

## **Anagrafica**

Soggetto promotore: **Associazione A Compagna**

Titolo progetto: **Progetto crossmediale “Terza: la cultura e il territorio in 30 lezioni” - Seconda Tranche**

Settore intervento: Educazione, istruzione e formazione

Territorio di intervento: Prevalentemente Liguria

Contributo deliberato: 43.920 €

Costo effettivo del progetto: 43.920 €

## **Progetto:**

Breve descrizione dell’iniziativa:

Forti del successo di pubblico riscosso dalla prima edizione del progetto "Terza", realizzato con l'intervento di Primocanale, è stato progettato un nuovo ciclo di 30 lezioni, con il medesimo format del precedente.

La televisione, anche nell'era digitale, è il mezzo di comunicazione più popolare e più facilmente fruibile dal grande pubblico, in particolare nella terza età, ma è indispensabile che qualsiasi messaggio abbia oggi una diffusione cross-mediale.

“Terza” è, per antonomasia, la pagina della cultura sui quotidiani. Questa volta sarà protagonista sulla Tv e sul Web. “Terza” è l'età che, con l'aumento dell'aspettativa di vita, regala oggi nuovo tempo libero. Il progetto ha offerto una possibilità di utilizzare parte di questo tempo seguendo una serie di lezioni che hanno affrontato tanti e differenti temi, collegandoli a testimonianze, tradizioni ed eventi della nostra regione.

Sono molti i cittadini che, per differenti motivi, non possono partecipare alle attività che il territorio offre e conseguentemente tante iniziative e innumerevoli eventi meriterebbero una diffusione ben più ampia di quella che possono offrire un'aula, una sala conferenze o persino una grande piazza.

L'associazione A Compagna, in sinergia con Primocanale, ha messo a punto questo progetto che ha previsto l'ideazione, la realizzazione e la diffusione di un format audiovisivo cross-mediale, che si è posto come obiettivo il “Long Life Learning” ovvero favorire e divulgare l'educazione e la formazione continua.

### **“Terza” in numeri:**

- Sono state realizzate n. 30 puntate;
- Il passaggio settimanale della rubrica ha garantito almeno 3 passaggi per ciascuna puntata; visto il gradimento del pubblico sono stati programmati molti passaggi in più rispetto a quelli inizialmente previsti;
- Ogni puntata aveva una durata complessiva di 12 minuti;
- La trasmissione è avvenuta su Primocanale (Ch.10), in simul cast sulla Web Tv del sito web e sulla App;
- Questo secondo ciclo del format ha potuto usufruire di 4.912 telespettatori nel minuto medio (AM) (contro i 1.583 del primo ciclo) e un dato di CO (contatti) pari a 164.927 (contro i 97.397 del primo ciclo);
- Al risultato di Auditel sopra descritto vanno aggiunti 153.975 follower su Facebook (contro i 118.000 del primo ciclo), 23.500 contatti su Twitter (contro i 19.000 del primo ciclo), 24.484 follower su Instagram e 13.051 follower su Telegram;
- La newsletter “Il Primo” ha raggiunto 9.154 iscritti (contro i 6.000 del primo ciclo);
- Sono state raggiunte oltre 58 milioni di visualizzazioni di pagina sul sito di riferimento, contro i 35 milioni del primo ciclo.

### **Partenariato:**

Il progetto è stato realizzato in partnership con P.T.V. Programmazioni Televisive S.p.a. (editore di Primocanale)

**Sulla base degli output evidenziati in precedenza, nonché delle informazioni in nostro possesso, si ritiene di poter concludere che i risultati raggiunti siano in linea con gli obiettivi prefissati. Si precisa infine che la nostra relazione riporta unicamente le informazioni e gli output ritenuti maggiormente indicativi.**