PATRIMONIO IN SCENA 2021

REPORT ELABORATO DA

CONSORZIO MARCHE SPETTACOLO

www.patrimonioinscena.it
www.marchespettacolo.it
segreteria@marchespettacolo.it

IL PROGETTO

Patrimonio in Scena. Per la diffusione dello spettacolo dal vivo negli Istituti Culturali delle Marche è un progetto speciale nato dalla collaborazione tra **Regione Marche**, **Consorzio Marche Spettacolo** e il coordinamento marchigiano tra Musei, Archivi e Biblioteche **MAB Marche**, promosso da **ICOM**, **ANAI** e **AIB** che mira a promuovere il patrimonio culturale marchigiano incentivando la collaborazione tra gli istituti culturali e i soggetti operanti nello spettacolo dal vivo del territorio.

In particolare, l'edizione 2021 di Patrimonio in Scena focalizza la sua attenzione sui paesaggi culturali di **Arcevia** (AN), **San Benedetto del Tronto** (AP), **Montegranaro** (FM), **Villa Ficana** (MC) e **Mondavio** (PU), caratterizzati da un particolare pregio artistico e ambientale, e mira alla loro valorizzazione attraverso cinque documentari video, in cui tali territori dialogano con gli interventi performativi progettati e realizzati dai soci del Consorzio Marche Spettacolo. Ciascun intervento artistico è stato il frutto di uno stimolante lavoro di co-progettazione fra gli Istituti Culturali coinvolti e i Consorziati.

I video sono stati prodotti da **ToBe Studio** e resi accessibili tramite audiodescrizione e sottotitoli in lingua italiana e inglese grazie alla collaborazione con **ALI - Accessibilità Lingue Inclusione**.

PROMOSSO E COORDINATO DA

REGIONE MARCHE

cms
CONSORZIO I MARCHE I SPETTACOLO

IN COLLABORAZIONE CON

MAB MUSEI ARCHIVI BIBLIOTECHE PROFESSIONISTI DEL PATRIMONIO CULTURALE

LA PUBBLICAZIONE

Il calendario di lancio dei video è stato stabilito in accordo con gli istituti culturali rappresentanti i paesaggi coinvolti come di seguito:

- **15 dicembre 2021**: il paesaggio storico di Mondavio (PU)
- **22 dicembre 2021**: il paesaggio marino di San Benedetto del Tronto (AP)
- **29 dicembre 2021**: il paesaggio manifatturiero di Montegranaro (FM)
- **5 gennaio 2022**: il paesaggio archeologico di Arcevia (AN)
- **12 gennaio 2022**: il paesaggio eco-sostenibile delle case di terra di Villa Ficana (MC)

5

DOCUMENTARI VIDEO

Alle ore 12:00 di ogni giornata di lancio, ciascun video è stato pubblicato contemporaneamente su:
www.patrimonioinscena.it
www.bit.ly/YouTube-CMS
www.facebook.com/marchespettacolo
www.instagram.com/marchespettacolo
www.twitter.com/cmspettacolo
www.linkedin.com/company/consorzio-marche-spettacolo

Nelle pagine seguenti, i documentari video verranno illustrati in ordine di uscita, accompagnati dai risultati ottenuti in termini di comunicazione.

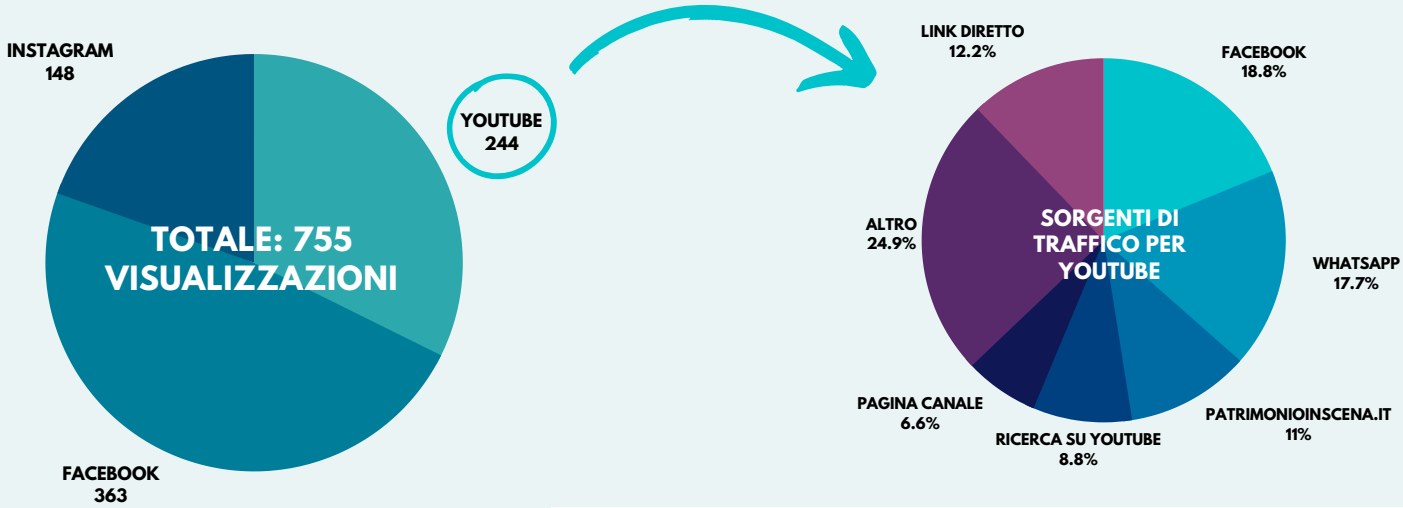
IL PAESAGGIO STORICO DI MONDAVIO (PU)

L'intervento artistico dell'**Associazione Culturale Centripeta** per il paesaggio storico di Mondavio valorizza il caratteristico attaccamento della comunità mondaviese all'architettura, alla storia e alla vita del borgo trasmettendo "la bellezza e la forza di un patrimonio storico e umano che ha attraversato tante epoche e tante vite fino ad arrivare a noi". Il racconto audiovisivo scelto da Centripeta utilizza un linguaggio fresco e contemporaneo, in grado di restituire la storia del paesaggio storico di Mondavio con la voce e il corpo dell'attore.

Realizzato in collaborazione con **Pro Loco Mondavio**.

MONDAVIO: L'ILLUSIONE DEL TEMPO, L'ETERNITA' DELLA BELLEZZA

RISULTATI



INSTAGRAM

434	PERSONE RAGGIUNTE
25	INTERAZIONI

FACEBOOK

5371	PERSONE RAGGIUNTE
1.224	INTERAZIONI

Il video-documentario realizzato nel paesaggio storico di Mondavio ha registrato il **48,1%** delle visualizzazioni sulla piattaforma social Facebook, il **32,3%** sul player di YouTube e il **19,6%** su Instagram. Il **18,8%** delle visualizzazioni totali sulla piattaforma YouTube hanno proprio il social network Facebook come sorgente. Il video, infatti, ha avuto una copertura molto alta (5371) e un *engagement rate* del **22,8%**. Sulla seconda piattaforma di Meta, invece, i numeri sono più contenuti: Instagram ha registrato un tasso di engagement pari al **5,8%**. I risultati sono anche riconducibili ad un passaparola diretto; la seconda sorgente di traffico risulta infatti essere WhatsApp. Si presume che anche le riproduzioni su Facebook siano dovute, in parte, alla medesima fonte.

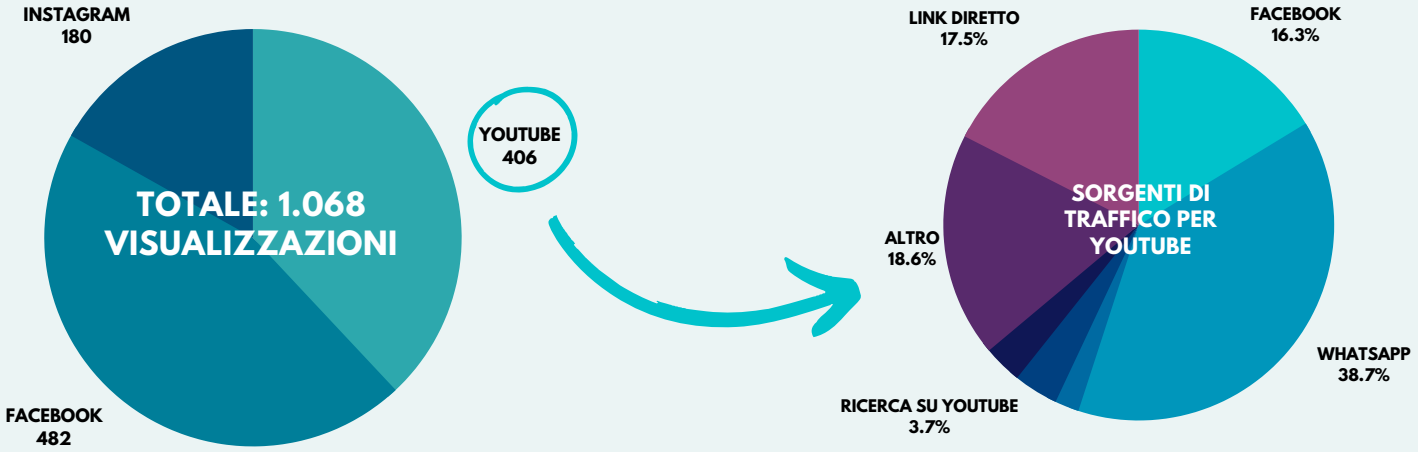
IL PAESAGGIO MARINO DI SAN BENEDETTO DEL TRONTO (AP)

Il video-documentario ideato dalla **Compagnia dei Folli** è stato girato all'interno dei tre luoghi di "cultura marittima" della città di San Benedetto del Tronto: la Pinacoteca del Mare a Palazzo Piacentini, il Museo del Mare e il Museo d'Arte sul Mare. «Il tema principale è l'*acqua* che viene raccontata durante le performance nei luoghi scelti – spiega la Compagnia dei Folli – "L'*Acqua* è l'elemento vitale da cui tutto nasce, il grembo e la fonte di nutrimento. Sin dai tempi più antichi l'uomo ha riconosciuto nell'Acqua la sorgente di tutta la vita e il legame con la spiritualità».

Realizzato in collaborazione con **Pinacoteca del Mare - Palazzo Piacentini**, **Museo del Mare**, **Museo d'Arte sul Mare**.

UNA NOTTE NEI MUSEI DEL MARE

RISULTATI



INSTAGRAM

657	PERSONE RAGGIUNTE
24	INTERAZIONI

FACEBOOK

9104	PERSONE RAGGIUNTE
1.996	INTERAZIONI

Il video-documentario realizzato nel paesaggio marino di San Benedetto del Tronto ha ottenuto il **45,1%** delle sue visualizzazioni su Facebook, il **38%** sul player di YouTube e il **16,9%** su Instagram. Il video ha dunque avuto una copertura molto alta (9104 persone raggiunte) su Facebook e un ottimo livello di *engagement rate* (**21,9%**). Osservando le sorgenti di traffico della piattaforma YouTube, si può notare come ben il **38,7%** delle visualizzazioni siano state raggiunte con il passaparola diretto, mediante l'app di messaggistica WhatsApp. Si presume che anche le riproduzioni su Facebook, in parte, siano dovute alla medesima sorgente. Su Instagram, seppur con numeri più contenuti, sono comunque state raggiunte 657 persone, registrando un tasso di coinvolgimento del **3,6%**.

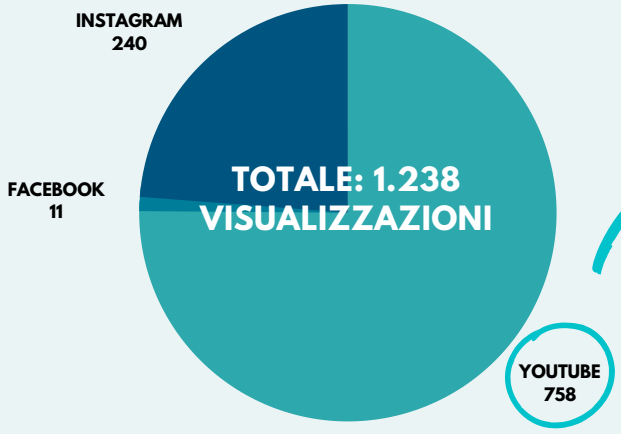
IL PAESAGGIO MANIFATTURIERO DI MONTEGRANARO (FM)

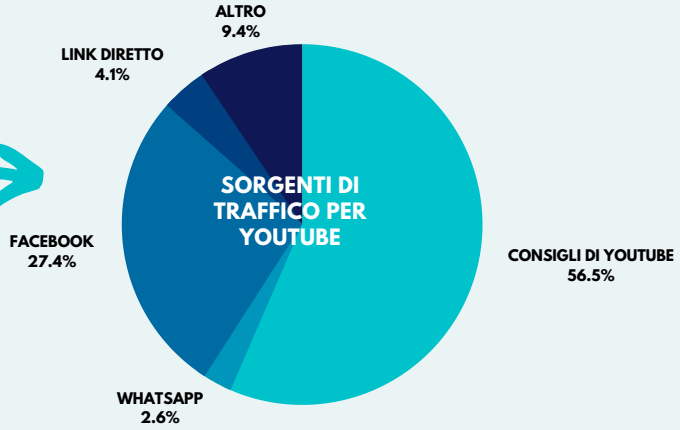
Il video-documentario ideato dalla **Società Amici della Musica "Guido Michelli"** è stato formulato partendo dalle caratteristiche del paesaggio manifatturiero di Montegranaro: “una collina ondulata che rende visibile anche da lontano un particolare paesaggio, in cui dialogano un centro storico antico e un’area industriale moderna”. Si è scelto quindi di rappresentare quasi plasticamente questa opposizione dialogante, traducendola nella contrapposizione tra due diversi tipi di musica, quella antica, rappresentata da uno strumento storico, il violoncello, e quella più contemporanea, incarnata da una voce pop.

Realizzato in collaborazione con **Biblioteca Comunale «Enzo M. Conti»**.

METAMORFOSI DI UN PAESAGGIO

RISULTATI





INSTAGRAM

751	PERSONE RAGGIUNTE
23	INTERAZIONI

FACEBOOK

495	PERSONE RAGGIUNTE
44	INTERAZIONI

Il video-documentario realizzato nel paesaggio manifatturiero di Montegranaro ha ottenuto un notevole numero di *views*. Su YouTube è stata registrata la maggior parte delle sue visualizzazioni, ben il **75,1%**, a seguire su Instagram con il **23,8%** e infine su Facebook con l'**1,1%**. Analizzando nello specifico il traffico del player prescelto YouTube, si osserva come più della metà delle visualizzazioni (**56,5%**) siano state generate dai consigli del player stesso. Come seconda sorgente del traffico di YouTube si trova il social network Facebook: è plausibile dedurre perciò che i fruitori abbiano trovato il video sul social e lo abbiano riprodotto su YouTube. Il video ha avuto una buona copertura anche su Instagram, raggiungendo 751 persone.

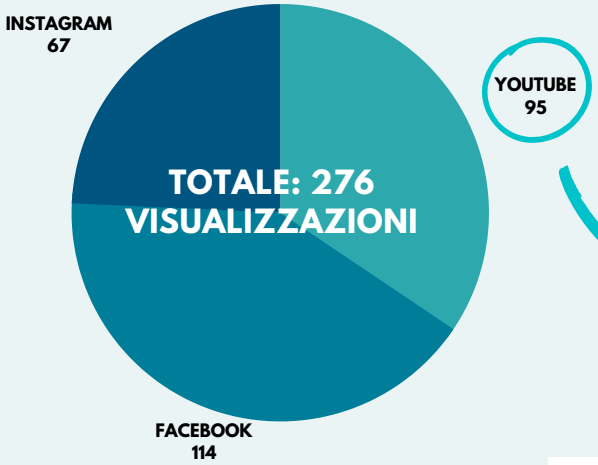
IL PAESAGGIO ARCHEOLOGICO DI ARCEVIA (AN)

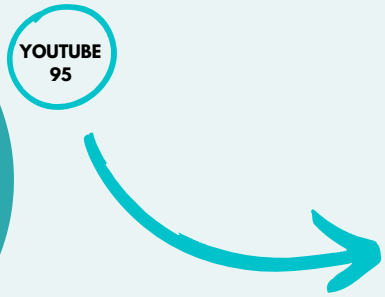
Sottopelle, ideato da **ATGTP**, tratta di “un’appropriazione debita”, un “innesto” che dalla superficie scende ad innervare gli strati sotto l’epidermide, perché il senso delle cose, l’anima di un luogo o di un’opera d’arte si percepiscono sollevando il velo di ciò che appare a prima vista, come i tesori archeologici si trovano scavando a fondo la terra. La pelle è un crocevia di informazioni, innumerevoli scambi vi avvengono, nascosti al nostro sguardo: allo stesso modo il territorio di Arcevia, come un organismo vivo, respira della moltitudine di persone che lo attraversano, del suo passato, delle testimonianze e delle esperienze artistiche che lo hanno abitato.

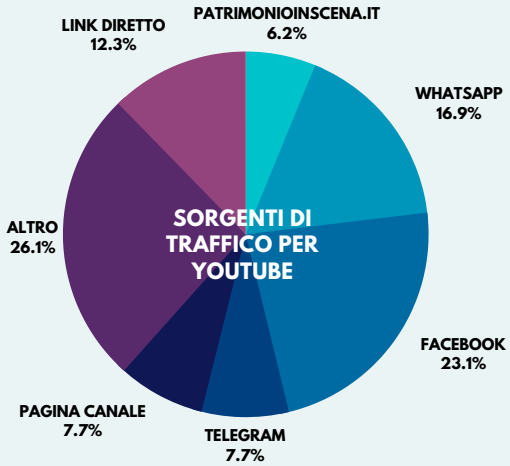
Realizzato in collaborazione con **Comune Di Arcevia** e **Museo Archeologico Statale di Arcevia**.

SOTTOPELLE, ALLA RICERCA DI FRAMMENTI DI SENSO E CONNESSIONI NASCOSTE

RISULTATI







INSTAGRAM

208	PERSONE RAGGIUNTE
17	INTERAZIONI

FACEBOOK

2757	PERSONE RAGGIUNTE
494	INTERAZIONI

Le visualizzazioni del video-documentario realizzato nel paesaggio archeologico di Arcevia sono risultate omogenee nei tre principali social analizzati: il **41,3%** delle *views* sono avvenute su Facebook, il **34,4%** su YouTube, il **24,3%** su Instagram. Sulla piattaforma social Facebook, il video ha raggiunto 2757 persone ottenendo un ottimo tasso di coinvolgimento (**17,9%**). Le sorgenti di traffico per YouTube sono abbastanza eterogenee, evidenziando diverse fonti di indirizzamento al video, ma Facebook e WhatsApp risultano comunque le sorgenti più utilizzate. La condivisione del video è anche avvenuta tramite il canale Telegram, il quale potrebbe costituire un'alternativa interessante di diffusione per output di progetti futuri, specialmente se utilizzato da profili istituzionali.

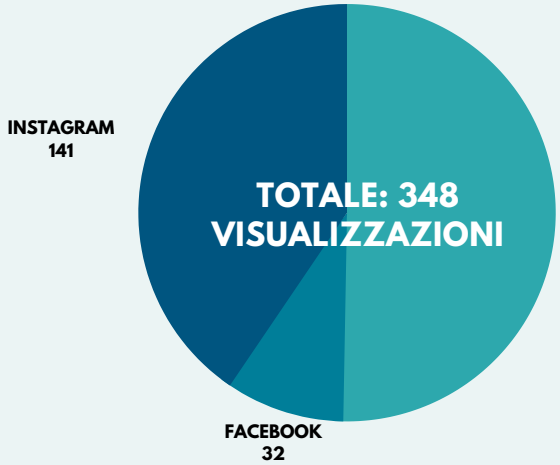
IL PAESAGGIO ARCHEOLOGICO DI VILLA FICANA (MC)

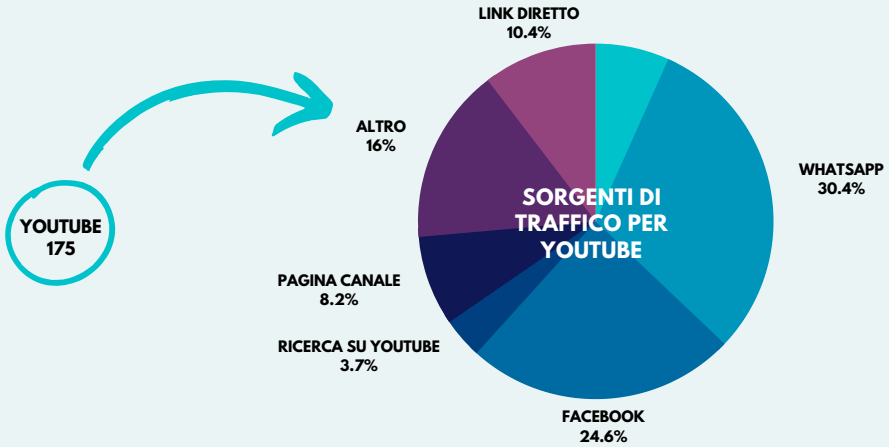
La performance *Terra cruda - Le stazioni del tempo* nasce dall'incontro di una ricerca artistica - quella di **Rovine Circolari** - con un luogo antico: il borgo di Villa Ficana, dove la tradizione costruttiva delle case di terra si lega oggi a un futuro eco-sostenibile dal punto di vista architettonico, urbanistico e sociale. Il fuoco, fonte di vita ed elemento rituale per il borgo, ma anche memoria collettiva - per lo storico incendio che lo ha devastato nel 1891 - diventa elemento di rinascita simbolica, attraverso il rito collettivo dell'evento artistico, di cui il video rende conto, e grazie a una ricerca sonora che fonde antico e moderno, parlando all'oggi.
Gli artisti traducono così, nel linguaggio performativo e visivo, il substrato culturale sedimentato nelle case di "terra cruda" e si fanno messaggeri di una memoria che trae la sua forza dal mito per dialogare e rinnovare il presente.

Realizzato in collaborazione con **Ecomuseo delle case di terra di Villa Ficana**.

TERRA CRUDA, LE STAZIONI DEL TEMPO

RISULTATI





INSTAGRAM

350	PERSONE RAGGIUNTE
27	INTERAZIONI

FACEBOOK

1740	PERSONE RAGGIUNTE
119	INTERAZIONI

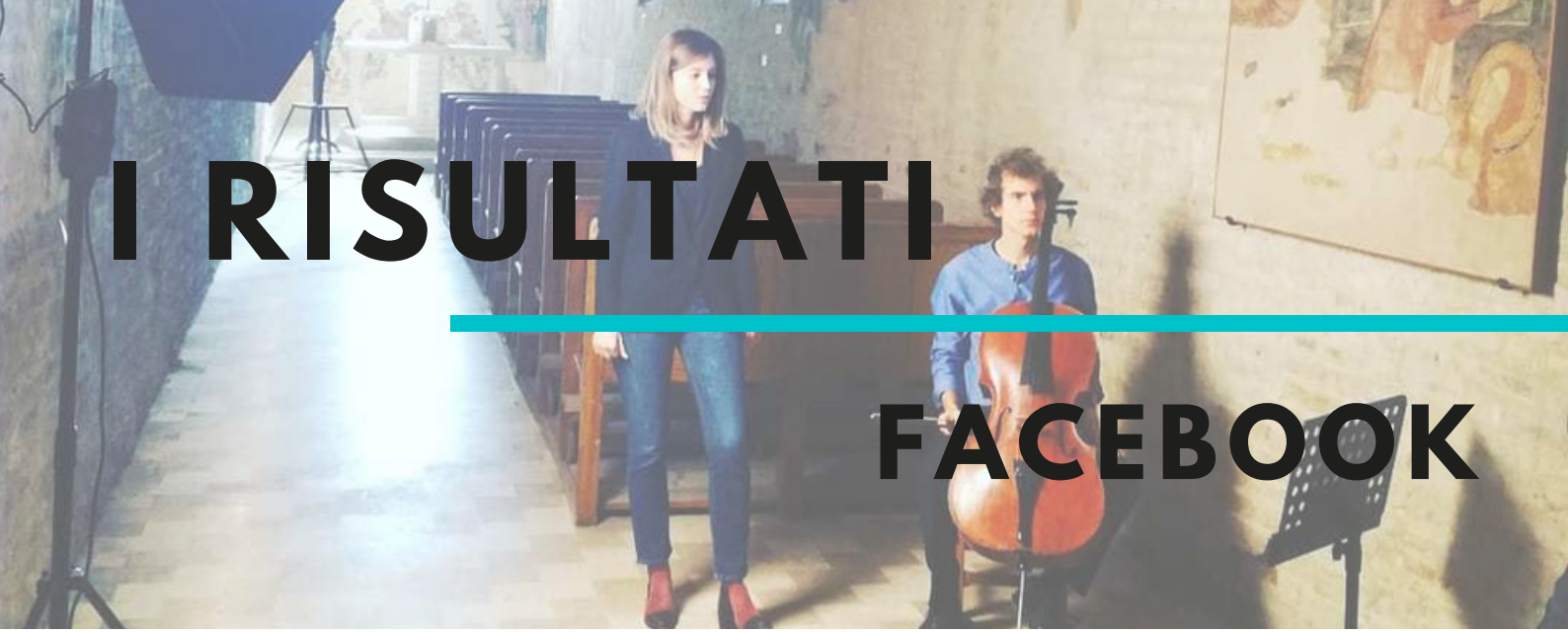
Il video-documentario realizzato nel paesaggio archeologico di Villa Ficana è stato fruito principalmente su YouTube, con il **50,3%** delle visualizzazioni, e su Instagram, con il **40,5%** delle visualizzazioni; infine su Facebook con il **9,2%**. Le visualizzazioni realizzate sulla piattaforma YouTube sono frutto principalmente del passaparola diretto: WhatsApp costituisce per il **30,4%** la sorgente principale di traffico sul player YouTube. Il video ha riscontrato una buona copertura anche su Facebook, registrando un *engagement rate* del **6,4%** e raggiungendo **1740 persone**, le quali hanno in parte visualizzato il video su YouTube. Infatti, la seconda sorgente di traffico per YouTube è il social network Facebook con il **24,6%**.

I RISULTATI

SITO WEB

+625%	639	232
VISITE AL SITO	VISUALIZZAZIONI TOTALI	UTENTI UNICI

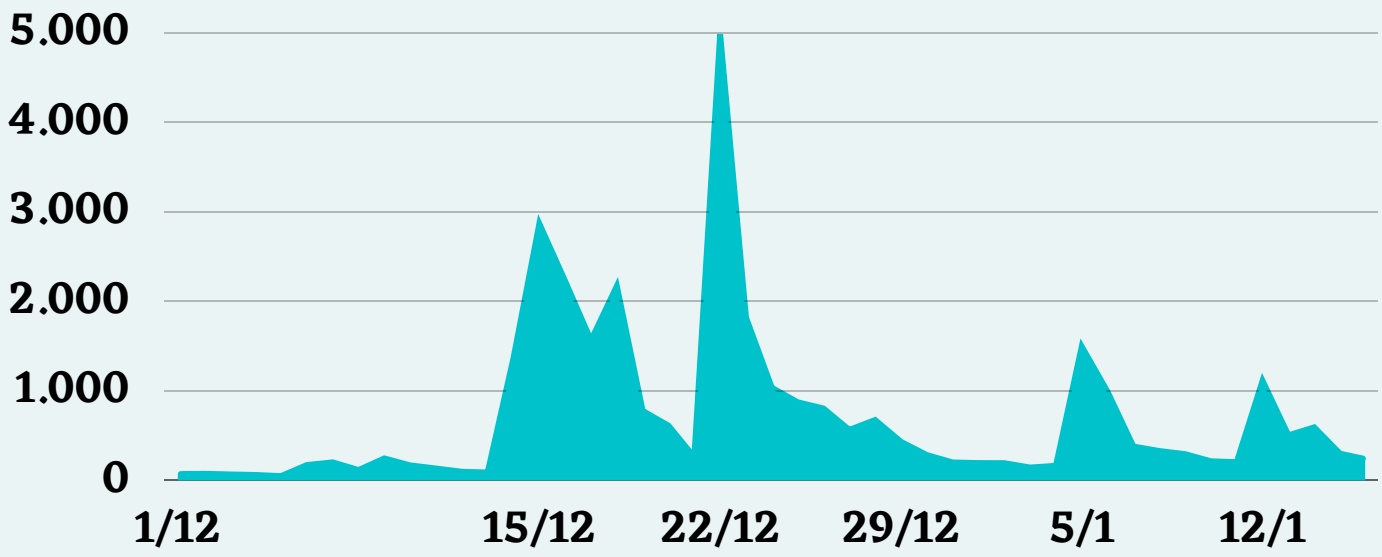
Il sito web www.patrimonioinscena.it, nei giorni precedenti l'uscita dei video, ha subito un rinnovamento grafico per facilitare l'accessibilità ai contenuti relativi all'edizione 2021. I cinque documentari sono stati inseriti, in concomitanza della loro uscita, in homepage e ogni paesaggio culturale è stato messo in evidenza per la settimana di pertinenza. Inoltre, è stata aggiunta una pagina specifica (www.patrimonioinscena.it/edizione-2021), costantemente aggiornata, dove trovare tutte le informazioni relative al progetto e che, ad oggi, contiene i cinque video-documentari pubblicati tra il mese di dicembre e gennaio.
I risultati derivanti dalla linea di comunicazione e dalla ristrutturazione grafica del sito sono stati in linea con le aspettative: il traffico è aumentato raggiungendo, nel periodo tra il 15 dicembre e il 19 gennaio, **232** utenti unici e segnando **639** visualizzazioni; inoltre, segnaliamo che il **2,5%** delle visualizzazioni totali dei video (3687) sono avvenute attraverso il player di YouTube inserito all'interno del sito.
Per quanto riguarda le sorgenti di traffico: il **54,3%** (126) degli utenti ha realizzato l'accesso attraverso un motore di ricerca, il **41,8%** (97) è stato reindirizzato al sito dai post di Facebook e il **3,9%** (9) da altre fonti.



I RISULTATI

FACEBOOK

COPERTURA



31.220

PERSONE RAGGIUNTE
+ 137% DAI 45 GIORNI PRECEDENTI

3.877

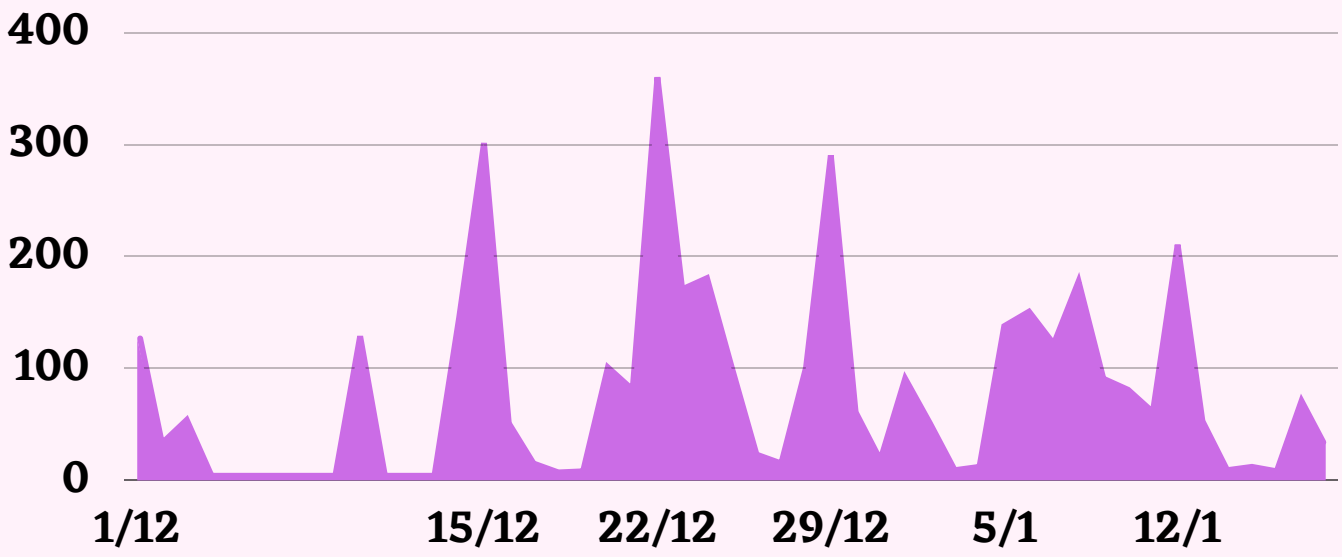
INTERAZIONE
+ 287% DAI 45 GIORNI PRECEDENTI

Tra i canali utilizzati per la divulgazione dei video-documentari, la principale piattaforma social dell'azienda Meta è quella che ha registrato i risultati migliori. Durante il periodo di pubblicazione, infatti, la copertura dei post del CMS ha ottenuto un aumento del 137%, raggiungendo 31.220 utenti unici in maniera completamente organica. Questo risultato è dovuto alla forte condivisione dei video da parte degli utenti (**223**) e, in generale, dall'elevato tasso di interazione con i post pari al **12,42%**. I video, inoltre, sono stati visualizzati sulla piattaforma **1002** volte (si intendono solo le riproduzioni che superano i 60 secondi), il **27,2%** delle visualizzazioni totali. Inoltre, il **24,1%** delle visualizzazioni su Youtube hanno come fonte Facebook, pari a **382** registrate dal player.

I RISULTATI

INSTAGRAM

COPERTURA



3.815

PERSONE RAGGIUNTE
+ 64% DAI 45 GIORNI PRECEDENTI

301

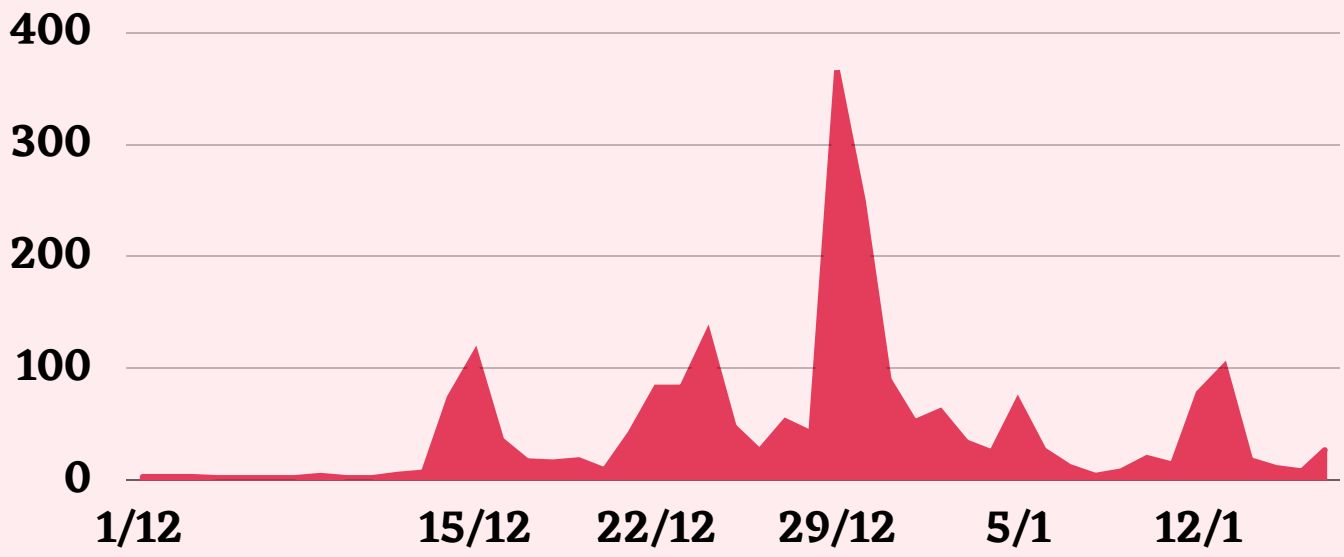
INTERAZIONE
+ 19% DAI 45 GIORNI PRECEDENTI

Il canale più "giovane" utilizzato nella comunicazione è stato quello che ha registrato i risultati più contenuti. La divulgazione dei video-documentari sulla piattaforma social Instagram, durante il periodo di pubblicazione, ha comunque visto un aumento della copertura generale, pari al 64% rispetto al periodo precedente, raggiungendo i 3.815 utenti unici in maniera completamente organica. La copertura è un risultato dovuto ad un engagement rate del **7,9%**, tasso in linea con la dimensione della pagina di Marche Spettacolo. I video sono stati riprodotti sulla piattaforma **776** volte, il **21%** delle visualizzazioni totali. Infine, i post pubblicati sulla piattaforma nel periodo di pertinenza hanno raggiunto **3108** account unici che non seguivano la pagina, pari all'**81,5%** della copertura totale.

I RISULTATI

YOUTUBE

VISUALIZZAZIONI

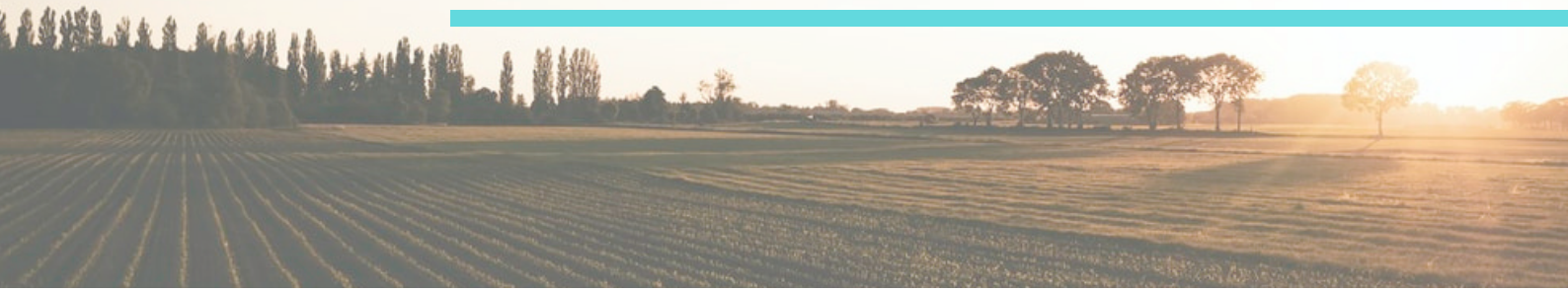


1.678
VISUALIZZAZIONI

62,3
ORE DI VISUALIZZAZIONE

La piattaforma YouTube è stata scelta come principale raccoglitore dei documentari video, non solo per via della natura del canale stesso, ma anche per l'opportunità di inserire funzioni di accessibilità, come i sottotitoli in lingua italiana e inglese e l'audiodescrizione del video. **233** visualizzazioni sono state eseguite con i sottotitoli inglesi attivi e **307** con quelli italiani, il **26,2%** degli utenti ha usufruito quindi dell'opzione. La piattaforma ha inoltre reso possibile l'integrazione dei video su siti esterni, come nel caso del sito www.patrimonioinscena.it. Le versioni munite di audiodescrizione hanno registrato **229** views (il **6,2%** delle visualizzazioni totali). La durata della visualizzazione media dei video su YouTube è stata di **2:13 min** e ha totalizzato il **45,5%** delle visualizzazioni totali con **1286 utenti unici.**

CONCLUSIONI



Complessivamente, l'edizione 2021 di Patrimonio in Scena ha ottenuto ottimi risultati, raggiungendo un ampio pubblico interessato allo spettacolo dal vivo e al patrimonio culturale della regione Marche.

Come si è potuto evincere dai grafici, i documentari video hanno coinvolto un'utenza online proveniente da fonti varie, la quale ha tuttavia prediletto i canali social di Facebook, WhatsApp e YouTube. Tale trend, specialmente se comparato ad una minor affluenza generata dal social Instagram, conferma l'interesse di un target senior (55+), già riscontrato nel pubblico che ha preso parte agli spettacoli dal vivo realizzati nell'ambito delle precedenti edizioni del progetto.

Ciononostante, un target definito non costituisce un limite. Anzi, ne definisce gli obiettivi e, in linea con gli anni precedenti, ne conferma l'efficacia. Inoltre, il rinnovato formato degli interventi artistici, ripensato in fase progettuale per permetterne l'implementazione in tempi incerti segnati dalle restrizioni della pandemia, ha garantito un notevole aumento nella diffusione dei contenuti creati, condizione che ha incrementato la visibilità dei cinque paesaggi coinvolti e dei progetti performativi ad essi connessi.

Tali considerazioni ci permettono di constatare la riuscita di una campagna che ha puntato sulle bellezze paesaggistiche della nostra regione, realizzando cinque documentari video che concretizzano l'opportunità di promozione turistica e culturale del comparto spettacolo dal vivo e del territorio marchigiano a livello nazionale ed internazionale.

PATRIMONIO IN SCENA

Hanno partecipato alla realizzazione dell'edizione 2021
di Patrimonio in scena (o.a.):

AIB
ALI - Accessibilità Lingue Inclusione
ANAI
Associazione Culturale Centripeta
ATGTP
Biblioteca Comunale «Enzo M. Conti»
Compagnia dei Folli
Comune di Arcevia
Ecomuseo delle case di terra di Villa Ficana
ICOM
Museo Archeologico Statale di Arcevia
Museo d'Arte sul Mare
Museo del Mare
Pinacoteca del Mare - Palazzo Piacentini
Pro Loco Mondavio
Rovine Circolari
Società Amici della Musica "Guido Michelli"
ToBe Studio

CONSORZIO I MARCHE I SPETTACOLO

REGIONE MARCHE

MAB MUSEI ARCHIVI BIBLIOTECHE PROFESSIONISTI DEL PATRIMONIO CULTURALE