

VENERDÌ[®] PIACENTINI

19 | 26 GIU
3 | 10 | 17 LUG

2026

XIV EDIZIONE





DA 15 ANNI, IL FESTIVAL CHE FA CRESCERE PIACENZA

Persone, imprese, cultura e visione: l'evento che ha trasformato l'intrattenimento in una leva concreta per la città

Tra le sue vie cariche di storia e le piazze che raccontano secoli di cultura, prende vita uno degli appuntamenti più attesi e amati: i **Venerdì Piacentini di Blacklemon**. Non è solo un festival: è un rito collettivo, un evento che trasforma il centro storico di Piacenza in un grande teatro a cielo aperto, dove ogni angolo vibra di musica, arte, spettacolo e profumi della buona cucina. Chi arriva da fuori - e sono tanti, da tutta Italia e anche oltre - viene accolto da un'energia contagiosa. Piacenza, per cinque venerdì consecutivi, mostra il suo volto più autentico e accogliente, riuscendo a coniugare bellezza e vitalità in un'esperienza che resta nel cuore.

Ma dietro le luci e le emozioni, c'è molto di più.

I Venerdì Piacentini di Blacklemon sono anche un potente volano economico. Da **15 anni**, quasi **300.000 presenze** nei 5 weekend del festival, generano un indotto che sfiora i **10 milioni di euro** per il commercio locale. E intanto, il **brand "Piacenza"** vola: più di **4 milioni e mezzo di persone** seguono la manifestazione online, grazie a una narrazione sui social capace di far risplendere la città e i suoi tesori culturali e gastronomici oltre i confini regionali.

I media ne parlano, da Milano a Rimini, passando per Parma, Cremona e Brescia, **persino all'estero**. E c'è un altro dato che racconta bene il valore di questa manifestazione: secondo una ricerca dell'Università Cattolica del Sacro Cuore, i Venerdì Piacentini sono considerati l'iniziativa culturale più importante del territorio, per la capacità di promuovere musica, teatro, arti di strada e, soprattutto, il talento degli artisti locali. È così che

Piacenza, con il suo passo discreto ma sicuro, si afferma ogni anno come una città viva, generosa, sorprendente. E chi la incontra, anche solo per una sera d'estate, non può fare a meno di tornare.

58.000

record visitatori per serata

280.000

visitatori complessivi (5 serate)

58%

numero di turisti rispetto sul totale

9.5 milioni

indotto sul commercio in centro

4.6 milioni

persone raggiunte sui social

MILANO TODAY

Venerdì Piacentini. Il festival emiliano preferito dai milanesi

QUOTIDIANO NAZIONALE

Feste e sagre di luglio 2024
Domagna: dove andare e qu...

MILANO TODAY

Venerdì Piacentini, record atteso per il gran finale

IMPACT.ro

INTERVU EXCLUSIV
Nicola Bellotti, organizzator de festi m-aș simți confortabil ca, în cadru meu, să se promoveze consumul d prezentate femeile ca obiecte sau comportamente infraccionale.

BRESCIATODAY

Venerdì Piacentini: torna il più grande festival en plein air emiliano, meta del turismo bresciano

Dal 21 giugno al 19 luglio, ogni venerdì sera, la città emiliana si anima di musica, arte e delizie gastronomiche, attirando i bresciani desiderosi di esplorare lo stile di vita piacentino, visitare musei e gustare la cucina locale

PARMATODAY

Venerdì Piacentini, ambasciatore emiliano in Italia



la GAZZETTA dell'Emilia & dintorni...

Continuano i Venerdì Piacentini: musica, food e spettacoli nel centro storico di Piacenza

PARMATODAY

Venerdì Piacentini. 200 eventi in 5 serate per il grande festival emiliano

MILANO TODAY

I Venerdì Piacentini: al via il Festival che conquista i milanesi

Dal 21 giugno al 19 luglio, ogni venerdì sera, la città emiliana si anima di musica, arte e delizie gastronomiche, attirando i milanesi desiderosi di esplorare lo stile di vita piacentino, visitare musei e gustare la cucina locale

INFO SU: venerdìpiacentini.it

Syusy & PATRIZIO NEWS

PIACENZA: INIZIANO I VENERDI PIACENTINI FINO AL 19 LUGLIO

ARTE, CULTURA, MUSICA, SPETTACOLO E SPORT NEL CENTRO CITTADINO

Turisti per CASO.it

Venerdì piacentini

Shopping night ed eventi nel centro di Piacenza, nei mesi di giugno e luglio

BRESCIATODAY

Venerdì Piacentini. La risposta emiliana alla notte rosa romagnola conquista anche Brescia

EMILIA

IL PIACENZA

Il trionfo dei Venerdì Piacentini 2024: un successo da più di 250 mila visitatori

Migliaia di turisti e un indotto considerevole. Nicola Bellotti, fondatore di Venerdì Piacentini, ha affrontato in prima persona il successo del festival.

LIBERTÀ

PIACENZA 24

Piacenza Sera 17

Bilancio positivo per i Venerdì Piacentini "Record di presenze indotto da 10 milioni"

Venerdì Piacentini, un marketing territoriale davvero

Piacenza NIGHT



VENERDI PIACENTINI: SUCCESSO RECORD. I COMMENTI ENTUSIASTI DEI COMMERCIANTI

LA RISPOSTA EMILIANA ALLA NOTTE ROSA ROMAGNOLA

Dalle origini al format di Blacklemon: i Venerdì Piacentini diventano motore di turismo e visibilità



I Venerdì Piacentini non sono semplicemente un evento estivo, ma la storia di una comunità che ha saputo reinventarsi e rinascere grazie alla creatività, al coraggio e alla collaborazione. Nati da un'intuizione dell'agenzia di comunicazione **Blacklemon**, questi appuntamenti **riescono a generare ogni anno, dal 2011, un significativo indotto per il commercio locale** e a rendere Piacenza per 5 weekend una destinazione turistica riconosciuta e apprezzata. Non è un caso che la stampa abbia definito i Venerdì Piacentini come "la risposta emiliana alla Notte Rosa romagnola": dietro questo successo c'è **una strategia concreta**, autentica e basata sulla valorizzazione delle risorse locali, su una promozione mirata oltre i confini provinciali e,

soprattutto, sul coinvolgimento diretto e appassionato degli operatori economici della città, **il tutto senza ricevere contributi dal Comune di Piacenza, dalla Regione Emilia-Romagna o da altri enti pubblici.**

Per comprendere davvero il significato e il valore che i Venerdì Piacentini hanno assunto nel tempo, bisogna tornare alle origini. Era il 1996 quando il Comune di Piacenza decise di creare una rassegna di eventi serali estivi, con l'apertura straordinaria dei negozi fino a mezzanotte. L'iniziativa, che alternava i nomi "**Venerdì Aperti**" e "Venerdì Piacentini", all'inizio si svolgeva principalmente tra piazza Cavalli e piazza Borgo. Il format, inizialmente apprezzato, iniziò però a perdere mordente già nei primi anni Duemila, fino a

cadere in una crisi profonda fra il 2008 e il 2010. In quegli anni, Piacenza risentiva pesantemente della recessione economica del 2009 che aveva messo in ginocchio tante attività commerciali e drasticamente ridotto l'afflusso di pubblico nel centro storico.

Proprio in quel momento critico, il Comune decise che serviva una svolta decisiva. In collaborazione con la Camera di Commercio, l'Unione Commercianti e Confesercenti, scelse di affidarsi a Blacklemon, agenzia specializzata nel digital marketing e pioniera nell'utilizzo strategico dei social media, per rivoluzionare completamente la manifestazione. **Nicola Bellotti**, anima creativa del progetto, lavorò inizialmente a fianco di Bernardo Tacchini e, successivamente, insieme a Susanna



Pasquali e all'Associazione Quartiere Roma, per realizzare **un piano innovativo di marketing territoriale**.

La nuova strategia, lanciata ufficialmente nel 2011, puntava con decisione sulla promozione turistica di Piacenza, destinando ben il 90% del budget pubblicitario fuori provincia, principalmente verso Lombardia, Liguria, Piemonte ed Emilia-Romagna. **L'obiettivo era chiaro: attirare nuovi visitatori in città e garantire un importante ritorno economico (oggi stimato in circa 10 milioni di euro per edizione) per le attività commerciali locali.** Ma il cuore vero del progetto era rappresentato dalla valorizzazione autentica della cultura piacentina, con la musica, gli

artisti e l'enogastronomia locale al centro delle iniziative. Questo **coinvolgimento diretto degli esercenti e dei negozianti** trasformò l'evento da semplice spettacolo in un'esperienza autentica e coinvolgente.

La risposta della gente fu immediata e travolgente. Fin dalla prima edizione, il nuovo format riscosse un successo straordinario che continuò a crescere negli anni. Oggi, infatti, i Venerdì Piacentini si sviluppano in tutto il centro storico entro le mura farnesiane, con una serie di eventi diffusi che animano le vie principali, le piazze più belle (piazza Cavalli, piazza Duomo, piazza Borgo, piazza S. Antonino) e i giardini cittadini. Il pubblico è invitato

a esplorare la città, passeggiando tra vetrine e monumenti storici, creando così un'atmosfera viva e dinamica che favorisce il commercio e valorizza le bellezze locali.

La scelta strategica di fissare stabilmente le date nelle ultime due settimane di giugno e nelle prime tre di luglio ha permesso inoltre di creare una vera e propria attesa e di fidelizzare un pubblico sempre più ampio e affezionato. In Emilia-Romagna, i Venerdì Piacentini si affiancano alla Notte Rosa, il grande evento estivo della Romagna che si svolge nel weekend del solstizio d'estate. Entrambe le manifestazioni rappresentano i principali appuntamenti estivi della regione, con numeri



importanti: i Venerdì Piacentini richiamano circa 300.000 presenze concentrate in cinque serate nel cuore storico di Piacenza, mentre la Notte Rosa coinvolge oltre 400.000 persone lungo i 110 chilometri della costa romagnola. Infine, ma non meno importante, c'è il modello di sostenibilità economica che rende i Venerdì Piacentini un caso unico nel panorama italiano: l'evento non riceve finanziamenti pubblici e **non chiede quote di partecipazione ai commercianti, sostenendosi interamente attraverso gli espositori e gli sponsor privati**. È questo il segreto di un successo che ha fatto scuola, dimostrando che innovazione, autenticità e spirito di collaborazione possono

davvero trasformare una città e la sua comunità. Dietro l'apparenza di un semplice evento di piazza, i Venerdì Piacentini rappresentano in realtà un sofisticato progetto di marketing territoriale e comunicazione strategica, ideato, sviluppato e coordinato da **Blacklemon**, che ne detiene marchio e format proprio per tutelarne il know-how costruito in oltre quindici anni di esperienza.

La crescita costante della manifestazione non è frutto del caso, ma di un **lavoro professionale continuo** fatto di pianificazione, promozione mirata, gestione dell'identità dell'evento e capacità di attrarre pubblico, sponsor e investimenti privati. Un modello che

negli anni ha dimostrato di potersi sostenere autonomamente senza contributi pubblici, **generando invece un ritorno concreto per tutti gli attori coinvolti**: i commercianti del centro storico, primi beneficiari dell'indotto economico; gli esercenti e le attività cittadine che vedono aumentare il flusso di clienti e consumi; le aziende partner che investono nella manifestazione ottenendo visibilità e posizionamento; gli espositori; e **più in generale l'intero "sistema Piacenza"**, che attraverso i Venerdì Piacentini rafforza attrattività, reputazione e capacità di richiamare persone e risorse da fuori territorio.



200+

eventi per ogni edizione

300+

negozi aperti fino a mezzanotte

3.000

artisti coinvolti nelle edizioni
del festival



VENERDÌ PIACENTINI: PALCOSCENICO PER LA CITTÀ

I Venerdì Piacentini rappresentano ormai da oltre un decennio il principale appuntamento culturale e promozionale di Piacenza. Secondo una recente ricerca dell'Università Cattolica del Sacro Cuore, questa manifestazione è considerata dalla maggior parte dei cittadini, in particolare dai giovani (**81,8%**), come la **più significativa iniziativa culturale** della città.

Attraverso musica, teatro, arti di strada e performance di artisti locali, i Venerdì Piacentini hanno saputo coniugare svago e cultura, diventando una vetrina prestigiosa per il territorio. Non solo intrattenimento, ma autentiche esperienze culturali che portano nelle strade e nelle piazze generi musicali e spettacoli spesso riservati a teatri e luoghi più tradizionali.

Musei aperti, visite alla cattedrale e alle chiese più importanti, collaborazioni con il Conservatorio e con altri festival (come ad esempio il Piacenza Jazz Fest, OrzoRock o Stralunà), offrono al pubblico occasioni di arricchimento personale, promuovendo valori come fairplay, rispetto e inclusività, grazie anche alle numerose esibizioni sportive integrate nel programma.

Una proposta culturale capace di incuriosire, coinvolgere e far crescere la comunità locale e i numerosi visitatori provenienti da altre città.



UNIVERSITÀ
CATTOLICA
del Sacro Cuore

Il festival culturale più importante di Piacenza

Secondo l'Indagine dell'Università Cattolica
la pensano in questo modo:

81,8% *giovani*

50,2% *adulti*

38% *anziani*



IL BRAND PIACENZA SOTTO I RIFLETTORI

Dai media nazionali alla stampa estera, i Venerdì Piacentini rendono Piacenza un brand turistico

La **rassegna stampa** dei Venerdì Piacentini 2025 rappresenta uno dei casi più interessanti di evoluzione del sistema mediatico territoriale degli ultimi anni. Analizzando nel dettaglio le centinaia di contenuti pubblicati durante il festival emerge infatti un fenomeno che va oltre la semplice promozione di un evento estivo: prende forma **un nuovo modello di comunicazione urbana, diffuso, reticolare e capace di superare i tradizionali confini dell'informazione locale.**

L'edizione 2025 ha generato **un ecosistema mediatico** estremamente ampio, coinvolgendo quotidiani online, radio, portali culturali, piattaforme turistiche, aggregatori nazionali, media regionali e perfino una testata **internazionale.** La forza della rassegna non risiede soltanto nella quantità di articoli pubblicati, ma soprattutto nella capacità del festival di diventare un argomento costante

di conversazione pubblica per settimane.

Ed è proprio qui che emerge il dato più significativo. Per molti anni il racconto della vita cittadina è passato quasi esclusivamente attraverso il filtro dei grandi quotidiani territoriali. Oggi, invece, il panorama appare profondamente cambiato. I Venerdì Piacentini mostrano come un grande evento urbano possa costruire una presenza mediatica dominante **attraverso una molteplicità di canali differenti,** senza dipendere da un singolo soggetto editoriale.

La rassegna evidenzia infatti una copertura estremamente forte e continuativa da parte del sistema digitale territoriale. Testate come **IlPiacenza, Piacenza Sera, Piacenza24, Radio Sound, Piacenza Night, Il Mio Giornale, Quotidiano Piacenza Online, Piacenza Diario, Sport Piacenza,** e numerosi altri media locali come





Libertà, Corriere Padano e Il Nuovo Giornale hanno seguito il festival settimana dopo settimana, costruendo un racconto progressivo, diffuso e capillare. Ogni serata è stata trattata come un evento autonomo, con un proprio immaginario e una propria identità narrativa: gli spettacoli musicali, le aperture straordinarie dei luoghi culturali, la danza aerea, il wrestling, gli eventi dedicati al sociale, le grandi piazze gremite, le iniziative artistiche e le atmosfere urbane hanno generato continuamente nuove immagini, nuovi titoli e nuovi contenuti condivisibili. Questa dinamica è particolarmente interessante perché dimostra come oggi la reputazione pubblica di un evento si costruisca in modo distribuito. **Non esiste più un unico centro della narrazione: il racconto nasce dalla somma di molteplici voci, piattaforme e comunità digitali.** In questo contesto, anche il ruolo delle testate storiche cambia naturalmente configurazione. Alcuni media hanno scelto un approccio più essenziale e orientato prevalentemente all'informazione di servizio (come Libertà), mentre altri hanno investito maggiormente sul racconto esperienziale e sull'approfondimento del festival (come Il Nuovo Giornale). Ma il dato realmente significativo è che la forza comunicativa complessiva

dell'evento non ne ha risentito. Al contrario, **la rassegna mostra come il festival abbia sviluppato una capacità autonoma di generare attenzione, partecipazione e visibilità.** Questo è probabilmente uno dei segnali più chiari dell'evoluzione del sistema mediatico contemporaneo: la centralità si sposta progressivamente dalla singola testata alla rete complessiva delle conversazioni. Molto importante è stata anche la dimensione sovraprovinciale raggiunta dal festival. A cominciare dal passaggio su **Canale Italia** con il **TG del Turismo** condotto da **Syusy Blady e Patrizio Roversi**, che ha mandato in onda uno speciale sul festival. La presenza di testate come **Milano Today, Brescia Today e Parma Today** ha contribuito a trasformare i Venerdì Piacentini in un fenomeno percepito ben oltre il territorio locale. Piacenza viene raccontata come città viva, attrattiva e culturalmente dinamica, capace di richiamare pubblico e attenzione da diverse aree del Nord Italia. Ancora più significativa è la presenza di **Emilia-Romagna Turismo** nella rassegna stampa. Questo elemento attribuisce al festival una valenza istituzionale e turistica molto rilevante, collocandolo di fatto tra gli appuntamenti che contribuiscono alla promozione dell'intero territo-



rio regionale. Parallelamente, piattaforme come **Virgilio** e **Agenparl** hanno ampliato ulteriormente la diffusione del festival, proiettandolo anche in circuiti mediatici nazionali. La rassegna restituisce così l'immagine di un evento che non appartiene più soltanto al calendario cittadino, ma che inizia a essere percepito come un modello organizzativo e comunicativo di interesse più ampio. Il dato forse più sorprendente arriva però dalla dimensione internazionale.

Tra i contenuti della rassegna compare infatti anche un approfondimento pubblicato dalla **testata rumena Impact**, dedicato non soltanto al festival, ma alla sua filosofia culturale e ai valori che ne caratterizzano l'identità. È un passaggio estremamente importante perché introduce un concetto nuovo: i Venerdì Piacentini iniziano a essere osservati anche oltre i confini italiani come format culturale urbano. Non si tratta semplicemente di una citazione su una testata estera, ma del **segnale di un interesse verso un modello urbano e culturale che riesce a tenere insieme elementi molto diversi tra loro**: l'intrattenimento popolare, la valorizzazione del centro storico, la sicurezza, la cultura diffusa, il turismo e la partecipazione collettiva. È proprio questa capacità

di trasformare la città in uno spazio vivo, condiviso e riconoscibile a rendere i Venerdì Piacentini un'esperienza osservata con attenzione anche oltre i confini italiani. In un momento storico in cui molte città europee stanno cercando nuovi modi per riportare persone, relazioni e vitalità nei centri urbani, il festival piacentino inizia infatti ad assumere un significato che supera la semplice dimensione locale. Anche i numeri finali confermano la portata del fenomeno. La rassegna riporta circa 300.000 presenze complessive, con oltre metà dei visitatori provenienti da fuori città e un indotto economico stimato attorno ai 10 milioni di euro. Dati che testimoniano non soltanto il successo del festival, ma **la sua capacità concreta di incidere sulla percezione, sull'economia e sull'attrattività della città**. Nel complesso, la rassegna stampa racconta quindi molto più di una manifestazione estiva riuscita. Racconta la nascita di un ecosistema comunicativo moderno, diffuso e partecipato. **Racconta una città che riesce a diventare contenuto, esperienza e narrazione collettiva**. E racconta soprattutto la forza di un festival che, anno dopo anno, sembra ormai avere superato i confini tradizionali dell'evento locale per trasformarsi in un vero fenomeno culturale urbano.



Bellotti, dai Venerdi Piacentini al marketing territoriale: ecco come far crescere città e provincia
Di Giovanni Volpi - 25 luglio 2023

BRESCIATODAY

EVENTI / MANIFESTAZIONI

Alla scoperta delle meraviglie di Piacenza grazie alla magia dei Venerdi Piacentini
★★★★★



Venerdi Piacentini, un esempio di marketing territoriale che funziona davvero

BRESCIATODAY

EVENTI / MANIFESTAZIONI

Venerdi Piacentini. La risposta emiliana alla notte rosa romagnola conquista anche Brescia
★★★★★

MILANO TODAY

Il cane di Toto Cutugno e quel gentiluomo vero
Massimiliano Melley

EVENTI / MANIFESTAZIONI

Venerdi Piacentini, record di presenze e molta attesa per il gran finale
★★★★★



PARMATODAY

EVENTI

Venerdi Piacentini. 200 eventi in 5 serate per il grande festival emiliano

MILANO TODAY

EVENTI / MANIFESTAZIONI

Venerdi Piacentini. Il festival emiliano preferito dai milanesi parte con 200 spettacoli in 5 venerdì sera
★★★★★

Piacenza Sera 15
Gran finale dei Venerdi Piacentini, Beatles, Led Show, Cani del cielo e festa ai Giardini
di Redazione - 21 Luglio 2023 - 8:07

PIACENZA 24
RADIO SOUND

IL PIACENZA
EVENTI
Venerdi piacentini al via il 23 giugno. «La grafica dell'evento? La faremo con l'intelligenza artificiale»
Blacklemon al lavoro per definire il programma ufficiale della kermesse estiva in centro storico che

DIETRO LA FESTA IN CENTRO, UN'ECONOMIA CHE SI MUOVE

A raccontare l'impatto economico dei Venerdì Piacentini sono commercianti, esercenti e operatori del territorio

I Venerdì Piacentini si confermano sempre più **il volano strategico per l'economia locale e il primo strumento di promozione territoriale per il brand "Piacenza"**, che negli ultimi anni sta cercando una visibilità di livello nazionale e internazionale. La formula, che unisce cultura, gastronomia, intrattenimento e shopping, ha dimostrato una grande capacità attrattiva, generando un indotto complessivo stimato in circa 10 milioni di euro per il centro storico. Se è vero che **la chiave del successo di una strategia di Marketing territoriale è trasformare un "luogo" in una "esperienza"**, i Venerdì Piacentini nella formula ideata da Blacklemon si stanno muovendo

da oltre un decennio in quella direzione. Il festival non si limita ad animare le vie della città, ma svolge un ruolo fondamentale nella costruzione e promozione dell'immagine stessa di Piacenza. Le coperture mediatiche ottenute da importanti quotidiani e riviste di città come Milano, Brescia, Parma, Lodi, Cremona e Rimini hanno contribuito a posizionare Piacenza come meta turistica e commerciale, valorizzando la qualità della vita, le eccellenze gastronomiche e le bellezze culturali e paesaggistiche del territorio.

La voce più importante, tuttavia, è quella dei commercianti che hanno vissuto in prima persona l'impatto eco-





nomico positivo generato dall'evento. **Claudio Giovilli di Malagueña e Vicolo** afferma con entusiasmo: «È stato il nostro miglior risultato di sempre. Anche l'ultima serata, tradizionalmente più tranquilla, ha superato ogni aspettativa». Gli fanno eco **Edoardo Lazzara e Paolo Garbazza di Sesto Elemento**: «Abbiamo avuto moltissimi clienti nuovi e vendite molto superiori alle aspettative, grazie alla grande affluenza e all'atmosfera coinvolgente del festival». **Mariacarla Baldrighi di Il Monello** conferma: «Era la mia prima esperienza ai Venerdì Piacentini e non mi aspettavo un risultato così positivo». **Emanuele Rossi di Bottiglieria del Duomo** aggiunge: «Abbiamo lavorato molto bene tutte e cinque le serate, specialmente grazie ai tanti turisti che hanno scoperto Piacenza». **Thomas Scalia del Dado Bar** evidenzia il valore economico degli eventi: «I Venerdì Piacentini sono essenziali per il nostro fatturato e quest'anno l'organizzazione è stata ancora più efficace rispetto al passato». **Paola Prati del Caffè dei Mercanti** sottolinea l'aspetto internazionale del festival: «Mai come quest'anno abbiamo avuto una presenza significativa di turisti stranieri». **Vincenzo Licari di Enoteca**

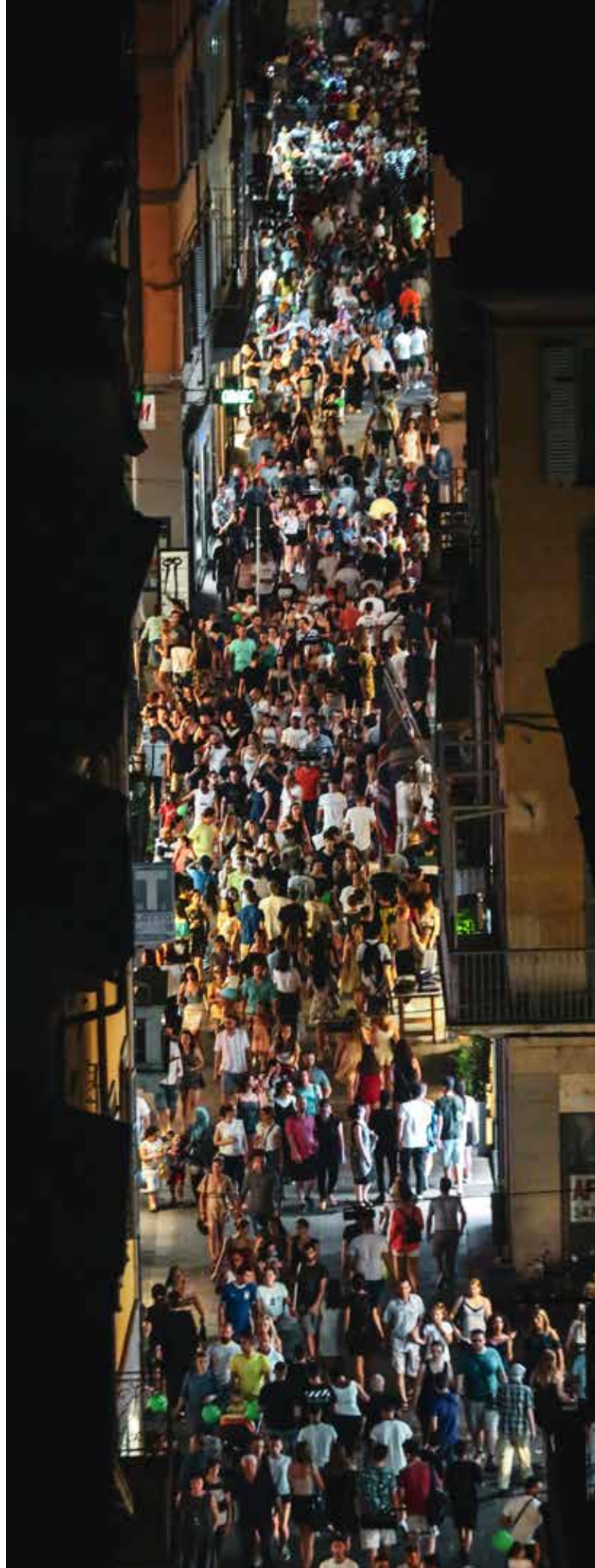
del Corso e Gelateria La Romana e Simone Bordoni di Battisti confermano a loro volta che «questa edizione ha permesso un incremento significativo degli incassi, garantendo un contesto sicuro e piacevole per tutti». Anche durante le precedenti edizioni, l'impatto positivo del festival è stato notevole. **Edoardo Cassinari**, titolare del **Dubliner's Irish Pub** di via San Siro, interpellato sull'argomento ha spiegato che «gli incassi della serata



sono stati superiori al primo venerdì di luglio del 2019». **Pier Cesare Licini**, timoniere del **Chez Art**, ha detto che «in piazza Borgo si è lavorato molto bene e che gli incassi si sarebbero potuti protrarre a lungo se le autorità lo avessero consentito». **Alessandro Picchioni**, dell'omonima **Enoteca Picchioni**, ha sottolineato «il problema degli orari del festival (che deve terminare entro l'una di notte, non per scelta di Blacklemon, ma per disposizione delle autorità)» dichiarandosi comunque «soddisfatto degli incassi, soprattutto considerato il fatto che in luglio si lavora

Ogni settimana le strade si riempiono di musica, risate, colori, creando un'atmosfera unica che si respira solo in occasione di questo evento.

I bar e i ristoranti locali si animano di visitatori entusiasti, mentre i mercatini artistici offrono prodotti unici e artigianali. È un'opportunità per i commercianti locali di fare affari e per i visitatori di immergersi nell'atmosfera unica della cultura piacentina.





SICUREZZA: 15 ANNI SENZA UN SOLO INCIDENTE



Il piano operativo di sicurezza dei Venerdi Piacentini è **il più complesso e completo mai strutturato per un evento a Piacenza**, tanto da essere utilizzato come modello per le altre iniziative territoriali. Si tratta di un piano ragionato insieme agli esperti dalla Questura di Piacenza, pienamente approvato sia dalla Polizia di Stato che dalla Pubblica Assistenza (118), con parere favorevole della commissione presso la Prefettura di Piacenza. **Un piano aggiornato annualmente** per garantire standard di sicurezza di eccellenza, che parte dall'analisi dei rischi (basata sull'algoritmo di Maurer) e definisce nel dettaglio tutte le misure necessarie: protezione e presidio degli accessi, numero e collocazione di ambulanze, automediche e personale sanitario, squadre di soccorritori della Croce Rossa con equipaggiamenti di primo soccorso, **steward qualificati con patente per il controllo pat down e formazione antincendio**, certificazione degli impianti elettrici, individuazione delle aree dedicate alle emergenze più gravi, produzione di video informativi per i visitatori, distribuzione strategica degli estintori presso palchi e stand gastronomici, nonché la gestione accurata dei servizi igienici pubblici.

Queste sono soltanto le più evidenti tra le misure di sicurezza che in ogni edizione mettiamo in campo per consentire alla festa di essere vissuta pienamente, considerando i possibili rischi. Uno spiegamento di forze che, sotto la supervisione della Questura di Piacenza, ha permesso agli organizzatori di realizzare i Venerdi Piacentini nel rispetto delle normative emanate dopo gli incidenti di Torino e i casi di terrorismo internazionale. Grazie al preziosissimo aiuto di Polizia Locale, Polizia di Stato, Carabinieri, Guardia di Finanza, Vigili del Fuoco, Croce Rossa Italiana e Protezione Civile, e grazie all'alto livello di attenzione per il tema, in 15 anni non è mai stato registrato alcun tipo di incidente.





VENERDÌ[®] PIACENTINI

© COPYRIGHT 2011-2026
OGNI DIRITTO È RISERVATO
FORMAT E IDEA ORIGINALE TUTELATI

IL MARCHIO, IL FORMAT, L'IDENTITÀ COMUNICATIVA E IL KNOW-HOW STRATEGICO DEI VENERDÌ PIACENTINI SONO SVILUPPATI E COORDINATI DA BLACKLEMON CHE NE TUTELA NEL TEMPO LA CONTINUITÀ PROGETTUALE E IL VALORE COME PROPRIETÀ INTELLETTUALE.

**I MARCHI VENERDÌ PIACENTINI[®]
E BLACKLEMON[®] SONO REGISTRATI**

DIREZIONE ARTISTICA DEL FESTIVAL:

NICOLA BELLOTTI

DIREZIONE ORGANIZZATIVA:

SUSANNA PASQUALI

SUL PROGETTO HANNO LAVORATO:

NICOLA BELLOTTI, SUSANNA PASQUALI, MICOL PARETI, ILARIA MAFFI,
VALENTINA MONTANARI, GHITA PASQUALI, GERMANA BERTON, GAGAN DEEP
DHARAM, ANDREA PARTITI, PAOLA LANATI, MATTEO DEFAQZ, CORRADO
GAVIGLIO, MARIA TRENTINI.

SI RINGRAZIANO:

KATIA TARASCONI, SINDACO DI PIACENZA
SIMONE FORNASARI, ASSESSORE AL COMMERCIO DEL COMUNE DI PIACENZA



blacklemon