



Casa della Musica

*Le Proposte e le Idee di Koinè Art Lab
per il Palazzo della Dogana*

Incontro Commissione Cultura

Comune di Avellino

Lunedì, 26 Ottobre 2009

1.Koinè Art Lab

Koinè Art Lab è un'Associazione Culturale che opera ad Avellino da 5 anni. Nasce per soddisfare la domanda disattesa di cultura – in particolar modo di musica - della provincia di Avellino. Tutto partì da alcune domande che un gruppo di amici si poneva ricorrentemente: *"Ma perchè dobbiamo sempre andare in giro per tutta la Campania a vedere concerti e non sono mai gli altri a venire ad Avellino? E' possibile che anche I paesi più sperduti riescano ad avere un festival ed Avellino no?"*

Così, il 20 e 21 Giugno 2005 ebbe luogo il primo Mas Fest, all'epoca denominato „Festa Europea della Musica per l'Ambiente ed il Sociale“.

Il Mas Fest è la punta di diamante dell'Attività di Koinè Art Lab, un festival gratuito che, oltre oltre l'offerta musicale, cerca di sensibilizzare il pubblico su tematiche ambientali e sociali. In questi primi 5 anni di attività il Mas Fest si è sempre svolto in luoghi significativi sia dal punto di vista ecologico che da quello sociale: C/da Santo Spirito (fondovalle Fenestrelle), via Zigarelli, ex Parcheggio Mercatone, Parco Palatucci, tutte location simbolo del degrado cittadino. Seppur per una sera, con il Mas Fest si è cercato di restituire dignità, funzionalità e fruibilità a luoghi dimenticati.



Fig. 1: 20 e 21 Giugno 2005 – Mas Fest I Edizione – C/da Santo Spirito

Lungo questi 5 anni Koinè Art Lab ha acquisito un'esperienza e un know how non trascurabili. Si è partiti con un lavoro del tutto amatoriale, molto vicino all'improvvisazione. I risultati dell'ultima edizione (oltre 1500 presenze giunte in città da tutta la Campania: Ariano Irpino, Napoli, Caserta, Benevento...), sono la prova delle competenze acquisite da Koinè Art Lab nell'organizzazione di eventi e non rendono scandaloso affermare che il Mas Fest è diventato un evento di portata regionale.

Durante queste prime cinque edizioni, Koinè Art Lab ha ospitato sul proprio palco oltre 50 band, producendo oltre 45 ore di musica. Il successo del Mas Fest non è soltanto merito di Koinè Art Lab. Senza il coinvolgimento degli assessorati all'Ambiente, alla Cultura e alle Politiche Sociali, e senza le oltre 10 associazioni che aiutano l'associazione durante ogni edizione, tutto questo non sarebbe stato possibile. ogni anno non sarebbe stato possibile.



Fig 2: 09 Settembre 2009 – Mas Fest V Edizione – Parco Palatucci

In questi cinque anni, oltre al successo di pubblico e all'affermazione del Mas Fest come evento musica "indie" regionale, sono stati raggiunti diversi obiettivi. Il Mas Fest è diventato un Melting Pot, un luogo dove i musicisti della nostra città possano incontrare e confrontarsi con persone che vivono di musica. Soltanto con il confronto e la condivisione di esperienze può realizzarsi una crescita professionale, musicale ma soprattutto umana dei ragazzi della nostra città. Tutto questo porta il Mas Fest ad essere un evento che si svolge in clima di serenità e di divertimento, quasi un clima familiare, come si può notare dalle foto. Il risultato di questa atmosfera è che fino ad oggi, in cinque edizioni, non si è mai registrato alcun episodio di violenza: un ulteriore motivo di orgoglio e la dimostrazione che con una buona organizzazione fenomeni spiacevoli possono essere evitati

2. Il Palazzo della Dogana: una ghiotta occasione

Come da titolo, Koinè Art Lab crede che l'espropriazione del Palazzo della Dogana, rappresenti un'occasione ghiotta per la città di Avellino. Questo edificio, secondo Koinè Art Lab, può essere considerata il simbolo della situazione – in particolar modo culturale - della città di Avellino. Come il palazzo della Dogana è stato lasciato nel degrado e dimenticato per 17 anni, così i cittadini di Avellino sembrano essere rimasti in uno stato di immobilità. In questo senso, il recupero del Palazzo della Dogana può rappresentare un segno tangibile di un cambiamento reale, la speranza di un'inversione di rotta.



Ovviamente, per un recupero che sia effettivamente tale, sono necessarie buone idee ed è necessario essere ambiziosi, senza perdere contatto con la realtà dei fatti e la loro realizzabilità.

3. Cogestione

Ad ogni modo, a prescindere dall'uso che si destinerà al Palazzo della Dogana, noi di Koinè Art Lab crediamo che l'unica via che permetta una gestione efficace ed efficiente sia la **Cogestione**. Scegliendo di gestire il Palazzo della Dogana con questa dogana, un gruppo di lavoro può occuparsi quotidianamente della struttura stessa, risolvendo sia i problemi di ogni giorno che quelli più impegnativi (programmazione, formazione del cartellone, risoluzioni controversie...). Soltanto così sarà possibile evitare che accada quello che si sta verificando con altre strutture comunali ristrutturata e riaperta al pubblico dalla scorsa amministrazione. Questi importanti spazi pubblici, sebbene recuperati mediante ingenti sforzi economici, a pochi mesi di distanza dalle rispettive inaugurazioni, sono cadute nel dimenticatoio, aprendo così il rischio concreto di vederle tornare rapidamente in uno stato di abbandono. Infatti, lo spirito protezionistico del Comune, unita

all'oggettiva impossibilità di gestire efficientemente tutti gli spazi e le iniziative comunali, fanno sì che queste strutture vengano utilizzate soltanto in pochissimi momenti all'anno. Koinè Art Lab non vuole che questo si verifichi anche con il Palazzo della Dogana. Anzi, provare un'esperienza di cogestione può dare il via ad una sorta di effetto domino: se la cogestione dovesse rivelarsi un'esperienza positiva per tutti gli attori coinvolti (istituzioni, associazioni, cittadinanza) non sarebbe sbagliato estendere un modello di gestione del genere anche agli altri spazi comunali.

Nel caso del Palazzo della Dogana, scegliendo la cogestione, il Comune di Avellino potrà godere di una struttura al servizio dei cittadini ben gestita che, auspicabilmente, raggiungerà una portata Regionale e attirerà l'attenzione dei media sulla città, senza alcuno sforzo e preoccupazione

Per realizzare la cogestione, Koinè Art Lab ha individuato tre possibili forme giuridiche: Fondazione di erogazione, Associazione culturale e Azienda Speciale.

La fondazione di erogazione è un ente privato senza finalità di lucro", che ha a disposizione un [patrimonio](#) da destinare a determinati scopi. Il suo punto di debolezza è che, per riuscire ad operare con serenità ha bisogno di un certo numero di investitori disposti a far parte della fondazione stessa.

Il modello dell'**Associazione Culturale** può essere un buon modo di ovviare alla mancanza di grossi investitori, ma è una forma giuridica molto poco adatta, a causa delle sue macchinose e incerte burocrazie.

Koinè Art Lab ritiene che il miglior modo per realizzare una cogestione sia attraverso la creazione di un'**Azienda Speciale**, un'entità giuridica completamente privata che viene formata da un'istituzione pubblica (nel nostro caso il Comune) al fine di gestire cose pubbliche. Essendo un'entità completamente estranea alle istituzioni pubbliche, sebbene formata dall'istituzione stessa – gode di una totale indipendenza, funziona esattamente come un'impresa privata. Le Aziende Speciali, dunque, si caratterizzano per la velocità di azione e per l'obiettivo: fare profitto e costruire una solida reputazione. Il ricorrere ad Aziende Speciali per gestire strutture pubbliche non è una novità per altre città di Italia. A Roma, ad esempio, tutte le strutture più importanti sono amministrate da aziende speciali. Il Palazzo delle Esposizioni, uno degli spazi espositivi più importanti, è gestito dall'Azienda Speciale PalaExpo, così come la Casa del Cinema e la Casa del Jazz. Il comune di Roma ha compreso e ha sfruttato le grandi possibilità offerte dalle aziende speciali. Koinè Art Lab ritiene che anche per Avellino sia giunto il momento di fare lo stesso.

4 Palazzo della Dogana

Tenendo in mente queste premesse, arriviamo al cuore del discorso, che è anche il motivo per cui Koinè Art Lab si è interfacciata alla Commissione Cultura: proporre idee sull'uso da destinare al Palazzo della Dogana.

La nostra associazione ritiene che il Palazzo della Dogana debba essere destinato ad una funzione culturale e, a volere essere più precisi, debba diventare il punto di riferimento per chi fa e/o fruisce musica in città. In questa direzione immaginiamo che l'ex Cinema Umberto possa diventare la **Casa della Musica**.

4.1 Analisi dei Bisogni

Una proposta del genere non può nascere senza un'adeguata analisi dei bisogni della comunità che più sarebbe coinvolta da un progetto del genere: la cittadinanza.

Nella città di Avellino è sempre mancato uno spazio completamente dedicato alla musica, uno spazio dedicato non solo alla fruizione, ma anche alla creazione e alla didattica.

Ascoltare musica in un ambiente attrezzato nella maniera migliore possibile, significa trasformare l'ascolto in esperienza. Solo in questo modo la musica può passare dallo status di semplice intrattenimento a quello di cultura.

La città ha anche bisogno di spazi dove la musica si possa creare. E' importante poter allenare la propria tecnica, esprimere la propria creatività e sperimentare nuove strade musicali in spazi attrezzati con tutto il necessario.

Sia che si fruisca, sia che si faccia musica, è centrale l'aspetto sociale dell'esperienza musicale. Nella nostra città, in cui soprattutto le giovani generazioni vengono massacrate dalla noia e troppo spesso distratte da altro, gli spazi dove possano sorgere comunità legate da aspetti culturali e sociali non saranno mai abbastanza.

A tutto questo si aggiunge la necessità di ridare al Centro storico di Avellino quella centralità che, dal terremoto del 1980 in poi, ha lentamente perso. E' di importanza vitale far in modo che la gente torni a popolare quel borgo da cui tutto ha avuto inizio. Per realizzare questo obiettivo c'è bisogno di dare agli abitanti di Avellino dei motivi per tornarvi. Solo in questo modo possono aprirsi nuove prospettive per il Centro Storico.

Ridare vita alla parte più antica della città gioverebbe, oltre agli stessi cittadini, anche alle varie attività commerciali della zona: artigiani, ristoranti, bar. Realizzare una struttura di interesse nel Palazzo della Dogana vuol dire anche rilanciare l'economia e creare un indotto per i commercianti della zona, i quali potrebbero sfruttare questa occasione per promuovere l'artigianato e l'enogastronomia locale.

4.2 Segmenti di Mercato

Il Palazzo della Dogana, le cui origini risalgono ad epoca medievale, nasce come un luogo di deposito di prodotti locali, prima di essere messi in vendita. In quel luogo avvenivano gli incontri tra forestieri, giunti in città per fini commerciali, e popolazione, tra prodotti esterni e prodotti locali tra il "global", come si direbbe oggi, e il "local".

Quello che ci preme recuperare dal passato è il Palazzo della Dogana come luogo di incontro e scambio. In continuità con l'antica funzione, la dogana potrebbe diventare il posto dove esibire il meglio del mondo musicale, ma anche il posto dove i talenti avellinesi possano sviluppare una coscienza musicale e tracciare le linee per un progresso culturale della città.

La **Casa della Musica**, così come il nome suggerisce, deve essere un luogo accogliente e familiare, funzionante (quasi) 24 ore al giorno e 7 giorni alla settimana. Solo in questo modo potrà avvenire un recupero completo ed effettivo dell'ex Palazzo della Dogana. Bisogna fare in modo che le persone frequentino la struttura e si sentano come a casa.

Entrando nel dettaglio, abbiamo deciso di dividere le varie attività che possono essere realizzate presso la Casa della Musica in tre macroaree. La sezione "**Core activities**" comprende le attività le attività fondamentali che si potranno svolgere presso il Palazzo della Dogana. Invece, nella categoria "**Other Activities**" verranno inserite tutte le attività collaterali, quelle che non fanno parte del nucleo, ma che sono ugualmente importanti per far vivere la struttura 7 giorni su sette,

ovvero tutte quelle attività che gli economisti, rifacendosi al lavoro di Chris Anderson, definirebbero "a coda lunga". L'ultima macroarea è costituita dalle "**External Activities**", ovvero iniziative legate intimamente al concept della Casa della Musica, ma che si realizzano al di fuori del Palazzo della Dogana

Core Activities

Concerti e/o rassegne : i singoli concerti o le rassegne di concerti saranno differenziati su vari target (dai 15 ai 60 anni) in modo che la Casa della Musica sia la casa di tutta la popolazione

Collaborazioni tra artisti: si possono invitare presso la Casa della Musica due artisti diversi. Mettere la struttura a loro disposizione per una settimana, al termine della quale andrà in scena uno spettacolo unico ed esclusivo

Abbonamenti e/o miniabbonamenti con sconti

Fidelity card: si possono creare delle convenzioni con i ristoranti-bar del Centro Storico

Parcheggio gratuito a Piazzetta Santa Rita: un modo per non congestionare il Centro Storico con il traffico durante gli eventi.

Other Activities

Allestimento di una o due sale prova: un modo molto efficace per fare in modo che la struttura sia sempre frequentata e non solo durante gli spettacoli

Lezioni di storia della musica: si possono invitare giornalisti o esperti di fama per cicli di lezioni sulla storia della musica

Lezioni di musicologia: attraverso professori di musicologia il pubblico potrà apprendere parte dei segreti del linguaggio musicale

Sedute di ascolto critico: un modo per far godere il pubblico di un'ascolto pieno, cosciente e consapevole

Baby sitting musicale: in occasione dei concerti destinati ad un pubblico adulto o come attività pomeridiana, i bambini dai 3 anni in su possono vivere le prime esperienze musicali, come la costruzione di strumenti con materiali riciclati

Discoteca: un luogo dove poter raccogliere ed ascoltare musica dai più svariati supporti (78 giri, 33 giri, audiocassette, compact disk...)

Mercatino di vinili e strumenti musicali: una volta al mese può essere allestito uno spazio espositivo dove poter vendere e comprare vinili nuovi e usati e strumenti musicali degli artigiani

irpini

Aperitivi e Bar:

External Activities

Notte Bianca: palco con esibizioni musicali nello spazio antistante il Palazzo della Dogana (Piazza Giovanni Amendola)

Rassegna estiva di musica

Escursioni Musica-Natura-Gastronomia: escursione in mete irpine segrete con degustazioni di prodotti e concerti acustico. In base alla scelta del pacchetto (luxury e low cost) variano menu, facilities, tipo di concerto, numero di partecipanti

Web radio

4.3 Target

Il target della Casa della Musica è assolutamente variegato, il che non significa che sia indifferenziato. Koinè Art Lab pensa di produrre attività e spettacoli per varie fasce socio anagrafiche.

Ad ogni modo, il **core target** è rappresentato senza dubbio da una fascia di popolazione compresa tra i **20 e i 30 anni**, per lo più studenti universitari e giovani lavoratori. Questa fascia sarà quella più semplice da intercettare, in quanto composta da persone fortemente interessate alla musica e, rispetto a persone più giovani, con una possibilità di spesa tale da consentire il pagamento di un biglietto di ingresso.

Tuttavia, la grande sfida di una struttura come la Casa della Musica consiste nel riuscire a coinvolgere attivamente anche altre fasce di popolazione: **studenti della scuola secondaria (13 - 18)**, **giovani-adulti (31 - 40)** e **adulti (41 - 60)**.

Per quanto riguarda la geolocalizzazione del target, Koinè Art Lab crede che la Casa della Musica debba espandersi gradualmente in **Campania**. Solo dopo aver conquistato la città e la provincia di Avellino si potrà procedere a conquistare fette di pubblico dalle altre provincie della Campania.

4.4 Analisi della Concorrenza

Prima di cominciare qualunque tipo di business, è saggio fare un'approfondita analisi della concorrenza, per capire bene con quali soggetti si combatterà per conquistare quote di mercato. Inoltre è fondamentale capire quali sono le strategie dei competitor, in modo da individuare i tempi e i modi più efficaci per entrare sul mercato e per cercare di essere profittevoli sin da subito.

Per quanto riguarda i competitor nella città di Avellino, Koinè Art Lab non individua soggetti in grado di essere in reale concorrenza con la Casa della Musica. Nonostante in città ci siano diversi locali che sono soliti organizzare serate di musica live, crediamo che si posizionino in maniera diversa e complementare - dunque non competitiva - rispetto alla Casa della Musica. I locali avellinesi ospitano **formazioni musicali piccole**, data la limitatezza dei budget e dalla minima capienza degli spazi. La casa della Musica, invece, ospiterà soltanto formazioni musicali dal livello

medio-alto. Inoltre, mentre i locali avellinesi si rivolgono ad un pubblico indirizzato sui **generi "rock" e "house"**, la Casa della Musica ospiterà i più svariati generi musicali. Quindi, dal punto di vista della qualità e dal punto di vista delle proposte, la Casa della Musica si inserirà da subito come il più grande attore della scena Musicale Avellinese.

Inoltre, in città **mancono del tutto delle sale prova**, quindi la Città della Musica andrà subito a conquistare tutte le quote di mercato (e non sono poche!). La **discoteca**, luogo dove raccogliere ed ascoltare cd, vinili e qualunque altro supporto su cui possa essere incisa la musica, **colmerà il vuoto lasciato dalla scomparsa dei punti di riferimento** per gli appassionati di musica della città, come ad esempio il Garage Records e Ananas & Bananas.

Del tutto inedite non solo in città, ma in tutta la Campania, sono attività come **il Babysitting Musicale, le Lezioni di Storia della Musica, le Sedute di Ascolto Critico e le Lezioni di Musicologia**.

Dall'analisi condotta da Koinè Art Lab sembra che non esistano competitor neppure sul segmento di Mercato relativo alle escursioni Musica-Natura-Gastronomia.

Se su questi segmenti di mercato sembra che non esistano competitor, più avversari si incontreranno estendendo l'analisi dell'offerta musicale a livello regionale. Infatti, in Campania, esistono diversi locali dalla capienza medio-grande. A Salerno c'è l'**Iroko Content**, mentre a Napoli ci sono il **Duel Beat** e il **Palapartenope**. Tuttavia, nessuno di questi posti vanterebbe un'offerta simile a quella della Casa della Musica. Tutti i locali sopracitati sono **semplici locali da intrattenimento**, locali aperti soltanto in occasione di concerti/eventi. Da questo punto di vista la Casa della Musica sarebbe avvantaggiata. Grazie alle diverse attività, dovrebbe risultare più semplice una fideizzazione del pubblico e dunque un certo grado di "simpatia" da parte degli utenti.

Considerazioni a parte vanno fatte a proposito del **Teatro Carlo Gesualdo**. Koinè Art Lab ritiene che, a proposito della struttura di P.zza Castello, sia più giusto parlare di Partner piuttosto che di Competitor. Il teatro potrebbe utilizzare la Casa della Musica per ospitare eventi non adatti ad una sala da 1500 persone, così come la Casa della Musica potrebbe utilizzare il Teatro per spettacoli non adatti al Palazzo della Dogana.

4.5. Fattibilità Economica

Koinè Art Lab sa bene che, per realizzare un progetto del genere, è necessario che le idee e le buone intenzioni siano affiancate da un solido piano economico che permetta uno sviluppo solido e sereno. E' fuori da ogni dubbio che lavorare con un bilancio che non sia perennemente sul filo del rasoio sia l'unica strada per realizzare uno sviluppo organico e duraturo.

Il progetto di Koinè Art Lab potrà sembrare un progetto troppo ambizioso, ma in realtà è un progetto che poggia su solide basi progettuali e, soprattutto, economiche. Soltanto pensando in grande e cominciando a lavorare da grandi si può realizzare la rinascita della città.

Dal punto di vista economico, l'obiettivo della Casa della Musica deve essere quello di riuscire a concludere **ogni semestre fiscale almeno in pari**. Ovviamente, inizialmente bisognerà fronteggiare un periodo di rodaggio in cui le spese potranno essere maggiori dei guadagni, soprattutto a causa degli alti costi di promozione che richiede l'avvio delle attività di una struttura del genere. Tuttavia, in base alle analisi condotte, si prevede di raggiungere il **break even point**, e dunque di riuscire a realizzare un attivo costante, **entro i 18 mesi dalla data di inaugurazione**.

L'analisi sulla fattibilità economica ha fornito risultati positivi, mostrando come un progetto del genere possa realizzarsi. Le entrate del Palazzo della Dogana possono arrivare dalle seguenti voci di bilancio:

Quote fondazione: nel caso in cui si scelga di affidare la gestione della struttura ad una fondazione, la maggior parte del capitale partenza deve provenire dalle donazioni dei soggetti pubblici e privati che decidono di aderire alla fondazione stessa

Sponsor: non sarà difficile per una struttura del genere, riuscire a trovare aziende disposte a sponsorizzare le varie attività

Biglietteria: la quota di entrate più importante sarà senz dubbio quella proveniente dalla biglietteria

Noleggio sale prova: riteniamo che le sale prova possano essere occupate al 90% dei turni disponibili, vista la totale mancanza di altre sale prova in città

Noleggio sala: la sala può essere noleggiata per saggi di musica, incontri, conferenze, meeting, riunioni

Istant cd: l'istant cd permette di registrare l'audio degli spettacoli in scena presso il palazzo della dogana e di stampare immediatamente dei cd, in modo che possono essere venduti come ricordo alla fine del concerto

Produzione discografica degli spettacoli speciali: per gli spettacoli unici prodotti dalla Casa della Musica si può lavorare con i management e le case discografiche degli artisti per registrare e incidere le performance cd

Sfruttamento editoriale delle produzioni discografiche: ogni qual volta che si produce un cd, la Casa della Musica può ottenere una quota sui diritti editoriali, detti in gergo "edizioni". In questo modo i guadagni che si possono generare dallo sfruttamento di un cd si allungano nel tempo

Advertising: alcuni spazi de Palazzo della dogana potrebbero essere venduti ad eventuali inserzionisti pubblicitari

Baby sitting musicale

Bar e aperitivi

Dopo aver analizzato nel dettaglio quali sono le voci di bilancio che possono generare entrate, è giunto il momento di quantificare entrate ed uscite mostrando un ipotetico quanto realistico bilancio di un mese tipo, a circa 12 mesi dall'inaugurazione, quindi con la struttura al 70% e ncheon ancora a pieno regime.

Entrate	
Voce	€
Biglietteria 6/8 Serate – 7 euro – 300/600 persone	€ 12.600/33.600
Sale Prova 10/h – 8 ore al giorno – 5 gg a settimana	€ 1.600,00
	€ 14.200/35.200

NOTA BENE: questo bilancio comprende solo le entrate fondamentali. Dal computo sono escluse tutte le attività collaterali (bar, baby sitting...) e speciali (istant cd, sfruttamento diritti editoriali, noleggio sala...)

Uscite	
Voce	€
Stipendi 4 persone	€ 4.000,00
Cachet 6/8 serate con cachet tra 500 e 1500	€ 3.000/12.000 N.B. È esclusa la possibilità di fare solo serate al massimale indicato
Ospitalità 10 persone a settimana per spesa media di 40 € a testa	€ 1.600,00
Siae	€ 1.000,00
Promozione	€ 2.000,00
	€ 11.600/20.600

Questo bilancio è frutto di stime, per cui va preso con le pinze, ma dovrebbe rispecchiare la reale attività della Casa della Musica. Proprio perchè è basato su stime, gli importi di alcune voci oscillano tra un valore minimo ed un valore massimo. Si può notare come il bilancio sia in attivo, sia al minimo che al massimo della forbice. I valori sono strettamente collegati tra loro. Ad una maggiore spesa (cachet più alti) corrisponderanno maggiori entrate (costo del biglietto più elevato e maggior numero di biglietti venduti). Quindi, vediamo come, prendendo in considerazione gli importi minimi di entrate ed uscite, il margine di guadagno sia di 2600 € mentre, prendendo in considerazione i valori più alti, il disavanzo sia di ben 14.600 €.

Il bilancio, così come recita la nota, non tiene conto di tutta un'altra serie di entrate che possono realizzarsi con le attività collaterali e speciali.

5 Conclusione

In queste pagine abbiamo cercato di dimostrare, in maniera abbastanza analitica, come pensare di realizzare la Città della Musica nei locali che ospitarono la dogana ed il Cinema Umberto non sia fantascienza ma una possibilità reale. Siamo partiti dall'analisi dei bisogni e, passando attraverso l'analisi dei segmenti di mercato, del target e della concorrenza, siamo giunti fino all'analisi della fattibilità economica.

Nel caso in cui l'Amministrazione Comunale accolga questa proposta, Koinè Art Lab crede di essere la migliore entità cui affidare un compito tanto affascinante quanto arduo. I membri di Koinè Art Lab oltre ad aver maturato un'esperienza importante durante le cinque edizioni del Mas Fest, possiedono anche preziose competenze professionali acquisite durante la formazione e lo svolgimento delle rispettive professioni.

Paolo Pilone - presidente: web designer e grafico presso l'azienda Tecnologica S.R.L.

Carlo Iandolo – vicepresidente: laureato in Scienze della Comunicazione e diploma di master in Marketing Management e Comunicazione della Musica. Web Editor per una società di informatica, con esperienza in una net label.

Oscar Cini – direttore artistico: studente in Linguaggi Multimediali e Informatica Umanistica. Cura la direzione artistica del collettivo “La shock fabrique”, che organizza serate live nei locali di Avellino. Da 2 anni scrive recensioni su RockIt, la rivista di musica più autorevole in Italia.

Antonella Russoniello – PR & Ufficio Stampa: giornalista di Buongiorno Irpinia e addetto stampa per manifestazioni culturali di rilievo come Castellarte ed Ariano Folk Festival.

CONTATTI:

Carlo Iandolo

Responsabile Marketing e Comunicazione

Cell: 328 53 52 522

Mail: theglovee@hotmail.com

carlo.iandolo@festadellamusica.org

carlo.iandolo@gmail.com

Skype: [carlo_iandolo](https://www.skype.com/people/carlo_iandolo)