



**Festival musicale
ecocompatibile**
Bardinetto (SV)

*Come a Woodstock, ma si
mangia meglio*

Balla Coi Cinghiali 2010

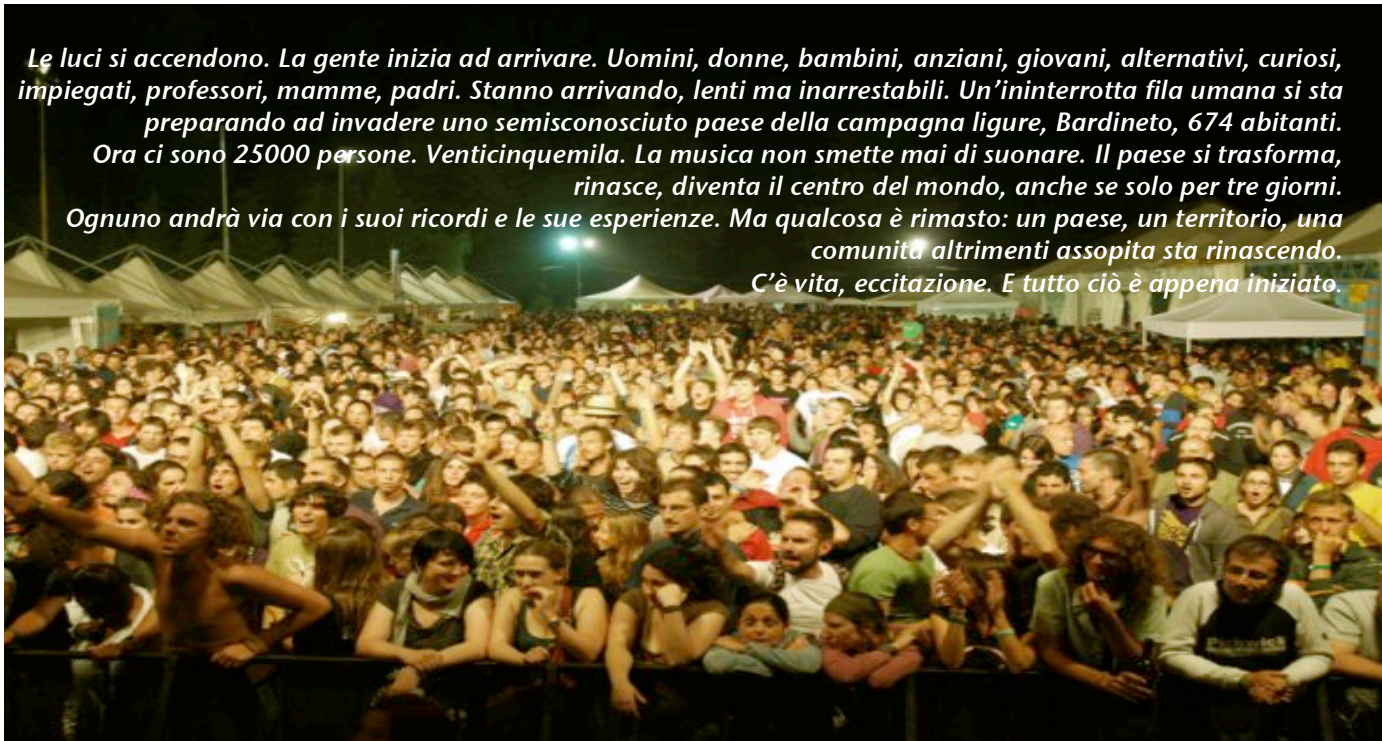
Scheda progettuale

Titolo	Balla Coi Cinghiali 2010
Referente	Simone Marcenaro
Zona d'intervento	Regione Liguria
Gruppo di lavoro	Roberto Franchelli, Luca Ghilino, Simone Marcenaro, Andrea Pastorino
Indirizzo web	www.ballacoicinghiali.it ; http://www.myspace.com/ballacoicinghiali ; http://www.facebook.com/ballacoicinghiali ;
Mail	abelinou@ballacoicinghiali.it
Skype	simoskype78
Telefono	333.7403434 / +34-634.916882
Descrizione sintetica	Festival musicale-culturale
Settore	Cultura e Spettacolo
Allegati	1- Screening economico 2007-2009 2- Carta Etica

Indice

1. COS'È BALLA COI CINGHIALI.....	4
2. OBIETTIVI DEL PROGETTO BCC.....	9
3. COSA CI SERVE PER CRESCERE.....	16
4. PREVENTIVO ANALITICO DEI COSTI PER IL 2010.....	20
5. IMPATTO DEL PROGETTO SUL TERRITORIO.....	22
6. COME SI È GIUNTI FINO A QUI: UN NUOVO MODELLO DI SPETTACOLO.....	25
7. LO STAFF DI BCC.....	28

1. COS' È BALLA COI CINGHIALI



Balla Coi Cinghiali: un festival musicale gratuito diventato nel corso degli anni l'evento di spettacolo più importante dell'estate ligure. C'è musica, tanta musica, di tutti i tipi e per tutti i gusti, 24 ore su 24. C'è arte, letteratura, fotografia. C'è gastronomia non allineata, si riscopre la qualità del vivere bene. C'è allegria, rispetto, solidarietà. E soprattutto c'è un mare di persone.

BALLA COI CINGHIALI IN UN MINUTO

Seconda-terza settimana di agosto. Bardineto (SV), 744 metri s.l.m. Famosa per i funghi e i cinghiali.

300 mt² di area destinata al festival.

25000 spettatori nell'edizione 2009.

Più di 40 bands che si alternano su quattro palchi: un main stage, uno blues-jazz il giorno ed elettronico la notte, uno reggae e uno per i "local heroes". Musica per colazione, merenda, aperitivo. E poi fino all'alba. Per chi vuole rilassare i timpani, area relax con materassi, fumetti e riviste.

1200 tende nell'area campeggio, per circa 3000 campeggiatori.

Più 150 volontari coinvolti.

Circa 3000 fra magliette e felpe BCC vendute.

Ristorazione fondata sul concetto di "kilometro zero". Prodotti enogastronomici di alta qualità, a un prezzo equo. Con materiali biodegradabili al 100% e raccolta differenziata di tutti i materiali. Premiata nel 2008 e 2009 dall'Assessorato all'Ambiente della Provincia di Savona.

Solidarietà: ogni anno viene finanziato un progetto di Find the Cure, ONLUS che fornisce assistenza medica alle popolazioni dell'India meridionale.

Balla Coi Cinghiali. Come a Woodstock, ma si mangia meglio®

L'Associazione Balla Coi Cinghiali nasce con l'intento di fondere due elementi che mancavano da tempo in Liguria: da un lato, promuovere la cultura musicale, in un territorio decisamente privo di eventi culturali dedicati ad un pubblico giovane; dall'altro, andare oltre la normale dimensione del festival rock, coinvolgendo progressivamente altre forme di intrattenimento culturale e realtà associative anche esterne al territorio.

Accanto all'offerta musicale, si avvicendano ogni anno diverse forme artistiche: mostre fotografiche a tema, mostre di copertine discografiche originali, gruppi di scrittura creativa, corsi di teatro sperimentale, clinic di danza e percussioni africane, contest di fumetti dal vivo, escursioni naturalistiche.

Balla Coi Cinghiali offre infine un servizio di ristorazione a prezzi contenuti, che negli anni ha testimoniato la proficua collaborazione con le più importanti realtà enogastronomiche del territorio e con Slow Food. BCC considera fondamentale l'attenzione per le problematiche ambientali, mediante una sensibilizzazione di temi come il riciclo dei rifiuti, l'uso di materiali biodegradabili, il risparmio energetico.

DICONO DI NOI

Arriva la Woodstock all'italiana tra gusto e prodotti locali. In programma concerti di musica rock, reggae, metal e folk. Lo scorso anno ventimila gli spettatori (*Il Giornale*, 20.8.09)

Sono stati oltre 20 mila i partecipanti all'ottava edizione del Festival "Balla Coi Cinghiali" che da giovedì scorso e sino all'altro ieri ha animato Bardineto. Un'affluenza record per la manifestazione... (*La Stampa*, 24.8.09)

Thank you.....great food, great atmosphere....AND FINALLY, SOME GOOD MUSIC IN THE COUNTRY!!!!!! dancing, singing, drinking.....we had a blast! (Lisa Maxton, dal forum di Facebook)

Bellissimo concerto/evento! mi sono molto divertita ed ho avuto modo di conoscere sia nuove bands mica male, che nuove culture, anche gastronomiche! (Atari, dal guestbook di ballaicoicinghiali.it)

Il rock nel villaggio di Asterix e Obelix... è l'unica cosa rimasta dal '68 (Carlo Freccero, direttore di Rai Sat, Campus universitario di Savona, 21.4.08)

La costante ascesa in termini di pubblico va di pari passo con la visibilità, che è ormai giunta al livello nazionale grazie soprattutto al web, e al network di relazioni e collaborazioni che permette a BCC di gestire un volume di pubblico così consistente.

Tutto ciò passa attraverso il concetto di **Community**: un gruppo di persone che si sentono parte di qualcosa e che partecipano attivamente ad un evento. Non più un semplice pubblico, ma parte integrante dello spettacolo.

La community BCC

sito ufficiale più di 2000 contatti giornalieri

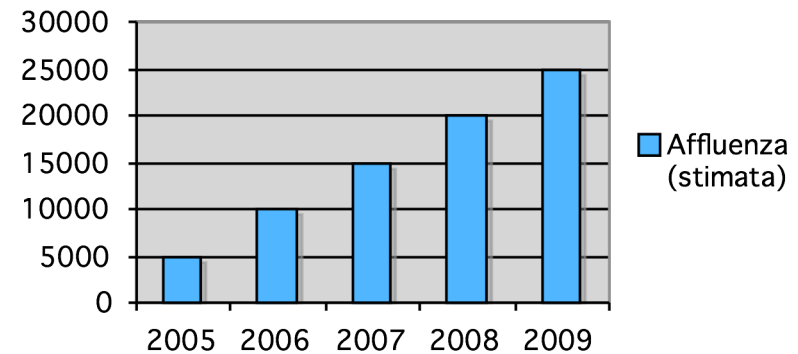
myspace 2230 amici

facebook 5604 fans

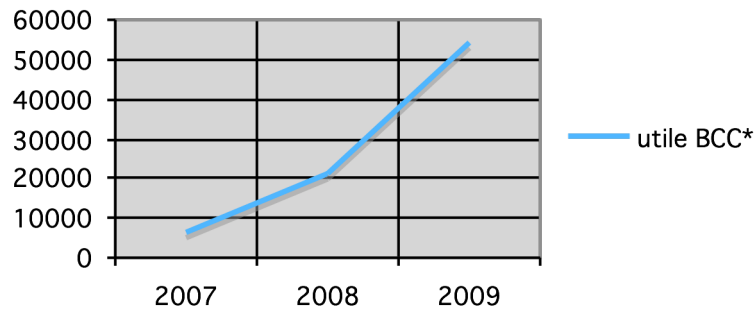
flickr 50 membri del pool BCC con 300 foto

Youtube circa 10000 visualizzazioni di filmati collegati a BCC

I dati di affluenza negli ultimi cinque anni evidenziano una crescita costante, quantificabile in un coefficiente di crescita pari a circa 5000 unità l'anno.



I risultati derivanti da un'analisi economica delle ultime tre edizioni (le più rilevanti in termini di ricavato) dimostrano invece una crescita globale costantemente superiore al 100%, con un picco massimo toccato nel 2008, che ha visto un incremento degli utili superiore a oltre il 200% rispetto all'anno precedente.



* per le cifre dettagliate si rimanda allo *Screening economico*

Ciò significa che ogni anno l'aumento degli introiti non è direttamente proporzionale all'indice di affluenza del pubblico, ma tende ad incrementarsi in maniera esponenziale, dimostrando che anche il pubblico "affezionato" ogni anno tende a consumare di più: i prezzi dei servizi forniti sono infatti rimasti invariati per tutto l'arco cronologico considerato.

BCC riesce ad attirare sempre più persone, ampliando quindi costantemente il proprio bacino d'utenza. Il concetto chiave per la sua riuscita economica è la **fidelizzazione dell'utente**: quello di BCC è un pubblico affezionato, che tende a tornare ogni anno per trovare ogni anno qualcosa di nuovo. Per questo motivo si riesce ad eludere il rischio della "saturazione del mercato": le t-shirt con il logo BCC variano minimamente ogni anno, ma sono sempre le prime ad esaurirsi.

Gli sforzi per il continuo miglioramento artistico del festival hanno una ricaduta estremamente positiva sulle sue potenzialità economiche, ma **non bastano** per ottenere i nuovi obiettivi del progetto BCC 2010.

Vediamo perché.

2. OBIETTIVI DEL PROGETTO BCC

Destagionalizzazione • l'ampliamento delle attività di BCC permette di diversificare ulteriormente il suo spettro d'azione e, di conseguenza, pone le basi per una resa economica più costante, non più dipendente in via esclusiva dal festival estivo.

Le direttrici che intendiamo seguire possono sintetizzarsi nei seguenti punti:

- *Ostello BCC*: le attività di BCC possono trasformarsi in un volano per l'economia locale. Vogliamo perciò creare una struttura polivalente per trattenere nel territorio l'indotto economico legato al festival. L'ostello è pensato per armonizzare la parte propriamente turistica a quella musicale e culturale, offrendo ai propri clienti un modello di "soggiorno rock and roll" e riproducendo le condizioni che attirano il pubblico così eterogeneo del festival.

- *Merchandising*: la vendita del materiale legato al marchio BCC, soprattutto i capi di abbigliamento, costituisce circa un 20% degli introiti. È quindi importante ampliare la rete di vendita, attraverso la ricerca di nuovi canali (punti vendita autorizzati, vendita on line e on demand).

L'ottimizzazione della strategia di mercato passa inoltre per un'offerta più varia, realizzabile diversificando i prodotti e introducendo linee appositamente ideate per i soci sostenitori ("BCC premium").

Rendere BCC sostenibile economicamente • L'obiettivo è canalizzare le risorse disponibili per generare benefici economici tangibili: l'utile di BCC dovrà sostenere almeno 4 posti di lavoro.

Rendere BCC sostenibile ecologicamente • Diventa sostenibile un territorio in cui si può rendere sostenibile la comunità che lo abita. Questo è uno dei principali obiettivi della nostro progetto.

Utilizzare in modo intelligente le risorse indispensabili alla vita di tutti i giorni come l'energia e l'acqua vuol dire anzitutto risparmio. E può funzionare da esempio: se lo fanno 25000 persone, perché non posso farlo anch'io?

STRATEGIE PER RAGGIUNGERE GLI OBIETTIVI

L'ostello BCC

È un progetto che unisce l'idea di accoglienza a quella di impresa. Vorremmo offrire al territorio dove è nato Balla Coi Cinghiali un nuovo modo di vivere il turismo, fino ad ora qui rappresentato da seconde case, parcheggi, stabilimenti balneari, cemento.

L'ostello BCC permette di riqualificare la zona urbana di Bardineto, andando a operare su un edificio già esistente e inutilizzato (ex scuole elementari, oggi in disuso) per dargli nuova vita. Un luogo pensato per la convivenza di arte e turismo, gastronomia ed ecologia, giovani e meno giovani. Basti pensare, ad esempio, che non esiste un locale dove ascoltare musica dal vivo di qualità nel raggio di 70 Km da Bardineto. Un punto d'incontro dove si potrà **rivivere tutto l'anno l'esperienza del festival**, dove gli artisti potranno convivere con il loro pubblico ed esibirsi in un contesto assieme intimo e aperto a tutti.

Il primo step del side-project Ostello BCC è stato compiuto creando un tavolo di lavoro con il Comune di Bardineto, nel quale si stanno discutendo le competenze reciproche e come BCC potrà utilizzare la struttura esistente. Il tutto in un edificio completamente **alimentato da fonti energetiche rinnovabili**, nel quale proseguirà la filosofia ambientale che è valsa a Balla Coi Cinghiali i riconoscimenti degli enti istituzionali preposti alla salvaguardia dell'ambiente.

La prosecuzione dell'attività concertistica oltre il festival sarà facilitata dalla rete di contatti e collaborazioni stretta nel settore della promozione artistica da ormai sette anni; allo stesso tempo, si svilupperà la formula "local heroes", dando un'opportunità a gruppi che difficilmente trovano occasioni per esibirsi in una riviera ligure fortemente carente di strutture alternative alla classica discoteca da spiaggia. I concerti si effettueranno prevalentemente nel fine settimana per le band emergenti, mentre si prevedono almeno tre concerti di livello nazionale nel corso dell'anno, non vincolati ad un giorno specifico.

La parte eno-gastronomica vedrà invece la partecipazione dei soggetti commerciali e associativi che da tempo collaborano con BCC, tra i quali avrà un ruolo strategico *Slow Food*. Si utilizzeranno prevalentemente prodotti locali e comunque compresi nella formula "kilometro zero", utilizzando gli abituali fornitori del festival.

planning ostello

attività	quando	dove	come	perché
concerti week end	durante tutto l'anno (esclusi il mese di agosto, occupato dal festival BCC)	sala attrezzata per eventi musicali nei week-end (capienza: circa 500 persone)	ogni anno arrivano circa 300 demo a BCC: gruppi emergenti che hanno le potenzialità per esibirsi ma faticano a trovare una location.	riempire il vuoto di locali in cui ascoltare musica dal vivo in Liguria, attirando sia il pubblico della Riviera, sia quello del basso Piemonte, equidistanti da Baridneto.
concerti big	almeno tre eventi di livello nazionale/internazionale	struttura "palafungo", compresa nell'area del festival estivo, per la quale BCC ha già ottenuto la piena agibilità	l'esperienza di booking sviluppata in questi anni garantisce scelte di alto profilo, con spese ammortizzabili (si prevede bigliettazione)	sfruttare il nome di BCC come organizzatori di concerti: più gli artisti sono famosi, più gente conoscerà l'ostello e il festival.
informal restaurant	dal venerdì alla domenica, con formula "cena rock'n'roll" i giorni dei concerti	zona mensa delle ex-scuole elementari in cui si realizzerà l'ostello	collaborazione con produttori locali e Slow Food Liguria	gli introiti maggiori di BCC derivano dalla somministrazione alimentare: proseguire sulla linea "a Kilometro zero" e sulla qualità
pernottamento "rock'n'roll"	week-end	zona camere, dai 30 ai 50 posti letto	sorteggio di n posti, tramite il sito web, per cenare, assistere al concerto e pernottare una notte a tariffa ridotta	è il miglior modo per mettere in pratica la filosofia di BCC riguardo alla fusione fra musica e offerta turistica

sostenibilità economica: creare posti di lavoro

Per generare un profitto stabile sono necessarie due cose. Primo, ottimizzare i ricavati dell'indotto di BCC ricercando nuove fonti di guadagno e migliorando quelle già attive; secondo, potenziare le attività al di fuori del festival (vendita di merchandising, gestione di spazi in altre manifestazioni).

Il primo punto va realizzato attraverso l'ampliamento di un modello sperimentato con successo nel festival, la concessione di spazi a soggetti esterni per attività commerciali (somministrazione di cibi e bevande, piccoli produttori, artigiani) non direttamente gestite da BCC. Ogni anno aumenta il pubblico, quindi l'offerta commerciale, quindi il ricavato derivante da queste attività. Il tutto senza il bisogno di aumentare i prezzi sopra la soglia psicologica del consumatore, e senza ricorrere all'appoggio di grandi aziende che non riteniamo in linea con le nostre priorità etiche (vedi *Carta etica* in allegato).

Nel secondo aspetto rientra invece una strategia di marketing che punti ad ampliare la rete di vendita del merchandising, cercando nuovi interlocutori commerciali. Ciò sarà possibile attraverso la diversificazione delle linee targate BCC, operando soprattutto sul settore che possiede le maggiori potenzialità di crescita, quello dell'abbigliamento. Saranno pertanto necessarie consulenze specifiche mirate a proporre BCC come **soggetto commerciale operante con continuità**.

sostenibilità ecologica: un festival a impatto zero

L'importanza dell'ecosostenibilità può rendere BCC un soggetto capace **di attirare investimenti dal settore delle energie rinnovabili**. Gli investimenti dovranno concentrarsi su tre direttrici:

- a) *utilizzo di fonti energetiche rinnovabili* ⇒ La ricerca di potenziali alleati porta a privilegiare aziende che operano nel settore delle energie alternative, che potrebbero integrarsi nel festival in un apposito spazio “accorgitene” adibito ad area espositiva, in cui le aziende coinvolte potranno promuovere i loro servizi. Gli investimenti più consistenti saranno finalizzati all’acquisizione di un service audio-luci alimentato a pannelli solari, per sfruttare il risparmio energetico garantito dalla tecnologia dei led e liberarsi così degli inquinanti gruppi elettrogeni alimentati a gasolio.
- b) *installazione di punti-fontana per la distribuzione gratuita dell’acqua* ⇒ è necessario uno studio di fattibilità e investimenti, in collaborazione con il Comune di Bardinetto, per installare apparati in grado di soddisfare il fabbisogno del pubblico, il che permetterà di liberarsi completamente delle bottiglie di plastica e/o vetro normalmente utilizzate per la somministrazione d’acqua.
- c) *estensione dell’impiego di materiali totalmente biodegradabili a più settori del festival* ⇒ proseguire la linea del “100% biodegradabile” nell’ottica di una più solida collaborazione con gli enti istituzionali preposti allo sviluppo e alla salvaguardia dell’ambiente e con le aziende che operano nel settore dello smaltimento rifiuti.

Obiettivi	Come realizzarli	Tempi
<p>DESTAGIONALIZZAZIONE: OSTELLO BCC</p>	<p>analisi delle sue potenzialità economiche e commerciali; business plan dettagliato</p> <p>ricerca di imprese private per sostenere parte degli investimenti</p> <p>piano di accordi commerciali</p> <p>accedere ai fondi pubblici per l'imprenditoria giovanile</p>	<p>Da 1 a 2 anni</p>
<p>INCREMENTO DELL'UTILE PER CREARE POSTI DI LAVORO</p>	<p>revisione degli accordi di collaborazione commerciale</p> <p>nuove linee di prodotti BCC; nuovo forme di vendita del merchandising</p>	<p>Anno in corso</p>
<p>FESTIVAL A IMPATTO ZERO (PANNELLI SOLARI, INSALLAZIONI PUNTI ACQUA, MATERIALI BIODEGRADABILI)</p>	<p>piano di investimenti per ottenere service audio/luci alimentato a pannelli solari</p> <p>potenziamento della campagna rifiuti</p> <p>realizzare un o studio di fattibilità ambientale</p> <p>ricerca di nuove partnership istituzionali</p>	<p>Da 1 a 2 anni</p>

3. COSA CI SERVE PER CRESCERE

CHI PUÒ INVESTIRE SU BCC E PERCHÈ?

L'obiettivo della destagionalizzazione necessita un **assetto imprenditoriale** per sviluppare il sub-project dell'Ostello BCC.

I flussi turistici nella Val Bormida si orientano verso la ricerca di elementi che la vicina riviera ligure non può dare: respirare aria buona, fare sport, mangiare e bere prodotti caratteristici. I servizi offerti, tuttavia, prediligono largamente un target anagraficamente avanzato, che si aspetta di trovare sempre le stesse cose, in genere avverso ai cambiamenti. Per questo motivo il bacino di utenza per eventuali investimenti è stato fin ora scarso o quasi nullo: una terra poco propensa all'innovazione non è soggetta ad un potenziale sviluppo. Non esistono strutture pensate per il turismo giovane, che garantisce migliore visibilità e apertura verso nuove opportunità: ciò deriva dall'assenza di una **sinergia fra offerta ricettiva e offerta culturale**.

L'esperienza quasi decennale del Festival ci ha invece insegnato che è possibile invertire radicalmente questa tendenza, sia in termini di visibilità che per l'economia locale. L'obiettivo è quindi estendere il concetto di fidelizzazione dell'utente sul piano della destagionalizzazione: **BCC è un marchio di successo** e un ostello e ciò rappresenta un primo importante motivo per attirare futuri finanziatori. Per accorgersene, basta cercare "Bardineto" su Google, e confrontare i risultati con qualsiasi altro Comune delle medesime dimensioni e caratteristiche.

Considerata la scarsità delle politiche di sviluppo turistico-culturale in ambito provinciale, abbiamo individuato alcune possibili fonti di **finanziamento pubblico**:

EUROPA	ITALIA	LIGURIA
<p>Obiettivo 2 Fondi strutturali per favorire la riconversione economica e sociale delle zone con difficoltà strutturali. Bardineto è in area <i>phasing out</i>, cioè ammessa ad un regime di sostegno transitorio</p> <p>MEDOCC iniziativa comunitaria rivolta alla promozione di un turismo sostenibile (<i>misura 4.2</i>)</p>	<p>Legge 488/92 sostegno ad attività di riconversione di strutture esistenti per un'attività diversa da quella precedente</p> <p>Legge 449/97 Incentivi fiscali a favore delle PMI operanti nel commercio e nel turismo (ammette investimenti per l'acquisto di beni strumentali nuovi pertinenti all'attività esercitata e oggetto di ammortamento)</p>	<p>legge 19/2000 Incentivi per la qualificazione e lo sviluppo dell'offerta turistica</p> <p>Progetto "AdHoc turismo" Finanziamenti e prestiti per lo sviluppo turistico nella Region Liguria (In collaborazione con la Finanziaria Ligure per lo sviluppo economico)</p>

I finanziamenti derivanti da investitori privati sono di più difficile reperibilità per la natura stessa del progetto, che non prevede attività produttive legate all'industria o all'innovazione. Pensiamo però che il sistema sperimentato per la concessione degli spazi nel festival possa essere riproposto anche per l'Ostello, su scala differente. Il settore in cui si ritiene necessario operare è quello **agro-alimentare**: il già consolidato coinvolgimento con Slow Food può portare a stipulare **contratti di "appalto" con piccole e medie imprese per l'informal restaurant**, mentre le aziende che operano nel settore delle energie rinnovabili potrebbero utilizzare l'Ostello come "vetrina" per promuovere i loro prodotti in un territorio a bassissimo tasso di sfruttamento di energie rinnovabili. I dati raccolti per le passate edizioni del festival hanno reso chiaro come la visibilità sia il valore aggiunto di BCC: la capacità attrattiva dell'ostello si misurerà allora su questo criterio, fermo restando che in termini percentuali gli investimenti dei privati che non siano a carattere di prestito o a fondo perso ricopriranno una percentuale non superiore al 30% del piano finanziario.

attività	quanto costa	cosa può fare BCC	possibili futuri alleati	come possono aiutarci
SOSTENIBILITÀ ECOLOGICA	55000			
<i>festival</i>	17000	sostenere il 50% della spesa; ricorrere ai fondi di Provincia, Regione, Comunità Montana	1. <i>Consulenza e studi di fattibilità:</i> Enel green power, Ecoluce, Erimax, Delta Energie, ecc. 2. <i>investitori:</i>	finanziare il potenziamento della raccolta differenziata e l'acquisizione di materiali biodegradabili (Aimeri Ambiente, Saint Gobain, ecc.)
<i>ostello</i>	40000	sostenere il 20% della spesa	progetto europeo Sustainable energy policies, Network Kublai, Assessorati all'ambiente di Provincia, Regione, Comunità Montana	coprire il restante 80% della spesa riguardante l'installazione di pannelli solari e service audio/luci ecologico
SVILUPPO OSTELLO	115000	coprire 10% della spesa; provvedere alle spese di gestione e manutenzione ordinaria	Network Kublai Unione Europea, Regione Liguria Investitori privati da definire	consulenza per business plan dettagliato coprire i costi di riconversione e l'acquisto di arredamenti e forniture

Le due macro-direttrici sintetizzate nella tabella rappresentano il nucleo più ambizioso e importante del progetto: sono quelle in cui le attività di BCC incidono maggiormente sul tessuto economico e sociale del territorio.

La ricerca di potenziali investitori privati richiede comunque consulenze specifiche da parte di operatori nel settore dell'economia e del marketing. Per questo motivo, **la consulenza di Kublai servirà ad impostare una rete di stakeholders** che possano fornire le consulenze funzionali alla realizzazione degli obiettivi.

4. PREVENTIVO ANALITICO DEI COSTI PER IL 2010

Le stime sono state valutate sulla base dello *Screening economico* in allegato.

Voci spesa	Cifra stimata
COSTI ORDINARI DEL FESTIVAL	290000
Acquisto forniture alimentari e percentuali a imprese esterne	80000
Spese gestionali (forniture gas, acqua, energia; assicurazione; messa in sicurezza, ecc.)	40000
percentuali per servizi esterni	40000
Artisti (cachet, sistemazione e varie)	30000
Strutture (service audio-luci, attrezzature palchi)	35000
Rimborsi e contributi di solidarietà	10000
Acquisto Merchandising	40000
Pubblicità	10000
Scenografie	5000

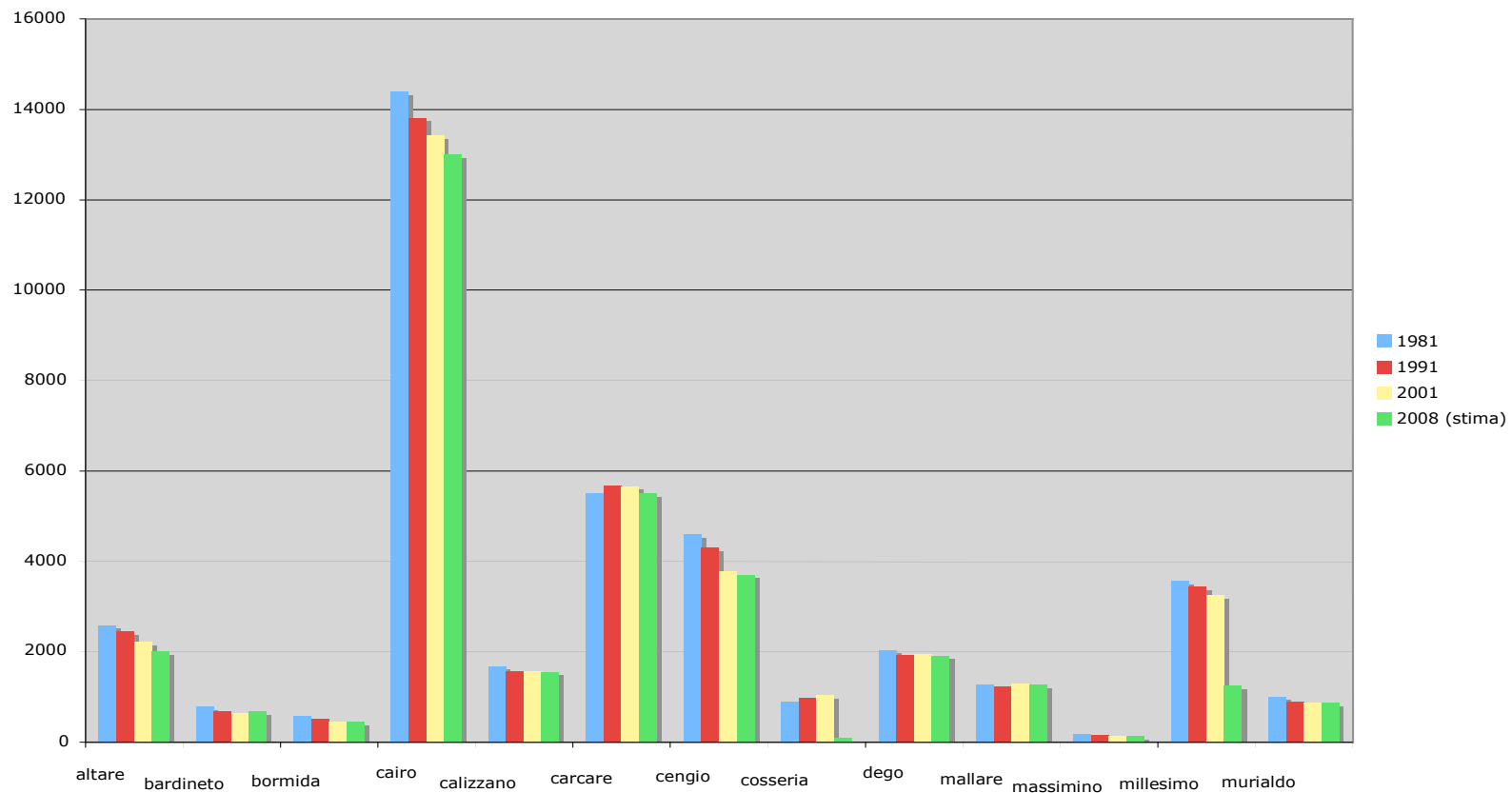
COSTI DELLE NUOVE ATTIVITÀ BCC 2010	137000
Service audio-luci a pannelli solari	15000
Retribuzioni per prestazioni lavorative	5000
installazione di punti fontana per la distribuzione gratuita d'acqua	2000
Ostello BCC	115000
di cui	
spese strutturali	50000
acquisto materiali d'arredamento	40000
acquisto forniture	15000
piano pubblicitario	5000
licenze-permessi	5000
concessione forfettaria	<i>da definire</i>

Secondo i dati forniti nello *Screening economico*, i costi ordinari del festival riescono ad essere assorbiti dai suoi ricavati e dai fondi preesistenti generati dai contributi della Regione Liguria e degli sponsor privati. Il trend di crescita evidenziato al punto 1 autorizza infatti a prevedere un fatturato non inferiore a quello del 2009.

L'intervento finanziario dovrà invece rivolgersi alla destagionalizzazione, garantita dall'ostello, secondo le linee guida precedentemente esposte.

5. IMPATTO DEL PROGETTO SUL TERRITORIO

Spopolamento Comuni della Val Bormida (dati ISTAT 2001, stima 2008)



I dati parlano chiaro: Bardinetto e la Valle Bormida soffrono di un costante spopolamento, di un isolamento dalle grandi direttrici del turismo, quindi dalle risorse economiche e del benessere. La popolazione giovane abbandona il territorio per lavorare o studiare nelle grandi città. Le attività produttive, spesso a conduzione familiare, vengono chiuse o drasticamente ridimensionate.

BARDINETTO IN NUMERI

674 abitanti

**63 da 0 a 18 anni di cui 36 bambini in età
scolare (da 3 a 14 anni)**

166 da 18 a 30 anni

248 da 30 a 65 anni

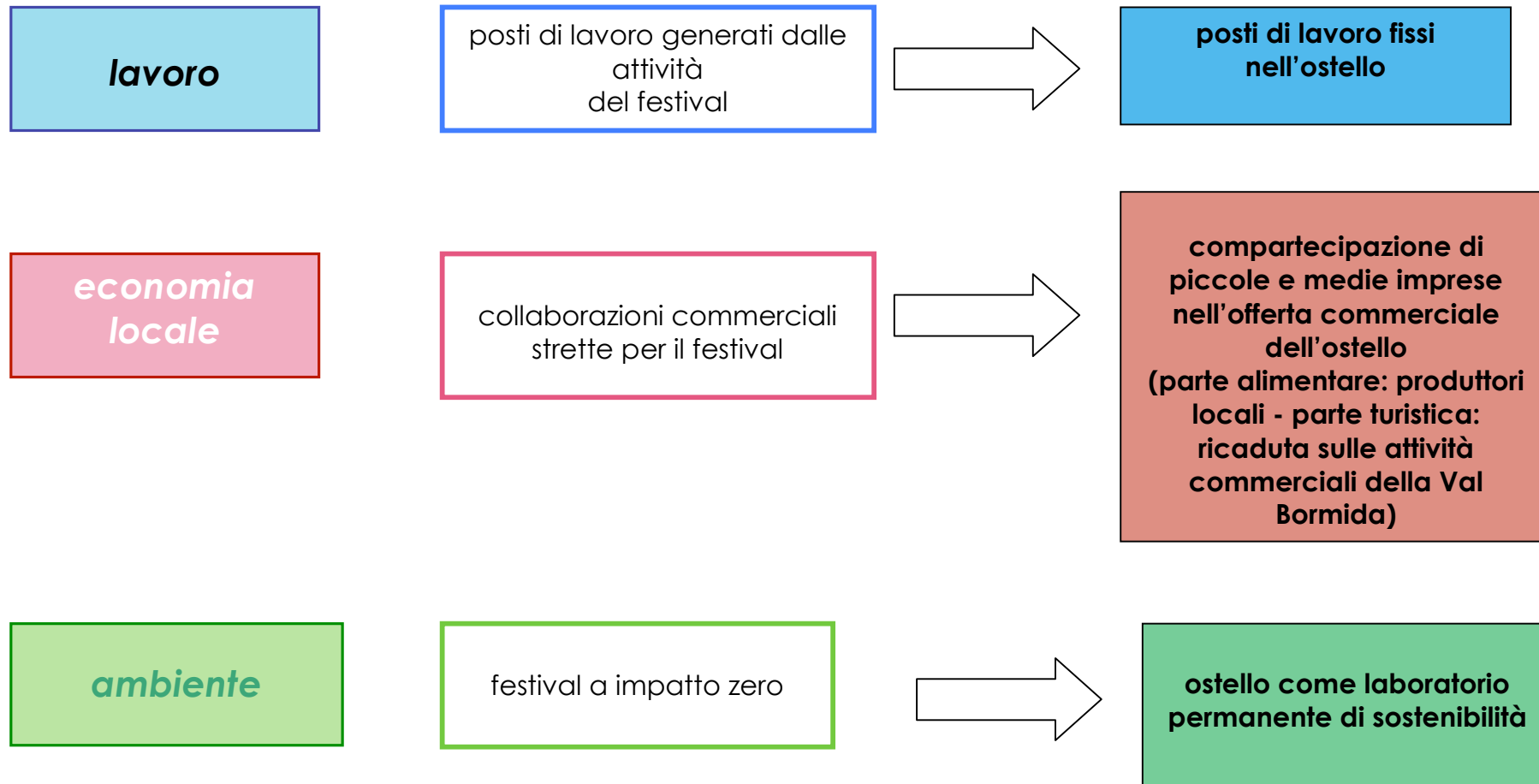
197 oltre i 65 anni

23 esercizi commerciali

**Dichiarata “zona interamente
svantaggiata” ai sensi della direttiva CEE
268-/75**

come si integrano nel territorio i tre obiettivi di BCC 2010?

La direzione da seguire è la trasformazione delle risorse derivanti da BCC da **temporanee** a **permanenti**. Soltanto così si pongono le basi per un'attività di profilo imprenditoriale che sappia coniugare il profitto e il beneficio sociale del territorio in cui si opera.



6. COME SI È ARRIVATI FINO A QUI: UN NUOVO MODELLO DI SPETTACOLO

Le tre direttrici principali del progetto BCC sono **creatività, cooperazione, sostenibilità**.

Creatività • Ogni edizione del festival si articola su un tema ben preciso: lo scorso anno la volontà di non omologarsi ai modelli imposti dall'esterno ("Accorgitene"), quest'anno la possibilità di ripensare il mondo che ci circonda ("Il migliore dei mondi impossibili").

La ricerca dell'innovazione contraddistingue ogni settore del festival:

offerta musicale: i palchi di BCC alternano artisti di fama nazionale a circa 50 artisti emergenti e lontani dai maggiori circuiti commerciali. In questo modo il pubblico può usufruire di un'ampia scelta, evitando di connotare il festival secondo coordinate musicali standardizzate. Tutti i gruppi propongono brani originali, e vengono selezionati su un insieme di circa 200 demo spediti alla redazione artistica.

coinvolgimento dell'artista nell'evento: una componente fondamentale di BCC è abbattere le barriere fra i generi artistici. L'obiettivo è "catturare" gli artisti emergenti più interessanti e originali per farli interagire con la struttura del festival: un combo di writers lavora sulla scenografia, un fumettista professionista proietta tavole dal vivo sugli schermi ai lati del palco, un collettivo di poesia sperimentale dissemina le proprie poesie in tutto il paese di Bardinetto. Una sinergia che spesso produce performances di grande originalità, e che regala soddisfazioni agli artisti coinvolti.

Il pubblico al centro dello spettacolo: dal punto precedente deriva naturalmente un diverso tipo di fruizione dell'evento. Si tratta di superare il tradizionale schema di fruizione passiva dell'evento artistico (come possono essere i concerti del main stage) attraverso un coinvolgimento diretto del pubblico. Portiamo allora la musica in mezzo ai tavoli dove la gente mangia o si riposa (marching bands); creiamo fumetti live inviando illustratori professionisti in mezzo alla folla (Useless idea); trasformiamo persone del pubblico in vere e proprie opere d'arte (body painting).

In questo modo, cade la barriera fra artista e pubblico imposta dalle tradizionali strutture di molti eventi culturali e il pubblico diviene parte integrante dello spettacolo.

Un festival per tutte le età

L'offerta di BCC punta a mantenere la notevole eterogeneità del pubblico riscontrata nelle ultime edizioni attraverso un'offerta funzionale a più fasce di età e adeguata ad esigenze diverse. Ecco come:

	musica	arte	attività collaterali	gastronomia
bambini		"l'antro del baby cinghiale", favole a tema 'cinghialesco' create e performatate da scrittori e illustratori per l'infanzia	campo di pallavolo, campo di calcetto	menu apposito per i più piccoli
giovani (18-30)	quattro palchi con svariati generi musicali. area dance hall. area dj set.	body painting, fumetti live, mostra fotografica, concorso letterario, clinic di danza africana e occitana	esibizioni di skaters e bikers, mercatino etnico, festival del baratto, attività notturne nel campeggio	ampia scelta enogastronomica, cucine di strada, birra artigianale, colazioni "rinforzate", cucina indiana di <i>Find the cure</i>
famiglie	concerti acustici mattutini e pomeridiani	mostra fotografica, esposizione di vinili, concorso letterario	escursioni naturalistiche guidate, mercatino alimentare	prodotti rigorosamente biologici e a kilometro zero, stages informativi di <i>Slow food</i>

Cooperazione • il concetto di Community prevede anche la costituzione di una rete di associazioni, artigiani e piccole/medie imprese che si integrano nella struttura del festival. L'unione fa la forza: attraverso la collaborazione si creano le condizioni che fanno girare la macchina BCC.

Il meccanismo è semplice. BCC gestisce due attività a carattere commerciale nel festival: quella legata alla cucina e al bar e la vendita di merchandising targato BCC (abbigliamento e gadgets). Le attività non direttamente gestite dai membri di BCC vengono invece “appaltate” a terzi. Nel caso di associazioni no profit, il lavoro viene ripagato con la grande visibilità offerta da BCC (anche al di fuori della tre giorni); le imprese con le quali si stringono legami di tipo commerciale godono invece di una percentuale proporzionale al ricavato dell'attività svolta durante il festival.

Questo modello è stato sperimentato con successo, ad esempio, con la formula delle “cucine da strada”, le cui percentuali sull'incasso hanno garantito un solido profitto da poter reinvestire in futuro.

Infine, gli spazi dispositivi interni all'area del festival vengono affittati secondo un canone fisso, osservando sempre i criteri di originalità e qualità che possono trasformare questo settore in qualcosa di più e di meglio delle classiche “bancarelle” invariabilmente riproposte in ogni manifestazione del genere.

Sostenibilità • ripensare il concetto di ecosostenibilità non più come buona abitudine, ma come opportunità. Investire sull'energia pulita e sul riciclaggio non è solo etica, è anche e soprattutto il primo mattone di una nuova forma di economia integrata, in cui gli sprechi si convertono in nuove possibilità di rientrare nella filiera produttiva. L'attenzione ricevuta dal pubblico verso la nostra politica ambientale ci ha dimostrato la sua sensibilità alle questioni riguardanti l'ambiente e l'energia: un festival a impatto zero può allora diventare un elemento di richiamo che apre nuovi bacini d'utenza e offre la possibilità di ottenere fondi e finanziamenti dalle istituzioni.

Ciò viene confermato dal sostegno economico offertoci dalla Provincia di Savona, in relazione all'attività di riciclo e utilizzo di materiali completamente biodegradabili.

7. LO STAFF DI BCC

Roberto Franchelli (Albenga, 1979). Perito elettrotecnico, lavora da un decennio per un'azienda leader nello studio e costruzione di strumentazione utile a monitorare il fenomeno dell'elettrosmog. Fondatore e attuale Presidente dell'Associazione. Si innamora facilmente del prossimo, vorrebbe che le persone aiutate dalla storia smettessero di continuare a commettere gli stessi errori. Ama parlare, curiosare e le idee concrete. Nel progetto BCC agisce come coordinatore generale delle varie attività, oltre a tenere i rapporti con i fornitori più importanti di ciascun settore organizzativo dell'Associazione.

Luca Ghilino (Finale Ligure, 1978). Membro fondatore di BCC. Lavora come Art Director presso una grossa agenzia pubblicitaria di Milano. Gli interessano le persone, la musica e l'entusiasmo. Preferisce generalmente avere le tre cose insieme, a cena. Detesta quando la tradizione diventa una risposta. Si diletta di fotografia e di vita. Il suo ruolo di BCC riguarda la parte grafico-artistica; grazie ai circa 2000 capi di abbigliamento del merchandising BCC, da lui disegnato, si è trasformato nello stilista più gettonato dell'agosto 2009.

Simone Marcenaro (Finale Ligure, 1978). Docente in Filologia Romanza all'Università di Santiago de Compostela. Chitarrista, occasionalmente cantante, sogna di esportare Balla Coi Cinghiali in Galizia. Nel progetto BCC, si occupa dei rapporti con le istituzioni e con i network Kublai e Reti Glocali: per quest'ultima ha inoltre composto il Jingle che apre le trasmissioni di Radio RGL.

Andrea Pastorino (Genova, 1978). Membro fondatore di BCC. Ingegnere meccanico, ha lavorato in enti di ricerca di livello internazionale. Cantante, chitarrista, tesoriere, l'anima tecnico-operativa della macchina BCC. Ama ascoltare buona musica, ma anche e soprattutto le persone. Chi ha comprato una nostra maglietta o felpa, sicuramente lo conosce. Nel progetto BCC cura la parte finanziaria e la distribuzione degli incarichi ai vari settori operativi.