

PROGETTO

TITOLO: RADICI

PERIODO DI SVOLGIMENTO: da luglio 2023 a dicembre 2023

NUMERO GIORNATE DI EVENTO: 9

DATE DELLA PROGRAMMAZIONE: 29/7/2023 – 19/8/2023 – 28/8/2023 30/9/2023 –
1/10/2023 –18/11/2023 -19/11/2023 – 16/12/2023 – 17/12/2023

LUOGHI DI SVOLGIMENTO: vari municipi - itinerante - diverse locations

DIREZIONE ARTISTICA

La direzione artistica e creativa è affidata ad Alessandro Orlando e più nello specifico alla società di organizzazione di eventi RST Events Srls. Società genovese attiva dal 2015 nel settore dell'intrattenimento, specializzata nella creazione, produzione e promozione di format innovativi e musicali anche legati alla valorizzazione e promozione dei beni artistici e culturali. Ogni progetto viene sviluppato dall'idea iniziale, fino alla sua realizzazione, seguendo ogni singolo lato, creativo, burocratico, logistico e artistico. Rst è anche local promoter per sviluppo di eventi e attività per conto di terzi, occupandosi di tutti gli aspetti: ricerca della location, pratiche burocratiche, security, servizio bar e guardaroba, catering, experiences, servizi collegati e service audio luci. Negli ultimi anni la società ha sviluppato una forte capacità di comunicazione e diventando anche agenzia di comunicazione per sviluppo siti web, campagne marketing ADV online e campagne offline, produzione di video corporate, brand ed emotional degli eventi prodotti.

Format:

a. First Festival: il festival, la cui prima edizione risale ad Aprile 2013, segue il modello di sviluppo dei grandi festival di musica elettronica internazionali, lavorando sulla qualità della proposta, alti standard di sicurezza e piani marketing sviluppati e promossi su ampia scala. First Festival propone un ventaglio artistico di livello internazionale ospitando solo i migliori dj del settore. Nelle scorse edizioni ha prodotto Sven Vath, Loco Dice, Jeff Mills, Solomun, Adam Beyer, Chris Liebing, Joseph Capriati, Nina Kravitz e molti altri.

La proposta musicale è sempre affiancata ad uno show visivo di altissima qualità sviluppato in partnership con diverse realtà tra le quali citiamo Joy Project (società che si occupa della realizzazione di grandi eventi come Xfactor, Olimpiadi di Torino, finali di Champion's League) e Show Technologies.

b. SMILEANDANCE: il sabato notte la nostra collocazione naturale, il Casa mia Club la nostra sede sottoterra, nel cuore di Genova. Puro clubbing, puro divertimento. La scelta del nome è stata pensata per sdoganare l'idea comune di Musica Elettronica. Il partecipante qui è al centro di tutto, e rende ogni serata un evento che diventerà un ricordo indelebile nella sua memoria.

Un evento che rappresenta un punto di riferimento nella città di Genova anche grazie alla forte residenza in consolle, con Alessio Lerma, Federico Guttadauro, Giovanni Galvani, Masino e Milkborg, negli anni abbiamo ospitato guest djs che potessero impreziosire la nostra programmazione con nomi del calibro di Richie Hawtin, Pan-Pot, Rodhad, tINI, Ame (dj-set), Adiel, Marco Faraone, solo per citarne alcuni.

c. **DISTORSIONI:** un progetto dedicato allo sviluppo di show e declinato in 3 forme principali: - LIVE per la produzione di concerti di ogni genere musicale – FUTURE per sperimentare nuove forme di contenuti - SMILE per esibizioni teatrali.

È un format appartenente special rispetto al mondo RST Events, che si pone come obiettivo la produzione di eventi, che possano contestualizzare anche in aree dalle basse capienze, con scelte artistiche capaci di toccare qualsiasi genere musicale e alimentare una continua ricerca e sperimentazione. Un percorso iniziato nel 2017, la cui mission non preclude alcuna forma di show. Alcuni esempi pratici di questo format ne sono il concerto degli Ex-Otago presso l'Arena del mare Genova, il Live di Nathan Fake presso La Claque, il tour teatrale di Enrico Nigiotti, lo show del DeeJay time, diventati tutti *best practices* per Genova e la Liguria con giornate da record di affluenza di pubblico per la città. Distorsioni è anche teatro, come ad esempio il reading di Sergio Castellitto interamente prodotto dalla nostra società.

d. **Territori Musicali:** un progetto che si propone di valorizzare il territorio in cui viviamo improntato sulla rigenerazione urbana e sulla riscoperta di zone e luoghi, attraverso atmosfere musicali e di divertimento per tutte le età in ottica di sostenibilità ambientale e tutela del patrimonio artistico e culturale. Territori musicali è un progetto itinerante che si fonda sul mix tra musica elettronica e locations non convenzionali. Per venues non convenzionali intendiamo, luoghi che nell'immaginario collettivo, non vengono pensati o immaginati per eventi musicali: dall'azienda agricola in campagna, passando attraverso i palazzi storici patrimonio Unesco, fino ad arrivare alla spiaggia. Territori musicali viene declinato e reso chiaramente riconoscibile dall'affiancamento di un colore di riferimento. Verde – Campagna o entroterra in generale; Bianco – Montagna; Blu – Mare; Rosso– Luoghi artistico – culturali.

Tra le produzioni maggiormente rappresentative:

Rolli Days Live Set un progetto sviluppato in collaborazione con il Comune di Genova che ha visto la realizzazione di uno show di luci suggestivo nei palazzi storici patrimonio Unesco e musei civici unito a dj set e live set con allestimenti scenografici.

Dance with Robot sviluppato in collaborazione con la Scuola di Robotica, Comune di Genova e Museo statale di Palazzo Reale, in pieno stile "boiler room" ha unito la robotica con la musica elettronica in un sito unico.

Elrow il party a tema più famoso al mondo, che siamo riusciti a portare a Genova dal 2018 prima allo Stadium Fiumara e poi in Fiera del Mare rappresenta la festa della creatività, del divertimento e della musica a livello mondiale.

Alice in Monsterland spettacolo teatrale diffuso che ha proposto una rivisitazione di Alice nelle Meraviglie, ambientata tra le vasche dell'Acquario in collaborazione con Costa Edutainment Spa.

Waves realizzato in collaborazione con Regione Liguria ha dato vita ad una chiatta allestita come se si trattasse di un palco itinerante tra i vari comuni della Regione con show, spettacolo artistico di luci e dj set che ha toccato tutto il litorale della regione.

La qualità della direzione artistica è quindi garantita da un'elevata professionalità ed una collaudata esperienza, accompagnate da una costante propensione alla ricerca ed una spiccata sensibilità nell'affrontare temi e linguaggi musicali di alto contenuto sapendoli inserire in contesti fruibili e trasversali a tuttotondo.

A PAGAMENTO
 LIBERO

DESCRIZIONE DEL PROGETTO

QUALITÀ ARTISTICA (CRITERIO 1)

Sarà valutata la qualità artistica della proposta determinata anche dal personale artistico e tecnico coinvolto, l'allestimento nonché l'originalità del progetto.

Il progetto radici rappresenta un ibrido tra i format Territori Musicali e Distorsioni e vuole andare a valorizzare la memoria storica della tradizione ligure in ottica innovativa, ponendo particolare accento sul capitale artistico ed autoriale locale e facendo diventare la musica un veicolo principale per comunicare e trasmettere i valori dell'identità culturale locale. Le collaborazioni all'interno del progetto con Pioggia Rossa Dischi etichetta indipendente che promuove artisti locali ed emergenti d'eccellenza, Balena Festival e ALUHA vanno proprio in questa direzione: unire stili diversi e suoni differenti al fine di creare quella commistione di generi e artisti che consenta di raggiungere un target trasversale a cui far riscoprire luoghi e aree in modo innovativo. Genova, cuore del bacino del mediterraneo può considerarsi proprio il prodotto di un processo di scambio in cui, in un periodo di tempo sufficientemente lungo, le diversità si sono unite a formare una realtà nuova, in cui, come ha scritto Antoni Riera Melis, "ogni gruppo, con il suo apporto culturale specifico, ha contribuito all'arricchimento comune" dando vita a qualcosa di nuovo. Il confronto culturale mette in luce le dinamiche coinvolte nella trasformazione di una società secondo il contatto con elementi estranei a essa. In ottica di sistema urbano il sociologo Ulderico Bernardi (2000) interrogandosi sul rapporto identità/mescolanza parla di un nuovo modello, che supera i limiti del *melting pot*, analizza i sistemi di scambio delle società con grande varietà etnica trovando nella nuova metafora dell'*Ethnic salad bowl*, *l'insalatiera etnica*, una forma di scambio culturale che mantiene intatte le caratteristiche dei gruppi che vengono in contatto, in cui ogni ingrediente mantiene la propria specificità. Il significato dell'insalatiera etnica è quello di raccogliere ciò che di positivo le diversità culturali hanno per valorizzarle, evitando l'uniformazione asettica della società anche in termini di assetto urbano. Queste sonorità musicali fuse in un unico veicolo consentiranno di riqualificare non solo i luoghi, l'immagine degli stessi e la percezione che le persone hanno di quei luoghi generando qualcosa di nuovo che prende vita dal passato, lo trasforma e costruisce una nuova consapevolezza. La pulizia, la cura e la manutenzione dei luoghi, in questo contesto diventano elementi totalizzanti dell'esperienza, un modo di considerare gli spazi come "casa propria" e nuove fondamenta sulle quali si potrà andare a costruire. Grazie alla riqualificazione degli spazi anche attraverso allestimenti si potrà intervenire sulla percezione delle zone e farle vivere, rispettare e preservare, sia individualmente che in quanto membri della collettività che partecipa alle attività sociali. La coesione che si genera nel compiere azioni positive ha un riflesso a cascata per sentirsi parte della società in cui si vive e si diventa protagonisti di essa.

Proposta artistica:

Zibba - Cantautore, arriva al grande pubblico grazie ai Premi della Critica al Festival di Sanremo 2014 con la canzone *Senza di te*. Vince alcuni tra i premi più prestigiosi della musica Italiana come la Targa Tenco per il miglior album (Come il suono dei passi sulla neve, 2012), il Premio Bindi e l'Artista che non C'era nel 2011, gli On Stage Awards 2015 e molti altri riconoscimenti del mondo indipendente e cantautorale. Come autore firma canzoni per Eugenio Finardi, Cristiano De Andrè, Patty Pravo, Michele Bravi, Emma, Zero Assoluto, Max Pezzali, Moreno, Marco Masini, Raige, Elodie, e collabora con artisti come Jack Savoretti, Jovanotti, Tiziano Ferro, Wrong On You, Annalisa, Bluebeaters, Fiorella Mannoia, Alex Britti, Negramaro, Bunna, Roy Paci, Nicolò Fabi, Tiromancino e molti altri. Producer e produttore artistico, collabora con diverse realtà del mondo musicale indipendente. Dal 2017 è direttore artistico del Premio Bindi.

Pubblica come autore biografie di artisti dello spettacolo per le maggiori editrici.

- **Tre Allegri Ragazzi Morti** - Davide Toffolo (chitarra e voce), Luca Masseroni (batteria) ed Enrico Molteni (basso) sono i Tre Allegri Ragazzi Morti, gruppo formatosi nel 1994 a Pordenone. La band si esprime in due dimensioni parallele: quella del gruppo rock, che non mostra mai il proprio volto se non in concerto, e quella che al contrario attiene al mondo della pura immagine nel fumetto "Cinque allegri ragazzi morti", creatura di Toffolo. Il cantante e chitarrista lavora infatti anche come disegnatore per la Marvel (curando il periodico "Fandango"). Dopo i primi album autoprodotti, l'instancabile attività dal vivo (sono stati tra l'altro supporter dei Faith No More) e l'insolito legame con i fumetti fa di loro un piccolo "culto", tanto da interessare una grande casa discografica, per la quale nel 1999 pubblicano MOSTRI E NORMALI. Il gruppo, dopo la pubblicazione di questi due album tuttora disponibili esclusivamente dal catalogo BMG/Ricordi, decide di ritornare indipendente. L'album con cui raggiungono il successo nazionale "La seconda rivoluzione sessuale" è prodotto e registrato al Greenfog studio di Cornigliano.

- **Samuel** - Samuel Umberto Romano, conosciuto semplicemente come Samuel (Torino, 7 marzo 1972), è un cantautore e chitarrista italiano. È il frontman dei Subsonica, in cui è anche compositore e autore dei testi delle canzoni insieme a Max Casacci e Davide Dileo, meglio conosciuto come Boosta. Dal 2019 è uno dei quattro giudici del talent show X Factor. Il suo ultimo album "La cena del tempo" è uscito per la società editrice genovese Stellare

- **Federico Dragogna** - Federico Dragogna è un chitarrista, compositore, paroliere e produttore nato nel 1982 a Milano. Ha pubblicato sei album e due ep con i Ministri - band nella quale suona, scrive e produce canzoni - e ne ha lavorati altrettanti per, tra gli altri, Vasco Brondi, Paola Turci, Iori's Eyes e Lucio Corsi. Nel 2017 realizza la sua prima colonna sonora per il documentario "The Man Who Stole Banksy", dal 2019 porta in giro per club e teatri lo spettacolo "Quello che ho capito di De André". Dopo dieci anni di giornalismo musicale (Tuttomusica, City Milano, The Good Life), continua anche a occuparsi di comunicazione, songwriting e music industry in workshop, panel e incontri in festival, rassegne e università. Il suo primo album "Dove nascere" uscirà il 5 maggio 2023 per l'etichetta genovese Pioggia Rossa Dischi. Federico si è innamorato di Genova e ha deciso di comporre e registrare il suo album in Liguria.

- **Maurizio Carucci** - Frontman degli Ex-Otago, viaggiatore e contadino, passa la vita tra vigneti, orti, palcoscenici, musiche e parole. Vive in Appennino da quando aveva vent'anni per scelta ma rimane innamorato di Genova, continua a frequentarla e si sente ancora figlio suo. Nel 2011, insieme alla sua compagna, fonda Cascina Barbàn, un progetto agricolo ampio, collettivo che si basa sul recupero e la coltivazione naturale di vecchie varietà di vite, di frutta e di verdura e sulla progettazione e lo sviluppo territoriale. Alla guida degli Ex-Otago, nell'ottobre 2016, pubblica il quinto disco della band *Marassi*, anticipato dai singoli di successo *Cinghiali incazzati*, *I giovani d'oggi* e *Quando sono con te* (disco di platino). Nell'aprile del 2017, dalla collaborazione con Jake La Furia nel singolo *Gli occhi della Luna*, nasce l'idea di *Marassi Deluxe*, il re-pack contenente le collaborazioni con Eugenio Finardi, Dardust, Willie Peyote, Mecna, Marianne Mirage, Levante, España Circo Este, Bianco, e alcuni remix. Nel febbraio del 2019 esce l'album *Corochinato*, anticipato dai singoli *Tutto bene*, *Questa notte* e *Solo una canzone* - in gara alla 69esima edizione del Festival di Sanremo e certificato disco d'oro. Nell'estate 2021, a più di due anni dall'ultimo album in studio con gli Ex-Otago, annuncia l'inizio della sua carriera solista. Il 9 settembre debutta su tutte le piattaforme di streaming con il podcast *Vado a trovare mio padre - Vita. Sogno. Viaggio*. Un film da ascoltare sul viaggio in bicicletta affrontato da Maurizio, partendo da Cascina Barbàn fino a Taranto, con l'intento di ristabilire un contatto col padre mancato anni prima. A tradurre in musica le emozioni condensate nel podcast, lancia il 10 settembre il brano *La vita dentro*, inedito manifesto e dichiarazione d'intenti *piano driven* di un'esperienza più che mai segnante. Maurizio Carucci l'ha confezionato - curandone musiche, testi, fotografie, grafiche e parte della produzione - senza filtri e cartamodello, con tanti

campioni di stoffa uniti a formare un mashup di più brani ora dream pop ora elettronici. Esce il 6 ottobre 2021 il primo singolo solista *FAUNO*, scritto, suonato, cantato da Maurizio Carucci e coprodotto con Ale Bavo, che miscela suoni della terra e del cielo, boschi e palazzi, natura e civiltà, in tre minuti e quarantasei secondi di sensazioni viscerali e radicati sentimenti.

- **Colombre** - Colombre è il nome d'arte di Giovanni Imparato. Inizia la sua carriera scrivendo e arrangiando i suoi brani e pubblicandoli con la band *Chewingum*; due dischi un Ep e centinaia di concerti in Italia ed Europa. L'ultimo disco, "Nilo" (*Garrincha Dischi*, 2012), riceve attenzione e consenso da moltissimi media cartacei, web e radio. Nel 2012 comincia una collaborazione con la cantautrice Maria Antonietta con cui co- produce il disco "Sassi" del 2014 e l'Ep "Maria Antonietta Loves *Chewingum*" del 2015 accompagnandola live alle chitarre e agli organi dal 2013. Nell'estate del 2016 Imparato si mette definitivamente in proprio e comincia a registrare *PULVISCOLO*, il primo lavoro in solitaria con il nome Colombre in uscita per *Bravo Dischi* nei primi mesi del 2017. Il suo terzo disco, *Realismo magico in Adriatico*, uscito per *Bomba Dischi*, ha tutta l'aria di essere il disco di una piccola consacrazione. Una consacrazione mai rincorsa, né agognata, che però difficilmente sfuggirà al pubblico più affezionato a quell'equilibrio di cantautorato contemporaneo, chitarre pulite e riverberi synth-pop di cui Colombre è un abile maestro. *Realismo magico in Adriatico* prosegue il percorso stilistico e sonoro dei precedenti album, in cui spicca l'abilità di produrre versi e **ritornelli** ai quali ci si affeziona sin da subito, che si reggono come per magia su delle nuvole di suoni, solo apparentemente docili. Arricchito dalla partecipazione di Franco 126 e di Maria Antonietta, che firma un **duetto** tra i più belli degli ultimi anni, i nove brani che compongono l'album alternano quasi alla perfezione **pezzi briosi** come *Midollo*, *Maledizione* o *Naturale* a cambi di vibe quasi diametrali, come avviene in *Qualche specie d'amore*, *Durerebbe un'ora* e *Allucinazioni*. Abbiamo fatto una chiacchierata con Colombre, prima che partisse per un folkloristico **pre-tour acustico** lungo la costa adriatica che ripercorre al contrario le tappe della bora da Ancona fino a Trieste e che sarà raccontato anche per immagini, prima del **tour** vero e proprio, che invece toccherà diverse città italiane durante tutto il resto dell'anno.

- **Federico Guttadauro** - Giovane ed eclettica figura della nightlife genovese ed influenzato dal panorama clubbing europeo, il suo sound spazia dall'old school house alla Detroit techno. Fin da piccolo la passione per la musica è smisurata, inizia con la tastiera a livello scolastico e successivamente alla batteria elettronica. Col passare del tempo frequenta i primi club, dove si innamorerà di un mestiere unico e per pochi.

A soli 21 anni ha già diviso la consolle con artisti come Ilario Alicante, Alan Fitzpatrick, Chris Liebing, Matador, Joseph Capriati, Ambivalent, Martin Buttrich e Davide Squillace. Nell'estate 2011 è protagonista di importanti party locali, a febbraio 2012 è ospite al Carnevale di Venezia nel super palco di Piazza San Marco. In Aprile 2013 debutta su Beatport con il suo *Neverland EP*, sua prima release su *Nuhar Records*. Nella primavera 2013 entra nel team di *RST Events* e trova l'opportunità di esibirsi durante tutti party estivi oltre che in Italia anche all'estero come protagonista durante gli afterparty ufficiali di 'Barrakud', festival estivo in Croazia sull'isola di Pag. Nel 2014 prosegue il progetto con la crew di *RST Events* con i venerdì *Smile And Dance* che lo portano di nuovo al fianco di numerosi artisti internazionali.

- **Lo straniero** - Lo Straniero è una band nata nel 2014 da un'idea di Giovanni Facelli (voce, chitarra, synth e autore dei testi), Federica Addari (voce, synth) e Luca Francia (synth, piano elettrico, drum machine). Con l'ingresso di Valentina Francini (basso) e Francesco Seitone (chitarra, drum machine) la line up si completa per come la conosciamo oggi. La band si propone con un pop rock di matrice elettronica in cui le voci di Giovanni e Federica si alternano. La formula sembra funzionare e i ragazzi ne raccolgono i primi frutti: nel 2014 Lo Straniero vince il "Premio De Pascale" di Controradio per il miglior testo in italiano, mentre a marzo 2015 la band è nominata "Artista della Settimana" su *Mtv New generation* giusto prima di imbarcarsi in un lungo tour di trenta date e arrivare in finale al Premio Buscaglione. Arrivati a questo punto il disco d'esordio non può tardare ancora ad arrivare: l'omonimo

LO STRANIERO esce quindi il 20 maggio del 2016 per La Tempesta Dischi. Due voci ed elettronica per un pop-rock sintetico e dalle sfumature psichedeliche: un debutto caratterizzato da testi molto diretti eppure immaginifici, che raccontano di viaggi, fughe e della distanza che a volte serve per leggere con maggiore oggettività gli eventi della vita. Il disco viene registrato tra Torino, Bologna e il basso Piemonte: undici pezzi di cui otto prodotti da Gianni Masci, accreditato anche come musicista aggiunto. Un esordio convincente, stilisticamente a metà strada tra gli Offlaga Disco Pax, Battiato e i Baustelle. Il secondo album, QUARTIERE ITALIANO, scritto e realizzato nell'arco di due anni, vede la luce nel 2018 per La tempesta Dischi e presenta una serie di episodi autoconclusivi per un racconto intrecciato che man mano diventa un fuori orario animato dai volti che abitano le nostre città. La band vuole consolidare il suo stile multiforme come un marchio di fabbrica: voce maschile e femminile, alternandosi e mescolandosi, aspirano a tratteggiare ritratti e istantanee poetiche per mostrare una forte vocazione narrativa. L'ossatura elettronica su cui suonano chitarre, basso e pianoforte procede su ritmi marziali per avvicinarsi al dancefloor e sciogliersi in ballad nervose e psichedeliche o campioni dal sapore etnico. Prodotto artisticamente da Ale Bavo, il disco vede la partecipazione di Gianni Masci alla batteria e in un brano la voce di Gian Maria Accusani (Sick Tamburo, Prozac+).

- **Tommi Scerd** - Tommi Scerd è un progetto musicale itinerante, nato a Brescia, cresciuto tra Bologna, Cagliari, e la Valdera.

Nel 2021 sbarca a Genova per raccontarci le sue avventure quotidiane :
colorate, disordinate, musicate.

Porta in live brani cantautorali in acustico che possono essere anche ascoltati sulle piattaforme di streaming con arrangiamenti più elettronici e sperimentali, pubblicati dall'etichetta Genovese Pioggia Rossa Dischi.

- **Noite** - I Noite sono una band genovese che sceglie come nome una parola portoghese: Notte. Tutto nasce dai rapporti umani tra i membri della band e dalla loro storia che li porta ad incontrarsi nel mondo latino, per alcuni è la lingua portoghese, per altri il fado piuttosto che la bossanova. Questo punto d'unione ha un forte impatto emotivo che si ripercuote nei colori della loro musica, unendo sound e sapori europei. Le canzoni raccontano la vita notturna e segreta dei vicoli di Genova, tanto che per comporre hanno bisogno di simulare la notte chiudendo le persiane e accendendo le abat-jour. Il loro primo disco è in uscita per Universal Music Italia.

DESCRIZIONE DI COME IL PROGETTO È RADICATO SUL TERRITORIO (CRITERIO 2)

Sarà valutata l'esperienza dei soggetti proponenti in attività di spettacolo nei territori indicati e la capacità di ingaggiare e far emergere le potenzialità del territorio, valorizzandone le peculiarità.

Le zone individuate e le venues sono: Valpolcevera zona vigneti Bruzzone – Bruzzone vini; Rivarolo -Teglia zona di ex fabbriche abbandonate che sono poi state abbattute (rettangolo tra via Perlasca, Rivarolo e Via Lepanto); area sotto il ponte San Giorgio; Villa Rossi; Villa Scassi; Quinto piazzale carristi d'Italia e giardinetti limitrofi; Parchi di Nervi e musei di Nervi (Villa Luxoro - Museo Raccolte Frugone); Teatro Govi Bolzaneto, Teatro del Ponente - Voltri. Come accennato in precedenza le zone scelte per il progetto sono diverse per caratteristiche geografiche e socioeconomiche e tipologia. Ogni location avrà un format e un cartellone giornaliero che andrà a sviluppare e ad affiancare agli artisti musicali (in orari tardo pomeridiani/serali) anche esibizioni multidisciplinari artistiche, con

performances teatrali, spettacoli itineranti, tra cui visite guidate tematiche alla scoperta dei luoghi (coordinate da Explora Genova), performance artistiche (nft, live art, live painting) e improvvisazione anche in orari diurni (coordinati da Melkio). L'obiettivo è proprio quello di far vivere i luoghi anche durante il giorno affinché esprimano davvero le proprie potenzialità andando ad impattare sugli abitanti in modo positivo addirittura stimolandoli alla partecipazione alle attività del loro contesto sociale e culturale. Rst ha avviato da tempo una politica precisa per coinvolgere attraverso i vari format esistenti pubblici diversi ed eterogenei e attori che contribuiscano a valorizzare la visibilità e la fruizione dei territori che ospitano gli eventi in progettazione. La logica di intervento si sviluppa attraverso azioni congiunte di marketing, storytelling, comunicazione e engagement che conducono nuovi target a scoprire realtà che senza queste azioni non avrebbero modo di svelarsi e proporsi autonomamente. Inoltre, al pubblico esistente viene proposta una nuova formula di intrattenimento culturale, che consente di incrementare l'indotto diventando modello di *best practice* per consentire anche sia a pubblico abituale che occasionale di fruire dei luoghi in modo inusuale e innovativo (si pensi al museo come luogo puramente artistico che può trasformarsi in uno spettacolo dal vivo in ottica di progettazione di esperienze polisensoriali). Grazie a questo circolo virtuoso il territorio beneficia dell'opportunità di sperimentare nuove forme di coinvolgimento attraverso la comunicazione digitale che consente agli operatori locali di aprirsi a nuovi target e pubblici. Le importanti competenze in ambito di comunicazione acquisite e sviluppate negli anni generano indotto anche per gli addetti del settore locali. Nello specifico caso della periferia genovese le tematiche degli eventi toccano un tema fondamentale che è quello delle proprie radici. Come i liguri cercavano di ricreare un po' del loro mondo al di fuori del proprio territorio "Tanti sono i genovesi, per il mondo così dispersi, che dove vanno e stanno un'altra Genova fanno" così anche la Liguria visti i suoi orizzonti aperti ha ereditato moltissimo dal resto del mondo e anche chi arriva da fuori può sentirsi meno distante perché "se la storia ha costretto Genova ad avere come orizzonte il mondo, proprio per questo motivo tutto il mondo è raccolto in essa". Questo progetto rappresenta, quindi, un modo per ritrovarsi nella cultura attraverso la musica, l'arte, il teatro e il racconto del passato dove tutto assume una connotazione diversa e diventa anche un modo per sentirsi accolti e più vicini a casa propria e integrati al contesto in modo inusuale.

PERSEGUIMENTO DELLE FINALITÀ DI INCLUSIONE E COESIONE SOCIALE NELLE AREE DI INTERVENTO E RIVITALIZZAZIONE SOCIALE E CULTURALE DEL CONTESTO URBANO DI RIFERIMENTO (CRITERIO 4)

Sarà valutato l'impatto sociale della proposta in termini di:

- **perseguimento delle finalità di inclusione e coesione sociale e rivitalizzazione sociale e culturale del contesto di riferimento;**
- **attitudine e livello di coinvolgimento del pubblico del territorio.**

Sulla scorta delle precedenti considerazioni nasce il nostro progetto che considera la musica e gli eventi culturali ad essa collegati come un sistema urbano in grado di scoprire possibili sinergie tra città e aree finora trascurate, ma anche di comprendere e, in seguito, di gestire i problemi ambientali e di salute urbana come due facce della stessa medaglia. Inoltre, a differenza di altri sistemi e infrastrutture urbane, il modo essenziale in cui attraverso musica e cultura si possano legare abitanti, cittadini e turisti, spazio pubblico in città e territorio, li rendono strumenti strategici per coltivare una cittadinanza consapevole ed attiva che riparte con una nuova visione consapevole del proprio passato. In questo modo è possibile arrivare a quei concetti di città e turismo sostenibili che rendono sempre più attrattivo il sistema, senza però snaturarne l'identità, ma facendo convivere interessi diversi che possono ritrovarsi nell'identità culturale dei luoghi. Nell'ultimo decennio, ipotesi come

queste sono state avanzate da numerosi studiosi e politici nel mondo industrializzato che ne hanno testato la validità nel concreto, attraverso piani, progetti e politiche come sistema e leva per un nuovo modo di ripensare le città. Partendo da queste suggestioni e considerazioni si vuole programmare un calendario di appuntamenti, localizzati in aree periferiche particolarmente complesse, in cui, oltre ad offrire un intrattenimento culturale e musicale di qualità, si possano creare i presupposti per approfondire tematiche con particolare riferimento all'inclusività, nel tentativo di sensibilizzare i giovani riguardo gli obiettivi di riduzione delle disuguaglianze, alla parità di genere, utilizzando il macro-tema "territorio" per valorizzare gli elementi della diversità e dell'integrazione. Nello specifico, il format sarà basato sul recupero di luoghi abbandonati, riscoperta di luoghi trascurati e coinvolgimento delle realtà locali già esistenti nel mantenimento di essi. Tutti gli eventi saranno distribuiti in un circuito cittadino non convenzionale, andando a investigare aree di interesse della città solitamente non destinate all'intrattenimento ordinario o alla "movida" tra cui ville storiche, centri culturali e luoghi periferici e abbandonati che vivranno un processo di rigenerazione urbana e sociale anche al fine di veicolare i flussi da zone ormai sature e congestionate verso aree meno frequentate che ne beneficeranno ulteriormente in termini di presidio. La progettazione vuole sviluppare e stabilire un ampio e virtuoso radicamento sul territorio, andando a strutturare e intensificare relazioni durature con gli operatori locali e associazioni locali con i quali sono già in essere rapporti di collaborazione. Si tratta di una strategia che produrrà un network collaborativo soprattutto in un'ottica di valorizzazione della città periferica proponendo dinamiche di scambio e confronto con operatori culturali e, in particolare, nelle zone dei municipi che ipotizziamo suddivisi in 3 macro-aree principali: Ponente, Levante e Val Polcevera. L'obiettivo è quello di sviluppare tematiche più verticali del mondo della cultura e dello spettacolo, senza rischiare di confondere il piano turistico con quello culturale, ma semmai innescando un vero e proprio movimento turistico-culturale. La visione progettuale si concentra su di un nuovo modello inclusivo, attraverso iniziative e collaborazioni con le organizzazioni locali, lo sviluppo di programmi di coinvolgimento del volontariato, la promozione della cultura locale, l'organizzazione di manifestazioni declinate alla valorizzazione e promozione dei luoghi e l'impegno nei processi di sviluppo sostenibile sia da un punto di vista sociale che ambientale. Da questi presupposti si è sviluppato un concetto di eventi itinerante di azioni diffuse sul territorio, capaci di distribuire la valorizzazione in modo eterogeneo, capillare e generando indotto e valore aggiunto in tutto il tessuto socioculturale delle aree coinvolte.

I target di riferimento in realtà sono trasversali:

Generazione Z: portare i più giovani a riscoprire le proprie radici con attività ludico-ricreative che consentano di fargli vivere luoghi ai quali non si sarebbero mai avvicinati;

Generazione Y e Millennials: avvicinarsi a contenuti culturali in modo innovativo e inusuale;

Generazione X: coinvolgerli nel racconto della storia rivolgendosi ai più giovani affinché capiscano che la tradizione e il passato possono essere scoperti in modo curioso e divertente anche lontano dai banchi di scuola facendo esperienze memorabili e significative.

IMPATTO SOCIO ECONOMICO SUL TERRITORIO DEL PROGETTO ANCHE IN TERMINI DI CONNESSIONE CON IL PATRIMONIO CULTURALE (CRITERIO 5)

Saranno valutate la connessione con il patrimonio culturale del territorio e le prospettive di continuità dell'attività oltre il termine della durata.

La visione di questo programma di interventi multidisciplinari, vuole integrarsi nel piano di rilancio e potenziamento dell'accoglienza e incoming turistico culturale regionale, a vantaggio delle realtà produttive e dei servizi del territorio promuovendole e valorizzandole. Si propone un approccio

“transcalare” di tipo bottom-up intervenendo a partire dalla prossimità per realizzare delle matrici di relazione innescate dal processo. Per questo motivo il progetto si integra perfettamente con il territorio sia in termini di contenuto che di sinergia con le realtà esistenti e già operanti nelle zone identificate con le quali si sta stabilendo un network di collaborazioni reciproche. Radici sarà anche un nuovo progetto di comunicazione, basato su un piano di marketing editoriale, specializzato nella valorizzazione territoriale tramite interventi culturali legati alla musica e agli eventi, finalizzati allo sviluppo turistico-culturale che si rivolge anche e soprattutto alla cittadinanza in termini di prossimità. Un vero e proprio asset di comunicazione dotato di una pianificazione strategica, che include azioni di storytelling, positioning e advertising del brand territoriale. L'idea nasce dalle suggestioni della città di Genova, che da sempre è crocevia di flussi migratori e l'abbattimento delle barriere culturali sono diventati tema centrale per la società, ma anche per lo sviluppo dei nuovi modelli turistici e imprenditoriali. La storia ci suggerisce che Genova da sempre rappresenta il principale porto d'imbarco fino all'inizio del secolo successivo, diventando un crocevia fondamentale nello scambio e contaminazione culturale tra i continenti. La colonna sonora di Radici vedrà protagonisti gli artisti del territorio per il racconto dell'identità ligure e artisti nazionali e internazionali che insieme genereranno quel giusto mix che partendo dalla base darà vita a qualcosa di nuovo nel panorama artistico della città. Partendo da questo presupposto radici offre un nuovo punto di vista sul territorio, fatto di musica, cultura, rispetto per l'ambiente e per le persone, accessibilità e mobilità sostenibile: una vera e propria esperienza. L'inserimento dei due teatri di periferia Teatro Govi - posto sulla via principale di Bolzaneto, e il cui legame con la cultura genovese è già immediatamente evidente fin dal nome - e Teatro del Ponente - sito a Voltri - accoglieranno due performaces dedicate e orientate alla divulgazione culturale. Uno dei nostri principali obiettivi è quindi quello di riuscire a portare anche in periferia rassegne di eventi di livello nazionale e internazionale, coordinate e integrate alle caratteristiche e alle specificità dei territori.

I concept:

ZONE ABBANDONATE (Rivarolo -Teglia zona di ex fabbriche abbandonate che sono poi state abbattute (rettangolo tra via Perlasca, Rivarolo e Via Lepanto). 30/9/2023 – 1/10/2023
Coinvolgere la cittadinanza a partecipare alla riqualificazione dei luoghi trascurati. Fascia di pubblico compresa tra i 25 e i 45 anni, con particolare interesse nei confronti degli “Young Adults”, giovani famiglie, post-laureati e giovani lavoratori, a cui spesso l'offerta culturale dedicata alla generazione Z risulta respingente, eccessiva o priva di un certo tipo di caratteristiche culturali.

CONTESTI STORICI/ARTISTICI (Villa Rossi; Villa Scassi Villa Luxoro - Museo Raccolte Frugone) 18/11/2023 -19/11/2023
Intercettare e sensibilizzare la Generazione Z con ospiti e protagonisti accattivanti che approfittando dell'approccio legato al mondo del divertimento coinvolgeranno e sensibilizzeranno il target.

GIARDINI E PARCHI STORICI (Quinto piazzale carristi d'Italia e giardinetti limitrofi; Parchi di Nervi) - 29/7/2023 – 19/8/2023 - 28/8/2023

Riscoprire il territorio vivendo nella natura con attività outdoor attraverso percorsi musicali e culturali specifici anche attraverso attività didattiche e divulgative innovative coinvolgendo cittadinanza e motivando le generazioni X e Y a farsi portavoce del passato in modo innovativo nei confronti delle nuove generazioni attraverso attività di sensibilizzazione e coinvolgimento.

TEATRI DI PERIFERIA (Teatro Govi Bolzaneto, Teatro del Ponente - Voltri) 16/12/2023 - 17/12/2023 Il format con taglio più divulgativo, sarà rivolto a un pubblico trasversale (Generazione X, Millenials, Generazione Z), dando continuità allo storytelling coerentemente con l'attività iniziata negli altri luoghi e consentendo al progetto anche un taglio più invernale per destagionalizzare le attività e dare continuità.

Target:

ENGAGEMENT

Sviluppare un percorso che abbia come finalità allargare e diversificare l'audience generando un indotto maggiore non trascurando nessuno dei possibili target 50% Generazione Z 30% Millennial / 20% Generazione X

THINK GLOBAL ACT LOCAL

Sviluppare una nuova forma di partecipazione dove alla tradizione si aggiunge l'innovazione mantenendo fermi i punti di partenza del racconto sul passato

ESPERIENZE

Creare un format ripetibile e declinabile non solo nel settore della musica, ma anche della creatività e della cultura e del turismo culturale non dimenticando di rendere ogni evento indimenticabile e unico.

SINERGIE CON SOGGETTI PUBBLICI E PRIVATI (CRITERIO 6)

Sarà valutata l'attitudine a fare rete e collaborare con altre realtà culturali locali e le prospettive di continuità della collaborazione.

Il principale partner di progetto sarà "Contatto", la Rete d'Impresa di Genova che riunisce le migliori realtà del territorio che operano in diversi settori: dall'accoglienza al turismo, dalla cultura al food & beverage, dalla mobilità eco-compatibile fino all'artigianato. La filosofia "mangia, bevi, ama" che si propone di promuovere la qualità a tutto tondo con l'obiettivo di diffondere la cultura e le storie che si nascondono dietro tutto ciò che mangiamo, beviamo e vediamo, diventa elemento complementare e indispensabile nella co-progettazione. Si tratta di una rete d'impresa soggetto che coinvolge 30 aziende genovesi che dal 2018 organizza eventi culturali tematici sul territorio anche in collaborazione con le istituzioni locali e Slow Food per promuovere e valorizzare la cultura, l'arte, la tradizione enogastronomica della regione e le sue eccellenze. Attraverso il tema del cibo si vuole perseguire una migliore conoscenza tanto del tessuto urbano quanto di quello sociale, nell'ottica di una rigenerazione in grado di contrapporsi alla desertificazione creata dal progressivo calo demografico anche ai fini di una gestione consapevole delle trasformazioni generate dai flussi migratori e turistici che la regione sta attualmente attirando. Attraverso Liguria Gourmet Bartender collabora con Camera di Commercio, tramite il bando servizi turistici innovativi con Regione Liguria, per le visite guidate tematiche e le attività connesse alla valorizzazione del patrimonio culturale con il Comune di Genova e lo scorso anno è stata partner determinante per la realizzazione del progetto Liguria Transatlantica (Villa Serra, Certosa e altre location itineranti).

Pioggia Rossa Dischi

Etichetta discografica indipendente nata a Genova nel 2017 con più di 20 dischi all'attivo e si concretizza con la nascita di Boc nel 2021.

BOC

Nasce nel 2021 dall'esperienza di Lorenzo Olcese, Rachid Bouchabla e Mattia Cominotto nella discografia, organizzazione e direzione artistica di eventi, nella comunicazione, nell'innovazione, ognuno per il suo ambito di specializzazione. Boc, forte dell'esperienza maturata in anni di attività punta ad affermarsi come nuovo protagonista della scena musicale indipendente italiana. Con più di 20 dischi all'attivo vanta collaborazioni con Universal Music Italia, Sony Music Italia e Warner Music Italia. L'attenzione alla qualità e alla novità, oltre alla diversificazione portano nel 2019 Pioggia Rossa Dischi (marchio legato alla società) a fondare insieme ad Aluha Srl il Balena Festival che, in soli 3 anni, è diventato uno degli eventi di rilievo della scena nazionale. L'attività di consulenza e organizzazione eventi si sviluppa anche sul ponente, attraverso la collaborazione con i comuni di Arenzano e Varazze, dove nasce nel 2022 il Balla Balla Festival che da spazio ad artisti nuovi e progetti innovativi.

PRODUZIONI:

- Balla Balla 2022
 - _ 26/08/2022, Pop x + Fuera
 - _ 27/08/2022, Samuel + Cmqmartina • Balena Festival 2021 (Porto Antico di Genova)
 - _ 25/06/2021, Folcast + Farnese, Giardini Luzzati.

- _ 10/07/2021, Willie Peyote, Arena del Mare.

- _ 14/07/2021, The Zen Circus, Arena del Mare.
- _ 15/07/2021, Iosonouncane, Arena del Mare.
- _ 16/07/2021, Frah Quintale, Arena del Mare.
- _ 17/07/2021, Psicologi, Arena del Mare.
- _ 18/07/2021, Ministri, Arena del Mare.
- _ 04/09/2021, Apparat, Arena del Mare.
- _ 06/09/2021, Cachemire, Arena del Mare.
- Balena Festival 2019 (Porto Antico di Genova)
 - _ 24/04/2019, Franco126 + Sorrowland, Piazza delle Feste.
 - _ 25/04/2019, La Rappresentante di Lista + Edda, Piazza delle Feste.
 - _ 26/04/2019, Giorgio Poi + Claudio, Piazza delle Feste.

- _ 27/04/2019, Tre Allegri Ragazzi Morti + I Hate My Village, Piazza delle Feste.

ALUHA

Nasce nel 2019 dall'esperienza quindicennale maturata da Andrea Caravaggio, Luca Pietronave e Enrico Usberti nell'organizzazione e direzione artistica di eventi, nella comunicazione, nell'innovazione, ognuno per il suo ambito di specializzazione. Aluha, forte dell'esperienza maturata in più di 18 anni di attività e delle competenze professionali dei singoli soci e dei suoi collaboratori, in grado di coprire ogni necessità produttiva, vuole diventare uno dei migliori attori nello scenario dell'organizzazione di grandi eventi, sia in termini di numeri che di qualità dell'offerta. Uno dei punti forti del progetto Aluha, infatti, è rappresentato dall'attenzione e dalla cura nelle scelte della direzione artistica, sempre attenta ai nuovi trend italiani ed internazionali. Non per niente, il Mojotic Festival, dal 2009 in mano a Luca Pietronave, è riconosciuto a livello nazionale come sinonimo di qualità e ricercatezza. Shhh! La Silent Disco in Baia del Silenzio di Sestri Levante, ideato dai soci fondatori di Aluha, rappresenta uno dei grandi eventi dell'estate italiana. Il Balena Festival è il nuovo progetto che, in soli 3 anni, è diventato uno degli eventi di rilievo della scena musicale nazionale, ospitando appuntamenti prestigiosi e unici di artisti italiani e internazionali. La forte passione per la musica e il continuo aggiornamento sul campo, in Italia e all'estero, sono da sempre per Aluha guida, fundamenta e fonte di ispirazione per la ricerca di nuovi artisti e per la produzione di idee e progetti innovativi e di successo.

PRODUZIONI E DIREZIONE ARTISTICA

- Shhh! La silent disco in Baia del Silenzio, 05/08/2022
- Balena Festival 2022 (Porto Antico di Genova, Arena del Mare)
 - 16/07/2022, Franco126 + Eugenio In Via Di Gioia
 - 17/07/2022, Luchè + Noyz Narcos
 - 19/07/2022, Editors + Coach Party + Post Nebbia
 - 20/07/2022, Caparezza
 - 21/07/2022, Manuel Agnelli + Thurston Moore
 - 22/07/2022, Madman + Massimo Pericolo
 - 23/07/2022, Cosmo + Maurizio Carucci + Ditonellapiaga
 - 24/07/2022, Fantastic Negrito + Emma Nolde
 - 25/07/2022, Angelo Duro
 - 26/07/2022, Pinguini Tattici Nucleari
- Balena Festival 2021 (Porto Antico di Genova)
 - 25/06/2021, Folcast + Farnese, Giardini Luzzati.
 - 10/07/2021, Willie Peyote, Arena del Mare.
 - 14/07/2021, The Zen Circus, Arena del Mare.
 - 15/07/2021, Iosonouncane, Arena del Mare.
 - 16/07/2021, Frah Quintale, Arena del Mare.
 - 17/07/2021, Psicologi, Arena del Mare.
 - 18/07/2021, Ministri, Arena del Mare.
 - 04/09/2021, Apparat, Arena del Mare.
 - 06/09/2021, Cachemire, Arena del Mare.
- Balena Festival 2019 (Porto Antico di Genova)
 - 24/04/2019, Franco126 + Sorrowland, Piazza delle Feste.
 - 25/04/2019, La Rappresentante di Lista + Edda, Piazza delle Feste.
 - 26/04/2019, Giorgio Poi + Clavdio, Piazza delle Feste.
 - 27/04/2019, Tre Allegri Ragazzi Morti + I Hate My Village, Piazza delle Feste.
- Shhh! La silent disco a Portofino, 31/08/2019

MELKIO

Nato a Genova nel 1984 disegna da sempre. Cosa significa sempre per Melkio è lui stesso a definirlo: "...fino da quando ne ho memoria ho sempre avuto una matita in mano e un foglio su cui scarabocchiare. Per me è la cosa più naturale che possa fare, l'ho sempre dato per scontato e ho sempre buttato via tutto..." Negli anni sviluppa qualche progetto artistico occasionale, considerati come momenti di svago mentre lavorava nel settore del marketing.

Durante il lockdown del 2020 decide di dedicarsi completamente all'arte ed inizia così il suo percorso. Melkio è un'artista phygital (physical – digital), ovvero che lavora indifferentemente sia con la materia che con il digitale, spaziando dall'animazione per proiezioni, NFT fino alla pittura e decorazione di oggetti, riuscendo a mantenere chiara la sua identità su qualsiasi supporto.

Il suo lavoro è caratterizzato dall'utilizzo di pochi colori, prevalentemente bianco nero e rosso, una linea marcata e dal costante dialogo dei suoi personaggi. Le sue opere trasmettono all'osservatore il loro carattere romantico. I concetti, molto intimi, sono declinati nelle sue opere d'arte, dagli argomenti sociali a quelli fantascientifici, tradotti in un linguaggio dall'ispirazione infantile, talvolta surreale.

Projects for brands: Winamax, GioBagnara, Sampdoria.

EXHIBITIONS / EVENTS:

- 2023 – April – Paviart with Galleria Galp – PAVIA (IT)
- 2023 – March – Art Innovation Gallery – The sound of Pixel – HONG KONG (CN)
- 2023 – March – Artup Art Fair with Arnaud Rogez gallery – LILLE (FR)
- 2023 – February / March – NFT exhibition – Triennale – MILANO (IT)
- 2023 – January – Maison Object fair with Benciv Art Gallery – PARIS (FR)
- 2023 – January – Art Beat Diner premiere edition – PARIS (FR)
- 2022 – December – Art innovation Gallery – Floating Pixel – MIAMI BEACH (US)
- 2022 – October – Dynamo Camp Exhibition – PISTOIA (IT)
- 2022 – September – Art Innovation Gallery – Time Square – NEW YORK (US)
- 2022 – April – Unfair with Galleria Legart – MILANO (IT)

PIANO ECONOMICO FINANZIARIO (CRITERIO 3)

Sarà valutata la congruenza e coerenza tra spese effettuate e qualità dell'offerta nonché le proposte che contribuiscano alla tutela occupazionale della categoria con una percentuale di budget relativa ai compensi agli operatori dello spettacolo considerevole rispetto al totale delle spese.

Il seguente bilancio prevede una quota consistente sull'artistico e consentirà a molti collaboratori, aziende e associazioni di partecipare al progetto traendo beneficio non solo dagli eventi, ma dall'indotto generatosi sui territori. Il progetto per i prossimi anni si autosostiene attraverso la bigliettazione degli eventi e la realizzazione nel 2024 di un Festival di più giornate multidisciplinare dedicato al progetto che raccolga il meglio di quanto sarà effettuato durante questo primo anno di test.

BILANCIO PREVENTIVO

USCITE	Importo
Compensi artisti	52.000,00

ISTANZA DI PARTECIPAZIONE ALL'AVVISO PUBBLICO "SPETTACOLO NELLE PERIFERIE"	<i>MOD. B</i>
---	---------------

Compensi personale tecnico	15.000,00
Organizzazione e segreteria	8.000,00
Compenso direzione artistica	3.000,00
Spese di allestimento (anche per l'on line)	8.000,00
Spese di noleggio e affitto	10.000,00
Spese per ospitalità (viaggio, vitto e alloggio)	3.000,00
Spese di promozione e pubblicità	5.500,00
Siae e diritti	3.000,00
Altre spese	1.500,00
Spese generali (max 10% del costo totale del progetto)	1.000,00

TOTALE	110.000,00
---------------	-------------------

ENTRATE	Importo
Contributo RICHIESTO al Comune di Genova	80.000,00
Contributi pubblici (Regione Liguria)	10.000,00
Contributi privati (specificare)	
Sponsorizzazioni (food and beverage, sponsor privati)	15.000,00
Vendita biglietti	
Altre entrate (bar)	5.000,00

TOTALE	110.000,00
---------------	-------------------

(*) Gli importi devono essere inseriti IVA e altri oneri fiscali/contributivi compresi.



I dati forniti saranno trattati nel rispetto della normativa sul trattamento dei dati personali.