



"Servizi Istituzionali, Trasversali e Generali, Comunicazione Istituzionale, Organi Istituzionali, Sviluppo Economico, Turismo, Marketing, Agricoltura e Promozione della Città e del Territorio"

SCHEDA INTERVENTO

Progetto attuativo
*"Capodanni di Puglia", in attuazione
della D.G.R. n. 1692 del 29/11/2024.*

Le iniziative offrono una totale fruizione della città, aperta all'accesso di visitatori desiderosi di fruire di un'offerta di spettacoli e attrazioni senza precedenti, a partire dal rafforzamento dell'illuminazione artistica nel centro storico. Il programma beneficia della collaborazione dell'associazionismo locale, di Fondazioni e di diversi soggetti privati che hanno pensato di condividere le progettualità dell'Amministrazione offrendo eventi di grande interesse e partecipazione in centro e nelle periferie, consentendo all'Ente di redigere un programma diffuso di spettacoli con una forte valorizzazione delle tradizioni.

La città che fa da cornice ad iniziative culturali, di animazione e spettacolo nel corso delle festività di Natalizie, di Capodanno e dell'Epifania. Una programmazione in grado di generare ed esaltare la forza attrattiva dei luoghi di maggiore interesse storico e culturale di Andria nell'ottica di integrare il territorio nella geografia delle destinazioni turistiche e di valorizzare fattori di richiamo in chiave di stagionalizzazione dei flussi. Saranno numerose le occasioni per vivere la città durante le feste grazie a un programma di iniziative, tra allestimenti, spettacoli, solidarietà, animazione per bambini, concerti, teatro e family show, raccolte in un calendario unico. Il progetto si pone come strumento di promozione del territorio, quale integrante di un più esteso orizzonte regionale, attraverso una logica di co-marketing e di strategia comune tra i territori interessati, quale destinazione turistico-culturale.

Le attività si inseriscono all'interno di un cartellone di eventi che fino al 6 gennaio animeranno con canti, musica, danze, arti circensi, suoni della devozione, animazione per bambini, nel segno della tradizione e dell'innovazione ogni angolo del centro della città e non solo. Un parterre di iniziative distribuito tra le vie, le piazze, le chiese, il teatro, per restituire tutta l'atmosfera della festa. In considerazione della capacità di



"Servizi Istituzionali, Trasversali e Generali, Comunicazione Istituzionale, Organi Istituzionali, Sviluppo Economico, Turismo, Marketing, Agricoltura e Promozione della Città e del Territorio"

richiamo e attrazione degli appuntamenti, si stima un'affluenza complessiva di migliaia di persone.

La promozione del brand Capodanni Puglia attraverso questa iniziativa coordinata, avrà un positivo riverbero sulle attività commerciali, della ristorazione e dell'accoglienza della città che beneficeranno del richiamo di turisti per l'evento/eventi individuati per il progetto "Capodanni di Puglia". Il piano di comunicazione coordinato alimenta un circolo virtuoso e agisce positivamente anche sul benessere della città.

Piano di comunicazione e Programma degli eventi.

Le iniziative offrono una totale fruizione della città, aperta all'accesso di visitatori desiderosi di fruire di un'offerta di spettacoli e attrazioni che si caratterizza da una comunicazione off-on line con l'utilizzo di manifesti e locandine che saranno distribuite nelle piazze e nelle vie principali della città e anche alle attività commerciali e luoghi culturali privati e pubblici che diventeranno una vetrina a cielo aperto per catturare l'interesse di cittadini e visitatori intorno all'evento prescelto per l'iniziativa di co-marketing denominata "Capodanni di Puglia".

Il ongi palco su cui si esibiranno i gruppi/orchestre saranno brandizzate con i loghi della Comunità europea, della Stato italiano, della Regione Puglia, POC Puglia e di Pugliapromozione e il logo del Comune, saranno presenti, anche se distanti dai primi, anche altri loghi di partner che sostengono il progetto.

Si ricorrerà ad una comunicazione social e tramite la TV-radio con un programma di passaggi concordato con Pugliapromozione per il racconto degli eventi e del territorio con video-pillole, narrazioni fotografica, racconti, dirette e storie di Instagram e Facebook.

PROGRAMMA

L'intero programma di attività del periodo dal 25 dicembre al 6 Gennaio è molto vario ed ampio, e vedrà l'esibizione di numerosi artisti, musicisti.

Il programma prevede l'esibizione di:

- Associaz. Culturale Amadeus il giorno 28/12/2024, ore 19,30 c/o Chiesa S. Agostino - Coro musicale a cappella;
- – ProgettOrchestra il giorno 29/12 ore 20,00 c/o Auditorium P. CafaroConcerto di Natale- Musica e solidarietà con l'AIDO;
- Corale polifonica della Basilica Cattedrale di Canosa di Puglia il giorno 30/12/2024, ore 20,00, Chiesa Trinità;



"Servizi Istituzionali, Trasversali e Generali, Comunicazione Istituzionale, Organi Istituzionali, Sviluppo Economico, Turismo, Marketing, Agricoltura e Promozione della Città e del Territorio"

Concerto di Natale;

- Vurchio Savio il giorno 30/12/2024 dalle ore 19,30 c/o Sagrato chiesa Immacolata – Via Reg. Margherita “Io le canto così” – percorso influenze musicali;

- M° Tommaso Ieva il giorno 03/01/2025, dalle ore 19,30 c/o Chiesa Porta Santa, “Concerto dal Rinascimento ad oggi” in acustica;

- Adea Sergio – cantautore andriese, il giorno 05/01/2025 dalle ore 19,00 c/o Auditorium M. di Donna, Concerto “Sergio Adea Experience Band”;

- Band Billie Hard, il giorno 05/01/2025, Sagrato chiesa Immacolata – Via reg. Margherita, Concerto Live Show musicale;

- Parrocchia S. Agostino, il giorno 05/01/2025, dalle ore 19,30, Concerto di Natale – Quartetto Strumentale;

- Luciana Negrofonte e Mario Petrosillo, il giorno 06/01/2025 dalle ore 19,30 c/o Chiesa S. Francesco, Concerto Gospel.

Per la realizzazione del succitato programma si è stimato un costo complessivo di € 35.000,00.

Il Claim "Capodanni di Puglia" sarà veicolato in tutta la comunicazione degli eventi come brand di destinazione e riferimento istituzionale. In particolare le parti dovranno coordinare i dettagli di ciascuna iniziativa relativi a: nomi degli artisti coinvolti, orari, luoghi di svolgimento, accessibilità generale e accessibilità ai disabili, parcheggi.

Lo storytelling verrà rafforzato con interventi diretti e produzione di contenuti inediti sui canali istituzionali del brand Puglia, tra cui anche gli account social media, ovvero: pagina facebook @Comunedandria, sito istituzionale Comune di Andria, siti e pagine Facebook dei media partner: Telesveva, Teledhon, Teleregione, Amica 9 e Telenorba. La promozione degli eventi sarà veicolata anche sui canali dell'A.R.E.T Pugliapromozione.

In particolare, il piano editoriale social media avrà la funzione, trasversale ad entrambi gli obiettivi, di creare engagement con il pubblico e con le community, attraverso la diffusione di hashtag quale #weareinpuglia.

Si prevede inoltre la comunicazione anche attraverso il sito di Pugliapromozione. Tutti gli eventi saranno quindi promossi congiuntamente come iniziative di valorizzazione del sistema culturale regionale nonché di qualificazione dell'offerta turistica e culturale



"Servizi Istituzionali, Trasversali e Generali, Comunicazione Istituzionale, Organi Istituzionali, Sviluppo Economico, Turismo, Marketing, Agricoltura e Promozione della Città e del Territorio"

regionale, espressione dell'intera strategia culturale e turistica della Puglia e del suo brand.

Attraverso tali interventi si intende qualificare l'offerta turistica e culturale regionale realizzando una programmazione strategica che miri a valorizzare e promuovere il territorio ed il suo patrimonio materiale e immateriale. La nostra Regione sarà coinvolta da iniziative di spettacolo volano di una strategia di sviluppo culturale e quindi turistica, economica e sociale del territorio.

Costi a carico di ARET

Costi a carico del Comune

€ 33.000,00

€ 2.000,00

N.B. i costi sono comprensivi di IVA.

L'esiguità della somma messa a disposizione del Comune deriva principalmente dal fatto che essendo arrivati a fine anno tutte le somme disponibili sono state impegnate per le iniziative già messe in atto ed essendo il comune di Andria un comune di predissesto le somme disponibili per eventi culturali non erano enormi.

Le spese preventivate si riferiscono ai costi relativi ai servizi di comunicazione (stampa, materiali di comunicazione, gadget, banner, comunicazione on e off line, brandizzazione, ecc.) e promozione degli eventi, e alle spese connesse all'attuazione dell'intervento con riferimento al calendario di attività presentato.

Andria, 12/12/2024

IL DIRIGENTE
Dott. Riccardo Zingaro