

Il Cammino della Musica



1 SONG 4 PEOPLE (logo)

DESCRIZIONE

Un marinaio, due musicisti, un unico sogno:

unire le culture di quattro popoli, in un viaggio in barca a vela.

Un musicista in più a bordo ad ogni tappa:

la creazione di un gruppo multiculturale

Una Missione:

comporre la colonna sonora dell'integrazione

TAPPE DEL VIAGGIO

Italia, Montenegro, Albania, Grecia, Italia (CARTINA CON PERCORSO)

PERIODO

Il progetto si articolerà in tre fasi:

luglio 2012 (avanscoperta *on the road*, in camper alla ricerca dei musicisti da imbarcare)

maggio 2013 (missione *on the boat*, in barca a vela con i musicisti incontrati *on the road*)

Agosto 2013 (festival itinerante in cinque appuntamenti: musiche video e racconti delle 4 tappe e spettacolo finale con la presentazione della colonna sonora dell'integrazione)

VIAGGIATORI

Pino Rizzo (marinaio salentino), **Diego Rizzo** (musicista salentino), **Andrea Zuin** (cercatore di musiche veneto), un Montenegrino, un Albanese e un Greco (da conoscere in avanscoperta)

OBIETTIVI GENERALI

- **Integrazione culturale:** attraverso la condivisione della vita di bordo e la sperimentazione musicale si cercherà di raggiungere una conoscenza diretta delle culture rappresentate dalle individualità dell'equipaggio.
- **Unione culturale:** attraverso la composizione di una colonna sonora multietnica si fonderanno i suoni, le lingue e i valori culturali di 4 popoli.



- **Valorizzazione dei territori esplorati:** le immagini, le musiche, i video raccolti e prodotti saranno condivisi attraverso differenti mass media (internet, radio, televisioni) e gli spettacoli, mettendo in evidenza le bellezze paesaggistiche e culturali dei paesi visitati.
- **Sperimentazione di un turismo nautico alternativo:** la navigazione su rotte slegate dai circuiti del turismo di massa, aspira ad incentivare nuove modalità di fruizione dei territori e delle culture ad essi legate.

MODALITA' fase A - Avanscoperta on the road

Luglio 2012, Treviso: Andrea e Diego partono in camper, con la missione di trovare e conoscere i musicisti che saranno i compagni di bordo dell'anno successivo. Il camper percorrerà le strade di Montenegro, Albania e Grecia, facendo tappa nelle zone dove la musica tradizionale dimostra maggiore vitalità. In tali luoghi si illustrerà e promuoverà il progetto, al fine di coinvolgere la popolazione locale, le istituzioni e le realtà associative come parti attive della seconda fase "on the boat".

In questa fase si cercheranno anche i contatti mediatici esteri che serviranno a dare ulteriore eco e risonanza al progetto, nonché possibili finanziatori dello stesso.

L'occasione sarà anche quella di avere un quadro generale della situazione culturale e sociale dei paesi partecipanti.

Il viaggio sarà interamente documentato e condiviso tramite blog, social network, collegamenti radiofonici.

MODALITA' FASE B: Viaggio on the boat

Luglio 2013, Otranto: Pino, Andrea, Diego e i tre musicisti conosciuti nella fase A, attraversano il Mare Adriatico per raggiungere il Montenegro, dove sosterranno una settimana. Qui avranno luogo le seguenti attività pre - organizzate:

- Evento di accoglienza: festa di benvenuto con musica popolare italiana e montenegrina; le modalità della festa saranno quelle della partecipazione collettiva e della condivisione dei prodotti eno-gastronomici locali dei due paesi.
- Documentazione paesaggistica e storica e dei luoghi, sia dal mare che sulla terraferma.
- Interviste a rappresentanti delle istituzioni locali, delle comunità italiane, intellettuali, musicisti e personaggi del popolo.
- Navigazione costiera durante la quale si comincerà la fase di composizione musicale della colonna sonora dell'integrazione.

Queste attività verranno riproposte con modalità simili sia in Albania che in Grecia, tenendo conto dei risultati dell'indagine effettuata in avanscoperta.

Il programma dettagliato sarà quindi stilato dopo quest'ultima.

MEZZI E STRUMENTI

Fase A: Un camper adibito a laboratorio mobile di documentazione, una videocamera, una macchina fotografica, un registratore, un computer portatile con collegamento internet.



Fase B: Una barca a vela – grand soleil 45 piedi – adibita a laboratorio mobile di produzione multimediale, nonché a laboratorio di sperimentazione musicale, due chitarre, un mandolino, un tamburello (per la tradizione italiana), fisarmonica (per la tradizione montenegrina), clarinetto (per la tradizione albanese), un buzuki (per la tradizione greca), una videocamera, una macchina fotografica, un registratore, un computer portatile con collegamento internet.

DOCUMENTAZIONE E DIFFUSIONE

L'intero progetto sarà adeguatamente documentato attraverso immagini, video e registrazioni audio, effettuate con attrezzature professionali gestite da tecnici del settore.

Il materiale sarà pubblicato attraverso il web (blog ed i più noti social network), emittenti televisive nazionali ed internazionali, nonché collegamenti radiofonici diari con emittenti italiane, montenegrine, albanesi e greche, le quali seguiranno l'avventura *step by step*.

MEDIA PARTNERS

www.ilcamminodellamusica.it

radio nazionali

radio locali

tv locali

streaming tv

giornali e riviste del settore musicale, nautico, turistico

MOTIVAZIONI STORICHE, SOCIALI ED ECONOMICHE

- *Il legame:* il Salento ha sempre rappresentato un ponte verso l'Oriente, funzione da cui in passato trasse non pochi vantaggi, sia sul piano culturale che economico. Riscoprire alcune rotte in una chiave moderna rinsalderebbe legami culturali antichi e favorirebbe lo sviluppo di un turismo eco-sostenibile (barca a vela) e non di massa.
- *L'Appartenenza:* A Cattaro esiste attualmente una comunità veneta (e italoфона) che conta circa 500 persone, eredità dei 350 anni di dominazione di Venezia sulla Dalmazia: l'attuazione del progetto, in particolare attraverso la documentazione e la riproposta di musiche popolari italiane, rafforzerebbe l'appartenenza della comunità alla propria madrepatria, favorirebbe iniziative di gemellaggio e associativismo e rafforzerebbe i rapporti tra Italia e Montenegro a tutti i livelli. In Albania, invece, esiste una piccola minoranza di coloni che hanno vissuto in quei luoghi dopo l'invasione italiana della seconda guerra mondiale, ai margini della società: parte di questa minoranza ha ottenuto il rimpatrio con non pochi problemi, lasciando sul territorio un'eredità umana ancora da raccogliere.
- *L'abbattimento delle frontiere:* la condivisione della vita di bordo – con tutti i suoi aspetti pratici -, il confronto e la fusione dei valori culturali veicolati dalla musica, la creazione musicale durante un viaggio che varca i confini territoriali e la condivisione della composizione musicale con genti di paesi diversi, contribuirebbero ad



abbattere ogni tipo di frontiera culturale: dal pregiudizio etnico (Italiani vs Albanesi, Greci vs Albanesi) all'identità ultra-nazionalista (non più abitanti di territori diversi e divisi, ma esseri umani che condividono valori e volontà d'integrazione).

PARTECIPAZIONE SPONSOR

1 Song 4 People è un progetto di ricerca e sviluppo, soprattutto è un'occasione di incontro tra diverse realtà culturali, tra persone e stili di vita, tra musica e storia. Tutto quello che l'arte dei suoni crea e sviluppa, portando in contatto realtà culturali, sociali, commerciali e favorendo interscambi internazionali, contribuisce a realizzare iniziative e sinergie in vari settori.

Perciò in questa ottica diventa necessaria una strategia di comunicazione efficace e precisa. L'intento del progetto è quello di promuovere sulla scena italiana ed internazionale le varie attività partecipanti, interfacciando la cultura con le strategie aziendali private che vogliono entrare in una sistema sicuramente vincente. Stiamo lavorando per mantenere un profilo *open source*, secondo la nostra filosofia di progetto, che possa raggiungere il più alto numero di persone.

VISIBILITÀ PER LO SPONSOR

La comunicazione pianificata intorno al progetto 1 SONG 4 PEOPLE offre numerose occasioni di visibilità per gli sponsor.

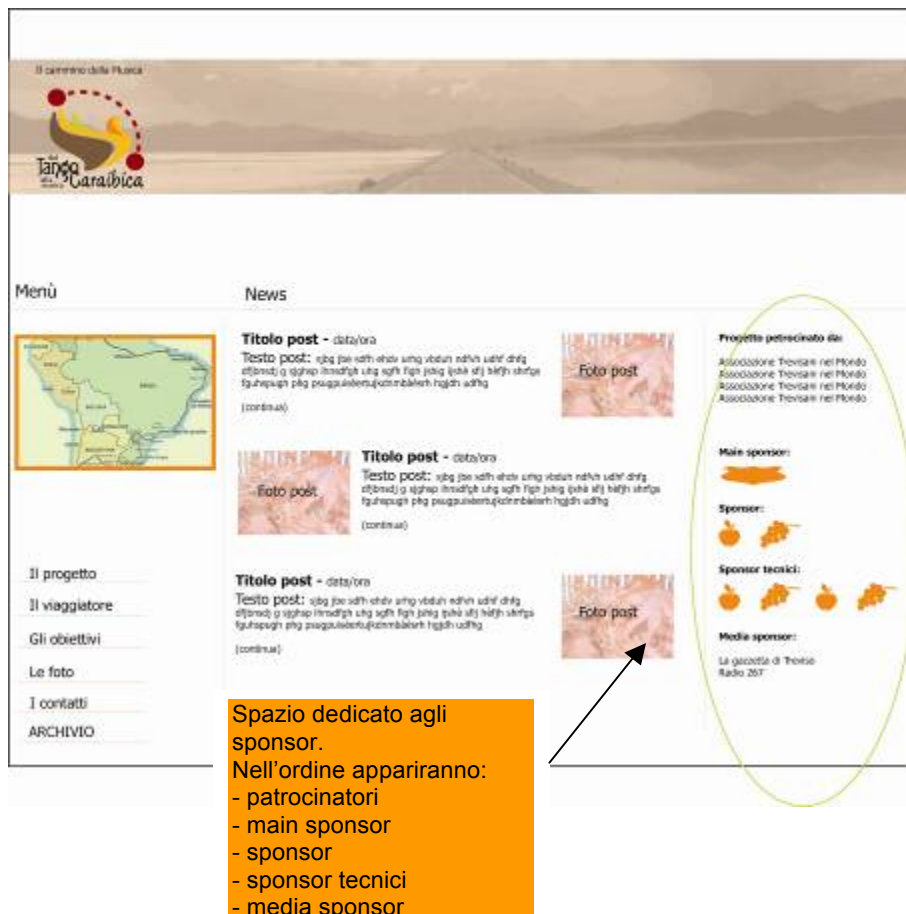
Il progetto riceverà costante attenzione dai media di informazione (radio, televisioni, giornali, riviste, ...) che amplificheranno le possibilità di contatto con il pubblico; creeranno così aspettativa e curiosità intorno al progetto. Gli sponsor verranno presentati alla stampa attraverso comunicati ed inoltre avranno la possibilità di inserire, ove distribuita, una pagina di presentazione all'interno della cartella stampa.

Per tutti i sostenitori (patrocinatori, *main* e media sponsor, sponsor tecnici) è previsto uno spazio di alta visibilità all'interno del sito *web*. La posizione è subordinata al livello dell'intervento di sponsorizzazione attuato da ciascun partner.

Le riprese video del viaggio rappresentano sicuramente un altro momento di grande visibilità. Lo sponsor apparirà come marchio sul *merchandising*, e su tutto il materiale tecnico *brand*, secondo accordi preventivi presi dalle parti.

Questa visibilità si concretizzerà ogni qualvolta verrà inserita un'immagine in internet e poi nella messa in onda del supporto audio video.





INTERNET

Internet rappresenta senza dubbio il mezzo con più possibilità di sviluppo, proprio grazie all'opportunità che offre di abbattere tempi e costi della comunicazione. È così che, partendo dal sito *web*, che includerà anche un **blog**, si potrà seguire il progetto; verranno descritti gli sviluppi del progetto condividendo anche le immagini che verranno prodotte durante la fase esecutiva. Internet permette di mettere in condivisione non solo foto ma anche i filmati, le varie registrazioni, le interviste radiofoniche. Tutto questo all'interno del sito *web* (www.ilcamminodellamusica.it). Il sito sarà inoltre **supportato da portali internet molto conosciuti** che lo divulgheranno tra i loro utenti. Questa è una realtà che permetterà di **moltiplicare i contatti**, sfruttando la logica della rete. Potenzialmente sono raggiungibili migliaia di persone che potrebbero ricevere tutte le informazioni in merito al progetto ed agli sponsor. **Il link del sito apparirà ben visibile nel sito web delle radio** che seguiranno il progetto creando una sorta di visibilità "a rimbalzo" per gli sponsor partecipanti.

GIORNALI E RIVISTE

La maggiore credibilità di un progetto passa sicuramente attraverso la carta stampata, *media* che possiede ancora una forte influenza sull'opinione pubblica. Per questo motivo è stato organizzato un lavoro di ufficio stampa che garantirà l'uscita di articoli e interviste sui quotidiani locali e nazionali. Inoltre l'interessamento di alcune riviste specializzate che ospiteranno gli articoli del progetto, ne amplificheranno il contenuto e tutto il suo valore.



RADIO E TELEVISIONE

Questi due mezzi rappresentano i *media* a più alta fruizione. Sono stati presi contatti con radio locali, nazionali ed internazionali **che seguiranno tutto il percorso effettuando collegamenti telefonici periodici**, concordando dei momenti di intervista. Inoltre tutto il materiale video, filmato durante il percorso del progetto, sarà utilizzato realizzando in fase di post produzione un DVD, per creare un supporto disponibile a tutte le realtà interessate al prosieguo del progetto e per future presentazioni in sale, teatri, circoli culturali e lezioni didattiche nelle scuole.

MEZZI DI TRASPORTO

I mezzi di trasporto utilizzati dal viaggiatore saranno decorati esternamente con il logo dello sponsor, in modo da essere sempre riconoscibili in tutte le strade percorse e le città visitate.

ALTRO

Grazie al sostegno ricevuto dalle associazioni italiane ed estere, saranno organizzati degli incontri-conferenza in cui verrà presentato il progetto e i suoi sponsor, insieme ai risultati delle ricerche effettuate durante il viaggio.

Per tutti i sostenitori (patrocinatori, *main* e *media* sponsor, sponsor tecnici) è previsto uno spazio di alta visibilità all'interno di questi incontri-conferenza. La posizione è subordinata al livello dell'intervento di sponsorizzazione attuato da ciascun partner.

!! Per la realizzazione di questo progetto siamo alla ricerca di partner disposti a diventare protagonisti dell'impresa e a sostenerla economicamente !!

INFO

www.ilcamminodellamusica.it

DIEGO RIZZO

(+39) 333 8958094

dondiego79@tiscali.it

ANDREA ZUIN

(+39) 349 8144898

info@ilcamminodellamusica.it

progetto ideato nel gennaio del 2012



COPYRIGHT 2012



PIANO FINANZIARIO AVANSCOPERTA

Euro	4.000 +	(noleggio camper)
Euro	1.000 +	(spese benzina)
Euro	100 +	(pedaggi autostradali)
Euro	200 +	(traghetto per Corfù)
Euro	<u>1800 +</u>	(viveri per 30 giorni)
Tot.	7.100	

PIANO FINANZIARIO FASE ON THE BOAT

Euro	18.000 +	(noleggio mensile barca a vela grand soleil 16 m)
Euro	500 +	(Carburante barca a vela)
Euro	10.000 +	(rimborso spese musicisti per un mese di attività)
Euro	10.000 +	(rimborso spese video-maker e montaggio)
Euro	4.500 +	(viveri per un mese di viaggio)
Euro	1.200 +	(spese portuali)
Euro	3.000 +	(ufficio stampa)
Euro	3.000 +	(service e amplificazione festival)
Euro	2.000 +	(Pubblicità, locandine, volantini e biglietti festival)
Euro	3.500 +	(cash musicisti per 5 concerti)
Euro	500 +	(spese di viaggio musicisti)
Euro	<u>4.000 =</u>	(spese eventi d'accoglienza all'estero)
Tot.	60.200	

