



"SOLO PER TE"

percorsi musicali-culturali-teatrali di prossimità

**CONSERVATORIO
DI MUSICA "LUCA
MARENZIO"**

in collaborazione con

**FAI – Fondo Ambiente
Italiano - Sezione di VALLE
CAMONICA**

CONTESTO PROGETTUALE

RIFLESSIONI SULLE RIPERCUSSIONI DELLA PANDEMIA NEL SETTORE CULTURALE (Dal 16° rapporto annuale Federculture 2020 “Dal tempo della cura a quello del rilancio”)

In Italia il settore culturale, che impegna oltre 840.000 operatori, è stato duramente colpito dagli effetti della pandemia. Le misure di contenimento del contagio hanno imposto (*e aggiungiamo che in questo momento lo impongono ancora, e per quanto?*), oltre due mesi di chiusura forzata, per i musei, i parchi archeologici, gli archivi e le biblioteche, un mese ulteriore di fermo per i cinema e i teatri, serie limitazioni ancora in essere per la musica dal vivo, il fermo forzato dei set cinematografici e la sospensione dei festival culturali. Tutto questo ha avuto effetti sia immediati che di lungo periodo. Basti pensare alle ripercussioni della chiusura di grandi attrattori culturali, non solo sui bilanci dei musei e dei teatri ma anche sull'intera filiera del turismo e al relativo indotto. Per non parlare del crollo dei visitatori nelle grandi città d'arte.

Tutto ciò, da un lato ha compromesso i bilanci delle istituzioni culturali e delle industrie creative e creato seri problemi occupazionali a diversi settori storicamente privi di tutela, dall'altro **ha impedito alle persone di godere del patrimonio culturale, privandole di opportunità di crescita e al contempo generando una piena consapevolezza della necessità della fruizione della cultura.**

La dimensione universale, la paura diffusa e le misure drastiche assunte per contenere la diffusione dell'epidemia nel cuore di una crisi economica di lungo periodo, hanno determinato conseguenze drammatiche sull'intero sistema economico e inferto un durissimo colpo al comparto culturale, i cui tempi di ritorno alla normalità saranno più lunghi che in altri settori.

Non significa ripartire da zero, ma sarebbe evidentemente un errore pensare di poter semplicemente restaurare ciò che conoscevamo e praticavamo prima che l'esperienza della pandemia lo collocasse in un forzato limbo.

Resterà la coscienza della nostra fragilità, come individui, come gruppi, come ecosistemi e la necessità di ridefinire con cura la gerarchia dei valori. Resterà la rinnovata consapevolezza delle **potenzialità della tecnologia** che ci ha consentito di "restare in contatto" e di produrre e diffondere cultura anche nei mesi che sarebbero stati altrimenti segnati da una plumbea solitudine.

Il digitale è soltanto una delle pratiche in campo per vincere la sfida in atto, caratterizzata da sperimentazione e da rischio, visioni ibride e relazioni irregolari. **La parola giusta su cui investire è network.**

Connessioni, appunto. Dovremo abituarci ad un nuovo modello transitorio che incroci l'esperienza dal vivo con la diffusione via streaming degli spettacoli e la **creazione di progetti per l'online che usino le nuove tecnologie non come un semplice strumento di diffusione ma come un *tools* creativo.**

LA RISPOSTA DEL MONDO CULTURALE BRESCIANO AGLI EFFETTI DELLA PANDEMIA

La pandemia da virus SARS-CoV-2 nei primi mesi del 2020 ha avuto un impatto devastante, in primis, per le Province di Brescia e Bergamo. Nella sola Provincia di Brescia, secondo i dati ufficiali dell'ATS, dal 24 febbraio al 20 maggio 2020 ci sono stati 2.435 decessi per Coronavirus e 12.506 positivi. Tutto questo ha stravolto il nostro modo di vivere, di lavorare, di relazionarci e di socializzare e, per primi in Italia, abbiamo vissuto appieno la paura collettiva i cui effetti sulla psiche non sono ancora del tutto visibili.

L'evolversi rapido e implacabile del contagio, “partito” da Codogno il 20 febbraio, ha portato in breve tempo a livello nazionale al DPCM del 8 marzo 2020 che ha istituito il lockdown in tutta Italia.

Da quel giorno, tutto, ad eccezione dei servizi strettamente essenziali, si è fermato: uffici, negozi, scuole, buona parte del mondo produttivo, sport, cinema, musei e spettacolo dal vivo.

Solo con l'inizio della fase 2, regolamentata dal DPCM del 16 maggio 2020, hanno potuto riaprire i negozi, le chiese e sono stati permessi gli spostamenti interregionali. Ma il mondo della cultura ha dovuto attendere il DPCM dell'11 giugno che ha consentito la riapertura, in sicurezza, delle sale teatrali, da concerto, cinematografiche e altri spazi all'aperto. Si è trattato di 3 mesi di "isolamento" assoluto dove il rapporto diretto con il pubblico è stato completamente stravolto.

In questo spazio temporale, il mondo della cultura ha dovuto completamente reinventarsi per assicurare un minimo di continuità lavorativa ai propri operatori e mantenere un contatto con il proprio pubblico. Come? Affidando la trasmissione e "consegna" della propria creatività alle ICT. Tra gli esempi per il settore dello spettacolo dal vivo, per il territorio bresciano, si citano:

TEATRO

Il CTB (Centro Teatrale Bresciano) ha sospeso a marzo tutte le attività di spettacolo e culturali in programma, le recite, le tournée pianificate sul territorio nazionale e si è trovato in breve tempo a dover ripensare a nuove proposte teatrali/culturali che, grazie alle nuove tecnologie, sono divenute fruibili a distanza consentendo di mantenere il contatto con il proprio pubblico. Tra queste: "BSO20 Home theater. Le voci da dentro", una **webserie** in 21 puntate di 15 minuti, una galleria di brevi ritratti di personaggi noti o sconosciuti del territorio bresciano, e "Il tempo delle fragole", otto spettacoli di produzione che hanno fatto la storia del Ctb le cui **registrazioni integrali** sono state trasmesse, in giorni e orari definiti, **su un canale dedicato** raggiungibile dalla homepage del sito istituzionale. Analogamente, anche oggi, mese di novembre, si sta procedendo in questo senso proponendo eventi teatrali visibili on.line come "Resistenze Teatrali", 5 progetti e 27 appuntamenti per raccontare il teatro che non si arrende, trasmesse attraverso il **sito istituzionale**.

La Fondazione Teatro Grande di Brescia nel mese di marzo 2020 ha annullato tutti gli spettacoli in programma dal 29 febbraio al 20 maggio compresa la Festa dell'Opera del 6 giugno e ha proposto al proprio pubblico, a partire dal 26 aprile il **progetto web** "Piano sequenza" un'anticipazione digitale di una mostra fotografica che avrebbe dovuto essere allestita e fruita presso il teatro stesso e che è stata riconvertita on.line con pubblicazioni calendarizzate delle immagini sui **facebook** e **instagram**, a seguire sono stati promossi palinsesti degli spettacoli su **Teletutto** e **Classica HD** (canale 136 di Sky). Con l'attuale lockdown, grazie al circuito OperaLombardia, il Teatro Grande ha portato in **live streaming** una sua produzione sul portale del circuito e sulla piattaforma **mediaportal** della Regione Lombardia e per il mese di dicembre 2020 sono previste nove proposte su Classica HD e sull'emittente televisiva Teletutto tra cui il Concerto di Natale.

DANZA

Lo Spazio Danzarte che fa parte del circuito CLAPSpettacolodalvivo ha attivato tramite il proprio sito istituzionale un calendario di **lezioni virtuali**, un servizio di **consulenza telefonica** psicologica per gestire lo stress del momento e promosso le proposte attraverso la propria pagina **facebook**.

MUSICA

Il Festival Pianistico Internazionale, sospeso e riprogrammato completamente, ha proposto al suo pubblico nella stessa data prevista inizialmente per l'inaugurazione un concerto digitale trasmesso a puntate il sabato mattina e commentato dal direttore artistico sui canali **Facebook** e **Instagram** del Festival, raggiungibili anche dal **sito istituzionale**. Il tutto fruibile anche sul canale **Youtube** in una playlist dedicata.

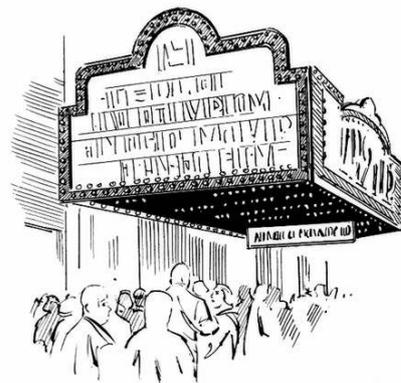
Il Conservatorio di Musica "Luca Marenzio" ha dovuto sospendere il 50% delle proposte inserite nella stagione concertistica 2019/2020 composta da 60 eventi musicali gratuiti aperti al pubblico. Per non perdere il contatto con i propri spettatori nei mesi del lockdown, sono state proposte, a cadenza regolare, sui canali **facebook** e **you tube**: ogni domenica mattina, per 10 settimane, il **video "Il Buongiorno del Direttore"**, video di **esibizioni musicali** degli allievi, video dei **concerti** realizzati, **web serie** "letture e musica", **uno speciale sul M° Giancarlo Facchinetti composto da 8 video musicali** con le sonate per pianoforte, **un tour virtuale** alla scoperta degli ambienti **del Conservatorio** e gli speciali di **Teletutto**. Sul canale **Instagram** sono state pubblicate con cadenza regolare le fotografie delle

masterclass e gli scatti delle lezioni in DAD. Tutto questo per mantenere costante il rapporto con il suo territorio.

Un'offerta così ricca di proposte ha catalizzato l'attenzione del pubblico ma anche di tanti giovani interessati a intraprendere gli studi musicali, tanto che, nonostante la pandemia tutt'ora in corso, le iscrizioni all'a.a. 2020/2021 sono aumentate del + 17% (551 iscritti) rispetto all'a.a. 2019/2020 (472 iscritti).

Le parole che più frequentemente emergono da questa breve analisi sono dunque: progetti web, video, webserie, lezioni virtuali e immagini, tutti veicolati principalmente attraverso i siti istituzionali e i canali social come facebook, you tube e instagram. In una situazione imprevista e improvvisa che ha "rotto" il rapporto diretto con il pubblico, lo spettacolo dal vivo ha dovuto lasciare la sua naturale sede di espressione (i luoghi culturali: teatri, auditorium, sale spettacolo ecc.) e trovare nuovi mezzi per raggiungere il proprio pubblico. Il percorso di fruizione si è dunque invertito. Internet ha rappresentato, più che mai in questi mesi, uno strumento di diffusione e connessione, in grado di accorciare anche le più evidenti distanze fisiche, sociali e culturali, attraverso delle pratiche di connessione virtuali in cui è stato possibile scambiarsi testimonianze storiche e artistiche.

L'utilizzo delle TIC in ambito culturale è un cammino che è già in corso nella fruizione dei beni culturali (pensiamo ad esempio ai "musei reali interattivi", in cui le strumentazioni tecnologiche aiutano il pubblico nella comprensione), ma la pandemia ne ha determinato un'accelerazione/necessità repentina anche per lo spettacolo dal vivo. Proseguire adeguatamente e con qualità su questa strada però, comporta investimenti in competenze tecniche (riprese, montaggio, produzione) anche considerevoli, e non per tutti realizzabili.



LA RISPOSTA DEL PUBBLICO AGLI EFFETTI DELLA PANDEMIA

L'interessante indagine "Caro spettatore come stai?" realizzata a seguito dell'emergenza Covid19 ha permesso di misurare la temperatura dei pubblici durante il lockdown in 20 regioni d'Italia. Sono state raccolte 5.587 risposte di cui il 59% provenienti dalle Regioni più colpite: **Veneto e Lombardia**. Il 58% degli intervistati ha un'età compresa tra i 36 e i 59 anni, il 23,5% tra i 21 e i 35 anni, il 16% più di 60 anni e il 2,5% meno di 20 anni. Da questa indagine è emerso che il 38% (maggioranza del campione) aderisce in modo identitario, dichiarando che l'arte e la cultura fanno parte di ciò che li definisce e il 34,5% dichiara di partecipare spesso ad attività culturali ed artistiche. Aumenta l'età e diminuisce "l'entusiasmo". Nelle classi d'età inferiori la risposta "l'arte e la cultura fanno parte di ciò che sono" è scelta da una percentuale maggiore di persone rispetto alla media. Escludendo le risposte plebiscitarie di film, documentari e serie TV (23,5%) emergono andamenti di fruizione diversificati in base alla fascia di età, come la **registrazione video o lo streaming di spettacoli** al secondo posto tra le opzioni più scelte in tutte le fasce di età, registrazioni video o lo **streaming di concerti** (13%), gli incontri di formazione (11%) e le visite virtuali a musei o mostre (scelta più significativa per gli over 60 -17%). Al 74,5% le esperienze culturali on.line a cui hanno partecipato durante il lockdown sono piaciute ma preferiscono la fruizione dal vivo. **Ad averle apprezzate di più sono stati gli under 20, ma anche gli over 60**, entrambi con un numero di risposte positive superiori alla media totale. E' presumibile pensare che il pubblico vorrà continuare a fruire ciò che ha apprezzato ma anche partecipare ad iniziative per le quali non farebbe troppa strada. Tra le iniziative che piacerebbe

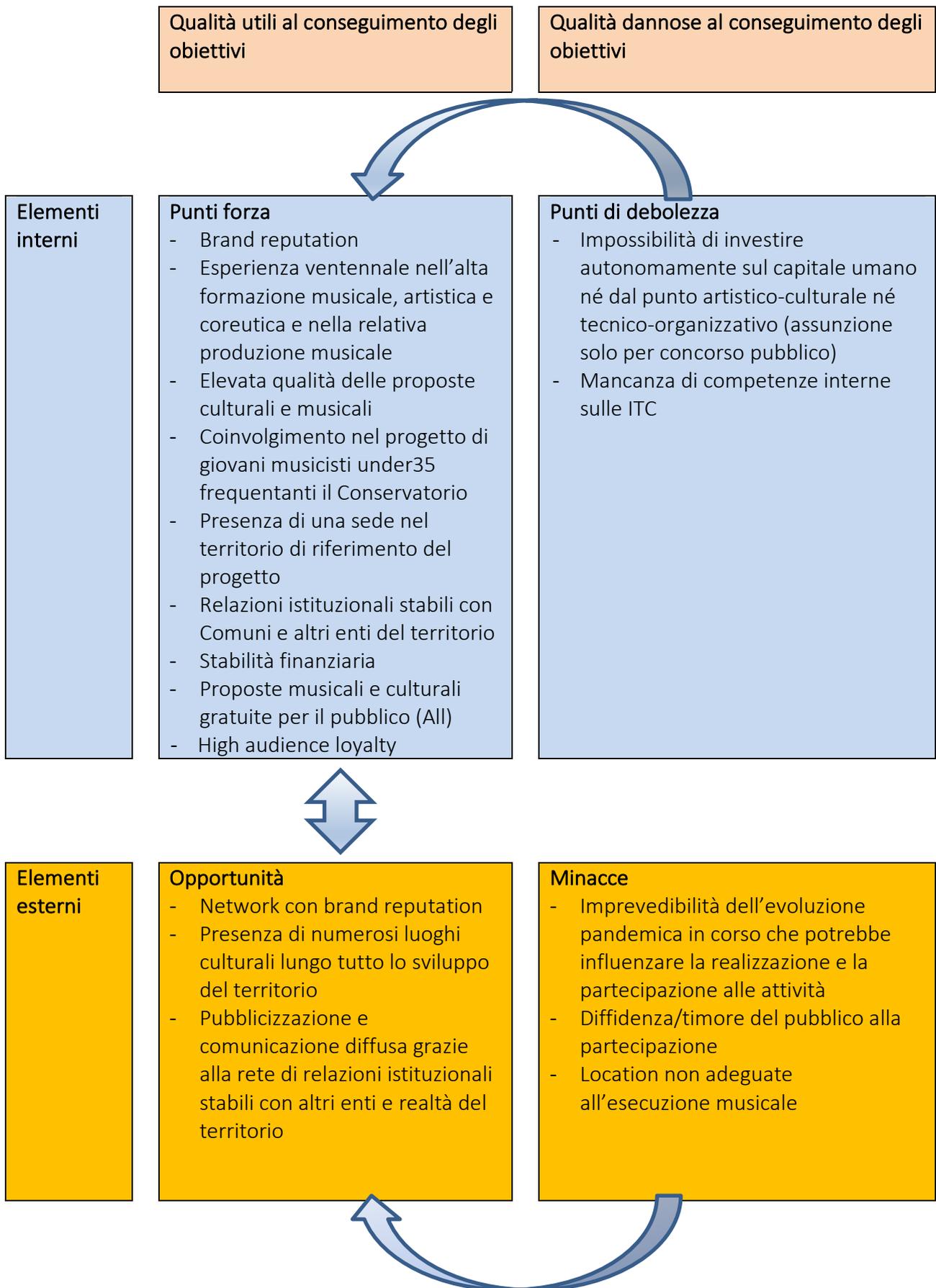
continuare a fruire sul web, l'opzione "film, documentari e serie tv" rimane la più scelta (21%) mentre al secondo posto, fino ai 59 anni, la diretta streaming di incontri/dibattiti di artisti o intellettuali (12%), per gli over 60 invece al secondo posto c'è la visita virtuale a mostre e musei (15%), mentre al terzo posto gli under 20 hanno selezionato la registrazione di video di spettacoli (11%), dai 21 ai 59 anni la diretta streaming di incontri di formazione e gli over 60 la registrazione video di spettacoli (13%).

IL BACINO DI UTENZA DI "SOLO PER TE"

Il bacino di utenza individuato per questo progetto è quello della Valle Camonica, un'area territorialmente decentrata. Lunga circa 100 km e con 96 centri abitati che sono per la maggior parte collocati ai margini, sui pendii delle montagne, lontani dall'unica arteria stradale principale e mal serviti da strade ed altrettanto scarsamente dai servizi pubblici, sfavorisce la partecipazione dei suoi abitanti agli eventi culturali promossi nel capoluogo di Provincia e nel suo hinterland, dove l'offerta è più diversificata.

In Valle Camonica il Conservatorio è presente con una sede decentrata a Darfo Boario Terme nell'edificio denominato "Ex Convento" di valore storico-testimoniale tutelato ai sensi del D.Lgs. n°42/2004 dei beni culturali, e propone ogni anno, presso l'auditorium della sede e altri luoghi in Valle, circa 20 appuntamenti musicali gratuiti e aperti al pubblico tra concerti, seminari, conferenze-concerto e spettacoli dal vivo promossi e realizzati dai docenti e dagli studenti, spesso con la collaborazione di prestigiosi artisti esterni e altri 50 spettacoli musicali tenuti esclusivamente da studenti e aperti al pubblico all'interno della rassegna degli studenti. Si tratta di una proposta musicale e culturale di alto livello, conosciuta e seguita da un folto pubblico di diverse fasce d'età. I mesi bui del lockdown sono stati teatro di sperimentazione sulle ITC anche per il Conservatorio, già peraltro molto attivo sui canali facebook (secondo solo al Conservatorio di Milano, con 4.041 utenti che seguono la pagina), you tube (9.000 visualizzazioni negli ultimi 7 anni) e instagram (primo in Italia tra i Conservatori nell'uso di questo canale social con 1.182 follower) ma anche di riflessione. Alla forte preoccupazione di veder crollare il numero di iscrizioni per il futuro anno accademico e all'impossibilità di testare dal vivo l'umore del pubblico si è contrapposto il forte desiderio di comunicare a 360° la vitalità del Conservatorio, in particolare tra gli ultimi nati dei Millenials e i primi nati della GenZ che rappresentano il target di potenziale crescita in ambito didattico. I risultati hanno sbalordito oltre ogni aspettativa: + 17% di iscritti all'a.a. 2020/2021 rispetto all'a.a. 2019/2020 e numerosissime visualizzazioni e commenti ai contenuti caricati sui nostri canali social durante i mesi di chiusura del Conservatorio. La strada è quella giusta, e le riflessioni condivise hanno fatto emergere la impellente necessità di: 1) diversificare e innovare: è indispensabile proporre a una parte del nostro pubblico musicale, quello più giovane, in forma permanente, più strutturata e di qualità, nuove forme di fruizione delle nostre esibizioni in cui le ICT, da loro abilmente utilizzate, siano protagoniste 2) approssimarsi: proporre, sempre più iniziative mirate e, come in questo specifico caso, di prossimità alla popolazione di questa area montana che per distanza, o sfiducia nel futuro, o paura a spostarsi, è a rischio di impoverimento culturale, soprattutto nella fascia di età tra i 55 e i 70 anni, che rappresenta il pubblico di riferimento in particolare per la musica classica 3) network: creare connessioni leganti con altre realtà culturali del territorio per sviluppare progetti virtuosi in grado di acquisire consenso sociale e culturale e produrre risultati tangibili in termini di partecipazione ed economie di scala 4) comunicare: ripensare le strategie di comunicazione e promozione che per questo progetto dovranno farsi più che mai "prossime" ai target individuati. **"Solo per te" è un progetto a doppio binario rivolto** in particolare a 2 target: la **Generazione Millenials** (24-39 anni) e la **Generazione Baby Boomers** (56-74 anni) che potranno fruire della medesima proposta musicale-culturale, attraverso canali diversificati. Nell'ideazione e realizzazione dell'iniziativa è coinvolta la sezione FAI della Valle Camonica, una realtà molto conosciuta e ben radicata sul territorio in grado di generare, con il Conservatorio, un "effetto fionda" sull'intero progetto.

ANALISI SWOT



OBIETTIVI DEL PROGETTO

Obiettivo generale

- Promuovere nuove forme di partecipazione alla vita culturale delle persone con minori opportunità residenti in aree montane
- Rigenerare l'identità locale attraverso il binomio musica-luoghi della cultura sul territorio d'intervento

Obiettivi specifici

- Rimotivare la partecipazione alla vita culturale del pubblico con minori opportunità residente in area montana attraverso iniziative musicali-culturali-teatrali di prossimità realizzate in forma ridotta ed in luoghi culturali significativi per la popolazione, per storia, tradizione e sviluppo, seguendo la logica della rigenerazione del tessuto culturale e di valorizzazione degli spazi culturali presenti sul territorio,
- Rinsaldare il rapporto tra spettacolo dal vivo, luoghi della cultura e pubblico, indebolito dal lockdown
- Rispondere alle differenti preferenze dei due gruppi target individuati proponendo, per lo stesso evento culturale-musicale-teatrale, forme di fruizione diversificate che prevedano la partecipazione in presenza e on line,
- Suscitare il coinvolgimento attivo e partecipativo del pubblico non solo per la fruizione degli eventi ma anche per contribuire alla promozione in modo anche informale degli eventi stessi
- Stimolare la resilienza culturale come lievito di un nuovo equilibrio sociale e culturale
- Rinnovare e innovare le modalità di organizzazione dell'offerta culturale e musicale del Conservatorio per rispondere ai cambiamenti in corso
- Incrementare l'accesso e la fruizione di iniziative culturali on.line con particolare attenzione alle nuove generazioni

STRATEGIA D'INTERVENTO

Il progetto nasce dalle riflessioni/considerazioni evidenziate nell'analisi relativa al bacino di utenza potenziale, dall'esperienza pluriennale che il Conservatorio, come istituzione Universitaria, ha acquisito nel tempo nella relazione con le giovani generazioni (GenZ, Millennials) ma anche con il pubblico adulto.

Il Conservatorio produce da anni un cartellone annuale con oltre 70 eventi culturali e musicali di alta qualità completamente gratuiti, seguito da un pubblico adulto e giovane.

La disponibilità di due sedi, una presso il capoluogo di Provincia e una in Valle Camonica, ha permesso di osservare e comprendere le diverse dinamiche che stanno alla base della fruizione degli eventi in funzione della loro collocazione geografica.

Brescia con i suoi 90 km² di superficie, si contraddistingue per la sua vivacità culturale. La concentrazione di luoghi culturali come teatri, musei, biblioteche, monumenti, zone archeologiche, parchi e chiese, abbinate alla presenza di numerose sedi di Fondazioni, cooperative culturali, associazioni, e Università genera una molteplicità di opportunità culturali, sia gratuite che a pagamento, per i residenti, fruibili con il minimo spostamento e quindi "prossime" per vicinanza.

La prossimità è uno degli elementi che può influenzare positivamente il processo decisionale di partecipazione e rappresenta uno dei vantaggi della vita urbana.

Viceversa la Valle Camonica con i suoi 1.519 km² di superficie, i principali centri urbani dislocati lungo gli oltre 100 km della arteria stradale che la percorre e un patrimonio culturale disseminato su una superficie così vasta, offre ai residenti una proposta culturale ricca ma frammentata e soprattutto concentrata nel periodo estivo nelle aree a più alta vocazione turistica.

Questo comporta necessariamente spostamenti del pubblico residente anche per distanze significative e la fruizione e la partecipazione è frutto di scelte e motivazioni personali e culturali molto forti. Fino ad oggi.

Gli effetti della pandemia hanno indebolito il legame con il pubblico e ne influenzano le scelte decisionali di partecipazione in particolare dove gli spostamenti sono significativi.

Partendo da questo presupposto abbiamo ripensato parte della nostra proposta musicale riprendendo l'esempio della "musica da camera" del sei/settecento, eseguita da pochi musicisti, a volte dilettanti, e comunque inizialmente per pochi partecipanti per rivivere quell'intimità musicale in grado di ricostruire e generare un "nuovo" rapporto con il pubblico.

Una proposta per pochi che deve farsi "prossima" in luoghi culturali che siano significativi per storia, tradizioni e cultura ma che deve saper tendere la mano alle nuove generazioni e utilizzare i canali di comunicazione e fruizione da loro prediletti.

ATTIVITA' DI PROGETTO

1) REALIZZAZIONE DI 6 EVENTI MUSICALI-CULTURALI -TEATRALI DI PROSSIMITA' (IN PRESENZA)

Ogni evento musicale-culturale-teatrale in cartellone sarà proposto in orario pomeridiano in 3/4 turni da 45 minuti l'uno a un minimo di 2 a un massimo di 4 spettatori (congiunti). Per gli eventi all'aperto, e qualora le disposizioni di prevenzione lo permettessero, il numero dei partecipanti potrà essere aumentato. Tutti gli eventi saranno prenotabili solo on.line e verranno video-filmati per confluire, successivamente, in una web serie in 6 puntate che sarà disponibile on.line in forma gratuita. Ogni coppia o piccolo nucleo familiare sarà ricevuta/o all'ingresso da un attore professionista che, calato nel ruolo di "proprietario o custode" del luogo, accoglierà con tutti gli onori i graditi ospiti, e li introdurrà, in forma gradevole e divertente, alla scoperta del castello, chiesa, mulino sottolineando la sua importanza nella storia del territorio e per la comunità, fino ad introdurli nella sala/luogo/spazio del concerto. Qui i partecipanti, seduti su comode poltrone a "trono", avranno la possibilità di conoscere brevemente i musicisti e partecipare a un concerto in forma privata. Ogni concerto avrà una durata massima di 20 minuti e verrà eseguito da piccoli ensemble/gruppi/band di musicisti composti da docenti, professionisti e studenti del Conservatorio. Conclusa l'esecuzione musicale, rientrerà in scena l'attore che inviterà i partecipanti a proseguire il percorso di conoscenza del luogo culturale con l'accompagnamento di un esperto del FAI. Al termine verrà realizzata una breve intervista per rilevare il grado di soddisfazione dei partecipanti, i loro desideri e suggerimenti e le preferenze sulle modalità di fruizione. Ogni coppia o nucleo partecipante riceverà inoltre l'invito a visionare in anteprima il video-filmato di quell'evento sul canale you tube del Conservatorio. I concerti spazieranno dalla musica classica, al jazz fino al rock pop per assecondare i gusti musicali di un ampio pubblico.

Gli eventi saranno realizzati in 6 luoghi culturali già individuati dal FAI Valle Camonica come significativi per il territorio tra quelli sotto elencati:

- EX CONVENTO QUERINIANO sede del Conservatorio di Darfo Boario Terme chiamato perché voluto dal Cardinale Angelo Maria Querini, vescovo di Brescia, fu costruito dal 1721 al 1729 come convento delle Suore della Visitazione. Fiorì per quasi un secolo, e molte famiglie della Valle Camonica e di fuori vi collocarono in educazione le loro figliole poiché le Salesiane vi tenevano un convitto con scuole interne di lettere, di musica, di lavoro femminile, secondo la tradizionale forma di allora per allevare ed educare le giovani di famiglie signorili.
- BORGO DI SANT'ANTONIO DI CORTENO borgo storico e tipico della Valle Camonica. Fra gli edifici meglio conservati e rappresentativi la piccola Chiesetta barocca dedicata, appunto, a Sant'Antonio, la segheria veneziana e il mulino. Una caratteristica peculiare del piccolo paese sono le scritte di carattere militare che si possono ancora osservare sulle pareti di molti edifici e che ricordano delle classi di coscritti andati al fronte durante gli ultimi due conflitti mondiali.
- CASTELLO DI CIMBERGO il castello di Cimbergo affonda le sue radici in un passato storico lontano e in una serie di guerre e battaglie che lo hanno coinvolto fin dalla sua costruzione, avvenuta tra XII e il XIII secolo. Fu protagonista anche delle innumerevoli lotte tra guelfi e ghibellini i quali, proprio nel castello di Cimbergo, firmarono nel 1378 la pace che precedette quella poi firmata a Breno nel 1397 e destinata a metter fine alle lotte fratricide che imperversavano in Valle.
- CASTELLO DI MU' a EDOLO è un'antica fortificazione che fu costruita probabilmente intorno al XIII secolo a Mù, attuale frazione del comune di Edolo, per volontà dei vescovi di Brescia. La costruzione passò nell'anno 1342 tra le proprietà della famiglia Federici, conti ghibellini che per oltre due secoli furono tra i massimi protagonisti della vita istituzionale camuna.
- CENTRALE IDROELETTRICA EDISON a SONICO impianto idroelettrico ancora funzionante che utilizza le acque del fiume Oglio (in piccola parte regolate dal serbatoio del Lago Nero, situato sotto il passo

del Gavia) e dei suoi affluenti Vallaro, Val Grande, Val Paghera, Val Finale e Val Moriana rappresenta un esempio di memoria del lavoro in Valle.

- CHIESA DI SAN VALENTINO a BRENO edificata nel 1400 accorpando un edificio preesistente databile all'anno mille che a sua volta sorgeva sulle macerie di un tempio ben più antico e dedicato al dio Sole (una delle divinità più adorato nell'epoca pre-romana e pre-cristiana in Valle Camonica) è meta di viva devozione e intenso pellegrinaggio, ha raccolto numerosissimi ex-voto, molti dei quali ancora esposti.
- CRISTO RE a BIENNO situato sulla collinetta denominata di "Santa Maria Maddalena" nel borgo di Bienno è meta di pellegrinaggio per turisti e fedeli oltre alla bellissima e famosa statua dorata del Cristo Re offre al visitatore un piccolo complesso di opere che include un monumento ai caduti, un bel giardino e la splendida chiesetta di Santa Maria Maddalena risalente al XIII-XIV secolo.
- MULINO ANTONIOLI -FUCINE DI DARFO BOARIO TERME inizialmente denominato "Mulì De la Plagna", dall'omonima località pianeggiante con un lieve pendio erboso dove crescono larici e castagni, la sua attività produttiva è attestata già nel 1600. L'edificio è stato aperto al pubblico nel corso di diverse manifestazioni e rappresenta un vero e proprio museo dell'arte contadina.
- MUSIL CEDEGOLO Museo dell'industria e del lavoro è grande edificio emblematico della modernità novecentesca, nel quale è allestito un museo dell'energia idroelettrica di nuova generazione.
- ROCCOLO GUIDETTI FRANZONI Singolare costruzione in pietra e legno a tre piani costruito nei primi decenni del novecento veniva utilizzato nella caccia per la cattura degli uccelli.
- CHIESA DI SAN BARTOLOMEO DEGLI UMILIATI DI CEMMO eretta nel XIII secolo dall'ordine religioso degli Umiliati. L'edificio religioso, restaurato di recente, fu costruito a ridosso di una delle quattro porte monumentali (Naserna, Azemo, Norcolo e Ponte Clegna) che in epoca medievale permetteva l'accesso al borgo di Cemmo, difeso da una cinta di mura di cui si scorgono ampie porzioni in alcune località del paese.
- SAN MICHELE – BERZO INFERIORE la cappella di S. Michele si trova alla sommità dell'omonimo colle che sovrasta il paese di Berzo Inferiore con splendida vista panoramica sulla media Valle Camonica e sulla Val Grigna, fu probabilmente costruita su una precedente area sacra di epoca romana. La chiesa, alla luce degli scavi archeologici eseguiti negli anni 2000 si può collocare comunque all'interno di una vasta fortificazione che cingeva la sommità del colle tra il XII e il XIII secolo fino a raggiungere la sottostante chiesa di San Lorenzo, magnifico esempio di chiesa campestre con affreschi di fine XV e inizio XVI secolo.
- CHIESA DI SANTA MARIA ED ELISABETTA DI CEMMO DI CAPO DI PONTE il primo corpo di questo oratorio fu eretto all'inizio del XII secolo, e venne inizialmente intitolato ai santi Faustino e Giovita. Il primo documento che ne certifica l'esistenza è la bolla papale di Innocenzo II stesa nel 1132 durante la sua permanenza a Brescia.
- STABILIMENTO TASSARA BRENO sito industriale significativo per il lavoro in Valle iniziò la sua produzione nel 1854 sotto la guida di Filippo Tassara a cui seguirono, nella gestione i figli, i nipoti e l'uomo d'affari franco-polacco Romain Zaleski.

Soggetti coinvolti: Conservatorio Luca Marenzio (capofila)- FAI sezione di Valle Camonica (rete) – Associazione teatrale (fornitore di servizi) – Impresa culturale video maker (fornitore servizi)

Risorse Umane: 2-4 musicisti – 2 attori – 1 addetto accoglienza – 1 esperto FAI – 1 Direttore fotografia – 1/2 operatori per le riprese – 1 Direttore di produzione – 1/2 tecnici – 1/2 persone per pulizie e sanificazione

Numero eventi: 6 eventi in orario pomeridiano ciascuno con 3/4 turni di partecipazione da 45 minuti l'uno

Tempi di realizzazione: da maggio a metà luglio 2021

Beneficiari: 60-70 utenti di cui il 75% nella fascia baby boomers

2) REALIZZAZIONE DI UNA WEB SERIE IN 6 PUNTATE DEGLI EVENTI MUSICALI-CULTURALI-TEATRALI

Realizzazione di una WEB SERIE in sei puntate degli eventi realizzati da distribuire come playlist su YouTube, con la possibilità di organizzare una release specifica a cadenza settimanale/mensile (la piattaforma permette di organizzare una première per ogni filmato visualizzando un countdown che ne pianifica l'uscita).

Ogni puntata avrà una durata di 25'/30' e sarà dedicata ad uno dei luoghi di interesse culturale in cui si esibiranno attori e musicisti.

Grazie al montaggio alternato sarà possibile documentare e raccontare l'intero evento nel suo svolgimento cronologico, partendo da una breve presentazione della location attraverso l'esibizione attoriale e infine musicale, senza svalutare il carattere esclusivo ed intimo dell'evento, dedicato a singoli spettatori o a piccoli gruppi, al contrario esaltando l'unicità dell'esibizione.

Questa scelta permetterà infatti di restituire al pubblico un'esperienza di visione in cui i piani di reazione del pubblico si alterneranno come se tutti fossero insieme di fronte allo stesso spettacolo, seppur virtualmente.

Ogni puntata conterrà:

- un'INTRODUZIONE della location, individuata dal FAI tra i luoghi di maggior interesse culturale della Val Camonica a cura di un attore professionista che interpreterà un personaggio legato alla specifica location. Questo permetterà di riassumere la parte iniziale in un unico viaggio attraverso esterni ed interni del luogo, rendendo il percorso più immersivo e il risultato finale simile ad una vera e propria docu-fiction. In questo caso si opterà per una messa in scena di tipo cinematografico.

- una PRESENTAZIONE dell'esibizione da parte dell'attore tramite un breve monologo dal taglio leggero/comico. L'attore potrà accogliere i singoli spettatori introducendoli al brano che andranno ad ascoltare e alla formazione musicale protagonista dell'esibizione live. Le riprese potranno svolgersi direttamente nella sala adibita per il concerto con un approccio televisivo (almeno tre telecamere di cui due fisse ed una in movimento su carrello) ispirato alle classiche esibizioni di stand up comedy.

- un'ESIBIZIONE musicale: tutte le esibizioni previste per la giornata saranno oggetto di ripresa, cambiando posizione alle telecamere al termine di ognuna. Questo consentirà di realizzare un gran numero di inquadrature differenti, nello specifico: almeno uno/due piani dedicati ad ogni strumento, diversi totali del luogo per meglio contestualizzare il posizionamento degli elementi e del pubblico, diversi piani di ascolto/reazione di coloro che saranno presenti. Questo approccio permetterà in fase di montaggio di lavorare su una quantità di materiale sufficiente a garantire ritmo e ricchezza visiva al risultato finale.

- una VISITA culturale al luogo/bene culturale, a cura di esperto FAI con inquadrature differenti per avere una maggior quantità di immagini necessarie a valorizzare il luogo e la sua storia.

- una CONCLUSIONE in cui i partecipanti verranno intervistati e invitati ad esprimere le emozioni vissute nella partecipazione all'evento e il loro ricordo personale sul luogo culturale in cui si trovano.

Soggetti coinvolti: Conservatorio Luca Marenzio (capofila) - Impresa culturale video maker (fornitore servizi)

Risorse Umane: 1 Direttore fotografia – 1/2 operatori per le riprese – 1 Direttore di produzione – 2 tecnici

Numero puntate 1 web serie in 6 puntate

Tempi di realizzazione: da luglio a ottobre 2021

Beneficiari: Millenials – si stimano una media di 700 visualizzazioni per puntata solo sul canale youtube del Conservatorio per un totale di 4.200 visualizzazioni a cui si aggiungeranno quelle del canale youtube o facebook del FAI Valle Camonica e di altre istituzioni che collaboreranno alla diffusione.

LOGICAL FRAMEWORK DI PROGETTO

	DESCRIZIONE	INDICATORI	MEZZI DI VERIFICA	ASSUNTI
OBIETTIVO	<ul style="list-style-type: none"> • Rimotivare la partecipazione alla vita culturale del pubblico con minori opportunità residente in area montana attraverso iniziative musicali-culturali-teatrali di prossimità realizzate in forma ridotta ed in luoghi culturali significativi per la popolazione, per storia, tradizione e sviluppo, seguendo la logica della rigenerazione del tessuto culturale e di valorizzazione degli spazi culturali presenti sul territorio, • Rinsaldare il rapporto tra spettacolo dal vivo, luoghi della cultura e pubblico indebolito dal lockdown • Rispondere alle differenti preferenze dei due gruppi target individuati proponendo, per lo stesso evento culturale-musicale-teatrale, forme di fruizione diversificate che prevedano la partecipazione in presenza e on line, • Suscitare il coinvolgimento attivo e partecipativo del pubblico non solo per la fruizione degli eventi ma anche per contribuire alla promozione in modo anche informale degli eventi stessi • Stimolare la resilienza culturale come lievito di un nuovo equilibrio sociale e culturale • Rinnovare e innovare le modalità di organizzazione dell'offerta culturale e musicale del Conservatorio per rispondere ai cambiamenti in corso • Incrementare l'accesso e la fruizione di iniziative culturali on.line con particolare attenzione alle nuove generazioni 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Min. 70 % di pubblico residente nei Comuni ove hanno luogo gli eventi ▪ Min. 70 % di pubblico che si esprime favorevole a partecipare ad ulteriori eventi ▪ Min. 30 % di pubblico che ha saputo dell'iniziativa tramite passaparola ▪ Incremento min. del 25 % delle offerte culturali on.line del Conservatorio 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Rilevazione presenza/partecipazione ▪ Rilevamento dati con intervista al termine delle attività in presenza ▪ Feedback mail ai partecipanti in presenza prima della messa on.line della web serie ▪ Feedback mail successive alla messa on.line dell'ultima puntata della web serie ▪ Rilevamento visualizzazione web serie sui social tramite: Google Analytics, n. visualizzazioni, like, nuove iscrizioni nel periodo di progetto, commenti on.line 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Partecipazione/adesione delle istituzioni- associazioni- privati proprietari o gestori dei beni culturali ad accogliere progetti MUSICALI-CULTURALI-TEATRALI di prossimità ▪ Desiderio di partecipazione ad eventi culturali pubblici ▪ Consapevolezza della necessità della cultura
RISULTATI	<ul style="list-style-type: none"> ▪ La partecipazione alla vita culturale del pubblico residente in area montana sarà stimolata ▪ Il legame spettacolo dal vivo-luoghi della cultura-pubblico verrà ricucito ▪ L'offerta culturale del Conservatorio si diversificherà tenendo conto delle diverse tipologie di pubblico ▪ Le proposte culturali-musicali on.line del Conservatorio si incrementeranno e con esse la partecipazione del pubblico on.line 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Partecipazione di almeno l'90% del pubblico stimato per le attività in presenza ▪ Attivazione del 100% delle attività previste ▪ 80% Feedback positivo del pubblico esterno che usufruisce degli eventi ▪ Realizzazione 6 eventi MUSICALI-CULTURALI-TEATRALI ▪ Realizzazione 1 web serie on.line ▪ Incremento del 20% delle visualizzazioni complessive sui canali social del Conservatorio grazie alle attività realizzate 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ n. prenotazioni ▪ Produzione video-musicale ▪ Analisi dato iscrizione stimato/effettivo ▪ Interviste ai partecipanti 	Collaborazione tra tutti gli stakeholder che a vario titolo partecipano alla realizzazione e promozione dell'iniziativa sul territorio
ATTIVITA'	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 6 eventi MUSICALI-CULTURALI-TEATRALI in presenza ▪ 1 web serie in 6 puntate ▪ 3 spot con pillole della web serie per le differenti piattaforme social ▪ Interviste ai vari attori e partecipanti 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Iscritti/partecipazione ▪ Grado di soddisfazione ▪ Rispetto del cronoprogramma ▪ Visualizzazioni e like 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Questionari ▪ Controllo cronoprogramma ▪ 4 riunioni e report interni ▪ Google analytics ▪ KPI's 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Impegno costante e professionale di tutti i soggetti coinvolti
INPUTS	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 26 artisti impegnati (musicisti e attori) ▪ 8 tecnici professionisti per realizzazione web serie (riprese, regia, fotografia, produzione e montaggio) ▪ 6 luoghi di cultura coinvolti 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ n. artisti che hanno partecipato ▪ n. tecnici/professionisti coinvolti ▪ n. adesioni dei luoghi di cultura disponibili ad accogliere le attività di progetto 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ contratti di collaborazione attivati ▪ conferme disponibilità luoghi cultura 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ disponibilità artisti ▪ luoghi culturali adeguati alle riprese

MONITORAGGIO E VALUTAZIONE

Il monitoraggio e la valutazione del progetto ci permetteranno di raccogliere informazioni per orientare al meglio le decisioni e quindi la qualità del progetto in termini di rilevanza (risposta ai bisogni dei nostri due gruppi target), fattibilità ed efficacia (per ottenere i benefici previsti che gestionale???). Al fine di creare senso di appartenenza al progetto e ricucire il rapporto con il pubblico, nelle attività di monitoraggio e valutazione verrà garantito il coinvolgimento dei beneficiari e degli stakeholder.

Il monitoraggio consisterà in un'analisi continua e sistematica dei progressi ottenuti dal progetto allo scopo di migliorarne l'efficienza e l'efficacia e supportare le decisioni del gruppo di coordinamento/lavoro del progetto rappresentato da 1 coordinatore generale del progetto, 1 referente azioni musicali, 1 referente azioni teatrali, 1 referente azioni culturali, 1 referente area fundraising, 1 referente area comunicazione tradizionale, 1 referente area comunicazione digitale e 1 rappresentante area amministrativa, e prevede:

- 1) 4 incontri periodici lungo lo sviluppo temporale del progetto (aprile/giugno/settembre/ottobre) per la revisione costante del progetto. Durante gli incontri verranno analizzati i dati raccolti nelle diverse fasi di sviluppo e analizzate le eventuali modifiche o gli adattamenti necessari. Per ogni incontro è prevista la stesura di un report.
 - a. Aprile: analisi rispondenza risorse umane previste/risorse umane effettive (artisti, tecnici, esperti FAI ecc.), verifica cronoprogramma, stato avanzamento attività fundraising/patrocini, presentazione pianificazione temporale di dettaglio delle azioni di promozione/comunicazione sia su canali tradizionali che digitali, verifica stato avanzamento realizzazione programma di prenotazione, pianificazione tempi e modalità restituzione risultati, verifica presa in carico manuale rendicontazione. REPORT 1
 - b. Giugno: analisi dati prenotazioni/partecipazione, analisi questionari/interviste partecipanti (feedback beneficiari), verifica coerenza cronoprogramma azioni preventivate/azioni realizzate, rilevazione e analisi vissuto musicisti/attori/esperti FAI, rilevazione vissuto di tutti i soggetti coinvolti (stakeholder) stato avanzamento fundraising, verifica tra n. azioni di promozione/comunicazione canale tradizionale previste ed effettivamente realizzate, restituzione risultati attività in presenza, verifica coerenza spese previste/spese effettive per rilevamento scostamenti dal piano economico e stato avanzamento pagamenti. REPORT 2
 - c. Settembre: verifica strategia di promozione/comunicazione digitale e pianificazione temporale di dettaglio delle azioni, verifica coerenza temporale realizzazione web serie, pianificazione tempi e modalità restituzione risultati, verifica coerenza spese previste/spese effettive per rilevamento scostamenti piano economico e stato avanzamento pagamenti. REPORT 3
 - d. Ottobre: analisi dati follower, like e commenti raccolti dai canali social (feedback beneficiari), rispondenza temporale messa on.line web, verifica coerenza cronoprogramma azioni preventivate/azioni realizzate, verifica tra n. azioni di promozione/comunicazione canale digitale previste ed effettivamente realizzate, restituzione risultati attività on.line, verifica coerenza spese previste/spese effettive per rilevamento scostamenti dal piano economico e stato avanzamento pagamenti. Se???

La valutazione ci permetterà verificare se il progetto sta raggiungendo gli obiettivi prefissati e di sostenere le decisioni relative alle azioni da intraprendere nel periodo di svolgimento del progetto stesso. Per evitare di cadere nell'autoreferenzialità, verrà affidata ad un soggetto esterno competente (Università o professionista) e verterà sui principi di imparzialità, credibilità, partecipazione di tutti i soggetti chiave coinvolti e utilità. Sono previsti due momenti valutativi a metà e a fine progetto con stesura di report di valutazione.

COMUNICAZIONE E PROMOZIONE

Il piano di comunicazione e promozione prevede l'utilizzo di canali d'intervento diversificati in funzione del target a cui sono rivolti, gestiti da professionisti della comunicazione con competenze specifiche che dovranno coordinarsi attraverso un'unica regia.

- 1) CANALE TRADIZIONALE le azioni in questo ambito saranno gestite direttamente dall'ufficio stampa del Conservatorio affidato ad una professionista esterna esperta e prevedono l'utilizzo di una serie di strumenti idonei al raggiungimento del target adulto (baby boomers) nel periodo precedente la realizzazione degli eventi (primavera-estate) tra cui:
 - a. Definizione di un IMMAGINE/LOGO di progetto che sia identificativa degli eventi
 - b. Minimo n. 2 CONFERENZE STAMPA di presentazione presso la sede di Brescia del Conservatorio e quella di Darfo Boario Terme
 - c. Minimo n. 4 INTERVISTE e/o "SPOT" sulle EMITTENTI TELEVISIVE LOCALI: Brescia TELETUTTO + Valli TV e TeleBoario nel TG diurno e serale in corrispondenza del periodo di programmazione degli eventi
 - d. Minimo n. 4 INTERVISTE/COMUNICAZIONI RADIOFONICHE su Radio Valle Camonica e radio Voce Camuna
 - e. Minimo n. 3 ARTICOLI/INTERVISTE sui principali quotidiani provinciali: Giornale di Brescia, Brescia Oggi, La Voce del Popolo e il Corriere della Sera - inserto Brescia
 - f. CARTELLA STAMPA (o *Press kit*), contenete una raccolta di comunicati stampa da inviare ai giornali per mail poco prima degli eventi stessi corredata da fotografie, video e link utili per approfondire.
 - g. N. 80 LOCANDINE da affiggere nei Comuni ove avranno sede gli eventi con attenzione all'affissione in luoghi frequentati dalla popolazione: Comune, Biblioteca, Parrocchia, Scuole, Tabaccherie, Panifici, sedi CAF/Patronati
 - h. N. 150 PROGRAMMI da distribuire durante gli eventi

- 2) CANALI DIGITALI le azioni in questo ambito saranno gestite direttamente da professionisti del marketing digitale e verranno utilizzate sia per la promozione precedente gli eventi in presenza attraverso i canali social del Conservatorio e del FAI come le pagine facebook e i siti istituzionali, sia per interventi specifici volti a promuovere la web serie verso il target dei millennials nel periodo estate-autunno precedentemente alla sua pubblicazione on.line. Tutta la comunicazione sui social terrà conto dell'utilizzo delle differenti modalità di comunicazione di ogni piattaforma e le campagne promozionali verranno quindi "personalizzate" e pianificate. Tra i canali digitali utilizzati si citano:
 - a. il sito istituzionale del Conservatorio <http://www.consbs.it> la pagina facebook [Conservatorio di Musica Luca Marenzio di Brescia | Facebook](#) la pagina you tube [Luca Marenzio - YouTube](#) , la pagina Instagram [Conservatorio Luca Marenzio \(@conservatoriobrescia\)](#) , la pagina facebook del FAI Valle Camonica [Gruppo FAI Valcamonica](#) la pagina Instagram del FAI Valle Camonica [Gruppo Fai Valle Camonica \(@gruppofaivallecamonica\)](#) le pagine facebook di [Turismo Valle Camonica | il portale ufficiale del turismo in Valle Camonica - Home - Valle Camonica Cultura](#) – <https://www.facebook.com/eventialtavallecamonica/> i siti istituzionali di tutti e sei i Comuni nei quali avranno sede gli eventi, i siti facebook delle emittenti televisive locali <https://www.facebook.com/teleboario> e <https://www.facebook.com/PiuValliTV> e altre pagine ritenute utili ai fini della promozione capillare delle iniziative

- b. creazione di uno SPOT IN PILLOLE da distribuire sui canali social per stimolare la curiosità e invogliare alla visione
- c. Diffusione della WEB SERIE (sei puntate) come playlist su YouTube, con organizzazione di una release specifica a cadenza settimanale/mensile
- d. Ai fini della misurazione della visibilità e partecipazione del pubblico social verranno inoltre monitorate le statistiche e definiti degli obiettivi numerici e KPI's (Key Performance Indicator) come n. visite e click.

3) ALTRO ulteriori forme di comunicazione verranno definite dal team di esperti sia per i canali tradizionali che per quelli digitali

CRONOPROGRAMMA

ATTIVITA'	Apr21	Mag21	Giu21	Lug21	Ago21	Set21	Ott21	Nov21
Organizzazione e pianificazione								
Realizzazione eventi in presenza								
Montaggio (post produzione)								
Realizzazione spot video								
Diffusione web serie								
Promozione e pubblicizzazione								
Monitoraggio								
Rendicontazione								→

CONSERVATORIO DI MUSICA LUCA MARENZIO

Il Conservatorio Statale di Musica Luca Marenzio di Brescia e Darfo Boario Terme è il secondo in Lombardia e uno dei Conservatori che in Italia vanta la più completa offerta formativa e qualità del corpo docente tra insegnanti in organico e a contratto.

Fin dalla sua creazione, avvenuta nel 1864 come Civico Istituto Musicale Antonio Venturi, ha perseguito una vocazione di eccellenza nel campo della formazione professionale dei musicisti, sia in ambito cittadino che dell'intero territorio della Provincia di Brescia.

I lusinghieri risultati ottenuti hanno portato nel 1972 alla sua statalizzazione, allargando la sua influenza a livello regionale e interregionale.

La successiva trasformazione in Istituto di Alta Formazione Artistica Musicale e Coreutica, avvenuta nel 1999 con la Legge n. 508, ha sancito il prestigioso riconoscimento del livello universitario degli studi impartiti al Marenzio, inserendolo nel piano di riforma del Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca.

La riorganizzazione delle docenze e dei numerosi corsi ha ulteriormente innalzato il confronto di eccellenza a livello nazionale, portando la struttura bresciana a conquistare qualificate posizioni nella graduatoria nazionale dei Conservatori italiani, con una spiccata apertura internazionale.

Un'attività sempre più intensa ha dato modo al Marenzio di offrire ai propri studenti, oltre a una delle più ampie offerte formative oggi disponibili in Italia, una chiara proposta educativa e di inserimento lavorativo professionale nella realtà locale, nazionale ed europea contemporanea.

Oltre al supporto dell'attività musicale della città, con formazione di strumentisti per l'Orchestra del Teatro Grande, del Teatro La Scala di Milano (con diverse prime parti) del Teatro Donizetti di Bergamo, dell'Arena di Verona, ha preparato numerosi turnisti di ogni strumento per le sale d'incisione e i gruppi orchestrali di professionisti italiani ed europei.

Sono importanti i numeri che il Conservatorio Luca Marenzio di Brescia ha registrato in questi ultimi anni, in termini di iscrizioni e acquisizione di docenze.

Dall'a.a. 2018-2019 fino al 2020-2021, il numero degli allievi complessivi è invece cresciuto di circa 200 unità e con esso, la necessità di mettere a disposizione ulteriori 20 aule oltre quelle già presenti. Le nuove domande d'iscrizione sono state inoltrate da giovani musicisti provenienti non solamente da molte parti d'Italia, ma anche da Cina, Iran, Polonia, Portogallo, Spagna, Turchia e molti altri paesi. Tra i diversi insegnamenti impartiti dal Marenzio, segna un importante tassello la recente acquisizione del biennio di Direzione d'Orchestra, un percorso formativo concesso a pochi Conservatori del nord Italia con cui il MUR ha definitivamente sancito il collocamento del Conservatorio bresciano nella fascia d'eccellenza della formazione AFAM italiana.

Dall'Anno Accademico 2020/2021 entrerà in vigore anche la nuova convenzione stipulata con il Conservatorio Felice Dall'Abaco di Verona che completa e integra le formazioni presenti nei piani di studio dei due enti in materia di Musicoterapia.

Dall'a.a. 2019/2020 sono stati attivati insegnamenti afferenti al Triennio di Popular Music che hanno visto già nella prima fase 35 nuovi iscritti.

Inoltre i corsi di base e propedeutici, destinati agli allievi più giovani, si preparano a un nuovo incremento dei numeri di iscritti, allargando la sfera di accesso anche agli studenti disabili per i quali è intenzione del Conservatorio istituire dei percorsi di studio specifici.

Nel complesso, questo significativo aumento di iscrizioni ha prodotto un altrettanto importante incremento del numero di docenti che attualmente, tra insegnanti in organico e a contratto, contano le 160 unità.

Il Conservatorio Luca Marenzio di Brescia, oltre a vantare un'eccellente didattica, contribuisce in maniera sostanziale alla vita culturale della Provincia di Brescia, proponendo ogni anno diverse decine di concerti e attività musicali eterogenee, e promuovendo progetti di avvicinamento alla musica

fruibili non soltanto dagli allievi del Conservatorio ma anche dalla cittadinanza, in forma completamente gratuita.

Cartelloni di decine di eventi con concerti, master class, seminari, conferenze concerto, presentazione di dischi, progetti teatrali e attività per i bambini sono offerti al pubblico ogni anno, progetti che richiamano a Brescia molti musicisti di chiara fama, importanti solisti e prime parti d'orchestra che ritroviamo nelle stagioni concertistiche italiane più prestigiose.

Una proposta artistica che nasce dal progetto di molti appassionati docenti, tagliato su misura per i programmi didattici dell'anno in corso. Finalità principale della produzione, infatti, è l'esperienza concertistica, momento culminante della formazione di chi, come i giovani allievi del Conservatorio, si cimenta nel difficile mestiere del musicista. La capacità di progettare e produrre una quantità così notevole di concerti è un plusvalore che influisce sul percorso didattico e lo completa, collocando il Conservatorio Marenzio tra i primi istituti italiani di formazione musicale.

Ogni anno una commissione artistica composta da alcuni docenti dell'Istituto si dedica esclusivamente alla programmazione e organizzazione dei concerti, valutando le proposte pervenute, selezionando e costruendo un cartellone di attività che ha la sua forza nella varietà dei contenuti ma soprattutto nella valorizzazione delle risorse costitutive di un istituto di alta formazione quale il Conservatorio. Progetti nuovi e inediti, rassegne che giungono a traguardi importanti per longevità, per una panoramica di generi musicali che va dalla musica antica a quella contemporanea, jazz e nuove tecnologie.

Orgoglio dell'Istituto è l'Orchestra STU.D.I.O. (STUDENTI e DOCENTI Insieme in Orchestra), un ensemble nato dall'idea di costituire un gruppo orchestrale formato da docenti e studenti insieme che si esibiscono in importanti programmi da concerto. Con lo stesso spirito si muovono i diversi Cori del Conservatorio che raccolgono diverse decine di allievi (dai più piccoli, fino ai corsi superiori), ma anche i complessi di musica antica come l'Ensemble Marenzio, l'ensemble di Fiati, la Big Band dei corsi jazz: vere e proprie compagini stabili che di anno in anno si rinnovano, includendo nuovi allievi affiancati da quelli di più lunga esperienza dei corsi superiori.

Un interessante progetto chiamato Marenzio Plays fortifica il rapporto del Conservatorio non solo con la città ma anche con il territorio circostante coinvolgendo scuole di musica, accademie e associazioni musicali di tutto il territorio della provincia di Brescia e limitrofe in un'azione sinergica volta a moltiplicare i momenti di diffusione della musica attraverso concerti e attività di scambio finalizzate alla didattica. Sono infatti molte e oramai sempre in crescita le scuole di musica sul territorio con le quali il Marenzio ha attivato delle convenzioni volte a favorire lo scambio reciproco di risorse e una maggiore sostenibilità dei numeri di allievi.

La ricerca è da alcuni anni punto focale dell'attività del Conservatorio. Svolta in collaborazione con AEC (Association Européenne des Conservatoires) e RAMI (Ricerca Artistica e Musicale in Italia) la ricerca ha permesso la stabilizzazione di contatti e la firma di protocolli d'impegno per scambi didattici e artistici con scuole di altre nazioni, come Cina, Iran, Uzbekistan, Messico, così da ampliare la visione di una professione più aderente alle moderne esigenze di interscambio culturale. Una attività di ampio respiro che lavora nell'ottica della terza missione e dell'impatto sulla società, concretizzando azioni e mettendo in campo risorse per catalizzare e accompagnare sempre più persone in percorsi culturali e formativi di alto livello.

Il Conservatorio possiede inoltre la Carta Universitaria Erasmus (EUC) in versione "estesa", valida cioè sia per l'LLP sia per il job-placement per la mobilità degli studenti e l'effettuazione degli stages o tirocini.

FAI VALLE CAMONICA

Il FAI - Fondo Ambiente Italiano - è una fondazione senza scopo di lucro nata nel 1975, sul modello del National Trust, con il fine di tutelare e valorizzare il patrimonio storico, artistico e paesaggistico italiano.

L'attività principale è prendersi cura dei luoghi speciali ricevuti in donazione, in eredità o concessi in gestione: boschi e coste, parchi e giardini, castelli e dimore storiche, ville e abbazie, ma anche piccoli beni dall'alto valore identitario come un'edicola storica o l'antica barberia della città.

Il FAI lavora affinché questi luoghi siano sempre più attivi come leve nei contesti culturali, sociali ed economici nei quali sono inseriti e si prodiga affinché essi siano anche centri di relazioni: delle vere e proprie comunità che, grazie alla presenza capillare e strutturata dei volontari, cercano un dialogo continuo con il territorio.

Grazie al supporto dei delegati e dei volontari, ogni anno organizza grandi momenti di sensibilizzazione, coinvolgimento attivo e tutela:

- ✓ le Giornate FAI di Primavera e d'Autunno,
- ✓ le Sere FAI d'Estate,
- ✓ le Mattinate FAI d'Inverno e
- ✓ I Luoghi del Cuore.
- ✓ Inoltre dedica attività specifiche agli studenti delle scuole.

Il FAI inoltre collabora con la società civile e le istituzioni, sia a livello locale che nazionale, per essere sempre più presente nei grandi dibattiti sull'ambiente, in difesa del paesaggio e del patrimonio storico-artistico.

La Rete territoriale del FAI, formata da volontari appassionati che hanno scelto di dedicare il proprio tempo libero alla diffusione dei valori e dell'operato della Fondazione, rappresenta il punto di riferimento per gli iscritti FAI sul territorio e la sua presenza è sempre più capillare: è coordinata da 19 Direzioni Regionali ed è organizzata in 128 Delegazioni, 101 Gruppi FAI e 96 Gruppi FAI Giovani, ai quali si aggiungono 4 Gruppi FAI ponte tra culture.

Il GRUPPO FAI VALLE CAMONICA è parte della DELEGAZIONE FAI di BRESCIA a sua volta facente parte della DIREZIONE REGIONALE FAI LOMBARDIA.

La sua Responsabile è Alessandra Giorgi Bonafini. Ogni anno promuove iniziative sul territorio della Valle in coordinamento con la delegazione di Brescia e la DG Lombardia e in collaborazione con gli enti e le altre realtà del territorio.