

BILANCIO A SEZIONI CONTRAPPOSTE

Dal 01/01/2021 al 31/12/2021

STATO PATRIMONIALE

ATTIVO			PASSIVO		
Codice	Descrizione	Importo	Codice	Descrizione	Importo
15	CREDITI COMMERCIALI		21	PATRIMONIO NETTO	
1510	Crediti commerciali		2110	Fondo di dotazione	
151005	Crediti commerciali privati		211001	Fondo di dotazione	22.500,00
151006	Crediti commerciali Enti Pubblici			Totale Fondo di dotazione	22.500,00
	Totale Crediti commerciali			Totale PATRIMONIO NETTO	22.500,00
1550	Fatture da emettere				
155005	Fatture da emettere	45.699,90	28	DEBITI VS/FORNITORI	
	Totale Fatture da emettere	45.699,90	2810	Debiti vs/Fornitori	
1560	Note di credito da ricevere		281010	Debiti vs/ Fornitori Nazionali	143.162,78
156005	Note di credito da ricevere	58.438,00		Totale Debiti vs/Fornitori	143.162,78
	Totale Note di credito da ricevere	58.438,00		Totale DEBITI VS/FORNITORI	143.162,78
	Totale CREDITI COMMERCIALI	104.137,90			
16	CREDITI ISTITUZIONALI		29	DEBITI COMMERCIALI	
1610	Crediti per attivita' tipiche		2950	Fatture da ricevere	
161030	Crediti per quote associative ordinarie		295010	Fatture da ricevere	15.700,73
161050	Crediti per contributi da Enti pubblici	115.200,00		Totale Fatture da ricevere	15.700,73
	Totale Crediti per attivita' tipiche	115.200,00		Totale DEBITI COMMERCIALI	15.700,73
	Totale CREDITI ISTITUZIONALI	115.200,00	32	ALTRI DEBITI	
19	DISPONIBILITA		3220	Debiti tributari	
1910	Depositi bancari e postali		322005	Erario c/Ires a saldo	1.455,71
191001	IntesaSanPaolo	18.066,65	322010	Regioni c/Irap a saldo	236,56
	Totale Depositi bancari e postali	18.066,65	322016	Iva su vendite	3.106,18
1920	Denaro e valori in cassa		322020	Erario c/ritenute autonomi	3.520,00
192001	Cassa sede principale	26,67		Totale Debiti tributari	8.318,45
	Totale Denaro e valori in cassa	26,67		Totale ALTRI DEBITI	8.318,45
	Totale DISPONIBILITA	18.093,32			
TOTALE ATTIVITÀ		237.431,22	TOTALE PASSIVITÀ		189.681,96
UTILE DI ESERCIZIO		47.749,26			
TOTALE A QUADRATURA		237.431,22			

BILANCIO A SEZIONI CONTRAPPOSTE

Dal 01/01/2021 al 31/12/2021

CONTO ECONOMICO

COSTI			RICAVI		
Codice	Descrizione	Importo	Codice	Descrizione	Importo
60	A) COSTI E ONERI DA ATTIVITA DI INTERESSE GENERALE		70	A) RICAVI, RENDITE E PROVENTI DI ATTIVITA DI INTERESSE GENERALE	
6020	2) Servizi		7080	8) Contributi enti pubblici	
602030	A2) Progettazione, organizzazione e gestione	134.905,52	708001	A8) Proventi per progetti Enti Pubblici	480.000,00
602031	A2) Gestione interventi tecnico e logistici	78.006,80		Totale 8) Contributi enti pubblici	480.000,00
602032	A2) Trasporti e facchinaggio	14.281,92		Totale A) RICAVI, RENDITE E PROVENTI DI ATTIVITA DI INTERESSE GENERALE	480.000,00
602033	A2) Ideazione e progettazione allestimenti	75.444,00			
602034	A2) Gestione locations	28.832,33	73	B) RICAVI, VENDITE E PROVENTI DA ATTIVITA DIVERSE	
602035	A2) Realizzazione allestimenti	191.888,43	7330	3) Ricavi per prestazioni e cessioni terzi	
602036	A2) Materiale a stampa e promozione	108.502,74	733001	Sponsorizzazioni	202.182,48
602038	A2) Spedizione materiale	879,21		Totale 3) Ricavi per prestazioni e cessioni terzi	202.182,48
	Totale 2) Servizi	632.740,95		Totale B) RICAVI, VENDITE E PROVENTI DA ATTIVITA DIVERSE	202.182,48
	Totale A) COSTI E ONERI DA ATTIVITA DI INTERESSE GENERALE	632.740,95			
66	E) COSTI E ONERI DI SUPPORTO GENERALE				
6670	7) Oneri diversi di gestione				
667009	E7) IRES dell	1.455,71			
667012	E7) IRAP dell	236,56			
	Totale 7) Oneri diversi di gestione	1.692,27			
	Totale E) COSTI E ONERI DI SUPPORTO GENERALE	1.692,27			
TOTALE COSTI		634.433,22	TOTALE RICAVI		682.182,48
			UTILE DI ESERCIZIO		47.749,26
TOTALE A PAREGGIO		634.433,22			

RELAZIONE DI MISSIONE AL BILANCIO CHIUSO AL 31/12/2021

A conclusione della prima edizione della manifestazione GenovaJeans, analizziamo l'andamento e i risultati in vista della progettazione della prossima nel 2022.

La pianificazione di GenovaJeans 2021 era iniziata il 3 ottobre 2020 con l'evento di lancio tenutosi presso la piazza delle Feste al Porto Antico per presentare in anteprima le opere in jeans prodotte da 24 artisti e donate alle Collezioni Civiche del Comune in vista del futuro Museo del Jeans.

A causa delle condizioni atmosferiche proibitive la sede individuata (Villa Croce ove si svolgeva lo "Autunno Blu") risultava inagibile. Nonostante questo buona parte delle 250 persone presenti riuscirono a visitare la mostra una volta migliorate le condizioni meteorologiche.

L'evento - svolto in collaborazione con Artejeans, l'associazione costituita da Francesca Centurione Boschieri (Ambasciatrice di Genova nel mondo residente a Londra) e da Ursula Casamonti titolare della galleria TornabuoniArt di Londra, con il St. George's Club londinese e Fondazione Rava, registrava un buon successo con visibilità sui media nell'immediato e nei mesi successivi. All'invito rivolto a 30 aziende, rispondevano Candiani - già fornitore delle tele jeans agli Artisti - Diesel ed EcoAge, agenzia di consulenza e comunicazione impegnata nel campo della sostenibilità ambientale e sociale della moda e titolare del copyright dei Green Carpet Fashion Awards, che intervenivano al convegno. Qualche altra presenza industriale si registrava nell'audience.

Il 18 dicembre 2020 veniva costituito, a valle della delibera di Giunta Comunale 296 del 17.12.2020, il Comitato Promotore GenovaJeans, con soci fondatori il Comune di Genova, ETT SpA e le persone fisiche Manuela Arata, Maria Montolivo, Cristiano Palozzi, Vincenzo Spera ed Enrico Testino. Al Comitato il Comune assegnava un primo contributo di 100.000 € a fronte di un budget complessivo stimato in 550.000 € per coprire le mostre Artejeans, una piccola rassegna storica e l'allestimento della via del Jeans. Al Comitato venivano conferiti in uso gratuito la denominazione e il concept di GenovaJeans registrati 3 anni prima da Arata e dal coautore Emilio Jacopino.

Nei mesi successivi venivano sviluppati i contatti con Diesel e Candiani, grazie allo stimolo a partecipare alla prima edizione di GenovaJeans da parte di EcoAge, la cui presenza attiva veniva richiesta per garantire organizzazione e comunicazione adeguate agli standard del mondo della moda, essendo soggetto esperto a livello internazionale in questo campo. Tra Aprile e Maggio Candiani e Diesel entravano a far parte del Comitato Promotore di GenovaJeans, mentre EcoAge veniva incaricata dal Comitato di progettare le iniziative legate alla sostenibilità e pianificare comunicazione e organizzazione complessiva focalizzati sul mondo della moda internazionale, con un contratto del valore di 48.800 €, a fronte del quale venivano prodotti un nuovo budget, le strategie di comunicazione e social media, il programma delle conferenze, la strategia di coinvolgimento delle imprese della filiera e di possibili sponsor e la strategia per fare del sito una piattaforma digitale in grado di consentire la fruizione dell'evento in caso perdurassero le limitazioni Covid e di proseguire per almeno un anno con contenuti di supporto all'innovazione delle imprese e la divulgazione al pubblico dei temi legati alla sostenibilità.

Nel frattempo il Comitato si dotava di una persona destinata alla segreteria organizzativa (contrattualizzata con consulenza su Partita IVA) e di due tirocinanti universitari - di cui uno solo part-time - provenienti da Design e Architettura, con cui si procedeva all'individuazione delle sedi

utilizzabili nell'area della Via del Jeans, ricorrendo agli spazi sia di proprietà comunale che di privati, ove ospitare mostre, exhibit e showrooms e si completava la preventivazione dei costi e la pianificazione dell'organizzazione.

Il budget iniziale in pratica raddoppiava in quanto sia la mostra Artejeans che quella storica venivano ampliate (la prima passava da 24 a 36 opere, la seconda da sola parte teorica in pannellature si allargava a multimediali e reperti storici importanti) e si aggiungevano gli allestimenti della mostra Behind the Seams sulla sostenibilità, l'esposizione dell'archivio Diesel prima progettata per la Loggia della Mercanzia che veniva spostata - con costi aggiuntivi - nel Sottoporticato di Palazzo Ducale a seguito di importanti ritrovamenti archeologici che ne impedivano l'utilizzo e gli allestimenti Diesel in via Pré e in Via del Campo 12 che richiedevano anche un significativo impegno in termini di security.

A fronte di una nuova proposta di budget in questi termini presentata dal Comitato (soggetto di diritto privato il cui budget, quindi, è previsionale e non autorizzatorio) il Comune deliberava in data 14.7.2021 con atto DGC n. 69 un'ulteriore assegnazione di 400.000 € per consentire allo stesso di procedere ad emettere gli ordinativi principali nelle more di importanti decisioni che si sarebbero assunte solo dopo che fosse certa la realizzabilità dell'evento. Dettagli al riguardo venivano fornite in audizione convocata dalle Commissioni Cultura e Sviluppo Economico il 27 agosto, nella quale avevano riferito in proposito gli Assessori al Bilancio, alla Cultura, ai Grandi Eventi e Commercio e al Turismo, oltre la Presidente del Comitato Promotore.

La fattibilità fisica dell'evento fu confermata definitivamente solo il 4 agosto, quando Regione e Liguria International stipularono accordi con ICE incaricata dal Governo di fornire sostegno a GenovaJeans, considerata strategica a fronte della crisi prodotta dal virus nel comparto tessile italiano. Pertanto la realizzazione di una complessa piattaforma digitale che consentisse in alternativa la fruizione virtuale delle mostre, degli exhibit e degli eventi in programma e che rappresentasse un punto di riferimento attivo per almeno 12 mesi dopo l'evento – sul modello di quella del più grande evento dedicato al jeans di Amsterdam “Kingpings” www.kingpinsshow.com - veniva accantonata (con essa la stima di spesa di 158.600 €) e il Comune realizzava in house un semplice sito non interattivo di presentazione del programma e di comunicazione dei contenuti. Sul sito veniva caricato un video artistico come tributo a Genova realizzato da Pulse Films (pluripremiata casa di produzioni cinematografiche internazionale, già produttrice del bellissimo filmato sito del Green Carpet Fashion Awards) con i testimonial Jack Savoretti e Ludovico d'Erasmus, considerato in grado di essere apprezzato a livello mondiale e quindi di affermare ovunque il brand GenovaJeans.

Nel frattempo si acquisivano sponsorizzazioni da Esselunga per 50.000 €+IVA e da Costa Crociere per 20.000 €+IVA. L'Ufficio fund raising del Comune purtroppo non riusciva - per motivi di tempi - ad effettuare la prevista raccolta di sponsorizzazioni per 250.000 €, target fissato dal Sindaco per la manifestazione, limitandosi all'ottenimento del sostegno di Esselunga.

Si sopperiva quindi con la ricerca di sponsorizzazioni tecniche che consentivano di limitare almeno parzialmente i costi degli allestimenti.

È questo il caso della mostra Artejeans al Metelino, la cui illuminotecnica venne fornita da Martinelli Luce con un piccolo contratto di noleggio e l'opzione di acquisto definitivo nel caso di decisione del Comune rispetto alla permanenza definitiva della mostra in quegli spazi. Il Comune, infatti, di fronte all'evidenza di uno spazio di proprietà che da 20 anni non era mai stato completato

e quindi era rimasto chiuso, decise di destinarlo a sede della Sezione Arte Contemporanea del futuro Museo Internazionale del Jeans, decidendo quindi di intervenire con un investimento iniziale per la messa in sicurezza e l'allestimento della mostra Artejeans durante la manifestazione, rinviando il completamento delle opere ad una fase successiva.

Inoltre CityGreenLight forniva illuminazione blu della via del Jeans, Doria & Dojola forniva omaggi in jeans, Grifoni metteva a disposizione gratuitamente l'ex Mercato Statuto, i Giardini di Maggi fornivano l'ulivo secolare per la mostra nello stesso luogo, GreenChic realizzava la raccolta di jeans usati per upcycling e produzione di merchandising per il prossimo anno, Planetaria Hotels applicava sconti per i pernottamenti degli Ospiti, It's Only Rock produceva gratuitamente la conferenza-spettacolo di chiusura il 5.9.2021, Liguria Screen pubblicava gratuitamente advertising luminoso sull'evento, Pietro Romanengo forniva pacchetti di dolci per gli Ospiti. Partecipavano inoltre BonsaiFilm e Istituto Luce fornendo audiovisivi per la mostra storica.

Per consentire di far fronte all'enorme lavoro necessario per realizzare GenovaJeans in così poco tempo, il Comune coinvolgeva infine le proprie strutture nel settore della cultura, dei grandi eventi e della comunicazione coinvolgendo due propri dipendenti a supporto dell'organizzazione.

Il 25 agosto si concludeva inoltre la formazione dei 23 animatori reclutati con chiamata pubblica per le attività di animazione e guida alle mostre e al percorso della via del Jeans, che avevano fruito di 12 ore di formazione teorica sulla storia del jeans e sui temi della sostenibilità, con una sessione di persona sulle tecniche di relazione con il pubblico condivisa con Costa Crociere e con il Comune relativamente alle modalità di controllo della bigliettazione e alla sicurezza. Agli animatori veniva assegnata una divisa e una collaborazione occasionale con remunerazione di 5€/h da quantificarsi a consuntivo sulla base delle ore effettivamente prestate. Per una studentessa universitaria del CdL in Beni Culturali con cui era stato stipulato apposito accordo, veniva anche previsto il riconoscimento di crediti formativi.

Il 2 Settembre iniziava quindi GenovaJeans, con un programma ricco di:

Mostre che registravano complessivamente 13.600 ingressi

1. Biblioteca Universitaria, *Il jeans dalle origini al Mito*
2. Mercato Statuto, *Behind the Seams. Quanto credi di sapere del tuo jeans?*
3. Museo del Risorgimento, *Garibaldi, Camicie Rosse e Blue Jeans + Ian Berry «Portrait of Garibaldi» - 974 ingressi rispetto a 210 in tutto settembre 2020*
4. Museo Diocesano, *I Teli della Passione – 1256 ingressi 5 gg. rispetto a 260 in tutto settembre 2020*
5. Palazzo Ducale, *Diesel's denim heritage. A walking in its archive*
6. Metelino, *Artejeans un mito nelle trame dell'Arte contemporanea – 1400 ingressi sabato 4 settembre*

Allestimenti nella Via del Jeans (Via di Pré, Via del Campo, Via San Luca): affluenza 45.000 persone

1. Diesel for successful living. The History of advertising
2. Diesel for responsible living. A journey towards a sustainable future
3. Diesel's replica of the first jeans ever
4. Dress with less, raccolta jeans usati con GreenChic
5. UNICEF, Pigotte in jeans
6. 8 Showroom/Exhibit/Negozi di produttori locali

7. Shop GenovaJeans c/o Biblioteca e viadelcampo29rosso

Conferenze e convegni (tutte prenotate ad esaurimento posti e fruibili anche in streaming su Youtube) che registravano la presenza di 150 ospiti internazionali e operatori del settore nelle seguenti date:

2.9.2021 Apertura e conferenza stampa internazionale

3.9.2021 Cosa serve per produrre un paio di jeans?

4.9.2021 Presentazione «Jeans before Blue Jeans» di Marzia Cataldi Gallo

4.9.2021 Qual è il legame tra l'empowerment delle donne e il jeans?

4.9.2021 Presentazione di «Quel blu di Genova» di Michele Mozzati

5.9.2021 I Jeans e l'economia circolare

6.9.2021 Jeans: musica, protesta, speranza, energia e un grande futuro dopo un passato leggendario: da «The Wild One» a Black Lives Matter

10 Spettacoli allestiti in parallelo alle 19:30 ogni giorno, cui assistevano 3.500 spettatori nelle location:

Truogoli di Santa Brigida: *DJset Ansaldo e Bacci, 2 Street Dance, Genova Parkour, Naima Academy*

Piazza del Campo: *Quattro Chitarre, Babboleo Live, Zena Swingers, Country Last Train, Gnu Quartet*

Tutti i giorni gli spettacoli erano preceduti dal passaggio di una *Marching Band* lungo la Via del Jeans e tutte le sere la *Lanterna* si accendeva di *Blu* al crepuscolo.

All'apertura partecipavano giornalisti e influencer anche esteri che rilanciavano la nascita di GenovaJeans, portando a 266 uscite sulla stampa nazionale ed estera e 3.783.807 persone raggiunte sui social e sul web. Purtroppo a causa della variante Delta e delle riduzioni dei voli da parte delle Compagnie aeree la folta presenza estera di giornalisti e opinion leader invitati (oltre 30) risultava impraticabile, con conseguenti notevoli risparmi in termini di costi di viaggio e ospitalità, ma anche di riduzione di visibilità internazionale.

Molto apprezzata dagli Ospiti e in generale dai visitatori, GenovaJeans diventava subito oggetto di interesse per le aziende del Jeans (che fino ad allora avevano reagito blandamente ai 3 inviti formulati prima dal Comune, poi dal Comitato Promotore e successivamente da EcoAge a causa della crisi provocata dalla pandemia), alcune delle quali venivano in visita per partecipare l'anno prossimo:

Brand: Levi's, Roy Rogers, Re-Hash, C+Plus, Canali, Max Mara, Marella

Produttori: Tonello, officina+39, Blue Line, Cone Mills

tanto che alla fiera del settore Bluezone in corso a Monaco di Baviera si parlava con forte interesse di GenovaJeans.

Da migliorare si rivelava il sistema di bigliettazione, previsto online e fisicamente solo nella sede principale alla Biblioteca Universitaria: il vincolo del pagamento con il sistema PagoPa cui si deve attenere la pubblica amministrazione rendeva difficile infatti l'acquisto da cellulare, costringendo i fruitori a mettersi in coda presso l'unica biglietteria fisica. In corso di manifestazione si optava a

quel punto per aprire biglietterie volanti anche presso il Metelino per ArteJeans e presso il Mercato Statuto (Sostenibilità), mentre si garantiva accesso libero alla mostra dell'Archivio Diesel su richiesta di quest'ultima.

I risultati ufficiali contavano comunque 13.600 ingressi alle mostre, 3500 spettatori agli appuntamenti serali e il sold out alle conferenze, con 150 ospiti internazionali e nazionali operatori del settore e un'affluenza di circa 45.000 persone lungo la via del Jeans.

Ottimo il risultato ottenuto dal Museo Diocesano con 1256 visite nei 5 giorni della manifestazione, un exploit straordinario se si confronta il dato con l'affluenza nell'intero mese di settembre 2019 di 260 ingressi su 22 giorni di apertura.

Analogamente, il Museo del Risorgimento registrava 974 visitatori nei 5 giorni contro i 210 dell'intero mese di settembre 2019.

La mostra Artejeans registrava un notevole successo, con 1400 visitatori contati solo nella giornata del 4 settembre.

L'importanza dell'evento veniva suggellata dalla visita inaspettata del patron di Diesel, Renzo Rosso, uno dei più importanti player mondiali, che manifestava la propria soddisfazione per il progetto, garantendo il proprio impegno per il futuro e suggerendo iniziative per stabilizzare l'esistenza di un "Jeans Made in Genova" coinvolgendo gli artigiani della Via del Jeans attraverso iniziative di formazione cui Diesel si dichiarava pronta a contribuire insieme a Candiani.

Altro elemento qualificante è il coinvolgimento dei tanti soggetti istituzionali e di categoria che hanno deciso di patrocinare GenovaJeans: dall'ENIT a CNA Federmoda Nazionale, da CCIAA Genova alle associazioni di categoria Confcommercio e Confesercenti.

La partecipazione di operatori locali si concretizzava nella presenza nella via del Jeans di showrooms (Alessandra Gallo, Carnaby Street Vintage, Avant Toi, una collettiva di CNA Federmoda, Doria & Dojola) e il coinvolgimento nel percorso di InJeans, Bollo, Ghigliano, delle botteghe storiche Lucarda e Pescetto e di UNICEF (Pigotte in Jeans).

Sul fronte degli eventi, oltre alle affollate presentazioni dei libri "Jeans before Blue Jeans" di Marzia Cataldi Gallo e "Quel blu di Genova" di Michele Mozzati, si sono dimostrate di alta qualità le conferenze:

- 1) *"Cosa serve per produrre un paio di Jeans"*, che ha visto confrontarsi, sotto la regia di Nicola Giuggioli di EcoAge, esperti e soggetti industriali di primo livello, come Roy Rogers (Patrizia Bacci Biondi), Diesel (Andrea Rosso), Candiani (Simon Giuliani), Tonello (Alice Tonello) e Chicco Barina (Black Studio)
- 2) *"Qual'è il legame tra l'empowerment delle donne e il jeans?"*, che ha coinvolto, con il coordinamento della giornalista Silvia Poli, le voci della designer Stella Jean, della giornalista Antonella Bussi, di Antonella Mansi (Presidente del Centro di Firenze per la Moda Italiana) e dell'imprenditrice e Fashion Director Pina Gandolfi, in un racconto su quanto il jeans abbia contribuito alla liberazione delle donne
- 3) *"I Jeans e l'economia circolare"* si è rivelata iniziativa di altissimo profilo, in cui Alberto Candiani ha tenuto le fila della discussione aperta dal Sindaco di Genova (Marco Bucci, chimico) e dal Ministro della Transizione Ecologica, Roberto Cingolani, con esperti accademici come Hakan Karaosman (University College Dublin) e Francesca Romana Rinaldi (SDA Bocconi), opinion leaders come Matteo Ward di Wråd, operatori sul campo come Marco Penazzi di Quid e David

Erba di Green Chic e associazioni di categoria come CNA Federmoda nella persona del Presidente nazionale Marco Landi.

Tra i 10 spettacoli che hanno completato il programma con esibizioni parallele ai Truogoli di Santa Brigida e in piazza del Campo, preceduti da un'allegria marching band che animava la via del Jeans ogni sera mentre la Lanterna si illuminava di blu, grande successo hanno avuto in particolare le esibizioni dello Gnu Quartet, della Naima Academy e delle Quattro Chitarre, mentre Zena Swingers e Country Last Train hanno entusiasmato il pubblico che ha partecipato ballando.

Relazione Amministrativa

L'attività amministrativa dell'evento, specie nella scelta dei fornitori, è stata notevolmente influenzata da diversi fattori esterni, primo fra tutti l'incertezza legata al protrarsi dell'emergenza del Covid19, che ha pesato sull'intensificazione delle misure di sicurezza e contingentamento durante la manifestazione, dallo scarsissimo tempo a disposizione e – come noto a livello globale - dalla difficile reperibilità di materie prime per gli allestimenti.

Non disponendo di una struttura amministrativa propria (fino a dopo Ferragosto lo staff era in pratica di una persona + 1.5 tirocinanti) il Comitato ha fatto ricorso in primo luogo alle competenze interne ai suoi membri, avvalendosi dei consigli e indicazioni forniti dalle aziende partner già esperte nel settore e dei contatti del Comune di Genova.

Considerato che in Comune non erano disponibili competenze professionali esperte in contabilità economico patrimoniale, si optava per l'affidamento allo Studio TFA&Legal (già coinvolto nell'istituzione del Comitato) di un contratto per l'attività amministrativo-contabile, supportata da un software prodotto da NP solutions specificatamente per gli Enti del Terzo Settore acquisito con un contratto a canone mensile per un totale di 2.928 € comprensivo della formazione iniziale.

Le tempistiche sono state il principale condizionamento che il Comitato ha dovuto affrontare: le date della manifestazione (2-6 settembre), a ridosso del periodo delle chiusure estive delle aziende, hanno fatto propendere per la selezione di imprese che potessero garantire la copertura lavorativa e un intervento immediato in caso di necessità. Il tutto in un regime di urgenza che ha condizionato fortemente il reperimento e la gestione delle forniture.

A questo fattore va sommata inoltre l'incertezza della reperibilità dei fondi legati agli accordi di finanziamento con ICE, già annunciati a maggio ma finalizzati ufficialmente solo il 4 agosto, ormai in prossimità dell'evento.

Per questi motivi il Comitato ha proceduto nella scelta dei fornitori selezionando fra più opzioni, se disponibili, in base ai seguenti metri di giudizio: reputazione, disponibilità a lavorare durante il periodo di luglio-agosto, possibilità di reperire agevolmente le materie prime necessarie, alto grado di affidabilità, capacità di operare in tempi ristretti.

In base a queste linee guida sono stati selezionati i seguenti fornitori:

- Eco-Age, leader nel settore della comunicazione e dell'organizzazione di eventi dedicati a moda e sostenibilità, raccomandata da Candiani e Diesel in quanto totalmente in linea con gli obiettivi dell'evento e protagonista della sostenibilità nella moda a livello mondiale, in grado di garantire quindi l'affermazione del brand GenovaJeans a livello internazionale.

- Urban Production, altra realtà già ampiamente operante nel settore moda spesso in collaborazione con Eco-Age, utilizzata per la progettazione dell'exhibit "Behind the seams" al Mercato Statuto e delle varie parti espositive di Diesel nella Via del Jeans - 1) Diesel for successful living. The History of advertising, 2) Diesel for responsible living. A journey towards a sustainable future, 3) Diesel's replica of the first jeans ever- e della doppia progettazione dell'esposizione dell'Archivio Diesel, spostata dalla Loggia di Banchi a Palazzo Ducale in seguito agli importanti ritrovamenti archeologici che nel mese di Luglio impedivano la fruibilità della Loggia.
- Sempre EcoAge contrattava con Pulse Italia la produzione del videomanifesto di GenovaJeans con Jack Savoretti e Ludovico d'Erasmus come testimonial, basandosi sullo splendido lavoro fatto dall'azienda in occasione dei Green Carpet Fashion Awards 2020 (www.cameramoda.it/it/green-carpet-fashion-awards-italia/2020/). Inizialmente previsto ad un costo di 116.876€ (IVA compresa) il video-manifesto, per il quale erano previsti girati sia in città che in ambienti industriali veniva modificato a causa delle restrizioni alla mobilità causate dalla variante Delta che impestava l'Europa. A causa dell'impossibilità di muoversi del testimonial Jack Savoretti, delle chiusure delle aziende nel mese di Agosto e della mancanza di immagini sulla manifestazione che era alla prima edizione, si optava per un video di alto contenuto artistico, riducendo il costo ai 58.438 € erogati come anticipo, posticipando a fine anno la realizzazione di una post produzione per la promozione dell'edizione 2022 con un video di minor durata con 2 teaser di 60" e 30" integrati con girati della manifestazione, infografiche e materiale sulla sostenibilità, per la diffusione sui media e sul web. Il costo di tale post-produzione è stato di 15.000 € (IVA compresa): coperto dall'accordo con Fondazione Compagnia di San Paolo che ha riconosciuto un progetto speciale del valore di 50.000 €.
- Per le esposizioni sopracitate, sono state selezionate New Light per il comparto illuminotecnico in quanto fornitore unico di certe tecnologie e – fortunatamente - For.Form per gli allestimenti, individuate da Urban Productions. Infatti For.Form è subentrata a Set Design, un'altra azienda ritiratasi a metà luglio, riscontrando non poche difficoltà sia per il reperimento dei materiali, sia per il cambio improvviso della location di Loggia Banchi a causa del rinvenimento di importanti reperti archeologici.
- Duemilagrandieventi, azienda genovese che già ha collaborato con il Comune per eventi di grande portata, ha svolto un preziosissimo ruolo di supervisione e del coordinamento di tutti gli aspetti logistici, di manutenzione, allestimento e disallestimento. Da Duemilagrandieventi, data la profonda conoscenza delle imprese del territorio, è stato dato un essenziale aiuto nella selezione e gestione delle ditte di facchinaggio, impiantistica, servizi di sicurezza e stampa di materiale per mostre e pubblicità, impossibile da gestire autonomamente a livello di Comitato per mancanza sia di conoscenza dei fornitori che della capacità negoziale necessaria ad ottenere prestazioni di qualità in tempi brevi e in concomitanza con le ferie estive. Il Comitato ha quindi scelto su consiglio di Duemilagrandieventi: Arti&Mestieri e Artemusica per trasporti, facchinaggio, installazione audio/video/luci; Sciutto S.p.a. per il trasporto delle opere d'arte e dei pezzi storici; Mauro Barbavara e Puro Digitale per la stampa e l'installazione della cartellonistica pubblicitaria e dei pannelli divulgativi all'interno delle mostre; GM Servizi per le pulizie; Main Agency per i servizi di security diurni e notturni e per il controllo di biglietti e green pass. Duemilagrandieventi – che ha ottenuto dal Comitato esclusivamente il rimborso delle spese vive sostenute per conto del Comitato - si è inoltre fatta carico di tutti i processi peritali e autorizzativi necessari a garantire la sicurezza strutturale, COVID, antincendio e acustici, oltre all'attivazione delle utenze elettriche in diverse sedi.
- ETT, tra le più importanti aziende italiane per lo sviluppo di esperienze immersive applicate ai beni culturali e unicum nel mercato ligure, ha lavorato all'elaborazione e installazione del

materiale multimediale per “Il Jeans dalle origini al mito”. Alla mostra hanno inoltre lavorato Monica Bruzzone e Marzia Cataldi Gallo in veste di curatrici (la prima correlatrice della tesi di laurea dell’Arch. Clelia Firpo, laureatasi con una proposta di mostra sul jeans a Genova con ricca ricerca storica e la seconda nota a livello internazionale per le sue ricerche nel campo dei tessuti, delle origini del jeans e dei Teli della Passione esposti al Museo Diocesano) e Cristiano Palozzi come regista per la creazione delle parti audio-video.

- Alcune aziende come Bi.Ci Regali e Promozioni, Grafiche G7 (entrambe tipografie) e Bubble Viaggi (agenzia di viaggi per gli ospiti nazionali e internazionali) sono state scelte perché avevano già contratti in essere con il Comune ed applicavano quindi condizioni favorevoli. Le prime due realtà avevano già lavorato anche per l’edizione inaugurale di GenovaJeans 2020 con ottimi risultati.
- La tipografia Vanilla Edizioni è stata invece scelta dal partner ArteJeans per la stampa del catalogo della mostra, ponendo anche in questo caso particolare attenzione alle tempistiche di realizzazione e consegna del materiale.
- Media Center a.r.l., impresa di pulizie per la Biblioteca Universitaria, è stata selezionata in quanto già operante all’interno della stessa. In questo caso si è quindi proceduto solo con un’intensificazione delle giornate lavorative.
- L’Hotel Savoia è stato selezionato sia per venire incontro agli alti standard di accoglienza richiesti per gli ospiti internazionali, sia per la posizione ideale di fronte alla sede principale della Biblioteca Universitaria, in prossimità della “Via del Jeans” e vicino a gran parte delle location dell’evento. Con il Gruppo Planetaria Hotels, di cui il Savoia fa parte, si è inoltre pattuita una serie di riduzioni e gratuità come sponsorizzazione tecnica.
- La scelta del fotografo ufficiale Bussalino e del VideoMaker è stata adottata per motivi di riconosciuta nazionalmente qualità delle prestazioni.
- Infine includiamo in questa sezione anche l’azienda di design illuminotecnico Martinelli Luce, sponsor tecnico dell’evento, che ha fornito l’illuminotecnica per la mostra ArteJeans al Metelino e alcune piantane per la parte di esposizione storica alla Biblioteca Universitaria. Visto l’alto valore della merce prestata, Martinelli ha richiesto tramite apposito contratto, il pagamento di una fee necessaria per il ricondizionamento e trasporto delle luci. Tuttavia tale fee è prevista estinguersi nel caso in cui il Comune decidesse di acquistare le luci per il futuro museo del jeans al Metelino.

Rispetto al budget previsionale del Comitato Promotore (nel quale era inserita una contingency cautelativa pari al 5% dei costi preventivati) sono stati realizzati notevoli risparmi, passando da 1.248.897,32 € di Luglio (di cui 470.213,40 € a carico di Liguria International quantificati nella richiesta di finanziamento ad ICE) agli attuali dati di consuntivo pari a 634.433,22€.

Questi sono da ascrivere principalmente a:

- 1) Il passaggio a Liguria International dei costi legati all’internazionalizzazione, incluso il riconoscimento da parte di quest’ultima di una fattura di 91.488,62 € emessa dal Comitato
- 2) La sostituzione del progetto di piattaforma digitale e magazine funzionante per un anno dopo l’evento con un semplice sito non interattivo realizzato in house dal Comune di Genova
- 3) La riduzione dei costi legati alla partecipazione all’evento di ospiti stranieri, impossibilitati a partecipare a causa della pandemia
- 4) Il conseguente ridimensionamento delle attività di EcoAge che si sono concretizzate in un contratto per 49.190 € assunto in capo da Liguria International sui fondi ICE
- 5) La riduzione dell’importo della commessa a Pulse Italia per il Videomanifesto “The Genoa-R-Evolution” passato da 116.876€ a 58.438€

- 6) L'assunzione in capo a Liguria International dei costi di internazionalizzazione ammissibili a valere sul budget stanziato da ICE
- 7) La progressiva eliminazione della contingency cautelativa del 5% a fronte della realizzazione delle forniture con puntuale quantificazione del costo reale
- 8) Una serie di risparmi minori, ma diffusi su molti fornitori, conseguenti ai minori impegni in termini di ospitalità e ad una crescente confidenza del Comitato con i fornitori, con i quali si è instaurato un positivo rapporto di collaborazione, che ha visto gli stessi maggiormente partecipi anche alle problematiche economico-finanziarie che il Comitato affrontava.

Conclusioni

Nonostante le difficoltà sopra indicate e qui sintetizzate:

- 1) realizzazione di un evento di grande dimensione ed articolazione in concomitanza con le restrizioni COVID e con le chiusure estive del mondo produttivo
- 2) incertezza sulle risorse finanziarie disponibili fino alla decisione ICE pervenuta solo il 4 agosto
- 3) indisponibilità di sponsor oltre Esselunga e Costa Crociere a sostenere finanziariamente la manifestazione in questa fase
- 4) esiguità del team del Comitato Organizzatore
- 5) spostamento della mostra dell'Archivio Diesel dalla Loggia di Banchi al Sottoporticato di Palazzo Ducale
- 6) scarsa conoscenza del mondo della fashion da parte del territorio genovese in generale e degli eventi correlati
- 7) mancanza di relazioni dirette con i potenziali fornitori di materiali, servizi e allestimenti
- 8) difficoltà a livello internazionale nel reperimento di materiali metallici e plastici derivanti dalla pandemia

l'apprezzamento da parte del pubblico e degli operatori del settore del Jeans che hanno visitato la manifestazione e l'interesse mostrato da questi ultimi fanno ben sperare per la prossima edizione, nella quale ICE ha manifestato la propria intenzione di sostenere l'organizzazione di una sezione B2B nella quale il jeans Made in Italy potrà promuovere trattative con Buyers internazionali.

Il prossimo anno la manifestazione verrà posticipata di una settimana per non essere a ridosso delle chiusure estive, avrà maggior durata in modo da comprendere 2 week-end ed ammortizzare meglio l'investimento sulle mostre, coinvolgerà più brands importanti e porrà le basi per la realizzazione del "Distretto del Jeans" che il Comune ha inserito nel progetto Caruggi. È già in corso l'elaborazione di un progetto di formazione di Artigiani del Jeans insieme a CNA Federmoda cui dovrebbero partecipare Candiani e Diesel ed è allo studio un piano di partnership pubblico-privato per l'attrazione di soggetti imprenditoriali e commerciali e dei brand del Jeans volto a favorirne l'insediamento nella via del Jeans anche grazie ai contributi che il Comune mette a disposizione per sostenere il costo degli affitti a favore di chi deciderà di investire nel distretto.

La mostra "Behind the Seams" sulla sostenibilità, leit-motiv di GenovaJeans, verrà ripresentata ampliando le strutture della prima edizione (che sono state immagazzinate in uno spazio comunale) con laboratori interattivi sull'uso dell'acqua (con Tonello, leader nel campo delle lavatrici industriali che ha dichiarato il proprio interesse a partecipare) e sui colori.

Alla mostra Artejeans – che si auspica possa essere ripresentata e ampliata all'interno del Metelino se il Comune riuscirà a ristrutturarlo per tempo – si affiancherà una "Officina" dei giovani artisti e stilisti da realizzare in collaborazione con aziende e brand importanti interessate a dare slancio alle nuove generazioni, naturalmente a partire dai partner Candiani e Diesel.

Ritengo che la presente Relazione, unita alle informazioni contenute nella Nota integrativa, renda agevole la comprensione dell'andamento del Comitato e della manifestazione GenovaJeans nel

corso dell'esercizio 2021; vi invito di conseguenza ad approvare il Bilancio al 31 12 2021, le cui semplici poste sono state qui esaurientemente chiarite, che chiude con un Utile di € 47.749,26, indivisibile ai sensi dell'art. 11 dello Statuto, che vi propongo di destinare, sempre ai sensi di Statuto, ad incremento del Fondo destinato al funzionamento e allo svolgimento delle attività, portandolo ad € 70.249,26; detto Fondo sarà di grande utilità per le attività previste per il corrente anno e per gli esercizi futuri.

NOTA INTEGRATIVA

Nota integrativa ex art. 2435 bis c. c.

Pur non esistendo un obbligo legale, vista la natura dell'Ente, si forniscono di seguito le informazioni previste in materia societaria per la Nota ex art. 2435 bis c.c.

- 1) i criteri applicati nella valutazione delle voci del bilancio, nelle rettifiche di valore e nella conversione dei valori non espressi all'origine in moneta avente corso legale nello Stato; LE VOCI DI BILANCIO SONO STATE VALUTATE SECONDO I CRITERI PREVISTI DAL CODICE CIVILE, SENZA ECCEZIONI, NON SONO STATE EFFETTUATE RETTIFICHE E NON ESISTONO VALORI ORIGINARIAMENTE ESPRESSI IN MONETA DIVERSA DALL'EURO
- 2) i movimenti delle immobilizzazioni, specificando per ciascuna voce: il costo; le precedenti rivalutazioni, ammortamenti e svalutazioni; le acquisizioni, gli spostamenti da una ad altra voce, le alienazioni avvenuti nell'esercizio; le rivalutazioni, gli ammortamenti e le svalutazioni effettuati nell'esercizio; il totale delle rivalutazioni riguardanti le immobilizzazioni esistenti alla chiusura dell'esercizio; LO STATO PATRIMONIALE NON CONTIENE IMMOBILIZZAZIONI IN QUANTO NESSUN BENE AMMORTIZZABILE E' STATO ACQUISTATO NEL CORSO DELL'ESERCIZIO
- 3) distintamente per ciascuna voce, l'ammontare dei crediti e dei debiti di durata residua superiore a cinque anni, e dei debiti assistiti da garanzie reali su beni sociali, con specifica indicazione della natura delle garanzie e con specifica ripartizione, per i soli crediti, secondo le aree geografiche; NON ESISTONO CREDITI O DEBITI DI DURATA RESIDUA SUPERIORE AI CINQUE ANNI NÉ GARANZIE REALI SU BENI SOCIALI
- 4) l'ammontare degli oneri finanziari imputati nell'esercizio ai valori iscritti nell'attivo dello stato patrimoniale, distintamente per ogni voce; NESSUN ONERE FINANZIARIO E' STATO IMPUTATO AI VALORI ISCRITTI NELL'ATTIVO DELLO STATO PATRIMONIALE
- 5) l'importo complessivo degli impegni, delle garanzie e delle passività potenziali non risultanti dallo stato patrimoniale, con indicazione della natura delle garanzie reali prestate; gli impegni esistenti in materia di trattamento di quiescenza e simili, nonché gli impegni assunti nei confronti di imprese controllate, collegate, nonché controllanti e imprese sottoposte al controllo di quest'ultime sono distintamente indicati; NON ESISTONO PASSIVITA' POTENZIALI NON RISULTANTI DA BILANCIO NE' GARANZIE REALI NE' IMPEGNI PER QUIESCENZA O NEI CONFRONTI DI COLLEGATE O CONTROLLANTI

- 6) l'importo e la natura dei singoli elementi di ricavo o di costo di entità o incidenza eccezionali; UNICO ELEMENTO ECCEZIONALE IL CONTRIBUTO DEL COMUNE, RIPORTATO DISTINTAMENTE A BILANCIO SUB 708001
- 7) il numero medio dei dipendenti, anche omettendo la ripartizione per categoria; N. 2 TIROCINANTI PER ALCUNI MESI
- 8) l'ammontare dei compensi, delle anticipazioni e dei crediti concessi agli amministratori ed ai sindaci, cumulativamente per ciascuna categoria, precisando il tasso d'interesse, le principali condizioni e gli importi eventualmente rimborsati, cancellati o oggetto di rinuncia, nonché gli impegni assunti per loro conto per effetto di garanzie di qualsiasi tipo prestate, precisando il totale per ciascuna categoria; NON SONO STATI PREVISTI NE' CORRISPOSTI COMPENSI AD AMMINISTRATORI, NON SONO STATE PRESTATI CREDITI NE' GARANZIE E NON ESISTONO SINDACI; PER COMPLETEZZA SI PRECISA CHE IL REVISORE PERCEPISCE 1.000€ PER L'INCARICO
- 9) le operazioni realizzate con parti correlate, precisando l'importo, la natura del rapporto e ogni altra informazione necessaria per la comprensione del bilancio relativa a tali operazioni, qualora le stesse non siano state concluse a normali condizioni di mercato. Le informazioni relative alle singole operazioni possono essere aggregate secondo la loro natura, salvo quando la loro separata evidenziazione sia necessaria per comprendere gli effetti delle operazioni medesime sulla situazione patrimoniale e finanziaria e sul risultato economico della società; (Le società possono limitare l'informativa richiesta ai sensi dell'articolo 2427, primo comma, numero 22-bis, alle operazioni realizzate direttamente o indirettamente con i loro maggiori azionisti ed a quelle con i membri degli organi di amministrazione e controllo, nonché con le imprese in cui la società stessa detiene una partecipazione). OPERAZIONI CON PARTI CORRELATE, ETT E DUEMILA GRANDI EVENTI, SONO STATE EFFETTUATE A NORMALI CONDIZIONI DI MERCATO
- 10) la natura e l'obiettivo economico di accordi non risultanti dallo stato patrimoniale, Il loro effetto patrimoniale, finanziario, a condizione che i rischi e i benefici da essi derivanti siano significativi e l'indicazione degli stessi sia necessaria per valutare la situazione patrimoniale e finanziaria e il risultato economico della società; NON ESISTONO ACCORDI NON RISULTANTI DALLO STATO PATRIMONIALE
- 11) la natura e l'effetto patrimoniale, finanziario ed economico dei fatti di rilievo avvenuti dopo la chiusura dell'esercizio; NON VI SONO FATTI RILIEVO AVVENUTI DOPO LA CHIUSURA DELL'ESERCIZIO
- 12) il nome e la sede legale dell'impresa che redige il bilancio consolidato dell'insieme più piccolo di imprese di cui l'impresa fa parte in quanto impresa controllata; IL COMITATO NON FA PARTE DI ALCUN GRUPPO CONSOLIDANTE
- 13) «fair value» degli strumenti finanziari Nella nota integrativa sono indicati: 1) per ciascuna categoria di strumenti finanziari derivati: a) il loro fair value; b) informazioni sulla loro entità e sulla loro natura, compresi i termini e le condizioni significative che possono influenzare l'importo, le scadenze e la certezza dei flussi finanziari futuri; b-bis) gli assunti fondamentali su cui si basano i modelli e le tecniche di valutazione, qualora il fair value non

sia stato determinato sulla base di evidenze di mercato; b-ter) le variazioni di valore iscritte direttamente nel conto economico, nonché' quelle imputate alle riserve di patrimonio netto; b-quater) una tabella che indichi i movimenti delle riserve di fair value avvenuti nell'esercizio; 2) per le immobilizzazioni finanziarie iscritte a un valore superiore al loro fair value, con esclusione delle partecipazioni in società controllate e collegate ai sensi dell'articolo 2359 e delle partecipazioni in joint venture: a) il valore contabile e il fair value delle singole attività, o di appropriati raggruppamenti di tali attività; b) i motivi per i quali il valore contabile non è stato ridotto, inclusa la natura degli elementi sostanziali sui quali si basa il convincimento che tale valore possa essere recuperato. Nella nota integrativa sono indicati: 1) per ciascuna categoria di strumenti finanziari derivati: a) il loro fair value; b) informazioni sulla loro entità e sulla loro natura, compresi i termini e le condizioni significative che possono influenzare l'importo, le scadenze e la certezza dei flussi finanziari futuri; b-bis) gli assunti fondamentali su cui si basano i modelli e le tecniche di valutazione, qualora il fair value non sia stato determinato sulla base di evidenze di mercato; b-ter) le variazioni di valore iscritte direttamente nel conto economico, nonché' quelle imputate alle riserve di patrimonio netto; b-quater) una tabella che indichi i movimenti delle riserve di fair value avvenuti nell'esercizio.

NON ESISTONO STRUMENTI FINANZIARI DERIVATI

Art. 2428 c.c. n. 3) e 4) NON ESISTONO A BILANCIO NÉ, EVIDENTEMENTE, AZIONI PROPRIE, NE' AZIONI DI CONTROLLANTI

La Presidente
(Manuela Arata)

RELAZIONE DI MISSIONE AL BILANCIO CHIUSO AL 31/12/2021

A conclusione della prima edizione della manifestazione GenovaJeans, analizziamo l'andamento e i risultati in vista della progettazione della prossima nel 2022.

La pianificazione di GenovaJeans 2021 era iniziata il 3 ottobre 2020 con l'evento di lancio tenutosi presso la piazza delle Feste al Porto Antico per presentare in anteprima le opere in jeans prodotte da 24 artisti e donate alle Collezioni Civiche del Comune in vista del futuro Museo del Jeans.

A causa delle condizioni atmosferiche proibitive la sede individuata (Villa Croce ove si svolgeva lo "Autunno Blu") risultava inagibile. Nonostante questo buona parte delle 250 persone presenti riuscirono a visitare la mostra una volta migliorate le condizioni meteorologiche.

L'evento - svolto in collaborazione con Artejeans, l'associazione costituita da Francesca Centurione Boschieri (Ambasciatrice di Genova nel mondo residente a Londra) e da Ursula Casamonti titolare della galleria TornabuoniArt di Londra, con il St. George's Club londinese e Fondazione Rava, registrava un buon successo con visibilità sui media nell'immediato e nei mesi successivi. All'invito rivolto a 30 aziende, rispondevano Candiani - già fornitore delle tele jeans agli Artisti - Diesel ed EcoAge, agenzia di consulenza e comunicazione impegnata nel campo della sostenibilità ambientale e sociale della moda e titolare del copyright dei Green Carpet Fashion Awards, che intervenivano al convegno. Qualche altra presenza industriale si registrava nell'audience.

Il 18 dicembre 2020 veniva costituito, a valle della delibera di Giunta Comunale 296 del 17.12.2020, il Comitato Promotore GenovaJeans, con soci fondatori il Comune di Genova, ETT SpA e le persone fisiche Manuela Arata, Maria Montolivo, Cristiano Palozzi, Vincenzo Spera ed Enrico Testino. Al Comitato il Comune assegnava un primo contributo di 100.000 € a fronte di un budget complessivo stimato in 550.000 € per coprire le mostre Artejeans, una piccola rassegna storica e l'allestimento della via del Jeans. Al Comitato venivano conferiti in uso gratuito la denominazione e il concept di GenovaJeans registrati 3 anni prima da Arata e dal coautore Emilio Jacopino.

Nei mesi successivi venivano sviluppati i contatti con Diesel e Candiani, grazie allo stimolo a partecipare alla prima edizione di GenovaJeans da parte di EcoAge, la cui presenza attiva veniva richiesta per garantire organizzazione e comunicazione adeguate agli standard del mondo della moda, essendo soggetto esperto a livello internazionale in questo campo. Tra Aprile e Maggio Candiani e Diesel entravano a far parte del Comitato Promotore di GenovaJeans, mentre EcoAge veniva incaricata dal Comitato di progettare le iniziative legate alla sostenibilità e pianificare comunicazione e organizzazione complessiva focalizzati sul mondo della moda internazionale, con un contratto del valore di 48.800 €, a fronte del quale venivano prodotti un nuovo budget, le strategie di comunicazione e social media, il programma delle conferenze, la strategia di coinvolgimento delle imprese della filiera e di possibili sponsor e la strategia per fare del sito una piattaforma digitale in grado di consentire la fruizione dell'evento in caso perdurassero le limitazioni Covid e di proseguire per almeno un anno con contenuti di supporto all'innovazione delle imprese e la divulgazione al pubblico dei temi legati alla sostenibilità.

Nel frattempo il Comitato si dotava di una persona destinata alla segreteria organizzativa (contrattualizzata con consulenza su Partita IVA) e di due tirocinanti universitari - di cui uno solo part-time - provenienti da Design e Architettura, con cui si procedeva all'individuazione delle sedi

utilizzabili nell'area della Via del Jeans, ricorrendo agli spazi sia di proprietà comunale che di privati, ove ospitare mostre, exhibit e showrooms e si completava la preventivazione dei costi e la pianificazione dell'organizzazione.

Il budget iniziale in pratica raddoppiava in quanto sia la mostra Artejeans che quella storica venivano ampliate (la prima passava da 24 a 36 opere, la seconda da sola parte teorica in pannellature si allargava a multimediali e reperti storici importanti) e si aggiungevano gli allestimenti della mostra Behind the Seams sulla sostenibilità, l'esposizione dell'archivio Diesel prima progettata per la Loggia della Mercanzia che veniva spostata - con costi aggiuntivi - nel Sottoporticato di Palazzo Ducale a seguito di importanti ritrovamenti archeologici che ne impedivano l'utilizzo e gli allestimenti Diesel in via Pré e in Via del Campo 12 che richiedevano anche un significativo impegno in termini di security.

A fronte di una nuova proposta di budget in questi termini presentata dal Comitato (soggetto di diritto privato il cui budget, quindi, è previsionale e non autorizzatorio) il Comune deliberava in data 14.7.2021 con atto DGC n. 69 un'ulteriore assegnazione di 400.000 € per consentire allo stesso di procedere ad emettere gli ordinativi principali nelle more di importanti decisioni che si sarebbero assunte solo dopo che fosse certa la realizzabilità dell'evento. Dettagli al riguardo venivano fornite in audizione convocata dalle Commissioni Cultura e Sviluppo Economico il 27 agosto, nella quale avevano riferito in proposito gli Assessori al Bilancio, alla Cultura, ai Grandi Eventi e Commercio e al Turismo, oltre la Presidente del Comitato Promotore.

La fattibilità fisica dell'evento fu confermata definitivamente solo il 4 agosto, quando Regione e Liguria International stipularono accordi con ICE incaricata dal Governo di fornire sostegno a GenovaJeans, considerata strategica a fronte della crisi prodotta dal virus nel comparto tessile italiano. Pertanto la realizzazione di una complessa piattaforma digitale che consentisse in alternativa la fruizione virtuale delle mostre, degli exhibit e degli eventi in programma e che rappresentasse un punto di riferimento attivo per almeno 12 mesi dopo l'evento – sul modello di quella del più grande evento dedicato al jeans di Amsterdam “Kingpings” www.kingpinsshow.com - veniva accantonata (con essa la stima di spesa di 158.600 €) e il Comune realizzava in house un semplice sito non interattivo di presentazione del programma e di comunicazione dei contenuti. Sul sito veniva caricato un video artistico come tributo a Genova realizzato da Pulse Films (pluripremiata casa di produzioni cinematografiche internazionale, già produttrice del bellissimo filmato sito del Green Carpet Fashion Awards) con i testimonial Jack Savoretti e Ludovico d'Erasmus, considerato in grado di essere apprezzato a livello mondiale e quindi di affermare ovunque il brand GenovaJeans.

Nel frattempo si acquisivano sponsorizzazioni da Esselunga per 50.000 €+IVA e da Costa Crociere per 20.000 €+IVA. L'Ufficio fund raising del Comune purtroppo non riusciva - per motivi di tempi - ad effettuare la prevista raccolta di sponsorizzazioni per 250.000 €, target fissato dal Sindaco per la manifestazione, limitandosi all'ottenimento del sostegno di Esselunga.

Si sopperiva quindi con la ricerca di sponsorizzazioni tecniche che consentivano di limitare almeno parzialmente i costi degli allestimenti.

È questo il caso della mostra Artejeans al Metelino, la cui illuminotecnica venne fornita da Martinelli Luce con un piccolo contratto di noleggio e l'opzione di acquisto definitivo nel caso di decisione del Comune rispetto alla permanenza definitiva della mostra in quegli spazi. Il Comune, infatti, di fronte all'evidenza di uno spazio di proprietà che da 20 anni non era mai stato completato

e quindi era rimasto chiuso, decise di destinarlo a sede della Sezione Arte Contemporanea del futuro Museo Internazionale del Jeans, decidendo quindi di intervenire con un investimento iniziale per la messa in sicurezza e l'allestimento della mostra Artejeans durante la manifestazione, rinviando il completamento delle opere ad una fase successiva.

Inoltre CityGreenLight forniva illuminazione blu della via del Jeans, Doria & Dojola forniva omaggi in jeans, Grifoni metteva a disposizione gratuitamente l'ex Mercato Statuto, i Giardini di Maggi fornivano l'ulivo secolare per la mostra nello stesso luogo, GreenChic realizzava la raccolta di jeans usati per upcycling e produzione di merchandising per il prossimo anno, Planetaria Hotels applicava sconti per i pernottamenti degli Ospiti, It's Only Rock produceva gratuitamente la conferenza-spettacolo di chiusura il 5.9.2021, Liguria Screen pubblicava gratuitamente advertising luminoso sull'evento, Pietro Romanengo forniva pacchetti di dolci per gli Ospiti. Partecipavano inoltre BonsaiFilm e Istituto Luce fornendo audiovisivi per la mostra storica.

Per consentire di far fronte all'enorme lavoro necessario per realizzare GenovaJeans in così poco tempo, il Comune coinvolgeva infine le proprie strutture nel settore della cultura, dei grandi eventi e della comunicazione coinvolgendo due propri dipendenti a supporto dell'organizzazione.

Il 25 agosto si concludeva inoltre la formazione dei 23 animatori reclutati con chiamata pubblica per le attività di animazione e guida alle mostre e al percorso della via del Jeans, che avevano fruito di 12 ore di formazione teorica sulla storia del jeans e sui temi della sostenibilità, con una sessione di persona sulle tecniche di relazione con il pubblico condivisa con Costa Crociere e con il Comune relativamente alle modalità di controllo della bigliettazione e alla sicurezza. Agli animatori veniva assegnata una divisa e una collaborazione occasionale con remunerazione di 5€/h da quantificarsi a consuntivo sulla base delle ore effettivamente prestate. Per una studentessa universitaria del CdL in Beni Culturali con cui era stato stipulato apposito accordo, veniva anche previsto il riconoscimento di crediti formativi.

Il 2 Settembre iniziava quindi GenovaJeans, con un programma ricco di:

Mostre che registravano complessivamente 13.600 ingressi

1. Biblioteca Universitaria, *Il jeans dalle origini al Mito*
2. Mercato Statuto, *Behind the Seams. Quanto credi di sapere del tuo jeans?*
3. Museo del Risorgimento, *Garibaldi, Camicie Rosse e Blue Jeans + Ian Berry «Portrait of Garibaldi» - 974 ingressi rispetto a 210 in tutto settembre 2020*
4. Museo Diocesano, *I Teli della Passione – 1256 ingressi 5 gg. rispetto a 260 in tutto settembre 2020*
5. Palazzo Ducale, *Diesel's denim heritage. A walking in its archive*
6. Metelino, *Artejeans un mito nelle trame dell'Arte contemporanea – 1400 ingressi sabato 4 settembre*

Allestimenti nella Via del Jeans (Via di Pré, Via del Campo, Via San Luca): affluenza 45.000 persone

1. Diesel for successful living. The History of advertising
2. Diesel for responsible living. A journey towards a sustainable future
3. Diesel's replica of the first jeans ever
4. Dress with less, raccolta jeans usati con GreenChic
5. UNICEF, Pigotte in jeans
6. 8 Showroom/Exhibit/Negozi di produttori locali

7. Shop GenovaJeans c/o Biblioteca e viadelcampo29rosso

Conferenze e convegni (tutte prenotate ad esaurimento posti e fruibili anche in streaming su Youtube) che registravano la presenza di 150 ospiti internazionali e operatori del settore nelle seguenti date:

2.9.2021 Apertura e conferenza stampa internazionale

3.9.2021 Cosa serve per produrre un paio di jeans?

4.9.2021 Presentazione «Jeans before Blue Jeans» di Marzia Cataldi Gallo

4.9.2021 Qual è il legame tra l'empowerment delle donne e il jeans?

4.9.2021 Presentazione di «Quel blu di Genova» di Michele Mozzati

5.9.2021 I Jeans e l'economia circolare

6.9.2021 Jeans: musica, protesta, speranza, energia e un grande futuro dopo un passato leggendario: da «The Wild One» a Black Lives Matter

10 Spettacoli allestiti in parallelo alle 19:30 ogni giorno, cui assistevano 3.500 spettatori nelle location:

Truogoli di Santa Brigida: DJset Ansaldo e Bacci, 2 Street Dance, Genova Parkour, Naima Academy

Piazza del Campo: Quattro Chitarre, Babboleo Live, Zena Swingers, Country Last Train, Gnu Quartet

Tutti i giorni gli spettacoli erano preceduti dal passaggio di una *Marching Band* lungo la Via del Jeans e tutte le sere la *Lanterna* si accendeva di *Blu* al crepuscolo.

All'apertura partecipavano giornalisti e influencer anche esteri che rilanciavano la nascita di GenovaJeans, portando a 266 uscite sulla stampa nazionale ed estera e 3.783.807 persone raggiunte sui social e sul web. Purtroppo a causa della variante Delta e delle riduzioni dei voli da parte delle Compagnie aeree la folta presenza estera di giornalisti e opinion leader invitati (oltre 30) risultava impraticabile, con conseguenti notevoli risparmi in termini di costi di viaggio e ospitalità, ma anche di riduzione di visibilità internazionale.

Molto apprezzata dagli Ospiti e in generale dai visitatori, GenovaJeans diventava subito oggetto di interesse per le aziende del Jeans (che fino ad allora avevano reagito blandamente ai 3 inviti formulati prima dal Comune, poi dal Comitato Promotore e successivamente da EcoAge a causa della crisi provocata dalla pandemia), alcune delle quali venivano in visita per partecipare l'anno prossimo:

Brand: Levi's, Roy Rogers, Re-Hash, C+Plus, Canali, Max Mara, Marella

Produttori: Tonello, officina+39, Blue Line, Cone Mills

tanto che alla fiera del settore Bluezone in corso a Monaco di Baviera si parlava con forte interesse di GenovaJeans.

Da migliorare si rivelava il sistema di bigliettazione, previsto online e fisicamente solo nella sede principale alla Biblioteca Universitaria: il vincolo del pagamento con il sistema PagoPa cui si deve attenere la pubblica amministrazione rendeva difficile infatti l'acquisto da cellulare, costringendo i fruitori a mettersi in coda presso l'unica biglietteria fisica. In corso di manifestazione si optava a

quel punto per aprire biglietterie volanti anche presso il Metelino per ArteJeans e presso il Mercato Statuto (Sostenibilità), mentre si garantiva accesso libero alla mostra dell'Archivio Diesel su richiesta di quest'ultima.

I risultati ufficiali contavano comunque 13.600 ingressi alle mostre, 3500 spettatori agli appuntamenti serali e il sold out alle conferenze, con 150 ospiti internazionali e nazionali operatori del settore e un'affluenza di circa 45.000 persone lungo la via del Jeans.

Ottimo il risultato ottenuto dal Museo Diocesano con 1256 visite nei 5 giorni della manifestazione, un exploit straordinario se si confronta il dato con l'affluenza nell'intero mese di settembre 2019 di 260 ingressi su 22 giorni di apertura.

Analogamente, il Museo del Risorgimento registrava 974 visitatori nei 5 giorni contro i 210 dell'intero mese di settembre 2019.

La mostra Artejeans registrava un notevole successo, con 1400 visitatori contati solo nella giornata del 4 settembre.

L'importanza dell'evento veniva suggellata dalla visita inaspettata del patron di Diesel, Renzo Rosso, uno dei più importanti player mondiali, che manifestava la propria soddisfazione per il progetto, garantendo il proprio impegno per il futuro e suggerendo iniziative per stabilizzare l'esistenza di un "Jeans Made in Genova" coinvolgendo gli artigiani della Via del Jeans attraverso iniziative di formazione cui Diesel si dichiarava pronta a contribuire insieme a Candiani.

Altro elemento qualificante è il coinvolgimento dei tanti soggetti istituzionali e di categoria che hanno deciso di patrocinare GenovaJeans: dall'ENIT a CNA Federmoda Nazionale, da CCIAA Genova alle associazioni di categoria Confcommercio e Confesercenti.

La partecipazione di operatori locali si concretizzava nella presenza nella via del Jeans di showrooms (Alessandra Gallo, Carnaby Street Vintage, Avant Toi, una collettiva di CNA Federmoda, Doria & Dojola) e il coinvolgimento nel percorso di InJeans, Bollo, Ghigliano, delle botteghe storiche Lucarda e Pescetto e di UNICEF (Pigotte in Jeans).

Sul fronte degli eventi, oltre alle affollate presentazioni dei libri "Jeans before Blue Jeans" di Marzia Cataldi Gallo e "Quel blu di Genova" di Michele Mozzati, si sono dimostrate di alta qualità le conferenze:

- 1) *"Cosa serve per produrre un paio di Jeans"*, che ha visto confrontarsi, sotto la regia di Nicola Giuggioli di EcoAge, esperti e soggetti industriali di primo livello, come Roy Rogers (Patrizia Bacci Biondi), Diesel (Andrea Rosso), Candiani (Simon Giuliani), Tonello (Alice Tonello) e Chicco Barina (Black Studio)
- 2) *"Qual'è il legame tra l'empowerment delle donne e il jeans?"*, che ha coinvolto, con il coordinamento della giornalista Silvia Poli, le voci della designer Stella Jean, della giornalista Antonella Bussi, di Antonella Mansi (Presidente del Centro di Firenze per la Moda Italiana) e dell'imprenditrice e Fashion Director Pina Gandolfi, in un racconto su quanto il jeans abbia contribuito alla liberazione delle donne
- 3) *"I Jeans e l'economia circolare"* si è rivelata iniziativa di altissimo profilo, in cui Alberto Candiani ha tenuto le fila della discussione aperta dal Sindaco di Genova (Marco Bucci, chimico) e dal Ministro della Transizione Ecologica, Roberto Cingolani, con esperti accademici come Hakan Karaosman (University College Dublin) e Francesca Romana Rinaldi (SDA Bocconi), opinion leaders come Matteo Ward di Wråd, operatori sul campo come Marco Penazzi di Quid e David

Erba di Green Chic e associazioni di categoria come CNA Federmoda nella persona del Presidente nazionale Marco Landi.

Tra i 10 spettacoli che hanno completato il programma con esibizioni parallele ai Truogoli di Santa Brigida e in piazza del Campo, preceduti da un'allegria marching band che animava la via del Jeans ogni sera mentre la Lanterna si illuminava di blu, grande successo hanno avuto in particolare le esibizioni dello Gnu Quartet, della Naima Academy e delle Quattro Chitarre, mentre Zena Swingers e Country Last Train hanno entusiasmato il pubblico che ha partecipato ballando.

Relazione Amministrativa

L'attività amministrativa dell'evento, specie nella scelta dei fornitori, è stata notevolmente influenzata da diversi fattori esterni, primo fra tutti l'incertezza legata al protrarsi dell'emergenza del Covid19, che ha pesato sull'intensificazione delle misure di sicurezza e contingentamento durante la manifestazione, dallo scarsissimo tempo a disposizione e – come noto a livello globale - dalla difficile reperibilità di materie prime per gli allestimenti.

Non disponendo di una struttura amministrativa propria (fino a dopo Ferragosto lo staff era in pratica di una persona + 1.5 tirocinanti) il Comitato ha fatto ricorso in primo luogo alle competenze interne ai suoi membri, avvalendosi dei consigli e indicazioni forniti dalle aziende partner già esperte nel settore e dei contatti del Comune di Genova.

Considerato che in Comune non erano disponibili competenze professionali esperte in contabilità economico patrimoniale, si optava per l'affidamento allo Studio TFA&Legal (già coinvolto nell'istituzione del Comitato) di un contratto per l'attività amministrativo-contabile, supportata da un software prodotto da NP solutions specificatamente per gli Enti del Terzo Settore acquisito con un contratto a canone mensile per un totale di 2.928 € comprensivo della formazione iniziale.

Le tempistiche sono state il principale condizionamento che il Comitato ha dovuto affrontare: le date della manifestazione (2-6 settembre), a ridosso del periodo delle chiusure estive delle aziende, hanno fatto propendere per la selezione di imprese che potessero garantire la copertura lavorativa e un intervento immediato in caso di necessità. Il tutto in un regime di urgenza che ha condizionato fortemente il reperimento e la gestione delle forniture.

A questo fattore va sommata inoltre l'incertezza della reperibilità dei fondi legati agli accordi di finanziamento con ICE, già annunciati a maggio ma finalizzati ufficialmente solo il 4 agosto, ormai in prossimità dell'evento.

Per questi motivi il Comitato ha proceduto nella scelta dei fornitori selezionando fra più opzioni, se disponibili, in base ai seguenti metri di giudizio: reputazione, disponibilità a lavorare durante il periodo di luglio-agosto, possibilità di reperire agevolmente le materie prime necessarie, alto grado di affidabilità, capacità di operare in tempi ristretti.

In base a queste linee guida sono stati selezionati i seguenti fornitori:

- Eco-Age, leader nel settore della comunicazione e dell'organizzazione di eventi dedicati a moda e sostenibilità, raccomandata da Candiani e Diesel in quanto totalmente in linea con gli obiettivi dell'evento e protagonista della sostenibilità nella moda a livello mondiale, in grado di garantire quindi l'affermazione del brand GenovaJeans a livello internazionale.

- Urban Production, altra realtà già ampiamente operante nel settore moda spesso in collaborazione con Eco-Age, utilizzata per la progettazione dell'exhibit "Behind the seams" al Mercato Statuto e delle varie parti espositive di Diesel nella Via del Jeans - 1) Diesel for successful living. The History of advertising, 2) Diesel for responsible living. A journey towards a sustainable future, 3) Diesel's replica of the first jeans ever- e della doppia progettazione dell'esposizione dell'Archivio Diesel, spostata dalla Loggia di Banchi a Palazzo Ducale in seguito agli importanti ritrovamenti archeologici che nel mese di Luglio impedivano la fruibilità della Loggia.
- Sempre EcoAge contrattava con Pulse Italia la produzione del videomanifesto di GenovaJeans con Jack Savoretti e Ludovico d'Erasmus come testimonial, basandosi sullo splendido lavoro fatto dall'azienda in occasione dei Green Carpet Fashion Awards 2020 (www.cameramoda.it/it/green-carpet-fashion-awards-italia/2020/). Inizialmente previsto ad un costo di 116.876€ (IVA compresa) il video-manifesto, per il quale erano previsti girati sia in città che in ambienti industriali veniva modificato a causa delle restrizioni alla mobilità causate dalla variante Delta che impestava l'Europa. A causa dell'impossibilità di muoversi del testimonial Jack Savoretti, delle chiusure delle aziende nel mese di Agosto e della mancanza di immagini sulla manifestazione che era alla prima edizione, si optava per un video di alto contenuto artistico, riducendo il costo ai 58.438 € erogati come anticipo, posticipando a fine anno la realizzazione di una post produzione per la promozione dell'edizione 2022 con un video di minor durata con 2 teaser di 60" e 30" integrati con girati della manifestazione, infografiche e materiale sulla sostenibilità, per la diffusione sui media e sul web. Il costo di tale post-produzione è stato di 15.000 € (IVA compresa): coperto dall'accordo con Fondazione Compagnia di San Paolo che ha riconosciuto un progetto speciale del valore di 50.000 €.
- Per le esposizioni sopracitate, sono state selezionate New Light per il comparto illuminotecnico in quanto fornitore unico di certe tecnologie e – fortunatamente - For.Form per gli allestimenti, individuate da Urban Productions. Infatti For.Form è subentrata a Set Design, un'altra azienda ritiratasi a metà luglio, riscontrando non poche difficoltà sia per il reperimento dei materiali, sia per il cambio improvviso della location di Loggia Banchi a causa del rinvenimento di importanti reperti archeologici.
- Duemilagrandieventi, azienda genovese che già ha collaborato con il Comune per eventi di grande portata, ha svolto un preziosissimo ruolo di supervisione e del coordinamento di tutti gli aspetti logistici, di manutenzione, allestimento e disallestimento. Da Duemilagrandieventi, data la profonda conoscenza delle imprese del territorio, è stato dato un essenziale aiuto nella selezione e gestione delle ditte di facchinaggio, impiantistica, servizi di sicurezza e stampa di materiale per mostre e pubblicità, impossibile da gestire autonomamente a livello di Comitato per mancanza sia di conoscenza dei fornitori che della capacità negoziale necessaria ad ottenere prestazioni di qualità in tempi brevi e in concomitanza con le ferie estive. Il Comitato ha quindi scelto su consiglio di Duemilagrandieventi: Arti&Mestieri e Artemusica per trasporti, facchinaggio, installazione audio/video/luci; Sciutto S.p.a. per il trasporto delle opere d'arte e dei pezzi storici; Mauro Barbavara e Puro Digitale per la stampa e l'installazione della cartellonistica pubblicitaria e dei pannelli divulgativi all'interno delle mostre; GM Servizi per le pulizie; Main Agency per i servizi di security diurni e notturni e per il controllo di biglietti e green pass. Duemilagrandieventi – che ha ottenuto dal Comitato esclusivamente il rimborso delle spese vive sostenute per conto del Comitato, senza ricevere alcun compenso per le proprie prestazioni - si è inoltre fatta carico di tutti i processi peritali e autorizzativi necessari a garantire la sicurezza strutturale, COVID, antincendio e acustici, oltre all'attivazione delle utenze elettriche in diverse sedi.

- ETT, tra le più importanti aziende italiane per lo sviluppo di esperienze immersive applicate ai beni culturali e unicum nel mercato ligure, ha lavorato all'elaborazione e installazione del materiale multimediale per "Il Jeans dalle origini al mito". Alla mostra hanno inoltre lavorato Monica Bruzzone e Marzia Cataldi Gallo in veste di curatrici (la prima correlatrice della tesi di laurea dell'Arch. Clelia Firpo, laureatasi con una proposta di mostra sul jeans a Genova con ricca ricerca storica e la seconda nota a livello internazionale per le sue ricerche nel campo dei tessuti, delle origini del jeans e dei Teli della Passione esposti al Museo Diocesano) e Cristiano Palozzi come regista per la creazione delle parti audio-video.
- Alcune aziende come Bi.Ci Regali e Promozioni, Grafiche G7 (entrambe tipografie) e Bubble Viaggi (agenzia di viaggi per gli ospiti nazionali e internazionali) sono state scelte perché avevano già contratti in essere con il Comune ed applicavano quindi condizioni favorevoli. Le prime due realtà avevano già lavorato anche per l'edizione inaugurale di GenovaJeans 2020 con ottimi risultati.
- La tipografia Vanilla Edizioni è stata invece scelta dal partner ArteJeans per la stampa del catalogo della mostra, ponendo anche in questo caso particolare attenzione alle tempistiche di realizzazione e consegna del materiale.
- Media Center a.r.l., impresa di pulizie per la Biblioteca Universitaria, è stata selezionata in quanto già operante all'interno della stessa. In questo caso si è quindi proceduto solo con un'intensificazione delle giornate lavorative.
- L'Hotel Savoia è stato selezionato sia per venire incontro agli alti standard di accoglienza richiesti per gli ospiti internazionali, sia per la posizione ideale di fronte alla sede principale della Biblioteca Universitaria, in prossimità della "Via del Jeans" e vicino a gran parte delle location dell'evento. Con il Gruppo Planetaria Hotels, di cui il Savoia fa parte, si è inoltre pattuita una serie di riduzioni e gratuità come sponsorizzazione tecnica.
- La scelta del fotografo ufficiale Bussalino e del VideoMaker è stata adottata per motivi di riconosciuta nazionalmente qualità delle prestazioni.
- Infine includiamo in questa sezione anche l'azienda di design illuminotecnico Martinelli Luce, sponsor tecnico dell'evento, che ha fornito l'illuminotecnica per la mostra ArteJeans al Metelino e alcune piantane per la parte di esposizione storica alla Biblioteca Universitaria. Visto l'alto valore della merce prestata, Martinelli ha richiesto tramite apposito contratto, il pagamento di una fee necessaria per il ricondizionamento e trasporto delle luci. Tuttavia tale fee è prevista estinguersi nel caso in cui il Comune decidesse di acquistare le luci per il futuro museo del jeans al Metelino.

Rispetto al budget previsionale del Comitato Promotore (nel quale era inserita una contingency cautelativa pari al 5% dei costi preventivati) sono stati realizzati notevoli risparmi, passando da 1.248.897,32 € di Luglio (di cui 470.213,40 € a carico di Liguria International quantificati nella richiesta di finanziamento ad ICE) agli attuali dati di consuntivo pari a 634.433,22€.

Questi sono da ascrivere principalmente a:

- 1) Il passaggio a Liguria International dei costi legati all'internazionalizzazione, incluso il riconoscimento da parte di quest'ultima di una fattura di 91.488,62 € emessa dal Comitato
- 2) La sostituzione del progetto di piattaforma digitale e magazine funzionante per un anno dopo l'evento con un semplice sito non interattivo realizzato in house dal Comune di Genova
- 3) La riduzione dei costi legati alla partecipazione all'evento di ospiti stranieri, impossibilitati a partecipare a causa della pandemia
- 4) Il conseguente ridimensionamento delle attività di EcoAge che si sono concretizzate in un contratto per 49.190 € assunto in capo da Liguria International sui fondi ICE

- 5) La riduzione dell'importo della commessa a Pulse Italia per il Videomanifesto "The Genoa-R-Evolution" passato da 116.876€ a 58.438€
- 6) L'assunzione in capo a Liguria International dei costi di internazionalizzazione ammissibili a valere sul budget stanziato da ICE
- 7) La progressiva eliminazione della contingency cautelativa del 5% a fronte della realizzazione delle forniture con puntuale quantificazione del costo reale
- 8) Una serie di risparmi minori, ma diffusi su molti fornitori, conseguenti ai minori impegni in termini di ospitalità e ad una crescente confidenza del Comitato con i fornitori, con i quali si è instaurato un positivo rapporto di collaborazione, che ha visto gli stessi maggiormente partecipi anche alle problematiche economico-finanziarie che il Comitato affrontava.

Conclusioni

Nonostante le difficoltà sopra indicate e qui sintetizzate:

- 1) realizzazione di un evento di grande dimensione ed articolazione in concomitanza con le restrizioni COVID e con le chiusure estive del mondo produttivo
- 2) incertezza sulle risorse finanziarie disponibili fino alla decisione ICE pervenuta solo il 4 agosto
- 3) indisponibilità di sponsor oltre Esselunga e Costa Crociere a sostenere finanziariamente la manifestazione in questa fase
- 4) esiguità del team del Comitato Organizzatore
- 5) spostamento della mostra dell'Archivio Diesel dalla Loggia di Banchi al Sottoporticato di Palazzo Ducale
- 6) scarsa conoscenza del mondo della fashion da parte del territorio genovese in generale e degli eventi correlati
- 7) mancanza di relazioni dirette con i potenziali fornitori di materiali, servizi e allestimenti
- 8) difficoltà a livello internazionale nel reperimento di materiali metallici e plastici derivanti dalla pandemia

l'apprezzamento da parte del pubblico e degli operatori del settore del Jeans che hanno visitato la manifestazione e l'interesse mostrato da questi ultimi fanno ben sperare per la prossima edizione, nella quale ICE ha manifestato la propria intenzione di sostenere l'organizzazione di una sezione B2B nella quale il jeans Made in Italy potrà promuovere trattative con Buyers internazionali.

Il prossimo anno la manifestazione verrà posticipata di una settimana per non essere a ridosso delle chiusure estive, avrà maggior durata in modo da comprendere 2 week-end ed ammortizzare meglio l'investimento sulle mostre, coinvolgerà più brands importanti e porrà le basi per la realizzazione del "Distretto del Jeans" che il Comune ha inserito nel progetto Caruggi. È già in corso l'elaborazione di un progetto di formazione di Artigiani del Jeans insieme a CNA Federmoda cui dovrebbero partecipare Candiani e Diesel ed è allo studio un piano di partnership pubblico-privato per l'attrazione di soggetti imprenditoriali e commerciali e dei brand del Jeans volto a favorirne l'insediamento nella via del Jeans anche grazie ai contributi che il Comune mette a disposizione per sostenere il costo degli affitti a favore di chi deciderà di investire nel distretto.

La mostra "Behind the Seams" sulla sostenibilità, leit-motiv di GenovaJeans, verrà ripresentata ampliando le strutture della prima edizione (che sono state immagazzinate in uno spazio comunale) con laboratori interattivi sull'uso dell'acqua (con Tonello, leader nel campo delle lavatrici industriali che ha dichiarato il proprio interesse a partecipare) e sui colori.

Alla mostra Artejeans – che si auspica possa essere ripresentata e ampliata all'interno del Metelino se il Comune riuscirà a ristrutturarlo per tempo – si affiancherà una "Officina" dei giovani artisti e stilisti da realizzare in collaborazione con aziende e brand importanti interessate a dare slancio alle nuove generazioni, naturalmente a partire dai partner Candiani e Diesel.

Ritengo che la presente Relazione, unita alle informazioni contenute nella Nota integrativa, renda agevole la comprensione dell'andamento del Comitato e della manifestazione GenovaJeans nel corso dell'esercizio 2021; vi invito di conseguenza ad approvare il Bilancio al 31 12 2021, le cui semplici poste sono state qui esaurientemente chiarite, che chiude con un Utile di € 47.749,26, indivisibile ai sensi dell'art. 11 dello Statuto, che vi propongo di destinare, sempre ai sensi di Statuto, ad incremento del Fondo destinato al funzionamento e allo svolgimento delle attività, portandolo ad € 70.249,26; detto Fondo sarà di grande utilità per le attività previste per il corrente anno e per gli esercizi futuri.

NOTA INTEGRATIVA

Nota integrativa ex art. 2435 bis c. c.

Pur non esistendo un obbligo legale, vista la natura dell'Ente, si forniscono di seguito le informazioni previste in materia societaria per la Nota ex art. 2435 bis c.c.

- 1) i criteri applicati nella valutazione delle voci del bilancio, nelle rettifiche di valore e nella conversione dei valori non espressi all'origine in moneta avente corso legale nello Stato; LE VOCI DI BILANCIO SONO STATE VALUTATE SECONDO I CRITERI PREVISTI DAL CODICE CIVILE, SENZA ECCEZIONI, NON SONO STATE EFFETTUATE RETTIFICHE E NON ESISTONO VALORI ORIGINARIAMENTE ESPRESSI IN MONETA DIVERSA DALL'EURO
- 2) i movimenti delle immobilizzazioni, specificando per ciascuna voce: il costo; le precedenti rivalutazioni, ammortamenti e svalutazioni; le acquisizioni, gli spostamenti da una ad altra voce, le alienazioni avvenuti nell'esercizio; le rivalutazioni, gli ammortamenti e le svalutazioni effettuati nell'esercizio; il totale delle rivalutazioni riguardanti le immobilizzazioni esistenti alla chiusura dell'esercizio; LO STATO PATRIMONIALE NON CONTIENE IMMOBILIZZAZIONI IN QUANTO NESSUN BENE AMMORTIZZABILE E' STATO ACQUISTATO NEL CORSO DELL'ESERCIZIO
- 3) distintamente per ciascuna voce, l'ammontare dei crediti e dei debiti di durata residua superiore a cinque anni, e dei debiti assistiti da garanzie reali su beni sociali, con specifica indicazione della natura delle garanzie e con specifica ripartizione, per i soli crediti, secondo le aree geografiche; NON ESISTONO CREDITI O DEBITI DI DURATA RESIDUA SUPERIORE AI CINQUE ANNI NÉ GARANZIE REALI SU BENI SOCIALI
- 4) l'ammontare degli oneri finanziari imputati nell'esercizio ai valori iscritti nell'attivo dello stato patrimoniale, distintamente per ogni voce; NESSUN ONERE FINANZIARIO E' STATO IMPUTATO AI VALORI ISCRITTI NELL'ATTIVO DELLO STATO PATRIMONIALE
- 5) l'importo complessivo degli impegni, delle garanzie e delle passività potenziali non risultanti dallo stato patrimoniale, con indicazione della natura delle garanzie reali prestate; gli impegni esistenti in materia di trattamento di quiescenza e simili, nonché gli impegni assunti nei confronti di imprese controllate, collegate, nonché controllanti e imprese sottoposte al controllo di quest'ultime sono distintamente indicati; NON ESISTONO PASSIVITA' POTENZIALI NON RISULTANTI DA BILANCIO NE' GARANZIE REALI NE' IMPEGNI PER QUIESCENZA O NEI CONFRONTI DI COLLEGATE O CONTROLLANTI

- 6) l'importo e la natura dei singoli elementi di ricavo o di costo di entità o incidenza eccezionali; UNICO ELEMENTO ECCEZIONALE IL CONTRIBUTO DEL COMUNE, RIPORTATO DISTINTAMENTE A BILANCIO SUB 708001
- 7) il numero medio dei dipendenti, anche omettendo la ripartizione per categoria; N. 2 TIROCINANTI PER ALCUNI MESI
- 8) l'ammontare dei compensi, delle anticipazioni e dei crediti concessi agli amministratori ed ai sindaci, cumulativamente per ciascuna categoria, precisando il tasso d'interesse, le principali condizioni e gli importi eventualmente rimborsati, cancellati o oggetto di rinuncia, nonché gli impegni assunti per loro conto per effetto di garanzie di qualsiasi tipo prestate, precisando il totale per ciascuna categoria; NON SONO STATI PREVISTI NE' CORRISPOSTI COMPENSI AD AMMINISTRATORI, NON SONO STATE PRESTATI CREDITI NE' GARANZIE E NON ESISTONO SINDACI; PER COMPLETEZZA SI PRECISA CHE IL REVISORE PERCEPISCE 1.000€ PER L'INCARICO
- 9) le operazioni realizzate con parti correlate, precisando l'importo, la natura del rapporto e ogni altra informazione necessaria per la comprensione del bilancio relativa a tali operazioni, qualora le stesse non siano state concluse a normali condizioni di mercato. Le informazioni relative alle singole operazioni possono essere aggregate secondo la loro natura, salvo quando la loro separata evidenziazione sia necessaria per comprendere gli effetti delle operazioni medesime sulla situazione patrimoniale e finanziaria e sul risultato economico della società; (Le società possono limitare l'informativa richiesta ai sensi dell'articolo 2427, primo comma, numero 22-bis, alle operazioni realizzate direttamente o indirettamente con i loro maggiori azionisti ed a quelle con i membri degli organi di amministrazione e controllo, nonché con le imprese in cui la società stessa detiene una partecipazione). OPERAZIONI CON PARTI CORRELATE, ETT E DUEMILA GRANDI EVENTI, SONO STATE EFFETTUATE A NORMALI CONDIZIONI DI MERCATO
- 10) la natura e l'obiettivo economico di accordi non risultanti dallo stato patrimoniale, Il loro effetto patrimoniale, finanziario, a condizione che i rischi e i benefici da essi derivanti siano significativi e l'indicazione degli stessi sia necessaria per valutare la situazione patrimoniale e finanziaria e il risultato economico della società; NON ESISTONO ACCORDI NON RISULTANTI DALLO STATO PATRIMONIALE
- 11) la natura e l'effetto patrimoniale, finanziario ed economico dei fatti di rilievo avvenuti dopo la chiusura dell'esercizio; NON VI SONO FATTI RILIEVO AVVENUTI DOPO LA CHIUSURA DELL'ESERCIZIO
- 12) il nome e la sede legale dell'impresa che redige il bilancio consolidato dell'insieme più piccolo di imprese di cui l'impresa fa parte in quanto impresa controllata; IL COMITATO NON FA PARTE DI ALCUN GRUPPO CONSOLIDANTE
- 13) «fair value» degli strumenti finanziari Nella nota integrativa sono indicati: 1) per ciascuna categoria di strumenti finanziari derivati: a) il loro fair value; b) informazioni sulla loro entità e sulla loro natura, compresi i termini e le condizioni significative che possono influenzare l'importo, le scadenze e la certezza dei flussi finanziari futuri; b-bis) gli assunti

fondamentali su cui si basano i modelli e le tecniche di valutazione, qualora il fair value non sia stato determinato sulla base di evidenze di mercato; b-ter) le variazioni di valore iscritte direttamente nel conto economico, nonché' quelle imputate alle riserve di patrimonio netto; b-quater) una tabella che indichi i movimenti delle riserve di fair value avvenuti nell'esercizio; 2) per le immobilizzazioni finanziarie iscritte a un valore superiore al loro fair value, con esclusione delle partecipazioni in società controllate e collegate ai sensi dell'articolo 2359 e delle partecipazioni in joint venture: a) il valore contabile e il fair value delle singole attività, o di appropriati raggruppamenti di tali attività; b) i motivi per i quali il valore contabile non è stato ridotto, inclusa la natura degli elementi sostanziali sui quali si basa il convincimento che tale valore possa essere recuperato. Nella nota integrativa sono indicati: 1) per ciascuna categoria di strumenti finanziari derivati: a) il loro fair value; b) informazioni sulla loro entità e sulla loro natura, compresi i termini e le condizioni significative che possono influenzare l'importo, le scadenze e la certezza dei flussi finanziari futuri; b-bis) gli assunti fondamentali su cui si basano i modelli e le tecniche di valutazione, qualora il fair value non sia stato determinato sulla base di evidenze di mercato; b-ter) le variazioni di valore iscritte direttamente nel conto economico, nonché' quelle imputate alle riserve di patrimonio netto; b-quater) una tabella che indichi i movimenti delle riserve di fair value avvenuti nell'esercizio.

NON ESISTONO STRUMENTI FINANZIARI DERIVATI

Art. 2428 c.c. n. 3) e 4) NON ESISTONO A BILANCIO NÉ, EVIDENTEMENTE, AZIONI PROPRIE, NE' AZIONI DI CONTROLLANTI

La Presidente
(Manuela Arata)