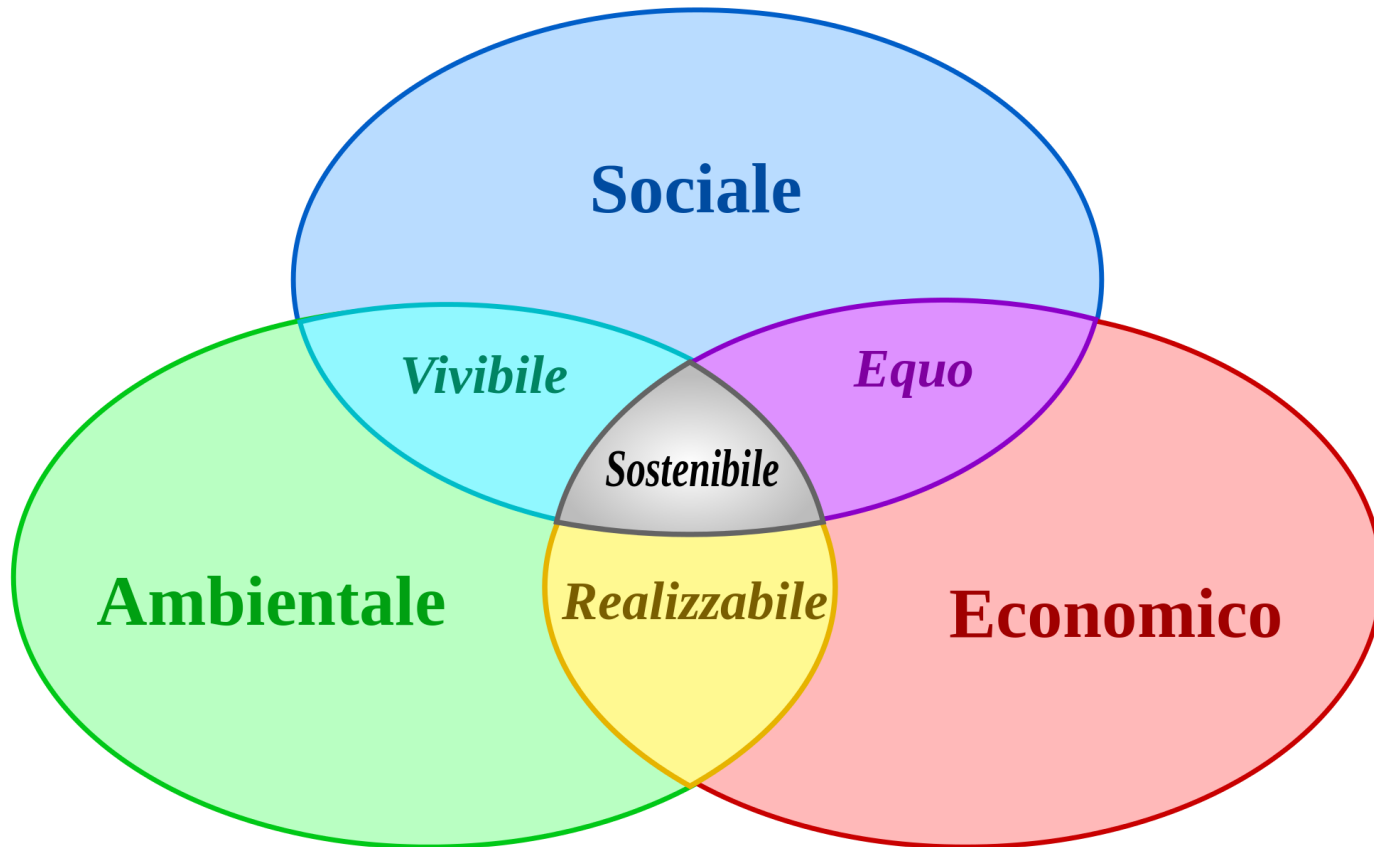
1 TRUCK ALLESTITO A STUDIO
PER LE DIRETTE RADIOFONICHE

1 PULLMAN REGIA
PER LA GESTIONE DELLA RIPRESA TELEVISIVA

Ideatore e produttore ROBERTO ZANELLA
 Coordinamento PAOLO BARUZZO
 Direzione artistica MARIANO SANNITO e STEFANO FAVERO
 Direzione commerciale MARIANO SANNITO
 Coordinamento di produzione e consulenza artistica ELENA TOFFOLI
 Ufficio stampa PAROLE & DINTORNI
 Progetto grafico ELENA SCARSATO
 Amministrazione LUGIGNA LUCARDA / MARY ZANELLA / CINZIA MAZZOCHEL
 Direttore responsabile radio GIORGIO VOLPATO
 Service e staff tecnico XENON
 Light designer e direttore della fotografia RENATO NERI
 Regia televisiva CLAUDIO POLOTTO
 Riprese tv APP MEDIAGROUP
 Direttore produzione video MARIO CHIAVALIN
 Postproduzione 321 ACTION BROADCASTING
 Riprese jimmy jib GIOVANNI CUZZOLIN
 Broadcast sound engineer PAOLO CARRER
 Consulenza tecnico-architettonica ERMES CORAZZA / RINO DE MARCO
MATTEO SALVETTI
 Palcoscenico e struttura TRABUIO
 Responsabile allestimenti palcoscenico MARTINO TRABUIO
 Trasporti BOLDRIN AUTOTRASPORTI
 Sicurezza PANTERRE SECURITY
 Web designer ANDREA ZANELLA / CLAUDIO PISU / ALESSANDRO LAZZARIN
 Gruppi elettrogeni PERIN GENERATORS
 Progettisti impianti elettrici STUDIO OHM DI SILVANO ANTONELLO

Impianti elettrici ARTURO REGINATO
 Ledwall service BATTAGLIA ALLESTIMENTI
 Regia grafiche ledwall CIRCUITO ZERO
 Operatori ledwall SAMANTHA BAVAZZANO / EMANUELE STOCCO
 Stage assistants SIMONE BUSATTO / GIACOMO BARUZZO
 MARCO MICHIELETTI / LUCA BARUZZO / LEONARDO BANO / NICOLA BUSATTO
 Coordinamento miss MAURO CASARIN
 Fotografi GIANFRANCO BRUSEGAN per FOTO DIVES / VITO CECCHETTO
 DAVIDE POLOTTO
 Backstage accommodation SHEILA BRUSEGAN / GIOVANNA ZORDAN
 Official hairstylist ALTER EGO ITALY
 Truck PRESIANA MAKEUP
 Edizioni Musicali KLASSE UNO, responsabile PAOLO VERLANZI
 Programmazione pubblicitaria radio RAFFAELLA ZANELLA
 MASSIMILIANO MARCHI
 Segreteria Pubbliche PAOLA CAVINATO
 Fonici di studio FABIO REGINATO / ALESSANDRO STOCCO
 Diretta radio del tour GLI SPEAKER DI RADIO BELLA & MONELLA
 Regia diretta radio del tour LUCA ZAMPIERI
 Catering backstage SALE & PEPE GROUP - Fine Food Good Living
 Beverage WALTER PORCELLATO per LA CANEVA DEI BIASIO
 Truck/studio mobile ROBERTO BELLESSO
 Camper LUCCHETTA CAMPER
 Fornitura moquette GPA COLORI posate da GIOVANNI GRASSI
 Lennyards NASTROTECNICA
 Stampa PIXEL ITALIA

LE TRE DIMENSIONI DELLA SOSTENIBILITÀ AL FESTIVAL SHOW



SOSTENIBILITÀ AMBIENTALE (I)

APPROVVIGIONAMENTO ENERGETICO: in passato si allacciavano alla rete pubblica per prelevare l'elettricità necessaria al palco ed al backstage, ma spesso incorrevano in sovraccarichi; attualmente si sono dotati di un bi-gruppo elettrogeno composto da due generatori da 400Kw ciascuno (uno serve per le emergenze), progettato appositamente per l'evento, alimentato a gasolio con una cisterna da 1000 litri (durante una tappa si utilizzano 230-280 litri con il generatore acceso dalle 9 all'1 del mattino seguente); a volte si preleva dalla rete pubblica per illuminare gli stand, ma per la produzione dello spettacolo sono autonomi. Gli amplificatori consumano 100Kw.

ILLUMINAZIONE: uso di vari tipi di lampadine; la maggior parte sono state sostituite negli ultimi 2-3 anni con led per ridurre gli sprechi energetici, ma ci sono anche luci flash a scarica e luci alogene per creare diversi effetti d'illuminazione sul palco.

GESTIONE RIFIUTI: il comune ospitante si occupa di ripulire la piazza al termine dell'evento.

SOSTENIBILITÀ AMBIENTALE (2)

BENI DUREVOLI: tutta l'infrastruttura tecnica (palco, camerini, recinzioni, backstage, gruppo elettrogeno, teloni di rivestimento torri del palco in pvc) segue le varie tappe del tour, vengono usate sempre le stesse strutture; alcuni beni sono di proprietà delle Radio, altri sono presi a noleggio, ma in ogni caso vengono tutti riutilizzati in ogni tappa. Per i beni noleggiati, vengono ricercati fornitori di qualità.

IMPATTO INSTALLAZIONI SULLE PIAZZE: le strutture sono in appoggio, non richiedono ancoraggi; si cerca di conservare la piazza, e se è stato necessario spostare qualche oggetto, esso viene ricollocato nella sua sede originaria al termine della tappa; attenzione al verde pubblico: gli alberi vengono conservati (piuttosto che rovinarli con le strutture, si cerca una collocazione alternativa delle stesse).

PUBBLICITÀ ALTERNATIVA RISPETTO AL CARTACEO: si punta al digitale (social media – Facebook, Pinterest, Instagram – e sito dell'evento), diffusione radiofonica e televisiva, oltre ai canali di comunicazione tradizionali (quotidiani, settimanali, manifesti stradali, volantini); comunicazione multicanale per cercare di raggiungere la più vasta audience possibile.

SOSTENIBILITÀ AMBIENTALE (3)

SERVIZI: nel backstage sono disponibili wc chimici per gli artisti e i tecnici; in alcune piazze il comune si occupa di noleggiare wc chimici da mettere nella piazza a disposizione dei visitatori (ma nella maggior parte delle tappe si usano i bagni dei bar adiacenti le piazze); per l'alimentazione di artisti e tecnici si è scelto il catering Sale e Pepe (che offre frutta, pizze ed altri snack), mentre nella tappa finale in Arena di Verona è organizzato un vero e proprio ristorante con cucina al momento e stoviglie lavabili, con bagni a disposizione.

INQUINAMENTO ACUSTICO: il container con il bi-gruppo elettrogeno è completamente insonorizzato per attutire il rumore dei motori Hivoco; per poter realizzare ogni tappa è necessario ottenere la deroga dal comune per orari e rumori in centro città di notte, e comunque il sonoro è registrato per tenere sotto controllo il livello di decibel e non superare il limite di rumore; vengono anche eseguiti studi sulla conformazione della piazza per posizionare gli amplificatori in modo che il riverbero del suono non si disperda.



SOSTENIBILITÀ SOCIALE (I)

LOGISTICA: è stata scelta la piazza (e non altri luoghi della città) perché è raggiunta da tram, autobus, treni, auto (ci sono parcheggi) e per far vivere la città ai suoi abitanti.

MOBILITÀ: il backstage occupa una zona cospicua della piazza, rendendone faticoso il passaggio da una parte all'altra, ma è necessaria una struttura così vasta perché deve ospitare molte persone e strutture (gli artisti, il corpo di ballo, l'orchestra, i tecnici, i truccatori e parrucchieri).

ACCESSIBILITÀ SOCIALE: non è prevista una comunicazione istituzionale appositamente in inglese per gli ospiti *non italofoeni*, ma avendo una comunicazione su molti canali diversi è possibile che le persone non italofone vengano comunque a conoscenza dell'evento; per le persone *disabili* ed in carrozzina è riservata un'area vicino al palco presidiata dalla security, e durante le tappe sul litorale viene installato un percorso con fondo in legno per consentire l'accesso alle carrozzine che altrimenti sarebbero in difficoltà a causa della sabbia.

SOSTENIBILITÀ SOCIALE (2)

PROGETTI SOLIDALI:

- Città della Speranza di Padova: durante le tappe vengono raccolte donazioni volontarie per aiutare la ricerca a combattere le malattie infantili; in questi anni sono stati raccolti 500.000€ con i quali è stata costruita la torre della ricerca che ospita 250 ricercatori; il ricavato del 2016 è stato donato alle popolazioni colpite dal terremoto.
- Giovani artisti emergenti: viene data l'occasione a giovani talenti di esibirsi sul palco prima dei "big", così viene riconosciuto e valorizzato il talento di giovani locali.

SOSTENIBILITÀ ECONOMICA



ECONOMICITÀ (CHI PAGA?): L'evento per i visitatori è interamente gratuito, anche la tappa finale in Arena di Verona. La manifestazione è vantaggiosa non solo per i visitatori, ma anche per gli ospiti “big” che partecipano, poiché possono usufruire di una vetrina promozionale in contesto italiano ed internazionale grazie all'enorme visibilità di cui gode lo spettacolo. Nato come evento promozionale delle radio che lo finanziano dal 2000, lo show negli anni è cresciuto e si mantiene economicamente grazie all'investimento delle radio per visibilità e promozione, e grazie ad una decina di grandi marchi che forniscono sponsor. Real Time nel 2016 ha trasmesso per la prima volta lo spettacolo; *non* è però uno sponsor (lo si può considerare un media partner).

SCELTA SPONSOR ECOLOGICI: figurano tra gli sponsor anche aziende votate alla sostenibilità ed all'ecologia, come Sensitive Cartamela (carta igienica e carta assorbente da cucina realizzata da cellulosa certificata FSC arricchita di scarti della lavorazione industriale delle mele) ed Aim Energia elettrica e Gas (che fornisce anche l'installazione di impianti fotovoltaici per abitazioni private ed aziende).

CONCLUSIONI

SOSTENIBILITÀ AMBIENTALE: l'evento cerca di rispettare le piazze in cui approda, limitando l'emissione di rumori e non sovraccaricando la rete elettrica pubblica, ma il generatore è alimentato a gasolio (sarebbero opportuni sistemi ad energie rinnovabili).

SOSTENIBILITÀ SOCIALE: buona l'inclusione di più categorie sociali possibili, con attenzione alle persone disabili ed alla solidarietà, anche se l'installazione di un grande backstage transennato causa disagi momentanei nella viabilità delle piazze (sarebbe opportuno uno studio sui punti in cui le transenne causano meno intralcio).

SOSTENIBILITÀ ECONOMICA: l'evento si finanzia interamente con investimenti e sponsor e per questo può essere gratuito per il pubblico ed i partner sono generalmente scelti con attenzione alle aziende locali per favorirne l'economia, ma comporta una spesa straordinaria per i comuni che poi devono ripulire le piazze dai rifiuti lasciati dagli spettatori (sarebbe opportuna una collaborazione per contribuire almeno parzialmente le spese di pulizia sostenute dai comuni).

FOTO DELL'EVENTO



Serata conclusiva in Arena di Verona – 13/09/2016

a cura di Alice Vian



Serata di Piazza Ferretto a Mestre (VE) - 23/08/2013

a cura di Alice Vian

Un grande staff
per la festa
della musica...
e delle luci.

FESTIVAL
SHOW

Le varie strutture che compongono l'immenso palco su cui ogni estate prende vita Festival Show viaggiano, di tappa in tappa, su ben 7 autoarticolati.

Sono necessari 450 KW di energia elettrica per alimentare gli impianti audio, luci, video e i vari servizi necessari alla grande kermesse.

Un centinaio sono i tecnici e gli addetti alle varie mansioni impegnati in allestimenti, smontaggi, trasporti e gestione dello spettacolo.

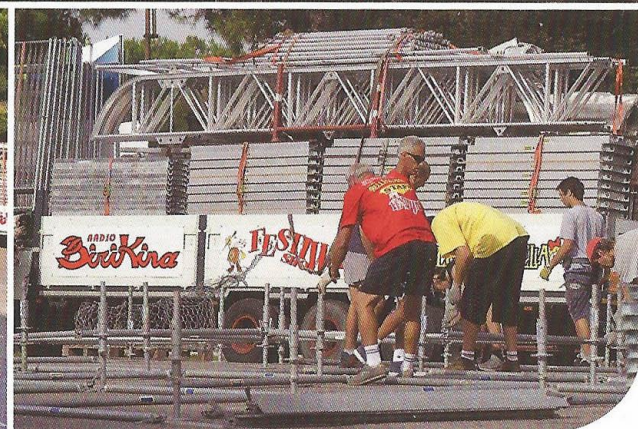
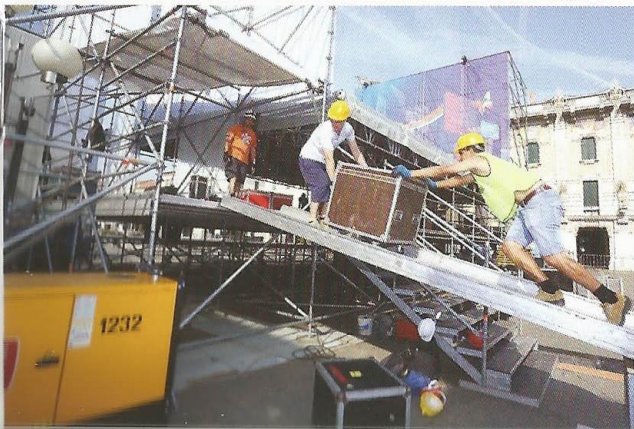
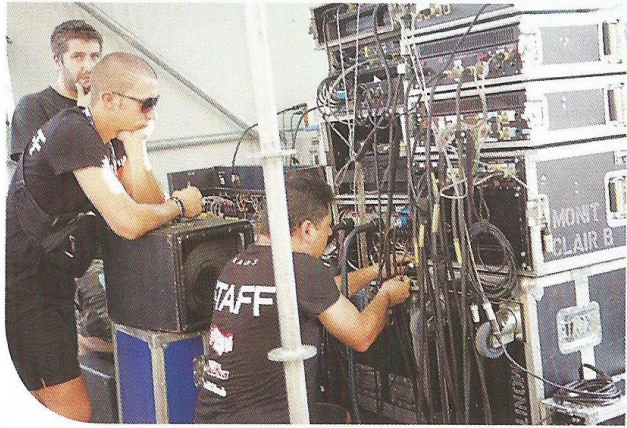
Uno studio mobile è adibito alla trasmissione radiofonica e un pullman regia gestisce la ripresa televisiva.

La potenza dell'impianto di amplificazione raggiunge i 40.000 W, i fonicisti mixano 60 linee audio amplificando un'intera orchestra e permettendo l'esibizione live dei vari ospiti.

Altra peculiarità, che da sempre contraddistingue Festival Show, rendendolo uno spettacolo unico nel suo genere, è l'imponente impianto luci, progettato e realizzato da Renato Neri che, ogni anno, firma anche la direzione della fotografia dell'evento.

Dati tecnici sulle attrezzature utilizzate per la manifestazione

a cura di Alice Vian



Montaggio impianti luci ed audio; tir container con i generatori e le attrezzature



Sostenibilità sociale: progetto Città della Speranza di Padova (1)

a cura di Alice Vian

O LA RICERCA

43.939,41 EURO E' LA SODDISFACENTE CIFRA RACCOLTA NELLE 8 DATE DI FESTIVAL SHOW 2015. SE A QUESTO SI SOMMANO GLI IMPORTI DEGLI ANNI PRECEDENTI, LA SOMMA E' STRAORDINARIA E SUPERA I 500.000 EURO

Grazie anche a questo esaltante risultato di Festival Show la Fondazione, sorta nel 1994, ha potuto completare a Padova la costruzione del nuovo Istituto di Ricerca Pediatrica Città della Speranza.

L'Istituto, con i suoi 17.000 metri quadri, oggi ospita circa 250 ricercatori ma può arrivare, con gli spazi a disposizione, fino a 450.

“Sconfiggere tutte le malattie che colpiscono l'infanzia è la nostra mission, e l'obiettivo è sempre più vicino, anche grazie a queste iniziative”

dichiara il Dottor Marco Pierotti, Direttore Scientifico dell'Istituto.

Perché, se in questi 20 anni i tassi di guarigione dei bambini colpiti da malattie oncoematologiche è passato dal 30/40 per cento al 75/85 per cento, il merito è proprio della ricerca.

La cifra raccolta conferma la kermesse di Radio Birikina e Radio Bella & Monella come la principale manifestazione che, durante l'anno, raccoglie soldi per la Città della Speranza.



città della speranza

“Un particolare ringraziamento va all'amico Roberto Zanella, uno dei fondatori di Città della Speranza, ed a tutti i volontari che con la loro costante presenza ci permettono di mantenere i costi sotto la soglia del 2 per cento”.

Con queste parole del Presidente, Giovanni Franco Masello, continua la ricerca e...la raccolta!



Sostenibilità sociale: progetto Città della Speranza di Padova (2)

RIFERIMENTI

Intervista con Paolo Baruzzo e Stefano Favero, coordinatore e direttore artistico del Festival Show (14/10/2016)

Materiali informativi forniti dagli stessi

http://www.adnkronos.com/sostenibilita/risorse/2015/01/21/fazzoletti-scarpe-dagli-scarti-della-frutta-nascono-cartamela-pellemela_lvMbunbamSc9EpVWIFyINO.html

<http://www.aimenergy.it/it/casa/fotovoltaico>

<http://www.festivalshow.it>

<http://www.rotocart.it/cartamela/>

<https://it.wikipedia.org/wiki/Sostenibilit%C3%A0>

Crediti fotografici: digitalizzazione materiali informativi forniti da Paolo Baruzzo e Stefano Favero

Si ringraziano sentitamente **Paolo Baruzzo** e **Stefano Favero** per la disponibilità e cortesia nel fornire le informazioni riportate.

Si ringrazia Piersilvestro Marrone (IUAV) per la collaborazione nella raccolta dei dati.

Si ringrazia Chiara Vian per il supporto nell'impaginazione grafica.