VARIOUS VOICES BRUSSELS 2026!

Rapporto e valutazione del festival

Il nostro viaggio meraviglioso per far sì che il tuo cuore si faccia sentire!

Il presente documento è una traduzione della relazione finale del festival, pubblicata in inglese. Il suo scopo è quello di facilitare la lettura a chi non conosce l'inglese o lo conosce solo in misura limitata. La traduzione è stata effettuata tramite lo strumento di intelligenza artificiale Deepl. Il testo non è stato revisionato da madrelingua e potrebbe quindi contenere errori. In caso di discrepanze, la versione inglese prevale.

Introduzione **3**
PRIMA DEL FESTIVAL **4**
Procedura di candidatura **4**
Various Voices Brussels 2026 ASBL **5**
Cori partecipanti **6**
Delegati partecipanti **8**
Piattaforma di registrazione **10**
Tariffe del festival **11**
Tariffe per i cori 11
Tariffe per i delegati 13
Procedura di pagamento 14
Annullamenti 15
Programma di sostegno 16
Fondo di solidarietà 19
Alloggio 19
Trasporti 21
Sedi del Festival **21**
Sedi al chiuso 21
Sedi all'aperto e piani alternativi 22
Il progetto "Let Your Heart Be Heard" **24**
Comunicazione **27**
Identità grafica 27
Sito web 27
La campagna di Bologna 28
Social media 29
Newsletter 30
Gestione delle e-mail 30
Appuntamento a Bruxelles / Festival Hand in Hand 31
Negozio del Festival 31
Pubblicità 32
Copertura mediatica 33
DURANTE IL FESTIVAL **34**
L'ondata di caldo **34**
Programma del Festival **36**
Il programma 36
Staff tecnico 37
Gestione dei biglietti 38
Concerti pomeridiani: il cuore del Festival 40

Spettacoli e cerimonie 41
Concerti di strada 45
Concerti nell’ambito delle collaborazioni 45
Visite guidate al Municipio 46
Concerti gratuiti al Municipio 47
Vaux Hall Estate 47
Spirito di comunità - Programma sociale 48
Villaggio del Festival 48
Visite guidate 48
Prove di "Let Your Heart Be Heard" 49
Laboratori 49
Attività ricreative 50
Feste serali 50
Inclusività 51
Accessibilità 52
Sicurezza 55
Sostenibilità 57
Volontariato 58
Comunicazione durante il Festival 60
Tesserino del Festival 60
Segnaletica 61
Fotografi 61
Sito web 62
Social media 62
Centro di accoglienza 63
Copertura mediatica 64
Comunicazione di crisi 64
Video del Festival 65
DOPO IL FESTIVAL 65
Bilancio del Festival 65
Panoramica generale 65
Prefinanziamento 66
Entrate 67
Una nota sulla sponsorizzazione 68
Spese 69
Risultati finanziari 70
Il team del festival 70
Valutazione del festival e impatto economico 72
Conclusione 76

Introduzione

Nel 2023, il terzo giorno del Festival di Bologna, ricordo di aver detto a un amico di un altro coro che cominciavo a sentirmi stanco perché correvo da una parte all'altra per non perdermi nulla del festival: da una sede all'altra, dal centro di Bologna al Villaggio, da un concerto del mio coro preferito a una scoperta casuale per strada... Allo stesso tempo, dovevo gestire tutte le emozioni che derivavano dal rivedere vecchi amici, incontrarne di nuovi, condividere momenti di gioia e le emozioni suscitate da una canzone o da uno spettacolo...

Mi ha detto: «È come essere in una lavatrice!»

Various Voices ci stravolge completamente. Ne usciamo svuotati, esausti, strizzati. Ma cosa c'è di più unico e piacevole di un'esperienza del genere che prende il sopravvento sulle nostre vite per cinque giorni!

Il significato di «Various Voices» non si può descrivere a parole. Va vissuto. Dall'interno della lavatrice.

Il team di Bruxelles ha appena trascorso sei anni all'interno della lavatrice. È stata un'avventura ricca di colpi di scena. Ci sono state risate; ci sono state lacrime. C'è stata impazienza; c'è stato stress. C'è stata la gioia di realizzare un sogno; c'è stata la paura che potesse trasformarsi in un incubo.

Oggi vi invitiamo a tuffarvi di nuovo nella lavatrice insieme a noi. Rivivrete momenti familiari e, senza dubbio, scoprirete molte cose che non sapevate.

Perché per rendere realtà questi cinque giorni di festival ci sono voluti anni di lavoro. Molto lavoro, ma anche grande impegno, passione e amore per la nostra comunità corale LGBTQI+.

Unitevi a noi in questo viaggio favoloso!

Christophe Cordier
Presidente del Festival

PRIMA DEL FESTIVAL

Il processo di candidatura

Per alcuni membri del team organizzativo, l'organizzazione del festival è iniziata dieci anni fa.

Era il 2016, quando cantavamo ancora in un altro coro, che l'idea di ospitare il festival a Bruxelles ha preso forma. Alcuni di noi hanno avviato la procedura di candidatura per Various Voices 2022. Per farla breve (potremmo scrivere centinaia di pagine su questo argomento...), il progetto è fallito poche settimane prima di Various Voices Monaco 2018 e alla fine ci ha portato a fondare Sing Out Brussels! pochi mesi dopo.

Nel marzo 2020, mentre il Belgio entrava in lockdown a causa del Covid, Legato ha lanciato il bando per Various Voices 2026. Il consiglio direttivo di Sing Out Brussels! si è messo al lavoro per preparare una "Manifestazione di interesse" – un breve documento di quattro pagine che gettava già le basi per la nostra visione del festival. Questo documento è stato presentato a Legato nel giugno 2020.

Nell'ottobre 2020, Bruxelles e Barcellona sono state invitate a preparare la candidatura completa. Legato ci ha fornito un feedback sulla nostra proposta iniziale e noi abbiamo rivisto la nostra visione sulla base di tale feedback. La preparazione del dossier di candidatura ha richiesto nove mesi di lavoro (una vera e propria opera d'amore!) per fornire un quadro il più dettagliato possibile del nostro progetto in termini di budget, finanziamenti, programma, prezzi, visione artistica, sedi del festival, alloggi, partnership, sostenibilità, eredità e così via. Abbiamo avuto la "fortuna" di poter svolgere questo lavoro mentre il Belgio era in lockdown, il che ci ha permesso di ritagliarci facilmente del tempo dai nostri rispettivi lavori per organizzare riunioni online e preparare la candidatura con i vari potenziali partner.

Nella preparazione dell'offerta, abbiamo ricevuto il sostegno del Convention Bureau di visit.brussels (l'agenzia di promozione turistica) e, in particolare, da Margaux Huvelle. Siamo stati inoltre messi in contatto con MCI, un'azienda specializzata nell'organizzazione di conferenze. La nostra referente, Dorothée Flament, ci ha aiutato a redigere un bilancio preventivo iniziale e un "calendario a ritroso" che specificava cosa doveva essere fatto e entro quando.

Oltre alla candidatura, abbiamo realizzato un video promozionale. Il video è stato diretto e montato da Julie Janssens, membro di Sing Out Brussels!, con un approccio decisamente umano e personale. Nel video, girato in varie location di Bruxelles, in particolare al Bozar, compaiono una decina di membri di Sing Out Brussels!. Questo video promozionale è stato finanziato da visit.brussels nell'ambito del suo programma di sostegno volto ad attrarre eventi internazionali a Bruxelles. Questo video stimolante e gioioso, girato in un solo giorno nel maggio 2021, ha svolto un ruolo fondamentale nell'ottenere il sostegno per il festival.

La nostra candidatura e il video promozionale sono stati presentati a Legato nel giugno 2021. Il Consiglio di Legato ha assegnato alla nostra candidatura un

punteggio eccezionale del 98 per cento. Ad agosto, i cori membri di Legato hanno votato e hanno scelto a stragrande maggioranza Bruxelles come città ospitante. La selezione di Bruxelles è stata annunciata ufficialmente nell'ottobre 2021.

A quel punto, avevamo già dedicato 18 mesi di lavoro al festival senza alcuna certezza di poterlo organizzare. L'avventura poteva ora iniziare davvero!

Various Voices Brussels 2026 ASBL

Nel marzo 2022, i membri del Consiglio di Amministrazione di Sing Out Brussels! hanno costituito ufficialmente l'organizzazione senza scopo di lucro (ASBL - Association Sans But Lucratif) Various Voices Brussels 2026.

Ci sono voluti alcuni mesi di riflessione per arrivare a questo punto. Inizialmente, avevamo sperato che fosse l'organizzazione senza scopo di lucro Sing Out Brussels! a organizzare il festival. Tuttavia, Legato richiedeva la creazione di un'entità giuridica separata. Ciò era necessario per firmare il contratto e ha causato una certa tensione: non vedevamo il senso di creare una seconda organizzazione composta dalle stesse persone, ed eravamo preoccupati di non poter beneficiare della reputazione di Sing Out Brussels!, che era già ben consolidata presso le autorità pubbliche che fornivano i finanziamenti.

Alla fine, Legato aveva ragione: organizzare il festival è un compito a sé stante che doveva essere tenuto separato dalla gestione del coro. I bilanci gestiti dalle due organizzazioni erano incomparabili. Lo stesso valeva per il carico di lavoro.

Inizialmente, il coro e il festival condividevano alcuni membri del consiglio direttivo, ma col passare del tempo questa situazione si è rivelata ben presto ingestibile per le persone coinvolte e, a partire dal 2023, le associazioni hanno avuto due consigli direttivi chiaramente distinti. Dopo un anno di funzionamento in questo modo, è diventato evidente che ciò stava causando problemi, poiché il coro e il festival si stavano sviluppando lungo percorsi diversi. Abbiamo quindi deciso che ogni riunione di ciascuna organizzazione senza scopo di lucro dovesse essere organizzata alla presenza di un membro del consiglio dell'altra organizzazione. Ciò non è avvenuto senza difficoltà: il team del festival era interamente concentrato su un progetto che sembrava lontano all'altro team ma che per loro era incredibilmente vicino, mentre il team del coro era sommerso dalla gestione quotidiana del coro e dalla pianificazione dei propri progetti.

Spesso avevamo l'impressione che ci fossero «il coro» (e i suoi progetti) e «il festival» (che era un progetto che sembrava avere poca o nessuna attinenza con il coro). Pochi mesi prima del festival, si è tenuta una riunione particolarmente intensa tra i due consigli direttivi, che ha messo in luce molta frustrazione, disordine e stanchezza tra il team di Various Voices. In seguito a ciò, i due team hanno collaborato più strettamente. Ma a quel punto mancavano solo tre mesi al festival.

Riteniamo particolarmente importante trasmettere queste informazioni ai futuri team organizzativi. Gestire un coro comporta preparare concerti, gestire il reclutamento e pianificare le stagioni musicali, a volte con uno o due anni di anticipo. Ma i risultati di questo lavoro sono rapidamente visibili ai cantanti e portano un riconoscimento immediato. Gestire un festival comporta lavorare dietro le quinte per anni su un progetto che rimane astratto e invisibile ai membri (tanto più che ogni anno nuovi membri si uniscono al coro e non hanno mai partecipato a Various Voices). Esiste un rischio significativo di perdere il legame tra i due progetti, anche se sono sempre uno o più cori a costituire la base della candidatura. Riunioni congiunte, comunicazione costante e presentazioni e workshop regolari che coinvolgano i membri del coro sono essenziali per mantenere questo legame.

Cori partecipanti

Il numero di cori e gruppi musicali LGBTQI+ è in costante crescita in Europa. Legato conta attualmente 162 membri! Questa crescita sta avendo un impatto sul festival Various Voices, con ogni edizione che ospita un numero di cori superiore a quello della precedente.

Nel 2023, 105 cori hanno partecipato al festival di Bologna. Abbiamo stimato che Bruxelles potesse ospitarne altrettanti. Per andare sul sicuro, data la durata prevista del festival e il numero di sedi che il nostro budget ci consentiva di affittare, abbiamo fissato a 120 il numero massimo di cori partecipanti.

Le iscrizioni dei cori alla tariffa Early erano possibili dal 1° settembre al 31 dicembre 2024. I cori hanno dimostrato grande entusiasmo non appena si sono aperte le iscrizioni, con 46 adesioni già nel mese di settembre (oltre il 30% della capienza del festival). Il ritmo ha poi subito un rallentamento. Come previsto, a dicembre si è verificata una corsa alle iscrizioni, con i cori che si sono affrettati a registrarsi in tempo per beneficiare della tariffa Early Bird. La capienza massima del festival (120 cori) è stata raggiunta pochi giorni prima del 31 dicembre 2024.

Lo stesso giorno abbiamo aperto una lista d'attesa. Nel corso delle settimane, 12 cori si sono aggiunti alla lista d'attesa. Successivamente, diversi cori hanno annullato la propria iscrizione per vari motivi (quota di partecipazione troppo elevata per i propri membri, invecchiamento del coro, riorganizzazione o scioglimento del coro...), il che ha permesso alla maggior parte dei cori in lista d'attesa di iscriversi alla tariffa standard. Coloro che non l'hanno fatto hanno semplicemente deciso di non partecipare.

Alla fine, **114** cori hanno partecipato al festival, mentre 14 cori che si erano inizialmente iscritti si sono ritirati. 22 cori (il 17% del totale) hanno partecipato al festival per la prima volta: 20 provenienti dall'Europa e due dagli Stati Uniti.

I cori iscritti provenivano da 18 paesi, la maggior parte dei quali dalla Germania (32 cori), dal Regno Unito (26 cori) e dai Paesi Bassi (13 cori). La stragrande maggioranza dei cori partecipanti era europea e abbiamo accolto anche sei cori americani.

Per quanto riguarda le formazioni corali, la maggior parte dei 114 cori era di tipo SATB (48 cori), seguita da TTBB (43 cori) e SSAA (16 cori). I restanti sei cori "altri" non

rientravano in questa classificazione. Se confrontiamo questi dati con quelli di Legato, possiamo notare che i cori TTBB erano leggermente sovrarappresentati al festival, mentre quelli SSAA erano sottorappresentati. Questo squilibrio è stato accentuato dalla presenza dei cori GALA, come illustrato nella tabella sottostante.

nb Legato choirs as in January 2025		Registered choirs	Registered choirs in % of Legato members	Registered delegates	Delegates in % of the total
SATB	74	46	62%	1913	47%
TTBB	51	39	76%	1573	39%
SSAA	30	16	53%	340	8%
Other	8	7	88%	223	6%
Total	**163**	**108**	**66%**	**4049**	**100%**
* adding the 6 ensembles as additional choirs				* includes GALA choirs and double memberships	

Il team del festival non ha lesinato sforzi per aumentare la diversità all'interno dell'evento. A metà novembre 2024, una volta raggiunto il numero di 60 cori iscritti (metà della capienza del festival), abbiamo inviato e-mail personalizzate a circa 60 cori: cori provenienti da paesi non ancora rappresentati, cori SSAA, cori LGBTQI+ non membri di Legato nei paesi dell'UE non ancora rappresentati, cori che riuniscono persone transgender, cori provenienti da altri continenti. Li abbiamo informati del nostro desiderio di vederli partecipare al fine di rafforzare la diversità all'interno del festival. Abbiamo anche chiesto loro quali ostacoli potessero impedire loro di partecipare all'evento (costo, data, ecc.) e ci siamo offerti di incontrarli virtualmente. Purtroppo, abbiamo ricevuto pochissime risposte.

Abbiamo inoltre invitato sistematicamente i cori che avevano aderito a Legato dall'apertura delle iscrizioni a partecipare al festival (20 cori). La maggior parte di essi (16) si è effettivamente iscritta. Tuttavia, notiamo che, tra i 14 cori che hanno annullato la partecipazione, 6 sono cori che hanno aderito a Legato molto di recente, proprio con l'intenzione di partecipare al festival. Abbiamo notato che, in generale, erano molto poco informati su cosa sia il festival e su come sia organizzato. Alcuni cori non capivano perché i loro membri dovessero pagare una quota di iscrizione. Alcuni cori volevano finanziare l'intero viaggio per i propri membri (quote di iscrizione, trasporto e alloggio), il che è del tutto irrealistico. Altri cori hanno chiesto che le spese di trasporto fossero coperte dal festival, cosa finanziariamente impossibile con il nostro budget. A volte abbiamo avuto l'impressione che alcuni cori vedessero il festival come un'organizzazione professionale ben consolidata, mentre in realtà è gestito da un piccolo gruppo di volontari che cambia ogni quattro anni e dispone di risorse molto limitate!

Raccomandiamo che Legato informi chiaramente i cori nuovi membri su come il festival viene finanziato e organizzato. Inoltre, ogni nuovo coro potrebbe avere a disposizione per un anno un "referente", un membro del Consiglio di Legato, che fornisca orientamento e risponda a eventuali domande.

Infine, per quanto riguarda la gestione della lista d'attesa, anziché assegnare i posti in ordine cronologico, abbiamo attribuito punti in base a vari criteri per valorizzare

la diversità del festival. I cori che soddisfacevano i seguenti criteri hanno ricevuto più punti:

- Nuovo membro di Legato
- Non ha mai partecipato al festival in precedenza
- Coro SSAA o “altro”
- Paese non rappresentato al festival

Raccomandiamo al team organizzativo del prossimo festival di utilizzare gli stessi metodi nel tentativo di aumentare la diversità del festival.

Delegati partecipanti

Le iscrizioni dei delegati con tariffa anticipata si sono svolte dal 01/01/2025 al 30/06/2025.

Sulla base del numero di cori iscritti al 31/12/2024, abbiamo stimato il numero di potenziali delegati a 4000 (l'80% del numero totale dei membri dei cori iscritti), anziché i 3500 inizialmente previsti nel bilancio.

Nel bilancio complessivo del festival avevamo previsto un totale di 2.747 iscritti con tariffa Early Bird. Alla fine, 3.**348** delegati hanno completato la registrazione con tariffa Early Bird!

Questo numero eccezionale è stato al tempo stesso una buona e una cattiva notizia. Da un lato, ha dimostrato un livello di interesse molto elevato per il festival. Dall’altro, ha significato che abbiamo dovuto rivedere le nostre previsioni di bilancio, poiché a parità di numero totale di partecipanti al festival (4.000), avremmo registrato una perdita (30.000 €) a causa del minor numero di iscrizioni alla tariffa standard.

La maggior parte dei delegati ha aspettato fino all’ultimo minuto per iscriversi. Inizialmente, la crescita è stata costante: del 51% da marzo ad aprile e dell’83% da aprile a maggio. Poi, a giugno, si è registrato un picco enorme del 330%.

Le iscrizioni dei partecipanti alla tariffa standard si sono svolte dal 1° luglio 2025 al 31 dicembre 2025. Le statistiche relative alle iscrizioni alla tariffa anticipata suggerivano che il 90% dei membri di ciascun coro si sarebbe iscritto al festival. Abbiamo quindi rivisto le nostre previsioni, aumentando il numero previsto di partecipanti al festival a 4.200 anziché 4.000, il che rispondeva anche a un’esigenza finanziaria volta a compensare la perdita causata dall’eccessivo numero di iscrizioni anticipate. Abbiamo inoltre stabilito che 4.200 fosse il numero massimo consentito per garantire ai partecipanti un’esperienza ottimale, tenendo conto della capienza delle nostre sedi. Abbiamo comunicato chiaramente questo limite massimo, sperando di stimolare un’accelerazione delle iscrizioni, cosa che però non si è verificata.

Al 31 dicembre 2025, il festival contava **3.932** partecipanti.

Il numero di partecipanti era quindi inferiore alle nostre previsioni. Ciò ha comportato un’ulteriore perdita di entrate, stimata in circa 16.000 €. Di conseguenza, abbiamo deciso di mantenere aperte le iscrizioni alla tariffa “Regular”

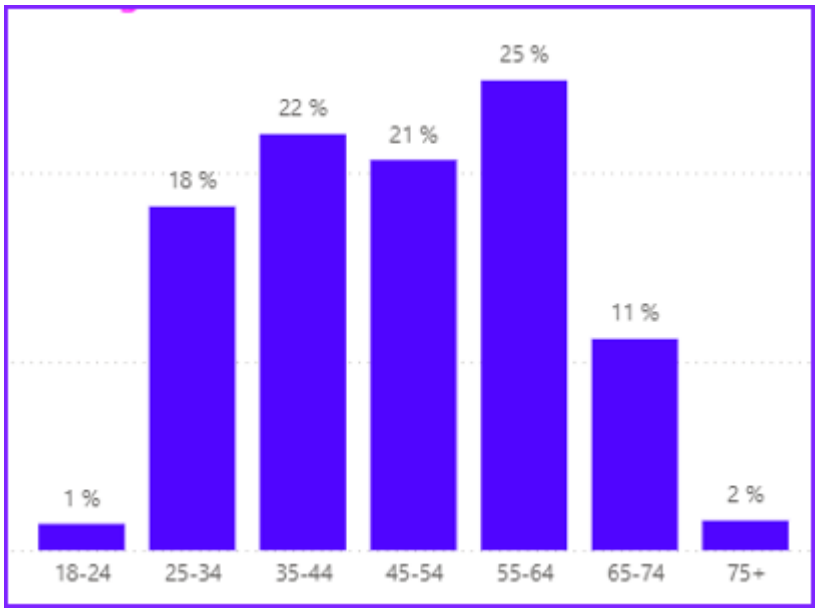
fino al raggiungimento del nostro obiettivo finanziario, che corrisponde a circa 70 iscrizioni. Alla fine di gennaio 2026, l'obiettivo di 4.000 iscrizioni è stato raggiunto.

Siamo quindi passati alla tariffa "Late", fino alla fine di marzo 2026. Non ci aspettavamo di ricevere più di 15 iscrizioni. In realtà, però, ne abbiamo ricevute altre 144, nonostante il prezzo piuttosto elevato! Questo ha ovviamente rappresentato una manna dal cielo per il nostro bilancio.

Il giorno dell'inaugurazione del festival, tenendo conto delle cancellazioni, i partecipanti erano **4.040**.

Al festival hanno partecipato delegati provenienti da 18 paesi. Tuttavia, i delegati provenivano principalmente dal Regno Unito (28%), dalla Germania (21%), dai Paesi Bassi (10%), dalla Francia (7%) e dagli Stati Uniti (6%).

Una caratteristica distintiva del festival è quella di riunire tutte le generazioni, cosa degna di nota in una comunità LGBTQI+ che spesso privilegia la gioventù. Tutte le fasce d'età comprese tra i 25 e i 65 anni sono rappresentate in modo pressoché equo, con la presenza anche di persone oltre i 65 anni (13%). Solo la generazione più giovane è quasi assente (1%). L'età media stimata dei partecipanti è di 49 anni.



Tuttavia, non tutti i nostri cori presentano una composizione eterogenea in termini di età. 15 cori hanno un'età media inferiore ai 40 anni, mentre all'estremo opposto altri 15 hanno un'età media superiore ai 60 anni. Le due fasce centrali sono rappresentate in modo equo: 48 cori hanno un'età media compresa tra i 40 e i 50 anni e 42 cori tra i 50 e i 60 anni.

Il profilo socio-economico dei partecipanti al festival è molto omogeneo. Il 79% dei partecipanti è occupato, il 13% è in pensione e il 3% è studente. Il livello di istruzione è molto elevato. L'81% dei delegati ha completato gli studi superiori, mentre questa percentuale è del 34% nella popolazione generale dell'UE di età compresa tra i 24 e i 74 anni.

In termini di identità di genere e orientamento sessuale, i delegati rispecchiano il panorama corale LGBTQI+ europeo, dove i cori TTBB sono più numerosi e contano più membri rispetto ai cori SSAA. Il festival rimane quindi prevalentemente a predominanza maschile (55%). Le donne rappresentano il 30% dei delegati. È interessante notare che il 9% dei delegati è transgender o non binario. Per quanto riguarda l'orientamento sessuale, il 57% dei delegati si identifica come gay, il 20% come lesbica, il 10% come bisessuale o pansessuale e il 6% come eterosessuale. Il 6% è queer o in fase di definizione, mentre lo 0,8% è asessuale. È interessante incrociare questi dati con quelli relativi all'età: la maggioranza delle persone transgender e non binarie ha meno di 44 anni, mentre quelle che si definiscono bi, pan, queer, in fase di ricerca della propria identità o asessuali hanno meno di 34 anni.

Piattaforma di registrazione

La piattaforma Integra non era la prima scelta del nostro team.

Nel 2022, la nostra organizzazione ha firmato un contratto con MCI, un organizzatore professionale di congressi. Uno dei compiti di questa società era quello di allestire la piattaforma di registrazione del festival.

Nel 2023, nel corso della preparazione della piattaforma di registrazione per i cori e i delegati, ci siamo resi conto che MCI non era in grado di sviluppare la parte di "pianificazione" di tale piattaforma, ovvero quella che consentiva ai cori di inserire il proprio repertorio, i requisiti tecnici, ecc., e agli organizzatori del festival di pianificare i concerti nelle varie sedi. Inoltre, l'importo elevato addebitato da MCI per ogni registrazione (come previsto dal contratto) non era realmente in linea con la tariffa inclusiva auspicata dai partecipanti al festival e con il controllo di bilancio richiesto dalla nostra organizzazione. Ciò ha portato alla risoluzione del contratto con MCI nel febbraio 2024.

Come alternativa per la parte relativa alla pianificazione, abbiamo contattato Integra Planner (la piattaforma utilizzata da Various Voices Monaco 2018 e dai festival organizzati da Gala Choruses negli Stati Uniti), nonché il team di Various Voices Bologna 2023.

Inizialmente volevamo acquistare la piattaforma utilizzata per il festival di Bologna per la parte relativa alle iscrizioni. Con alcune modifiche da apportare, abbiamo ritenuto che questa fosse la scelta migliore per consentirci di pianificare il festival nel modo più efficace possibile. I motivi principali erano il prezzo, il servizio di manutenzione offerto e il design moderno del sito. Contro ogni aspettativa, pochi giorni prima della firma del contratto nel marzo 2024, il responsabile dello sviluppo della piattaforma di Bologna ha infine deciso di non collaborare con noi. Abbiamo quindi dovuto ricorrere all'ultima opzione possibile, Integra, che era l'unica economicamente realistica e sostenibile, vista la scadenza molto ravvicinata per l'apertura delle iscrizioni.

Contrariamente a quanto probabilmente pensano molti frequentatori del festival, Integra non appartiene a Legato, ma alla federazione americana Gala Choruses. Gala mette a disposizione la piattaforma a pagamento. La tariffa è piuttosto

elevata. Abbiamo dovuto negoziare il prezzo. Il costo finale della piattaforma è stato di 16.000 €, importo che abbiamo pagato in due rate.

Lo strumento è obsoleto e non viene aggiornato da anni. Di conseguenza, non è molto flessibile e presenta molti bug. Abbiamo dovuto ricorrere regolarmente all'assistenza negli Stati Uniti per risolvere i problemi tecnici. Inoltre, le persone che ci hanno formato e hanno monitorato il nostro lavoro con la piattaforma sono cambiate nel corso del tempo (vale la pena notare che, a differenza di Legato, Gala Choruses impiega personale retribuito). Si è verificato anche un cambio di gestione, che ha portato a complicazioni poiché il nuovo direttore ha tentato di addebitarci delle modifiche che rientravano nell'ambito della manutenzione. Queste discussioni sono state tutt'altro che semplici e hanno comportato un notevole spreco di tempo ed energie.

Abbiamo ricevuto molte lamentele da parte dei partecipanti al festival che trovavano la piattaforma difficile da usare. Ma anche noi eravamo semplici utenti e dovevamo sopportare quotidianamente i limiti di questo strumento obsoleto.

Raccomandiamo vivamente a Legato di investire in uno strumento specifico per Various Voices e altri festival europei, finanziato da tutti i cori, sviluppato da Legato e messo a disposizione dei cori che organizzeranno i festival futuri. Questo strumento avrebbe il vantaggio di essere locale (europeo) e potrebbe essere aggiornato regolarmente. Il costo di questo strumento sarebbe inoltre più facilmente ammortizzabile se fosse messo a disposizione di Legato, Various Voices e persino dei festival locali organizzati in Europa.

Tariffe del festival

Tariffe per i cori

La nostra politica tariffaria si è ispirata a Various Voices Monaco 2018 piuttosto che a Bologna 2023, poiché la situazione economica in Belgio e in Germania è piuttosto simile.

Le quote di iscrizione per i cori variavano in base alla data di iscrizione, al numero di membri e al paese di provenienza. Il confronto riportato di seguito mostra che i nostri prezzi erano leggermente inferiori all'inflazione (andamento dei prezzi negli ultimi 8 anni), ad eccezione dei cori più numerosi. Confermiamo la decisione di chiedere a questi cori un contributo maggiore, il che ci ha anche permesso di limitare l'aumento dei prezzi per i delegati.

Munich registration fees for choirs - early rate		Munich fees actualised with inflation	Brussels early fees by similar choir size ranges	
mini 1-6	100 €	126 €	80 €	1-5 members
medium 16-35	330 €	415 €	380 €	21-30 members
large 36-55	440 €	553 €	600 €	41-50 members
X-large 56+	550 €	691 €	900 €	51+ members
* inflation sept-16/sept-24 = 25,7%				

Tradizionalmente, i cori versano una quota di iscrizione calcolata in base al numero di membri che partecipano al festival. Abbiamo deciso di adottare un altro sistema, ispirato all'Hand in Hand Festival, che riunisce cori provenienti dall'Irlanda e dal Regno Unito. La quota di partecipazione all'Hand in Hand Festival si basa sul numero totale di membri iscritti di ciascun coro. Questo sistema è più pratico perché tiene maggiormente conto della situazione finanziaria effettiva del coro. Per molti cori, è comunque difficile stimare il numero dei membri partecipanti con quasi due anni di anticipo. Ci siamo quindi basati sui dati dichiarati da ciascun coro a Legato nell'estate del 2024.

Nella maggior parte dei casi, il sistema ha funzionato bene. Tuttavia, abbiamo riscontrato problemi con il 12% dei cori:

- alcuni cori hanno effettuato il pagamento in base al numero di membri che avrebbero inviato a Bruxelles. Spesso si è trattato di un errore in buona fede (un'abitudine sviluppata in occasione di festival precedenti).
- Alcuni cori hanno dichiarato un numero molto inferiore a quello comunicato a Legato, spiegando che la cifra fornita a Legato era errata.
- Alcuni cori che nei dati di Legato risultavano composti da 41 membri, al momento del pagamento ne avevano improvvisamente solo 40 (fascia di prezzo inferiore nella nostra tabella di pagamento). Ciò ci ha dato una spiacevole impressione di disonestà.
- Ogni coro in questa situazione è stato contattato con comprensione per ottenere spiegazioni e, ove opportuno, il pagamento del saldo.
- Dopo l'apertura delle iscrizioni dei delegati, abbiamo notato che tre cori superavano il numero di cantanti registrati per la categoria in cui erano iscritti. Per garantire l'equità nei confronti degli altri cori che avevano pagato la quota corretta, abbiamo addebitato a questi cori le quote di partecipazione corrispondenti alla loro categoria.

La tabella sottostante mostra la differenza tra le iscrizioni definitive e quanto avevamo previsto sulla base dei dati forniti da Legato e dell'esperienza maturata nei festival precedenti. Grazie al numero di cori di grandi dimensioni superiore alle aspettative, abbiamo incassato dai cori una somma maggiore del previsto.

	Iscritti	**Previsto**
Cori in prevendita Gruppo 3	**1**	4
Coro per anziani 51+ Gruppo 2	**3**	6
Coro per principianti 31-40 Gruppo 2	**1**	
Quota per il coro per principianti 1-5	**5**	5
Quota per il coro per bambini 6-12	**7**	4
Quota per il coro per i giovani dai 13 ai 20 anni	**16**	23
Quota per l'iscrizione anticipata al coro 21-30	**19**	21
Quota per l'iscrizione anticipata al coro 31-40	**14**	12

Quota per l'iscrizione anticipata al coro 41-50	**12**	13
Quota per l'iscrizione anticipata al coro 51+	**28**	21
Quota per il coro regolare 1-5	**1**	1
Quota corale standard 6-12	**0**	0
Quota corale standard 13-20	**0**	2
Quota per il coro regolare 21-30	**4**	3
Quota corale standard 31-40	**3**	2
Quota corale standard 41-50	**0**	1
Quota corale standard 51+	**0**	2

Ecco alcuni punti che vorremmo trasmettere a Legato e ai futuri comitati organizzatori:

- Riteniamo che la comunicazione sia la chiave per una campagna di iscrizioni di successo. La nostra comunicazione si è basata sul numero limitato di posti disponibili per i cori (120), quando in realtà il numero di posti non era mai stato così alto. Questo ha indubbiamente incoraggiato molti cori a iscriversi più rapidamente.
- Sapevamo già dai festival precedenti che la maggior parte dei cori si iscrive con la tariffa Early. È molto importante tenerne conto nel bilancio. La tariffa Early per i cori non dovrebbe rappresentare uno sconto sul costo totale del festival. Al contrario, è la tariffa standard che dovrebbe essere superiore al costo totale del festival e che vi consentirà di incassare un po' di denaro in più.
- Una tariffa standard molto meno vantaggiosa rispetto a quella anticipata costituisce inoltre un forte incentivo per i cori a iscriversi in anticipo, il che è essenziale per il prefinanziamento del festival.

- È molto importante pianificare il bilancio del festival in base alle dimensioni del coro, sulla base delle iscrizioni alle edizioni precedenti. C'è un'enorme differenza tra il prezzo pagato da un piccolo coro di 5 persone e quello pagato da un grande coro di 60 persone.
- Chiedere un prezzo significativamente più alto per i cori molto grandi (900 euro per i cori con più di 51 membri, 600 per quelli con un numero di membri compreso tra 41 e 50) è una scelta deliberata da parte nostra. Abbiamo ritenuto che i cori più grandi potessero contribuire maggiormente allo sforzo finanziario, dato che in linea di principio ricevono un maggior numero di iscrizioni. Ci è stato fatto notare che, rispetto al numero di membri, c'era un'enorme differenza tra un coro di 50 membri e uno di 55. In futuro, gli organizzatori del festival potrebbero prendere in considerazione la possibilità di mantenere questa graduazione progressiva (51-60, 61-70 ecc.).
- La decisione di basare la nostra politica dei prezzi sulle dimensioni del coro, piuttosto che sul numero di cantanti che partecipano al festival, ci è sembrata più equa nei confronti dei cori ed è stata accolta favorevolmente. Per evitare qualsiasi problema, raccomandiamo che ogni coro sia chiaramente informato del prezzo che dovrà pagare prima di iscriversi.
- Abbiamo basato le nostre stime di bilancio relative alle entrate sui dati di Legato 2024, ritenendoli affidabili. Ma in realtà non lo sono: da un lato, queste cifre variano di stagione in stagione; dall'altro, i responsabili dei cori hanno comunicato al festival nel settembre 2024 dimensioni diverse rispetto a quelle riportate a Legato nell'agosto 2024. Per il futuro, è essenziale individuare una base solida per chi organizzerà le prossime edizioni del festival, al fine di evitare il rischio di sovrastimare le entrate.

Tariffe per i partecipanti

La struttura tariffaria per i partecipanti ha suscitato un ampio dibattito all'interno del nostro Consiglio. Una delle conclusioni raggiunte dai membri di Sing Out Brussels! dopo Bologna è stata l'importanza di rendere le tariffe del festival più inclusive.

Sono emerse tre proposte: il classico sistema "early/regular/late", la proposta del "festival à la carte" (prezzo base e costi aggiuntivi per ogni evento, a scelta) e la proposta del "prezzo libero e consapevole". Nessuna di queste proposte ha ricevuto il pieno sostegno del Consiglio direttivo.

Alla fine abbiamo mantenuto la proposta "early/regular/late", ma abbiamo messo in atto varie soluzioni per facilitare l'iscrizione dei delegati, come la possibilità di pagare in tre rate mensili o la richiesta del Fondo di Solidarietà (una novità per la nostra edizione del festival).

Come per i cori, la nostra politica dei prezzi si è ispirata a Various Voices Monaco 2018. Da questo confronto emerge che i nostri prezzi erano leggermente inferiori all'inflazione (andamento dei prezzi negli ultimi 8 anni).

Munich registration fees for delegates		Munich fees actualised with inflation	Brussels fees
Early rate	160 €	201 €	190 €
Regular rate	190 €	239 €	240 €
* inflation sept-16/sept-24 = 25,7%			

I problemi tecnici e le domande da parte dei delegati sono stati meno numerosi di quanto il nostro team temesse. L'argomento principale delle domande riguardava la registrazione di partner e amici, che dovevano registrarsi come delegati.

Procedura di pagamento

Per i pagamenti sulla piattaforma Integra, il team del festival ha condotto un'indagine di mercato per individuare il fornitore più conveniente. Abbiamo scelto Stripe perché questa soluzione di pagamento offre tariffe inferiori rispetto a PayPal, oltre a un servizio di assistenza tecnica efficiente e reattivo. Le stime di bilancio relative ai ricavi lordi e netti derivanti dalle iscrizioni si basavano sui costi di Stripe. I cori e i delegati dovevano quindi utilizzare Stripe con la propria carta di credito o di debito.

I costi di Stripe variano a seconda del paese di emissione della carta di credito/debito. Nel calcolare il nostro budget, abbiamo incluso i costi di Stripe nelle tariffe per cori e delegati, in base ai paesi rappresentati all'interno di Legato, e abbiamo scelto di offrire lo stesso prezzo a cori e delegati, indipendentemente dal loro paese di provenienza. Poiché i dati di Legato non sempre corrispondono alla realtà, abbiamo dovuto far fronte a costi più elevati, in particolare a causa della sovrarappresentazione di cori e delegati provenienti dal Regno Unito e di grandi cori provenienti dagli Stati Uniti.

Paese	Tipo di carta	Commissione Stripe	Valuta commissioni di conversione
Spese di conversione:	Standard	1,5% + 0,25 €	2%
	Premium	1,9% + 0,25 €	2%
Regno Unito	Standard	2,5% + 0,25 €	2%
Altri paesi	Standard	3,25% + 0,25 €	2%

Su richiesta di alcuni cori, nell'ottobre 2024 abbiamo iniziato a testare il pagamento tramite addebito diretto SEPA. Lo svantaggio principale è il ritardo. Ci sono voluti circa dieci giorni dal momento in cui è stato effettuato il pagamento a quando è stato registrato su Integra e ha raggiunto il nostro conto. Il vantaggio principale è

il costo. I costi di transazione e di conversione sono molto inferiori rispetto a quelli delle carte di credito/debito, sia per il coro/delegato che per il festival.

Abbiamo incoraggiato i cori e i delegati dei paesi SEPA a utilizzare questa soluzione di pagamento, particolarmente interessante per chi proviene da paesi europei la cui valuta non è l'euro, poiché con la SEPA i costi di conversione valutaria sono ridotti rispetto alle transazioni con carta di credito. Le persone provenienti da tutti i paesi dello Spazio economico europeo e dal Regno Unito possono pagare tramite SEPA, anche se utilizzano una valuta diversa dall'euro, con una conseguente riduzione significativa dei costi di Stripe. Si noti che il sistema non funziona con gli Stati Uniti e che abbiamo riscontrato alcune difficoltà con i pagamenti provenienti da determinati paesi (in particolare Polonia e Regno Unito).

Abbiamo anche valutato soluzioni commerciali per il pagamento a rate, per consentire ai partecipanti di dilazionare il pagamento della quota di iscrizione e alleggerire così il costo del festival. Abbiamo riscontrato che queste soluzioni erano eccessivamente costose. Alla fine, abbiamo optato per l'opzione «abbonamento» di Stripe, che può essere adattata per consentire il pagamento a rate. Questo metodo di pagamento è stato utile per i partecipanti che ne avevano bisogno, ma ha richiesto molto lavoro manuale, poiché non era possibile adattare INtegra per gestire questi pagamenti. **239** partecipanti hanno utilizzato questa opzione.

Si tratta di informazioni tecniche, ma importanti per i futuri comitati organizzativi. È fondamentale includere nelle previsioni di bilancio i costi di transazione, che possono essere molto elevati. Ad esempio, quando un coro americano paga 900 € per l'iscrizione più 18 € di commissione di cambio, Stripe trattiene 30 € e il festival riceve solo 870 €. Consigliamo al prossimo comitato organizzativo di valutare la possibilità di stabilire le tariffe per i cori e i partecipanti in base al loro paese, al fine di compensare accuratamente i costi delle transazioni.

Annullamenti

Uno dei primi compiti intrapresi dal nostro comitato organizzativo è stato quello di redigere i Termini e condizioni del festival. Questo documento amministrativo stabilisce, tra le altre cose, cosa accade in caso di annullamento del festival o in caso di ritiro di un coro o di un delegato dal festival. Questo documento stabiliva inoltre che fosse vietato il trasferimento delle iscrizioni da un delegato a un altro, una misura che ci era stata raccomandata sia da Gala Choruses che dai precedenti comitati organizzatori, per motivi di privacy e per garantire la tracciabilità delle iscrizioni sulla piattaforma.

Nella stesura di questi Termini e Condizioni, che sono stati firmati da tutti i cori e i delegati al momento dell'iscrizione, abbiamo tratto ispirazione dai Termini e Condizioni di Monaco e Bologna, nonché da un modello di documento fornito da MCI, l'organizzatore professionale di congressi con cui abbiamo collaborato all'inizio del progetto.

Tutti i cori che hanno annullato la partecipazione (14) sono stati rimborsati in conformità con i presenti Termini e Condizioni (75% della quota di iscrizione per gli annullamenti prima del 31 dicembre 2024, 50% prima del 31 dicembre 2025, nulla a partire dal 1° gennaio 2026).

Anche tutti i delegati che hanno annullato la partecipazione sono stati rimborsati in conformità con i presenti Termini e Condizioni (75% della quota di iscrizione per le cancellazioni prima del 30 giugno, 50% prima del 31 marzo 2026, nulla a partire dal 1° aprile 2026). Una minoranza di essi ha scelto di donare l'importo rimborsato al Fondo di Solidarietà del Festival.

Abbiamo registrato **233** cancellazioni. Questo numero elevato ha colto di sorpresa il nostro team. L'impatto sul bilancio del Festival è considerevole. I motivi delle cancellazioni sono vari (motivi finanziari, motivi di salute, uscita da un coro, ecc.). In generale, queste procedure di cancellazione si sono svolte senza intoppi. Abbiamo sempre garantito il rigoroso rispetto dei nostri Termini e Condizioni, anche nei rari casi in cui abbiamo dovuto affrontare controversie (incomprensioni sul divieto di trasferire l'iscrizione a un'altra persona, controversie sulla percentuale delle quote di iscrizione trattenute dal Festival, reclami da parte di alcune persone che si erano iscritte prima del 30 giugno ma non avevano pagato le quote di iscrizione e le cui quote sono state quindi adeguate alla tariffa standard). Non sono stati possibili ulteriori rimborsi dopo il 31 marzo 2026. Abbiamo ricevuto alcune lamentele al riguardo, ma si è trattato di una misura davvero cruciale per il bilancio del festival, che necessitava di stabilità man mano che la data dell'evento si avvicinava.

Per evitare discussioni infinite su singoli casi che potrebbero o meno giustificare un rimborso, possiamo solo raccomandare ai futuri team organizzativi di prestare la massima attenzione nella stesura dei propri Termini e Condizioni.

Programma di sostegno

Legato fornisce al comitato organizzativo di ogni festival un elenco dei paesi ammissibili a quello che Legato definisce il "Programma di sostegno". Il Programma di sostegno definisce tre gruppi di paesi. I paesi del Gruppo 3 ricevono un sostegno completo (iscrizione gratuita per il coro e i delegati, copertura delle spese di trasporto, alloggio e vitto). A Bruxelles, solo il coro ucraino era ammissibile. I paesi del Gruppo 2 ricevono un sostegno parziale (iscrizione a tariffa ridotta per il coro e i delegati). A Bruxelles, erano ammissibili i cori provenienti dalla Polonia, dall'Estonia e dalla Repubblica Ceca. I paesi del Gruppo 1 non ricevono alcun sostegno.

Per definire l'elenco dei paesi ammissibili al Programma di sostegno, Legato utilizza il Rainbow Index e l'Indice di Sviluppo Umano. Non riconosciamo la rilevanza di questi indici nell'elaborazione di un programma di sostegno finanziario, poiché nessuno dei due tiene conto dei fattori che determinano la capacità finanziaria dei cori e dei delegati. Stiamo parlando di indicatori quali il costo della vita, il potere d'acquisto, il tasso di disoccupazione o gli stipendi medi. Ad esempio, la Spagna ottiene un buon punteggio nei due indici utilizzati da Legato, ma presenta il tasso di disoccupazione più elevato dell'Unione Europea.

A seguito delle lamentele ricevute dai cori spagnoli e italiani, e dopo la cancellazione – per motivi finanziari – dell'unico coro sloveno che si era iscritto, abbiamo deciso di effettuare un'analisi finanziaria dettagliata.

Nella tabella sottostante, abbiamo adeguato il prezzo della tariffa "Delegate Early" (190 €) in base all'Indice del Livello dei Prezzi nei vari paesi[1] . Si può notare che la partecipazione al festival costa il doppio per un delegato spagnolo rispetto a un delegato estone, dopo aver applicato le riduzioni previste dal Programma di Sostegno. I paesi evidenziati in giallo sono quelli che attualmente beneficiano del Programma di sostegno. Ciò sembrerebbe indicare che alcuni paesi (Italia, Spagna e Slovenia) abbiano un grande bisogno di sostegno.

	Corretto con l'indice del livello dei prezzi
Estonia	**101**
Svizzera	**103**
Portogallo	**111**
Islanda	**113**
Repubblica Ceca	**115**
Stati Uniti	**128**
Irlanda	**131**
Croazia	**132**
Danimarca	**133**
Norvegia	**140**
Regno Unito	**144**
Finlandia	**149**
Polonia	**150**
Paesi Bassi	**155**
Svezia	**156**
Belgio	**160**
Austria	**161**
Germania	**173**
Francia	**177**
Italia	**191**
Spagna	**202**
Slovenia	**209**

Abbiamo inoltre valutato il costo della partecipazione al festival in relazione al reddito disponibile corretto[2] . Anche in questo caso si osserva che la partecipazione al festival rappresenta un costo molto più elevato per i delegati italiani, spagnoli e sloveni. Ad eccezione del Portogallo, gli altri paesi attualmente inseriti nel Programma di sostegno necessiterebbero di un maggiore sostegno.

	% del reddito disponibile corretto
Norvegia	4,12%
Svizzera	4,43%
Danimarca	5,81%
Svezia	5,93%
Portogallo	6,11%
Irlanda	6,58%

[1] Utilizzo del set di dati Eurostat "Parità di potere d'acquisto (PPA), indici del livello dei prezzi e spese reali per gli aggregati SEC 2010" [prc_ppp_ind]

[2] Utilizzando il set di dati Eurostat «Transazioni non finanziarie - dati annuali» [nasa_10_nf_tr]

Germania	6,62%
Finlandia	6,75%
Paesi Bassi	6,79%
Belgio	7,00%
Francia	7,05%
Austria	7,12%
Repubblica Ceca	7,55%
Estonia	8,61%
Croazia	8,83%
Italia	8,93%
Polonia	9,31%
Spagna	10,35%
Slovenia	11,66%

Sebbene abbiamo ricevuto pochi messaggi diretti riguardo alla nostra politica dei prezzi, riteniamo che diversi cori e delegati abbiano ritenuto troppo elevati i prezzi del festival di Bruxelles. Questa percezione va considerata alla luce dei dati sopra riportati, che dimostrano come il costo dell'iscrizione al festival non abbia lo stesso impatto sul bilancio personale a seconda del paese di residenza.

Formuliamo pertanto le seguenti raccomandazioni a Legato:

- Legato dovrebbe informare in modo proattivo i cori interessati di eventuali modifiche all'elenco dei paesi ammissibili al Programma di sostegno. L'elenco è redatto da Legato, non dagli organizzatori del festival. Ciò eviterà malintesi e fornirà informazioni chiare ai cori prima dell'inizio della procedura di candidatura.
- Tenendo conto del numero di cancellazioni e del numero di cori che non si sono iscritti, sembra che il Programma di sostegno di Legato non sia adeguato alla realtà dei cori. Alcuni dei cori del Gruppo 1 dispongono di budget molto ridotti, sia perché sono attivi da poco tempo, sia perché si rivolgono a un pubblico queer con risorse finanziarie limitate. Altri cori devono affrontare costi di viaggio molto elevati per raggiungere il festival a causa della distanza. Parallelamente al Fondo di Solidarietà creato dalla nostra associazione per il festival di Bruxelles al fine di sostenere finanziariamente i delegati del Gruppo 1, riteniamo che sarebbe interessante istituire un Fondo di Solidarietà interno a Legato per sostenere finanziariamente i cori del Gruppo 1 che non possono permettersi le quote di iscrizione. Ciò migliorerebbe notevolmente la diversità del festival.
- Sulla base delle tabelle sopra riportate, invitiamo il Consiglio di Legato a rivalutare gli indici su cui si basa il Programma di Sostegno. Gli indici devono tenere conto dei fattori che determinano la capacità finanziaria dei cori e dei delegati, al fine di stabilire l'elenco dei paesi ammissibili.
- Legato dovrebbe svolgere un ruolo più attivo nel Programma di Sostegno, raccogliendo risorse per finanziare il Programma in generale e per soddisfare richieste specifiche in particolare. Sembra molto importante aumentare la diversità dei partecipanti.

Infine, abbiamo ricevuto richieste di sostegno da cori asiatici e da un coro messicano (per coprire i costi di trasporto e/o ridurre le quote di iscrizione). È importante ricordare che il festival è interamente autofinanziato. È finanziariamente impossibile fornire il sostegno richiesto a questi cori, a rischio di compromettere l'organizzazione del festival. Il bilancio del Programma di Sostegno

(finanziato interamente dalle quote di iscrizione dei cori e dei delegati) copre integralmente le spese di viaggio dei cori del gruppo 3. In questo gruppo non sono presenti paesi extraeuropei. Abbiamo informato questi altri cori dell'esistenza del Fondo di Solidarietà (vedi sotto) e li abbiamo invitati a organizzare le proprie attività di raccolta fondi al fine di ridurre le loro spese di viaggio.

Spetta inoltre al Consiglio di Amministrazione di Legato decidere se estendere o meno il Programma di Sostegno a paesi al di fuori dell'Europa, tenendo conto dell'impatto sul bilancio delle future edizioni del festival.

Fondo di solidarietà

Il Programma di sostegno Legato tiene conto solo delle differenze tra i paesi. Tuttavia, sappiamo che esistono grandi differenze di accessibilità economica tra le regioni e, soprattutto, tra i gruppi sociali e i singoli individui.

Per la prima volta nella storia di Various Voices, per tenere conto di queste numerose difficoltà, è stato istituito un Fondo di Solidarietà per ridurre le quote di iscrizione dei delegati del Gruppo 1 che si trovano in difficoltà finanziarie.

Questo Fondo di Solidarietà è stato un'iniziativa del nostro team di Bruxelles, che ha posto l'inclusività finanziaria dell'evento al centro del proprio lavoro. È stato finanziato dalle donazioni di cori, delegati e membri del pubblico al momento dell'acquisto dei biglietti, nonché da attività di raccolta fondi.

Al momento dell'iscrizione, quando venivano visualizzate le tariffe, ai delegati veniva offerta la possibilità di beneficiare del Fondo di Solidarietà, qualora l'importo della quota di iscrizione rappresentasse per loro un ostacolo. In tal caso, al delegato veniva chiesto di pagare una tariffa ridotta (lo stesso prezzo dei delegati del Gruppo 2). Il nostro obiettivo era quello di garantire a ciascun delegato lo stesso sostegno, fino a un massimo di 95 €.

Abbiamo raggiunto questo obiettivo: siamo riusciti a fornire sostegno ai **225** delegati che ne hanno fatto richiesta (il 5,6% dei delegati). L'importo totale del sostegno è stato pari a 21.375 €. Poiché il Fondo di Solidarietà aveva raccolto 29.837 €, l'eccedenza (8.462 €) è stata utilizzata per finanziare miglioramenti in materia di accessibilità (vedi il capitolo Accessibilità).

Tale importo deriva principalmente dalla generosità dei delegati. Un delegato su cinque ha effettuato una donazione, con una media di 22 €. Le loro donazioni rappresentano il 57% delle entrate del Fondo di Solidarietà. L'evento di raccolta fondi "Brussels In Harmony", tenutosi nel marzo 2026 con i quattro cori LGBTQI+ con sede a Bruxelles, ha raccolto il 23% delle entrate del Fondo di Solidarietà. Il resto proviene principalmente dalle donazioni dei cori.

Va sottolineato che i delegati italiani e spagnoli sono stati, in termini percentuali rispetto al numero di delegati provenienti da questi paesi, quelli che più hanno avuto bisogno dell'assistenza del Fondo di Solidarietà. Il 34% dei delegati italiani e il 31% di quelli spagnoli hanno chiesto aiuto, il che conferma che questi due paesi dovrebbero essere inclusi nel Programma di Sostegno.

Visto il successo di questa iniziativa, non possiamo che incoraggiare i futuri comitati organizzatori a istituire un proprio Fondo di Solidarietà.

Alloggio

La ricerca di un alloggio per i partecipanti al festival non rientrava nelle competenze del nostro comitato organizzativo. Tuttavia, consapevoli che il costo dell'alloggio potesse costituire un ostacolo alla partecipazione al festival, abbiamo cercato di offrire soluzioni attraverso due opzioni: alloggi a prezzi accessibili per i nostri partecipanti e alloggi in famiglia.

Nel 2024 abbiamo formalizzato una partnership con il Brussels Booking Desk (BBD), che aveva creato una piattaforma di prenotazione alberghiera per il «Rendez-vous à Bruxelles» in via sperimentale . Il BBD ha creato una piattaforma più ampia per il festival per consentire prenotazioni individuali o di gruppo a tariffe vantaggiose. Tuttavia, questa selezione di hotel è rimasta troppo costosa per la maggior parte dei nostri partecipanti, che spesso cercavano autonomamente offerte migliori o negoziavano direttamente con gli hotel.

La valutazione effettuata dal BBD, che è più abituato a gestire eventi in stile congressuale, è comunque positiva: sono state effettuate **170** prenotazioni tramite la piattaforma, con una permanenza media di 4 notti, a un prezzo medio di 196 € (colazione inclusa). Tutti gli hotel prenotati si trovavano a meno di 5 minuti a piedi dal Bozar. Il BBD ha ricevuto molte richieste di gruppo, ma queste riguardavano principalmente ostelli della gioventù, con i quali la piattaforma non collabora.

Allo stesso tempo, abbiamo deciso di offrire alloggi in famiglia, dando la priorità ai membri del coro ucraino, seguiti dai delegati dei cori del Gruppo 2 del Legato e, infine, agli altri membri. Eravamo fiduciosi di riuscire a trovare un numero sufficiente di famiglie ospitanti.

Alla fine ciò si è rivelato molto più difficile del previsto. Avevamo indubbiamente sottovalutato la durata del festival (quattro notti) e la disponibilità di camere in una grande città dove la maggior parte delle persone vive in piccoli appartamenti. Contavamo molto sul sostegno della rete delle organizzazioni LGBTQI+ di Bruxelles, che purtroppo si è rivelata di scarso aiuto (i nostri appelli per la ricerca di volontari sono stati poco diffusi). Alla fine, abbiamo chiuso le candidature per l'alloggio nel dicembre 2024; a quel punto avevamo ricevuto quasi 50 richieste e disponevamo solo di circa 20 famiglie ospitanti disponibili.

L'abbinamento tra ospiti e ospitanti si è poi rivelato particolarmente difficile, dato il numero di richieste specifiche (allergie agli animali domestici, esigenze di accessibilità, desiderio di condividere la stanza con una persona specifica o, al contrario, di non condividerla). Mentre portavamo avanti questo processo di abbinamento, abbiamo scoperto che molti partecipanti al festival nel frattempo si erano trovati un alloggio per conto proprio. Alcuni non hanno mai risposto al nostro primo contatto. Una volta completato l'abbinamento, alcuni partecipanti al festival si sono ritirati perché l'alloggio era troppo lontano dal centro città o hanno deciso di affittare una camera in un hotel senza informare l'ospitante. All'ultimo minuto, abbiamo dovuto riassegnare l'alloggio a una persona il cui ospitante le aveva inviato messaggi contenenti allusioni sessuali...

In definitiva, il tempo dedicato alla gestione di questa sistemazione è inversamente proporzionale al suo impatto sul festival, dato che alla fine sono state ospitate effettivamente solo 29 persone.

Sebbene ciò sia ovviamente vantaggioso per chi ne beneficia, esortiamo il prossimo team organizzativo a riflettere attentamente sull'opportunità di organizzare alloggi in famiglia, data la notevole quantità di tempo e impegno necessari per trovare e assegnare gli alloggi. Nei paesi in cui è possibile, raccomandiamo di collaborare con un'organizzazione che si occupi di ospitalità. In alcuni paesi (principalmente quelli anglofoni), spesso sono disponibili alloggi presso le università. Questo non è il caso del Belgio.

Trasporti

Abbiamo stipulato una partnership con Eurostar nell'autunno del 2025. La tariffa "Conference" era disponibile per i partecipanti al festival, i cui dati dovevano essere inseriti manualmente sul sito web di Eurostar dallo staff del festival. 762 persone hanno compilato il modulo dedicato e 360 hanno effettivamente effettuato la prenotazione sul sito web di Eurostar. La tariffa "Conference" era disponibile nelle date del festival. Nonostante le nostre richieste, non abbiamo ricevuto alcuna statistica da Eurostar riguardo al numero di prenotazioni effettuate.

Abbiamo inoltre stretto una partnership con il Gruppo Lufthansa, di cui fa parte Brussels Airlines. A partire da metà luglio 2025 era disponibile per i delegati una piattaforma di prenotazione con voli scontati. Tale piattaforma non era gestita dallo staff del festival. I prezzi ridotti erano disponibili per i partecipanti al festival nelle date del festival. Nonostante le nostre richieste, Lufthansa non ci ha fornito alcun dato sul numero di prenotazioni effettuate.

Sedi del festival

Sedi al chiuso

Fin dall'inizio del progetto, volevamo organizzare il festival nel centro di Bruxelles per facilitare gli spostamenti dei partecipanti e garantire che la città traesse beneficio dall'impatto economico del festival.

Nella nostra proposta, abbiamo suggerito di organizzare il festival presso lo Square Meeting Centre e il Bozar. Lo Square Meeting Centre è quel grande edificio quadrato con facciata in vetro che avrete sicuramente notato sul Mont des Arts, a due passi dal Bozar, al quale è collegato tramite un tunnel.

Il Bozar dispone di due sale da concerto principali. Lo Square dispone di tre sale conferenze e di una moltitudine di sale più piccole che avrebbero potuto essere utilizzate come camerini, sale riunioni o spazi per le prove. All'interno era disponibile anche un ampio spazio per ospitare il Festival Village e le feste serali. Questa soluzione, la più pratica in termini di accessibilità e centralizzazione dell'evento, ci era sembrata finanziariamente fattibile sulla base dei preventivi

ricevuti al momento della presentazione della nostra candidatura. Abbiamo visitato lo Square in diverse occasioni e abbiamo instaurato ottimi rapporti con i responsabili.

Abbiamo quindi avuto una brutta sorpresa quando, nel gennaio 2024, abbiamo ricevuto i preventivi rivisti, che includevano costi di sicurezza, costi del personale e altre spese correlate che inizialmente non ci erano state comunicate. Il costo dello Square (468.000 euro) era più del doppio di quello del Bozar (200.000 euro). Il costo complessivo rappresentava oltre il 50% del budget totale del festival.

Allo stesso tempo, la nostra direttrice musicale, Emily Allison, che aveva visitato la sede, ci aveva avvertito che le sale di Square sono sale conferenze, non sale da concerto. Non sono adatte ai concerti e certamente non a quelli corali. C'era un alto rischio che i costi tecnici per l'allestimento di queste sale fossero proibitivi, senza alcuna garanzia di un'esperienza ottimale per i cori.

A ciò si è aggiunto un intoppo su un altro fronte. Nel dicembre 2023, l'Unione Europea ha respinto una richiesta di sovvenzione che avevamo impiegato settimane a preparare. Si trattava di una somma ingente (400.000 euro) destinata a finanziare un progetto per la creazione di uno strumento volto a sensibilizzare sui temi dell'inclusività LGBTQI+ nei cori europei, in collaborazione con Legato e RainbowHouse Brussels. Questa sovvenzione era destinata anche a finanziare alcuni degli eventi del festival (in particolare il grande palco all'aperto per lo spettacolo «Let your heart be heard»), nonché un posto di lavoro presso la RainbowHouse a supporto della preparazione del festival. Questo duro colpo ci ha costretti a ripensare il nostro bilancio e le nostre previsioni in materia di sovvenzioni.

Per questo motivo abbiamo deciso di cercare delle alternative, pur mantenendo il nostro obiettivo di organizzare il festival nel centro della città, in sedi accessibili.

Dopo aver contattato o visitato quasi 20 sedi diverse, la scelta è infine ricaduta su Bozar (Salle Henry Le Boeuf – 1.800 posti e Salle M – 465 posti), il Cirque Royal (1.700 posti), la Madeleine (740 posti) e l'Auditorium 490 (Musei Reali delle Belle Arti, 490 posti). Abbiamo inoltre approvato l'affitto del C12, il locale notturno situato sotto la Stazione Centrale, per ospitare le feste.

Sebbene ciò abbia aumentato il numero delle sedi, ha avuto il vantaggio di mantenere il festival nel centro della città, in sedi facilmente raggiungibili in pochi minuti. Allo stesso tempo, abbiamo anche approvato il principio di organizzare i concerti di 30 minuti in quattro sedi anziché cinque, al fine di ridurre i nostri costi ed evitare l'effetto "sala vuota", dato che non tutti i partecipanti al festival assistono a tutti i concerti. Ciò ha anche ridotto il costo totale delle sedi a circa 300.000 €, ovvero la metà di quanto ci sarebbe costato affittare Square e Bozar.

Abbiamo firmato tutti i contratti tra giugno e novembre 2024. Tenendo conto della difficoltà di prefinanziare il festival, poiché all'epoca non sapevamo con quale rapidità i cori si sarebbero iscritti, abbiamo negoziato e ottenuto il seguente accordo finanziario al fine di dilazionare i pagamenti e mantenere sotto controllo il

bilancio del festival: 10% alla firma, 15% a gennaio 2025, 25% a giugno 2025 e 50% a maggio 2026.

Nel marzo 2025, su richiesta dei direttori artistici e tecnici del festival, abbiamo deciso di affittare queste sedi per un giorno in più (D-1) per installare le attrezzature tecniche. Questo investimento, necessario per il comfort sia dei nostri team che dei cori, ha naturalmente inciso sul bilancio del festival ed è stato reso possibile dalla revisione al rialzo delle nostre previsioni relative alle iscrizioni dei delegati (da 3.500 a 4.000).

Infine, abbiamo affittato diverse piccole sale appartenenti alla RainbowHouse di Bruxelles, oltre alla consueta sala prove di Sing Out Brussels. Queste sale erano a disposizione dei cori che desideravano tenere le prove durante il festival.

Luoghi all'aperto e piani alternativi

La nostra proposta di candidatura includeva anche l'organizzazione di diversi concerti all'aperto, in particolare nel Quartiere Europeo o alla Grand-Place. Non essendo riusciti a ottenere l'autorizzazione per questi progetti, abbiamo spostato la nostra attenzione sulla Place de l'Albertine, ai piedi dell' e Mont des Arts, dove ogni anno viene allestito il palco del Brussels Pride. La piazza è vicina al Bozar e alle altre sedi del festival.

L'obiettivo era quello di mettere in scena lì lo spettacolo «Royalties» il venerdì e lo spettacolo «Let Your Heart Be Heard» il sabato, con una giornata dedicata all'allestimento il giovedì. Dato che nessuna sede nel centro di Bruxelles è abbastanza grande da ospitare 4.000 persone, abbiamo pensato che fosse una bella idea riunire tutti i partecipanti al festival davanti a questo palco all'aperto.

Per questo progetto, dato il suo impatto sulla visibilità del festival all'interno della città, abbiamo collaborato con visit.brussels, l'ente responsabile della promozione turistica di Bruxelles. Alla fine di giugno 2024, visit.brussels ha confermato che il sito all'aperto era ormai sotto opzione da parte del Comune. Il nostro direttore artistico Simon Paco ha contattato il team di visit.brussels e il loro consulente tecnico Step in Live, al fine di definire tutti i nostri requisiti tecnici. Purtroppo, questo consulente ha tardato a fornirci i preventivi. Nonostante la nostra insistenza durata oltre un anno, abbiamo ricevuto un preventivo solo all'inizio di giugno 2025.

Avevamo stanziato 200.000 € per il palco all'aperto al Mont des Arts. Il prezzo che ci è stato comunicato si avvicinava ai 300.000 €, principalmente a causa dell'impennata dei costi di sicurezza (che rappresentavano un terzo di tale importo). Anche limitando la durata del palco all'aperto a un solo giorno anziché a due, il prezzo rimaneva comunque proibitivo, soprattutto perché tale budget non teneva conto di una serie di costi accessori. Abbiamo quindi preso la difficile decisione di abbandonare il progetto del palco all'aperto.

A meno di un anno dall'inizio del festival, abbiamo dovuto attivare rapidamente il Piano B. Abbiamo deciso di spostare lo spettacolo previsto per venerdì 26 giugno sul palco all'aperto al Cirque Royal, per un doppio spettacolo, e di affittare La Madeleine per un giorno in più (venerdì) per programmare lì concerti di 30 minuti al posto del Cirque Royal. Abbiamo trasferito l'evento previsto per sabato 27 giugno

all'ING Arena, che è la più grande sala da concerto di Bruxelles. La sede è lontana dal centro città, ma abbiamo pensato che potesse risultare attraente per i partecipanti al festival poiché si trova a due passi dall'Atomium, uno dei monumenti più emblematici della nostra città, e anche perché abbiamo ricordato la bella esperienza dei concerti intorno a un lago, fuori città, al Various Voices Munich 2018. L'evento di sabato è diventato l'unico in cui è stato possibile riunire tutti i partecipanti al festival in un unico luogo e nello stesso momento. Nel luglio 2025 abbiamo firmato il contratto e pagato l'intero canone di affitto per l'ING Arena. Alla fine, il costo totale delle sedi è ammontato a 387.000 euro, mentre il costo complessivo per l'affitto di Square, Bozar e del palco all'aperto sarebbe stato di quasi un milione di euro! Non saremmo stati in grado di finanziare tutto ciò senza aumentare in modo significativo le quote di iscrizione dei partecipanti al festival.

Oltre a farci risparmiare denaro, questa location ha anche alleviato alcune delle nostre preoccupazioni: l'accessibilità era garantita (posti a sedere, cosa impossibile all'aperto), i rischi legati alle condizioni meteorologiche erano limitati ed era possibile vendere biglietti al pubblico, cosa fondamentale per noi e incerta all'aperto poiché non sapevamo se il Comune di Bruxelles ci avrebbe concesso il permesso di privatizzare lo spazio pubblico per organizzare un evento a pagamento. Ora che conosciamo le circostanze in cui si è svolto il festival, questa decisione si è rivelata chiaramente la migliore, poiché qualsiasi evento all'aperto avrebbe dovuto essere automaticamente annullato a causa della tempesta che si profilava quel giorno.

Poiché il progetto della piazza era stato accantonato, abbiamo cercato anche una sede alternativa per il Village. La nostra prima scelta era quella di allestirlo in Place du Musée (il grande parcheggio di fronte all'Auditorium 490). Come per il palco all'aperto, i costi proposti da visit.brussels e Step in Live erano più che triplicati rispetto a quanto avevamo previsto (70.000 € invece di 20.000 €). Abbiamo cercato alternative allo spazio previsto per ridurre i costi. Visit.brussels ha infine offerto la possibilità di ospitare il Village nei propri locali, consentendoci di utilizzare la Cour d'honneur, la Salle des Guichets e varie altre sale per accogliere i nostri volontari e l'ufficio del festival. Questa soluzione presentava il vantaggio di trovarsi in posizione centrale rispetto alle sedi del festival e di essere molto più economica in termini di sicurezza, poiché il Villaggio non doveva essere sorvegliato di notte, quando il cancello della Cour d'honneur è chiuso. Ciò ha ridotto il costo del Villaggio a 40.000 euro.

Vorremmo far sapere ai futuri team organizzativi che queste decisioni non sono state facili da prendere. Dimostrano che esiste un divario significativo tra i nostri sogni e la realtà. Hanno causato molto stress e incertezza sulla linea d'azione migliore da seguire. Tuttavia, siamo rimasti fedeli al nostro obiettivo originario: sedi centrali e costi controllati. Bisogna saper adattarsi, prendere decisioni dando priorità agli interessi dei partecipanti al festival e mantenere fede alle decisioni prese.

Il progetto "Let Your Heart Be Heard"

Eravamo convinti dell'importanza di organizzare un momento di canto collettivo durante il festival. Ciò rispondeva anche a una forte richiesta espressa dai cori partecipanti. A Dublino nel 2014 è stato formato un coro del festival ad hoc. A

Monaco di Baviera nel 2018 abbiamo eseguito insieme la “Carmina Burana” di Carl Orff. A Bologna nel 2023 abbiamo cantato “I Am What I Am” per chiudere il concerto di gala. Volevamo distinguerci e proporre qualcosa di nuovo: un brano scritto appositamente per il festival.

Abbiamo chiesto a Simon Finn, ex membro di Sing Out Brussels! e ora membro dei Pink Singers, di scrivere una canzone intitolata «Let Your Heart Be Heard», che è lo slogan del festival di Bruxelles. Conoscevamo già il lavoro di Simon da quando Sing Out Brussels! aveva realizzato una registrazione in studio e un video musicale della sua composizione «In These Heels», una canzone scritta sulla scia della strage omofoba avvenuta in un locale notturno di Orlando nel 2016.

Simon Finn ha partecipato a un incontro sull’identità del festival, che lo ha aiutato a plasmare la canzone come un brano corale positivo, divertente e liberatorio, non solo per riunire fisicamente i nostri cori, ma anche per simboleggiare la gioia di cantare insieme e i nostri sogni condivisi.

Abbiamo chiesto a Philippe Maniez di arrangiare il brano per cori. Compositore, batterista, arrangiatore e insegnante, Philippe Maniez aveva già arrangiato diversi brani per Sing Out Brussels!, tra cui “In These Heels”. Philippe Maniez ha scritto l’arrangiamento in vari formati (a 4, 8 e 16 voci). Abbiamo ricevuto gli spartiti e le registrazioni audio delle singole parti vocali.

Queste risorse sono state condivise con i cori e i partecipanti al festival a partire da maggio 2025. Abbiamo invitato tutti i cori partecipanti a imparare il brano in vista del festival “ ”, con l’obiettivo di eseguirlo insieme alla fine dello spettacolo “Let Your Heart Be Heard” all’ING Arena. Poiché volevamo che il festival fosse aperto alla città e ai suoi abitanti, abbiamo deciso di coinvolgere i cori di Bruxelles e del Belgio, invitandoli a imparare il brano e a cantare con noi. L’obiettivo del progetto non era solo musicale. Volevamo anche fornire ai cori belgi buone pratiche e strumenti per promuovere l’inclusione delle persone LGBTQI+.

Eravamo molto ambiziosi ma, purtroppo, abbiamo riscontrato scarso interesse. È stato forse un pregiudizio nei confronti della natura LGBTQI+ del progetto? Una mancanza di interesse dovuta agli impegni già fitto dei cori? La canzone stessa? Il timore di mettere in ombra i progetti di altri cori? Una scarsa conoscenza del festival “Various Voices”, che è in gran parte sconosciuto al di fuori della comunità corale LGBTQI+ europea? Non lo sappiamo.

Abbiamo tentato in numerose occasioni di instaurare una collaborazione con «A Choeur Joie», la Federazione francofona belga dei cori amatoriali, senza successo (abbiamo persino ricevuto una risposta venata di omofobia). Abbiamo avuto più successo con Koor & Stem, l’equivalente fiammingo, il cui team ha risposto con entusiasmo. Abbiamo instaurato una collaborazione con questa organizzazione, che ha contribuito a finanziare i nostri progetti di comunicazione e ha svolto un ruolo attivo nella sensibilizzazione sul progetto all’interno della propria rete.

Nel settembre 2025, Sing Out Brussels! ha registrato la canzone in studio e girato un videoclip, con tre obiettivi in mente:

- Coinvolgere attivamente i membri di Sing Out Brussels! nei preparativi del festival

- Disporre di un potente strumento di comunicazione rivolto ai partecipanti al festival, al grande pubblico e a tutti i nostri potenziali partner.
- Incoraggiare i partecipanti al festival a imparare questo inno in vista dell'evento.

Il progetto è stato coprodotto dalle organizzazioni senza scopo di lucro Various Voices Brussels 2026 e Sing Out Brussels!. La direttrice musicale del festival, Emily Allison, ha supervisionato la commissione e le correzioni dell'arrangiamento a cura di Philippe Maniez. Ha inoltre reclutato i musicisti, diretto il coro e approvato il mixaggio finale. Il direttore artistico del festival, Simon Paco, ha messo insieme un piccolo team di volontari provenienti dal coro per sviluppare la sceneggiatura del video, in collaborazione con La Horde Productions, una società audiovisiva con sede a Bruxelles gestita da persone queer, e ha supervisionato le riprese e il montaggio del video.

Il coro Sing Out Brussels! ha sfruttato questo progetto per favorire l'integrazione dei suoi nuovi membri, reclutati durante l'estate del 2025. Ogni candidato all'audizione ha dovuto imparare la canzone «Let Your Heart Be Heard». Le prime prove della stagione sono state dedicate a questo progetto, creando grande entusiasmo intorno al festival.

La registrazione in studio e le riprese del video si sono svolte nello stesso fine settimana di settembre 2025. La canzone è stata registrata nel corso di un pomeriggio presso il Jet Studio di Bruxelles, alla presenza della troupe cinematografica. Il giorno successivo, abbiamo girato il video in vari luoghi iconici della città (Grand-Place, La Bourse de Bruxelles, il Parco di Bruxelles, il quartiere di Saint-Jacques).

La canzone è stata pubblicata alla fine di ottobre su tutte le piattaforme musicali (Spotify, Apple Music, ecc.), dove è tuttora disponibile. Il video è stato pubblicato a metà novembre ed è stato ampiamente condiviso su YouTube e sui nostri canali social.

Abbiamo presentato diverse domande di sovvenzioni pubbliche per questo progetto e abbiamo ricevuto il sostegno della Fédération Wallonie-Bruxelles (Pari Opportunità), della Lotteria Nazionale e di Rainbow Visibilities, un progetto congiunto gestito dalla Cocof (Comunità francofona di Bruxelles) e da RainbowHouse Brussels. L'importo raccolto ha coperto tutti i costi (circa 15.000 euro) di questo progetto, che quindi non è costato nulla né alle due associazioni né ai partecipanti al festival.

Il progetto «Let Your Heart Be Heard» è proseguito nel 2026, come preludio al festival. Abbiamo concluso una partnership con Bozar per organizzare delle prove in vista del festival, con l'obiettivo di far cantare gli abitanti di Bruxelles.

Tre prove si sono svolte in aprile, maggio e giugno 2026 sul palco della magnifica Sala Henry Le Boeuf. Abbiamo istituito un sistema di iscrizione a queste prove, con una quota simbolica di 5 €, poiché l'obiettivo non era quello di guadagnare denaro. Tutti erano benvenuti, indipendentemente dall'esperienza precedente. 85 persone si sono iscritte alle prove, a ciascuna delle quali hanno partecipato circa 50 persone, compresi i membri di Sing Out Brussels! che erano presenti per fornire supporto e aiutare nel processo di apprendimento. I partecipanti provenivano da contesti

diversi: cori di Bruxelles, la comunità LGBTQI+... Alcuni non avevano mai cantato in un coro prima d'ora e hanno davvero scoperto il piacere di farlo.

Inizialmente, il piano era che queste persone eseguissero l'inno dal pubblico il 27 giugno, ma vista la loro dedizione e i legami che si sono gradualmente creati tra loro, le abbiamo invitate a unirsi a noi sul palco dell'ING Arena. Trenta persone hanno colto questa opportunità per eseguire questo potente inno come alleati, al fianco dei nostri cori LGBTQI+.

Ancora una volta, questo progetto partecipativo non è costato nulla ai partecipanti al festival. Bozar ha messo a disposizione la sala prove e ha anche pagato la direttrice musicale, Emily Allison. RainbowHouse Brussels ha inserito una delle nostre prove nel programma della Brussels Pride Week a maggio, il che ci ha permesso di ottenere i fondi necessari a coprire il compenso del pianista.

Sebbene il progetto partecipativo abbia raggiunto solo un numero limitato di persone, ha contribuito in modo significativo ad aprirci le porte alla copertura mediatica. Abbiamo rilasciato diverse interviste radiofoniche su questo progetto grazie alla nostra strategia di comunicazione incentrata sul «coro più grande mai visto a Bruxelles» (vedi la sezione «comunicazione»).

Allo stesso tempo, un sondaggio ha rivelato che tra i cori iscritti al festival c'era scarso entusiasmo nell'imparare il brano, per vari motivi (difficoltà per i cori non SATB nell'apprendimento del brano, eccessiva complessità, mancanza di tempo). La nostra direttrice artistica e il nostro direttore musicale hanno quindi contattato i cori che si sarebbero esibiti durante lo spettacolo "Let Your Heart Be Heard" per incoraggiarli a imparare il brano, cosa che la maggior parte di loro ha fatto.

Durante il festival, Emily Allison ha condotto due prove tenutesi al Bozar, ciascuna delle quali ha riunito circa un centinaio di partecipanti per una sessione di canto di gruppo.

L'inno è stato eseguito da Sing Out Brussels! alla cerimonia di apertura e poi il 27 giugno all'ING Arena da circa 500 cantanti distribuiti sul palco e nelle navate laterali.

Questo progetto ha richiesto molto del nostro tempo e delle nostre energie. Ci dispiace che non abbia suscitato maggiore entusiasmo, né tra i cori di Bruxelles né tra gli iscritti al festival, il che contrasta con le richieste di molti partecipanti al festival di avere l'opportunità di cantare in gruppo. Ciononostante, siamo molto soddisfatti dell'alto livello con cui questo progetto è stato realizzato, del suo impatto mediatico e del ruolo che ha svolto nel rafforzare la motivazione dei membri di Sing Out Brussels! in vista del festival.

Comunicazione

Identità grafica

Fin dall'inizio, abbiamo voluto dare al nostro festival un'identità forte. Abbiamo dedicato molto lavoro all'identificazione dei valori che desideravamo promuovere:

interazione, creatività, inclusione, gioia, sostenibilità, apertura, difesa dei diritti, solidarietà e diversità.

Per sviluppare l'identità visiva del festival, abbiamo deciso di collaborare con Kidnap Your Designer (KYD), un'azienda gestita da persone queer e specializzata in eventi culturali. Abbiamo potuto contare sull'aiuto inestimabile del loro team durante tutto questo processo.

A seguito di una sessione di brainstorming, KYD ha proposto lo slogan del festival, «Let Your Heart Be Heard», e un'identità visiva. Ci siamo innamorati del logo e delle sue icone, che mettono in risalto l'identità bruxellese del festival, il suo carattere internazionale, il suo ruolo di portavoce della comunità, la sua dimensione politica, la sua inclusività, la sua forza e la sua gioia.

Il carattere tipografico del logo, con le sue lettere leggermente inclinate, ricorda le note musicali.

Questo logo e le sue icone si sono rivelati uno strumento di comunicazione molto efficace, che abbiamo potuto adattare in innumerevoli modi durante tutta la fase di preparazione del festival e nel corso dell'evento stesso. Siamo convinti che questa grafica abbia contribuito a suscitare sostegno e simpatia per il nostro evento.

Sito web

A partire dal 2022, la creazione di un sito web per il festival è stata la nostra priorità. Per noi era essenziale disporre di questa sorta di carta d'identità: cos'è Various Voices? A chi si rivolge? Qual è l'obiettivo del festival?

Attraverso KYD, siamo entrati in contatto con Cobea, una piccola azienda di sviluppo web con sede a Bruxelles, particolarmente adatta a un'organizzazione senza scopo di lucro come la nostra. Il loro team (Valérie, Lorraine e Jean-Pierre) ha lavorato sodo per soddisfare le nostre esigenze. Una delle loro principali sfide è stata quella di creare un sito web in grado di rispondere alle esigenze sia dei cori e dei delegati, sia del pubblico in generale.

Avevamo inoltre bisogno di uno strumento intuitivo e flessibile che ci consentisse di aggiornare il sito e aggiungere contenuti autonomamente. L'inserimento di una sezione "Notizie", aggiornata ogni mese con un nuovo articolo, ha contribuito a migliorare il nostro posizionamento nei motori di ricerca.

Nella sua fase iniziale, il sito web è stato lanciato pochi giorni prima di Various Voices Bologna 2023. In quella fase, fungeva esclusivamente da piattaforma di identità e da strumento per la raccolta di indirizzi e-mail per l'iscrizione alla newsletter.

Quando si sono aperte le iscrizioni a settembre 2024, il sito è diventato il luogo in cui i cori – e successivamente i delegati – potevano trovare informazioni pratiche su termini e condizioni, date e quote di iscrizione. Abbiamo caricato tutti i documenti pertinenti (termini e condizioni, codice di condotta, ecc.). Abbiamo

redatto una serie di domande frequenti (FAQ), che abbiamo aggiornato man mano che ricevevamo ulteriori domande.

A partire dal 2025, abbiamo preparato la seconda fase del sito web per presentare i cori partecipanti e il programma del festival. Abbiamo raccolto le informazioni necessarie per creare una pagina web per ciascun coro partecipante tramite un questionario incentrato sulla comunicazione inviato a ciascun coro. Allo stesso tempo, Cobea ha sviluppato le pagine web necessarie, collegandole all'API della piattaforma Integra al fine di estrarre automaticamente i dati forniti dai cori. È stato un compito difficile, poiché l'API di Integra è obsoleta e progettata esclusivamente per l'app Integra.

Entro dicembre 2024 avevamo raccolto la maggior parte delle informazioni e avevamo poi tradotto tutti i testi in tre lingue. Abbiamo pubblicato queste pagine dedicate ai cori il 1° gennaio 2026.

Il passo successivo è stato il completamento delle pagine dedicate al programma del festival, utilizzando lo stesso principio (il contenuto di queste pagine è stato estratto direttamente da Integra). Il programma completo del festival è stato reso disponibile online a partire dal 1° aprile 2026.

Al termine delle iscrizioni dei delegati, abbiamo riprogettato le altre pagine del sito web. Fino a quel momento, il sito era destinato alle iscrizioni al festival e a fornire una panoramica generale dell'evento ai nostri partner. A partire da aprile 2026, è stato orientato maggiormente al grande pubblico, con l'obiettivo di presentare il programma e vendere i biglietti.

Torneremo più avanti sull'utilizzo del sito web durante il festival. La nostra conclusione, in questa fase, è che un sito web completo e di facile gestione da parte del team organizzativo sia essenziale per la comunicazione. È inoltre importante tenere presente che ciò richiede molto lavoro e tempo, in particolare quando il sito è trilingue (ogni attività deve essere svolta tre volte!). Non ci pentiamo di questa decisione, che mirava a dimostrare il nostro impegno a favore dell'inclusione. L'aggiunta di ulteriori lingue, tuttavia, avrebbe comportato un carico di lavoro sproporzionato.

La campagna di Bologna

Various Voices Bologna 2023 ha rappresentato un'ottima opportunità per raggiungere il nostro pubblico di riferimento. Abbiamo quindi organizzato una campagna di comunicazione nell'ambito dell'evento. Dato il nostro impegno per la sostenibilità, volevamo evitare di produrre un semplice volantino usa e getta . KYD ha quindi suggerito l'idea di un foglio di adesivi che riportasse, su un lato, il logo e le relative icone in formato adesivo e, sul retro, alcune informazioni sul festival e un codice QR per iscriversi alla newsletter. Abbiamo inviato quasi 4.000 adesivi a Bologna e ogni partecipante al festival ne ha trovato uno nel proprio pacchetto di benvenuto. Questo divertente strumento promozionale è stato accolto con grande favore.

Allo stesso tempo, due rappresentanti di Bozar hanno partecipato al festival (il direttore musicale e l'Audience Engagement Manager). Visit.brussels ha inviato il

proprio rappresentante in Italia, a Bologna. Abbiamo allestito uno stand congiunto nel villaggio del festival. Tuttavia, lo stand ha suscitato scarso interesse, poiché a quel punto il festival di Bruxelles sembrava ancora molto lontano. In ogni caso, le basi della nostra campagna di comunicazione erano state gettate!

Social media

Gli account sui social media di Various Voices sono di proprietà di Legato, quindi gli account @variousvoiceschoirfestival vengono trasferiti da un'edizione all'altra del festival. Questo è almeno un ambito in cui i nuovi team organizzativi non devono partire da zero! Abbiamo mantenuto i follower delle edizioni precedenti.

Abbiamo preso in carico questi account sui social media a settembre 2023, dopo che Bologna aveva concluso il proprio lavoro di comunicazione. All'inizio non avevamo molto da comunicare, quindi le cose sono partite un po' a rilento. È stato solo con l'apertura delle iscrizioni a settembre 2024 che abbiamo iniziato a strutturare la nostra comunicazione, utilizzando tre diversi modelli forniti da KYD per i post incentrati sulle informazioni (un'immagine con testo), su un'immagine singola o sul programma (diverse immagini in un carosello). Queste immagini erano, ovviamente, corredate dalle nostre icone.

Da settembre 2024 a dicembre 2025 abbiamo concentrato la nostra comunicazione esclusivamente sui cori e sui partecipanti al festival, con due post al mese (tre a partire da settembre 2025): informazioni sulle iscrizioni, una presentazione delle sedi del festival, una presentazione del team del festival e una panoramica degli eventi principali del festival. Abbiamo pubblicato una storia ogni volta che si iscriveva un nuovo coro. In ogni storia abbiamo taggato Legato, il coro appena iscritto e Sing Out Brussels, generando condivisioni. Queste storie sono state raccolte come "highlights" sul nostro account Instagram e hanno suscitato numerose reazioni.

Alla fine del 2024, sulla scia dell'elezione di Donald Trump e della posizione di Meta sull'inclusività, abbiamo anche discusso se mantenere la nostra presenza sui social network Facebook e Instagram. Abbiamo deciso di rimanere per evitare di contribuire a una mancanza di rappresentanza della nostra comunità su queste piattaforme e abbiamo anche comunicato la nostra posizione in merito. Allo stesso tempo, il team organizzativo è passato da WhatsApp a Signal per le comunicazioni interne.

Nel novembre 2025 la promozione del videoclip "Let Your Heart Be Heard" ha avuto grande risalto sui nostri canali social.

Da gennaio a metà maggio 2026 abbiamo presentato sui social media i 114 cori partecipanti. Ciò ha richiesto un'attenta pianificazione per assicurarci di avere tempo sufficiente per dare spazio a tutti prima dell'inizio del festival. La preparazione di questi post ha richiesto molto tempo. Ogni coro è stato taggato nel post corrispondente, il che ha generato condivisioni e ci ha aiutato a guadagnare molti follower.

Da metà maggio a metà giugno abbiamo presentato gli artisti ospiti che si sarebbero esibiti negli spettacoli e nelle cerimonie. Questi post sono stati condivisi

anche dagli artisti stessi, il che ha incrementato la vendita dei biglietti e il coinvolgimento sui nostri account

Allo stesso tempo, abbiamo continuato a pubblicare post per promuovere il programma del festival, la vendita dei biglietti, il progetto “Let Your Heart Be Heard”, il negozio del festival, nonché per lanciare i nostri appelli per i volontari e ringraziare i nostri partner.

Newsletter

A partire da settembre 2023, abbiamo iniziato a inviare una newsletter al mese alle poche persone che si erano iscritte dopo Bologna. Sebbene ciò non sia conforme al GDPR, abbiamo aggiunto i recapiti di tutti i cori membri di Legato alla mailing list, poiché questo era l’unico modo per poterli contattare.

Nel corso del tempo, abbiamo inviato tre newsletter al mese, rivolte a tre diversi gruppi di destinatari: la newsletter per gli amministratori dei cori (da settembre 2024, all’inizio di ogni mese, riguardante la registrazione del loro coro e i loro compiti in qualità di amministratori), la newsletter per i delegati (a partire da gennaio 2025, riguardante la loro registrazione e le informazioni specifiche per i delegati) e, più sporadicamente, la newsletter esterna (nel corso del tempo, questa è stata adattata per il pubblico in generale). Tutta questa comunicazione ha creato aspettativa ed entusiasmo, informando al contempo chiaramente tutti sullo stato di avanzamento dei preparativi del festival.

Nell’ambito del sondaggio post-festival, abbiamo ricevuto lamentele riguardo al numero di newsletter inviate. È vero che alcune persone hanno ricevuto tutte e tre le newsletter, in quanto erano delegati, amministratori dei cori e abbonati alla newsletter rivolta al grande pubblico.

Tuttavia, riteniamo che sia stato utile ripetere regolarmente le informazioni e comunicare direttamente con tutti i partecipanti al festival. Nei festival precedenti, la comunicazione era rivolta quasi esclusivamente ai direttori dei cori, raramente ai delegati, che spesso arrivavano al festival senza sapere nulla sull’organizzazione dell’evento.

La nostra impressione è che le reazioni a questa comunicazione riflettano senza dubbio ciò che tutti noi viviamo nei nostri cori: alcuni si lamentano di essere sommersi di informazioni, altri si lamentano di non essere tenuti affatto informati, per non parlare di coloro che non leggono mai le informazioni e poi si lamentano di non essere informati.

Lasciamo ai futuri comitati organizzativi il compito di individuare il modo migliore per comunicare con i cori e i delegati.

Gestione delle e-mail

Anziché creare indirizzi e-mail individuali per ciascun membro del team organizzativo, abbiamo deciso di creare un unico indirizzo e-mail generale per garantire che tutti avessero accesso allo stesso livello di informazioni. Eravamo

principalmente in tre a gestire la casella di posta, e il nostro obiettivo era sempre quello di rispondere il più rapidamente possibile.

La maggior parte delle persone che ci ha contattato ha ricevuto una risposta entro 24 ore, tranne nei casi in cui la risposta richiedesse ulteriori approfondimenti. Questa tempestività è stata molto apprezzata e ci ha valso molti complimenti.

È importante rendersi conto che la gestione delle e-mail richiede un'enorme quantità di tempo. Col passare del tempo, abbiamo infatti preparato delle risposte standard per le domande più frequenti. Ma è proprio questa reattività che crea fiducia.

Rendez-vous à Bruxelles/Hand in Hand Festival

Nel giugno 2024, Sing Out Brussels! ha ospitato il “Rendez-vous à Bruxelles” organizzato da Legato. A questo evento hanno partecipato circa venti persone, riunendo direttori di cori provenienti dal Regno Unito, dalla Germania, dai Paesi Bassi, dall’Italia, dalla Spagna, dalla Norvegia e dall’Islanda.

La delegazione ha visitato le principali sedi del festival, con un’escursione dietro le quinte del Bozar. Il nostro direttore artistico Simon Paco ha inoltre presentato il progetto artistico. Il Consiglio direttivo ha fornito una serie di informazioni pratiche. La giornata è proseguita con un concerto di Sing Out Brussels!, Voces Gaudii (Varsavia) e DynamiQ Voices (Utrecht). Un fantastico afterparty e un delizioso brunch hanno concluso il fine settimana. Questa organizzazione congiunta di Legato, Sing Out Brussels! e Various Voices Brussels 2026 ha offerto ai partecipanti una visione completa di come sarebbe stata l’esperienza del festival e ha reso il nostro progetto molto più concreto.

Chi ha partecipato a questo evento ricorderà sicuramente che si è svolto nelle date previste per il festival. A Bruxelles faceva un freddo gelido e il cielo era grigio. All’epoca, nessuno avrebbe potuto immaginare che due anni dopo avremmo dovuto affrontare una terribile ondata di caldo...

Qualche mese dopo, abbiamo ricevuto una sintesi del sondaggio condotto da Legato a seguito di questo “Rendez-vous a Bruxelles”. La maggior parte dei commenti era già stata espressa durante il fine settimana e il team del festival ne ha tenuto conto (accessibilità, opportunità di concerti, contenuti degli spettacoli). Abbiamo ricordato ai cori che stavamo facendo del nostro meglio per organizzare un festival adatto a tutti, ma che non sarebbe stato possibile rendere felici al 100% il 100% dei partecipanti.

Infine, nell’agosto 2024, Sing Out Brussels! ha partecipato al festival Hand in Hand (festival per cori LGBTQI+ del Regno Unito e dell’Irlanda), come unico coro continentale invitato. Abbiamo colto l’occasione per promuovere il festival distribuendo i nostri adesivi e parlando con i partecipanti. Era chiaro che il nostro festival fosse atteso con grande entusiasmo.

Negozio del Festival

Questo aspetto riguarda più il merchandising che la comunicazione, ma includiamo comunque il negozio del festival tra i nostri strumenti di comunicazione.

Durante le riunioni del consiglio direttivo abbiamo discusso a lungo sulla realizzazione di una maglietta del festival. Il dibattito si è concentrato sulla sostenibilità di tali magliette (spesso di scarsa qualità, prodotte in Asia...) e sulla loro inclusività (modelli taglia unica adatti a uomini con una corporatura "standard", ma non ad altre tipologie di corporatura).

Attingendo all'esperienza di Sing Out Brussels!, che aveva già condotto ricerche su questo argomento per le proprie magliette, abbiamo deciso di utilizzare la piattaforma RedBubble. Questa piattaforma adotta un approccio sostenibile perché nessun prodotto viene fabbricato finché non viene ordinato. Ciò significa che non ci sono scorte né sprechi. Inoltre, RedBubble retribuisce equamente i propri artisti e designer. Offre un'ampia gamma di modelli di abbigliamento e ci ha permesso di proporre articoli diversi dalle magliette (maglioni, cappellini, tazze, tappetini per mouse... e persino una tenda da doccia o biancheria da letto!).

KYD ha disegnato i motivi, che sono stati automaticamente adattati ai vari prodotti da RedBubble.

Ecco un riepilogo dei risultati del negozio in termini di incassi e articoli venduti:

- 335 magliette (di cui 139 con il logo LYHBH e 144 con il logo VV26)
- 67 altri articoli tessili (maglioni, cappellini, calzini)
- 114 adesivi e magneti
- 27 articoli vari (tappetino per mouse, custodia per iPhone, borsa di tela, taccuino, cuscino...)
- 10 tazze

I consumatori hanno speso in totale 7334 €. Il festival ha applicato un margine del 7% sugli articoli venduti. L'obiettivo del negozio non era realizzare un profitto. Attualmente è ancora aperto.

Pubblicità

Oltre a promuovere il festival presso il nostro pubblico di riferimento (cori e cantanti LGBTQI+), abbiamo stanziato un budget pubblicitario per promuovere il festival presso il grande pubblico in Belgio. L'obiettivo di queste campagne pubblicitarie era duplice: incoraggiare il pubblico belga ad acquistare i biglietti per l'evento e aumentare la visibilità dell'evento nella sfera pubblica.

Abbiamo stretto una partnership con Tipik (un organo di informazione appartenente all'emittente pubblica belga francofona RTBF): questa collaborazione con questo organo di informazione nazionale ci ha permesso di beneficiare di due campagne pubblicitarie radiofoniche a marzo e maggio 2026, senza alcun costo aggiuntivo per il festival oltre alla produzione dei due spot. Questa campagna è stata accompagnata da un articolo online, la cui visibilità è stata promossa sul sito web della RTBF.

Abbiamo inoltre instaurato una partnership con Bruzz, testata con sede a Bruxelles di lingua olandese. Nel giugno 2026 è stato trasmesso uno spot pubblicitario, per il quale abbiamo beneficiato di una tariffa ridotta.

Inoltre, abbiamo lanciato una campagna di affissione. 25 manifesti sono stati esposti sui cartelloni pubblicitari di JC Decaux in vari punti strategici del centro di Bruxelles, poco prima e durante il festival.

La maggior parte del nostro budget pubblicitario è stata investita in striscioni appesi ai lampioni in 25 punti particolarmente visibili in tutta Bruxelles a partire da metà giugno 2026. Circa dieci di questi striscioni sono stati vandalizzati la notte successiva alla loro installazione, ma quelli rimasti hanno garantito al festival una notevole visibilità per tutta la durata dell'evento. Molti partecipanti al festival hanno anche scattato fotografie di questi magnifici striscioni, che hanno aggiunto un tocco di colore alla città.

È difficile misurare l'impatto di queste pubblicità sull'affluenza al festival. Questo è senza dubbio il progetto di striscioni di cui andiamo più fieri. Abbiamo ricevuto moltissimi riscontri positivi al riguardo. Il loro design, le dimensioni e la visibilità hanno contribuito in modo determinante a conferire credibilità al festival e ad accrescerne la visibilità.

Copertura mediatica

Durante i preparativi del festival abbiamo contattato la stampa generalista in diverse occasioni. Abbiamo innanzitutto diffuso un comunicato stampa con il sostegno di visit.brussels quando Legato ha annunciato che Bruxelles era stata scelta per ospitare il festival. Un dispaccio dell'agenzia di stampa Belga è stato ripreso da numerosi media: La Libre Belgique, La Dernière Heure, Bruzz, Het Laatste Nieuws, Knack, RTBF e RTL.

A seguito della nostra partecipazione al festival di Bologna nel 2023, «Les Grenades», il progetto femminista e inclusivo della RTBF, ha dedicato un articolo al festival di Bruxelles.

Nel 2024, l'evento "Various Voices Rising", organizzato nell'ambito del "Rendez-vous à Bruxelles", ci ha permesso di ottenere uno spazio sul canale televisivo regionale BX1, aumentando così la visibilità del festival.

A gennaio 2025 abbiamo diffuso un nuovo comunicato stampa: a quel punto il festival era già al completo, con 120 cori iscritti: Bruzz, RTBF, DH, BX1, La Libre, Brussels Times.

Nel 2026, la nostra comunicazione si è inizialmente concentrata sul progetto partecipativo "Let Your Heart Be Heard" e sulle prove organizzate al Bozar in vista dello spettacolo del 27 giugno. Questo ci ha permesso di essere invitati al programma mattutino di Vivacité Bruxelles (un canale regionale della RTBF) per promuovere il progetto. Siamo stati invitati anche al programma mattutino Tipik (RTBF).

Abbiamo instaurato una collaborazione con il media LGBTQI+ di Bruxelles Ket, che nel corso del tempo ha dedicato numerosi articoli al festival: 22/02/26, 25/02/26, 04/03/26, 11/03/26, 02/04/26, 17/04/26, 27/04/26, 25/05/26, 29/06/26, 02/06/26, 04/06/26, 14/06/26.

Con l'avvicinarsi del festival, eravamo delusi dal fatto che i media mainstream non mostrassero un maggiore interesse per il nostro progetto, nonostante un contesto favorevole alla sua visibilità (la sfida ai diritti LGBTQI+ in tutto il mondo, la crescente popolarità del canto corale, la natura unica dell'evento e il suo enorme impatto economico sulla città). Tuttavia, tutto è cambiato in seguito agli atti di vandalismo che hanno colpito una decina dei nostri striscioni promozionali. Lo shock è stato tale che abbiamo pubblicato spontaneamente un post di risposta su Instagram. Questo post è diventato rapidamente virale. È stato visualizzato oltre 1.130.000 volte, ha ricevuto 3.300 "mi piace", è stato condiviso 500 volte e ha generato quasi 200 commenti. Questo enorme clamore ha attirato l'attenzione dei media, che nei giorni successivi hanno pubblicato numerosi articoli e condotto interviste sul festival: Sudinfo, Bruxelles Today, RTBF, Bruzz, VRT, Het Laatste Nieuws, La Libre e La DH.

Pur apprezzando la solidarietà manifestata in seguito a questo atto di vandalismo omofobo, abbiamo deplorato il fatto che ci sia voluto proprio questo incidente perché i media si interessassero al festival. Abbiamo quindi diffuso un ulteriore comunicato stampa, esortando i media a spostare il festival dalle sezioni "Notizie in breve" a quelle dedicate alla "Società" o alla "Cultura". A seguito di questo comunicato, siamo stati invitati al programma mattutino di Bruzz e BX1 per parlare del festival in generale.

DURANTE IL FESTIVAL

L'ondata di caldo

Si dice che i belgi siano ossessionati dal tempo, che spesso è il loro primo argomento di conversazione, vista la sua variabilità in Belgio. Durante il festival, abbiamo avuto ottimi motivi per farne il nostro argomento principale. Il caldo intenso che ha prevalso per tutta la durata del festival ha pesato molto sull'evento.

Le date del festival non sono state scelte a caso. Infatti, erano le uniche in cui tutte le sedi erano disponibili contemporaneamente, poiché la stagione culturale a Bruxelles termina intorno al 20 giugno. La maggior parte delle sedi è chiusa e non disponibile per l'affitto nei mesi di luglio e agosto. In queste circostanze, avevamo una finestra di opportunità molto ristretta per organizzare il festival.

Sebbene queste date cadano all'inizio dell'estate, la nostra principale preoccupazione durante i sei anni di preparazione del festival è stata la pioggia e il cielo grigio. A titolo di confronto, ecco le condizioni meteorologiche previste per queste date dal 2020 al 2025:

- 2025: tra i 22 e i 25°, con pioggia tutti i giorni
- 2024: tra i 18 e i 20°, senza pioggia, ma con cielo grigio e umidità fredda
- 2023: tra i 22 e i 25°, con pioggia in due giorni su cinque
- 2022: tra i 18 e i 20°, senza pioggia

- 2021: tra i 18 e i 20°, con pioggia tutti i giorni
- 2020: tra i 20 e i 22°, senza pioggia

Ci eravamo quindi preparati a un clima piuttosto primaverile e probabilmente piovoso. Questo, infatti, aveva influenzato la nostra decisione di limitare il numero di eventi all'aperto in programma. La disponibilità di aria condizionata nelle sedi non è mai stata una preoccupazione per noi.

A pochi giorni dall'inizio del festival, inizialmente ci siamo sentiti sollevati nell'apprendere che finalmente il sole avrebbe fatto capolino su Bruxelles... per poi rimanere rapidamente delusi, viste le temperature previste.

Guardando indietro, sappiamo ora che il festival si è svolto durante la settimana più calda mai registrata in Belgio dall'inizio delle osservazioni meteorologiche nel Paese. Il 26 giugno, la temperatura ha raggiunto i 35,5 °C a Bruxelles, un record assoluto per questo periodo dell'anno. Mai prima d'ora un'ondata di caldo aveva colpito così presto, accompagnata, per di più, da sei notti tropicali consecutive dal 21 al 26 giugno (tra cui due notti con temperature minime di 24 °C durante il festival!) e da sette giorni di caldo estremo (temperature massime superiori ai 30 °C). Altrettanto intenso è stato il temporale scoppiato nella notte tra il 27 e il 28 giugno. In appena 30 minuti, a Bruxelles sono caduti 35,1 mm di pioggia – la metà della quantità di pioggia normalmente registrata nell'intero mese di giugno. Date queste condizioni, nell'arco dell'intero periodo sono stati registrati in Belgio 1.747 decessi in più, il che rappresenta un tasso di mortalità in eccesso del 47,8%. In queste circostanze, dobbiamo innanzitutto essere grati che il festival si sia svolto senza gravi problemi di salute.

Il Belgio non è chiaramente attrezzato per far fronte a tali temperature. L'aria condizionata, ad esempio, non è molto diffusa nei luoghi pubblici o sui mezzi di trasporto pubblico. Sebbene la maggior parte delle nostre sedi di spettacolo fosse dotata di aria condizionata, gli impianti spesso non erano abbastanza potenti per far fronte a tali temperature. Il Cirque Royal ha rappresentato un problema rilevante, poiché non dispone di aria condizionata e il suo tetto è in metallo, il che ha ulteriormente aggravato la situazione in quella sede.

Tuttavia, non si è mai presa in considerazione l'ipotesi di annullare o rinviare il festival. Tutti i partecipanti erano comunque già sul posto. Poiché i nostri eventi si svolgono principalmente al chiuso, le autorità non ci hanno chiesto di adottare tali misure, mentre sabato 27 giugno il Comune di Bruxelles ha deciso di evacuare il festival Couleur Café, che si teneva all'aperto a pochi passi dal nostro evento all'ING Arena, a causa del rischio di un temporale.

In queste circostanze eccezionali, ci siamo impegnati a tenere i partecipanti al festival il più possibile informati e ad adattarci mantenendo le attività per quanto possibile:

- Comunicazioni tramite newsletter prima del festival per informare sulle condizioni meteorologiche e offrire alcuni consigli (portare una bottiglia d'acqua, bere molto, vestirsi in modo leggero, portare un ventaglio, ecc.)
- Comunicazione tramite newsletter durante il festival per informare sui cambiamenti di programma, sui possibili adeguamenti e sulla situazione nelle diverse sedi.

- L’acqua del rubinetto era disponibile in tutte le nostre sedi, sia per il pubblico che nel backstage.
- Data la calura soffocante al Cirque Royal, abbiamo suddiviso gli spettacoli serali «Treachery of Images» e «Royalties» in due parti, mentre in origine ogni spettacolo avrebbe dovuto essere rappresentato due volte per intero. Spostare gli spettacoli in un’altra sede era tecnicamente e finanziariamente irrealizzabile. Questa è stata la soluzione migliore che abbiamo potuto trovare, nell’interesse sia degli artisti che del pubblico.

Alcune iniziative sono state intraprese dai nostri partner. Ad esempio, al Festival Village, visit.brussels ha installato una fontanella gratuita e ha aumentato il numero di ombrelloni disponibili. Davanti al Municipio di Bruxelles, dove si svolgevano diversi eventi del festival, le autorità locali hanno installato una fontanella. Il Vaux Hall Summer, tuttavia, non ha fornito alcuna ombra ai cori che si esibivano, i quali hanno dovuto cantare di fronte al sole. Abbiamo appreso che il personale di sicurezza aveva impedito ai partecipanti al festival di accedere ad alcune sedi con le loro bottiglie d’acqua, il che è ovviamente deplorevole date le circostanze.

Questa ondata di caldo ha influito sull’esperienza dei cori, dei partecipanti al festival e del team organizzativo: esibizioni abbreviate, condizioni di concerto molto difficili, problemi di biglietteria dell’ultimo minuto da risolvere al Cirque Royal, una gestione della crisi altamente stressante, disagio, stanchezza e irritabilità causati dal caldo, nonché una scarsa affluenza in alcuni eventi e sedi.

Vorremmo cogliere l’occasione per ringraziare tutti i cori e i partecipanti al festival per la loro flessibilità e comprensione di fronte a questa situazione del tutto eccezionale, che era, ovviamente, al di fuori del nostro controllo.

Nell’ambito del nostro processo di candidatura per il 2020–2021, avevamo dovuto prevedere come avremmo agito in caso di pandemia. Erano tempi diversi. Durante il festival, nessun partecipante ci ha posto domande sulle misure di salute e sicurezza messe in atto. Tutti parlavano dell’ondata di caldo. In futuro, le procedure di candidatura dovranno senza dubbio tenere conto dei rischi legati al clima. Poiché il Brighton Festival 2030 è previsto per metà agosto, il team organizzativo dovrà sicuramente tenerne conto.

Programma del Festival

Il programma

All’apertura delle iscrizioni abbiamo offerto tre opportunità di concerto, proprio come Various Voices Munich 2018, da cui abbiamo tratto grande ispirazione: il concerto pomeridiano, il concerto di strada e la partecipazione a uno spettacolo o a una cerimonia. Il concerto pomeridiano era obbligatorio. Per gli altri due concerti, i responsabili dei cori dovevano indicare il proprio interesse sul modulo di iscrizione. 27 cori non hanno manifestato interesse per queste esibizioni.

A partire da settembre 2025, in risposta alla forte richiesta da parte dei cori, abbiamo aggiunto altre tre opportunità di concerto, grazie alla nostra partnership con il Comune di Bruxelles: visite guidate canore al Municipio, un concerto al

Municipio o un concerto nell'ambito del Vaux Hall Summer. Un modulo inviato ai cori ha permesso loro di manifestare il proprio interesse per uno o più concerti. 61 cori hanno manifestato interesse per queste esibizioni. Siamo riusciti a inserirli tutti nel programma. Per soddisfare alcuni requisiti specifici del Municipio (cori di piccole dimensioni), abbiamo contattato proattivamente una serie di gruppi vocali che rispondevano ai criteri in termini di numero di membri.

Nell'elaborazione del programma abbiamo tenuto conto di numerosi vincoli:

- Direttori di coro condivisi. Lo stesso direttore di coro può dirigere diversi cori, che quindi non possono essere programmati contemporaneamente.
- Cantanti in comune. Lo stesso cantante può far parte di diversi cori (una menzione speciale va all'European Queer Choir, composto esclusivamente da cantanti che cantano anche in almeno un altro coro).
- Dimensioni dei cori (è impossibile programmare cori molto numerosi in sale di piccole dimensioni)
- Requisiti di accessibilità (i membri dei cori con esigenze di accessibilità sono stati programmati per esibirsi su palchi senza scale).
- Le date di arrivo o partenza dei cori (alcuni partecipanti al festival sono arrivati a Bruxelles solo giovedì o venerdì).

Per organizzare il festival tenendo conto di questi vincoli e delle richieste di concerto dei cori, abbiamo sviluppato una nostra app di programmazione, in grado di individuare eventuali conflitti. Senza questa app, probabilmente non ce l'avremmo mai fatta! Nella stragrande maggioranza dei casi, siamo riusciti a soddisfare tutte le richieste.

Tuttavia, abbiamo rivisto manualmente questa programmazione automatizzata, modificando le sedi o gli orari per alcuni cori al fine di garantire la diversità del programma (ad esempio, per evitare che tre cori SSAA – che erano già in numero ridotto – si esibissero consecutivamente nella stessa sede, o contemporaneamente in tre sedi diverse). , siamo riusciti a inviare il programma del festival a ciascun coro nel gennaio 2026, anche se avevamo fissato la fine di marzo come termine ultimo.

Alla fine di maggio, il team del festival ha inviato ai cori un documento informativo per ciascuna sede, contenente informazioni sull'accesso alle sedi, gli orari, la sala di esibizione e le sue specifiche tecniche (microfoni, dimensioni del palco, posizioni delle pedane rialzate), i camerini, l'accessibilità e così via. Il nostro direttore artistico ha inviato un documento simile, suddiviso per spettacolo o cerimonia, ai cori partecipanti.

Abbiamo programmato 374 eventi, di cui 267 concerti (gli altri eventi sono prove, soundcheck, laboratori e attività sociali):

- Spettacoli e cerimonie: 9 sessioni, 58 cori sul palco
- Concerti pomeridiani: 114 concerti
- Vaux-Hall Summer: 15 concerti
- Visite guidate canore al Municipio: 40 esibizioni per 32 cori
- Concerti gratuiti alla Salle des Milices: 17 concerti
- Concerti di strada: 28 concerti il mercoledì e 44 il sabato

Per quanto riguarda il numero di esibizioni:

- 1 coro si è esibito cinque volte
- 26 cori si sono esibiti quattro volte

- 45 cori si sono esibiti tre volte
- 30 cori si sono esibiti due volte
- 12 cori si sono esibiti una volta

Esortiamo i futuri comitati organizzatori a tenere conto dei numerosi vincoli e delle richieste avanzate dai cori. È fondamentale raccogliere tutte queste richieste in un unico documento per facilitare il processo di selezione in vista del programma (sia esso redatto virtualmente o manualmente). La stesura del programma è un compito impegnativo che suscita grande attesa ed entusiasmo tra i cori partecipanti.

Team tecnico

Nel 2024 abbiamo nominato Antoine Denis direttore tecnico del festival. Antoine Denis è a capo di Audeo, un'azienda che gestisce oltre 300 eventi all'anno. Abbiamo ritenuto particolarmente importante e utile disporre di un unico referente per tutte le nostre sedi principali (Bozar, Cirque Royal, Madeleine, Auditorium 490).

Le altre sedi (concerti in collaborazione) non erano gestite da Audeo. All'ING Arena abbiamo dovuto scegliere uno dei subappaltatori indicati dalla sede stessa. Antoine Denis si è occupato di tutte le comunicazioni con questo subappaltatore.

L'allestimento degli impianti audio delle sedi è stato coordinato da Antoine Denis in collaborazione con il tecnico del suono Vincent De Bast, ingaggiato dal festival in quanto specializzato nel suono corale e collaboratore abituale di Sing Out Brussels!. Il contributo di Vincent è stato fondamentale per aiutare i nostri cori a dare il meglio di sé sul palco. Vincent era presente ovunque durante il festival e ha persino dato una mano con l'impianto audio alla Vaux Hall, sebbene non fosse stato assegnato a quella sede.

Per l'illuminazione, abbiamo collaborato con Sébastien Mercial, che ha progettato i piani di illuminazione per gli spettacoli e le cerimonie.

Nel marzo 2025, Antoine Denis ci ha fornito i preventivi tecnici per ciascuna sede, comprese le attrezzature e il personale. Questi preventivi, che erano molto elevati, sono stati ridotti del 20% su nostra richiesta.

Il piano tecnico per ciascuna sede (audio e luci) è stato finalizzato nell'aprile 2026. Nel frattempo, i preventivi forniti nel 2025 erano quasi raddoppiati, principalmente a causa dell'estensione dell'orario di lavoro dei tecnici, ma anche a causa di alcune circostanze impreviste (ad esempio, il Bozar voleva costringerci a noleggiare il proprio impianto audio, che non era ancora stato installato al momento della firma del nostro contratto – alla fine non ci è stato addebitato alcun costo per questo). All'ING Arena, il subappaltatore ha inviato il preventivo definitivo solo una settimana prima del festival! Abbiamo dovuto affrontare discussioni tese negli ultimi giorni prima dell'evento per ridurre i costi.

Vorremmo cogliere l'occasione per ringraziare Antoine Denis e Vincent De Bast per il loro duro lavoro e la loro flessibilità. Il loro compito non era facile, poiché non conoscevano bene l'evento e non erano abituati a lavorare con produttori non professionisti (il team del festival).

Vorremmo consigliare ai futuri team organizzativi che è fondamentale collaborare con professionisti specializzati nel suono per i cori per il proprio festival, poiché si tratta di un campo specialistico a sé stante. È altrettanto fondamentale instaurare rapporti professionali efficaci con questi specialisti, dai quali dipende gran parte del successo del festival. Consideriamo questa collaborazione un'esperienza estremamente positiva.

Gestione della biglietteria

Il nostro team voleva espressamente aprire il festival al grande pubblico. Non volevamo un festival chiuso in se stesso, in cui i cori LGBTQI+ si esibissero solo per un pubblico composto da altri cori LGBTQI+. "Various Voices" ha senso solo se il suo messaggio viene diffuso su larga scala.

La vendita dei biglietti era necessaria anche per aumentare le nostre entrate, poiché le spese del festival erano in costante aumento. Tuttavia, dovevamo tenere conto del fatto che ai nostri partecipanti doveva essere garantito un posto a sedere nelle sedi degli eventi. Fin dall'inizio, una delle nostre principali sfide è stata quella di trovare una sede per i concerti in grado di ospitare tra le 3.500 e le 4.000 persone. Ciò è stato possibile solo all'ING Arena. La capienza del Bozar e del Cirque Royal, anche con due spettacoli al giorno, non è sufficiente per ospitare 4.000 persone. Abbiamo infine deciso di aprire tutti gli eventi al pubblico. Abbiamo scommesso sul fatto che non tutti i partecipanti al festival avrebbero assistito a ogni spettacolo, e avevamo ragione.

Per i concerti pomeridiani, abbiamo spiegato il concetto del festival ai gestori delle sedi: i partecipanti si spostano da una sede all'altra. Volevamo evitare di dover assegnare posti a sedere numerati. Tutte le sedi hanno compreso la nostra richiesta. Per il pubblico generale, abbiamo venduto i Pass Pomeridiani, che garantivano l'accesso a tutte le sedi.

Per gli spettacoli e le cerimonie, la situazione era diversa. Sia il Bozar che il Cirque Royal hanno insistito sui posti a sedere numerati per facilitare la gestione della folla. Dopo lunghe trattative, le due sedi – che di solito impongono i propri sistemi di biglietteria – hanno accettato di farci utilizzare il nostro (Billetweb) per evitare che i partecipanti al festival dovessero destreggiarsi tra più sistemi di biglietteria. Inoltre, Billetweb offre commissioni amministrative molto competitive. Con il Bozar tutto è andato liscio, ma non con il Cirque Royal. Abbiamo avuto una controversia con il direttore a seguito di un malinteso riguardante il sistema di biglietteria. Risolvere questa controversia ci ha richiesto molto tempo nelle settimane precedenti il festival.

Quando abbiamo prenotato l'ING Arena per lo spettacolo del sabato sera, abbiamo chiesto anche di poter utilizzare il nostro sistema di biglietteria. Nonostante i nostri migliori sforzi, la direzione ha rifiutato, applicando una commissione elevata per ogni biglietto venduto o ceduto. Avere due sistemi di biglietteria distinti ha causato difficoltà sia ai partecipanti al festival che a noi.

Per il Bozar e il Cirque Royal, abbiamo discusso a lungo sull'approccio migliore: prenotare in anticipo i posti per ciascun coro o consentire a ogni corista di

prenotare il proprio posto (permettendo al contempo prenotazioni multiple in modo che gli amici potessero sedersi insieme). Abbiamo optato per la seconda opzione. Sapevamo già che molti membri dei cori non sarebbero stati presenti per l'intera durata del festival e volevamo evitare di lasciare posti vuoti. Inoltre, tutti questi spettacoli si tenevano in due orari diversi e volevamo dare ai membri dei cori la possibilità di scegliere l'orario dello spettacolo che più gli convenisse. Abbiamo quindi fatto affidamento sulla responsabilità individuale. Questa decisione è stata contestata da diversi cori, ma noi la confermiamo.

Normalmente, l'emissione di un biglietto comporta il pagamento di commissioni di prenotazione a carico dell'organizzatore. A seguito di trattative, il nostro partner per la biglietteria, Billetweb, ha compreso la natura unica del nostro festival e ha consentito ai partecipanti di prenotare i propri posti gratuitamente.

All'ING Arena, tuttavia, dove i posti a sedere non erano numerati, è stata la stessa sede a inviare i biglietti a tutti i partecipanti al festival, addebitando una commissione.

Abbiamo aperto la vendita dei biglietti per gli spettacoli al Bozar e al Cirque Royal nel febbraio 2026, con accesso prioritario per i partecipanti al festival fino alla fine di marzo. Successivamente, è iniziata la vendita al pubblico generale. All'ING Arena, la vendita è iniziata nel novembre 2025 e i biglietti sono stati inviati ai partecipanti al festival alla fine di maggio.

La gestione del processo di biglietteria ha richiesto un grande impegno e contatti individuali con i partecipanti al festival, nonostante le FAQ che avevamo pubblicato (biglietti smarriti, difficoltà nella prenotazione, artisti in programma che non capivano perché non potessero prenotare un posto, cambi di posto).

Esortiamo i futuri team organizzativi a tenere presenti queste difficoltà qualora desiderino mettere in scena eventi simili. La soluzione più semplice è, ovviamente, disporre di un unico sistema di biglietteria per tutti gli eventi, ma questa decisione spetta ai gestori delle sedi. Idealmente, le sedi dovrebbero anche essere abbastanza capienti da ospitare contemporaneamente tutti i partecipanti al festival per ogni spettacolo, evitando così la necessità di prenotazioni anticipate individuali. Tuttavia, data la continua crescita di Various Voices, ciò rappresenta una sfida. Nel caso in cui sia possibile scegliere tra diversi spettacoli, riteniamo comunque che il sistema di prenotazione anticipata individuale sia il più efficace.

Concerti pomeridiani: il cuore del festival

Various Voices Brussels 2026 ha dimostrato ancora una volta che i concerti pomeridiani sono davvero il cuore e l'anima del festival! Che gioia è stata assistere alle esibizioni di così tanti cori di talento, che hanno dato il meglio di sé davanti a un pubblico esigente ma anche caloroso.

L'atmosfera nelle sale (e nei corridoi che vi conducevano) era magica e straordinaria. Come spiegato in precedenza, il programma ben congegnato ha permesso al pubblico di scoprire nuovi cori o di ritrovare quelli già conosciuti, offrendo al contempo una varietà di formazioni SSAA, SATB, TTBB e altri ensemble di varie dimensioni. I concerti pomeridiani hanno registrato un'ottima affluenza; la

maggior parte delle sale era al completo. Alcuni concerti hanno avuto un pubblico più sparso, a seconda della sede e del programma.

Abbiamo impiegato notevoli risorse tecniche per garantire che i cori fossero adeguatamente amplificati, in modo che potessero tutti brillare sul palco. Vorremmo cogliere l'occasione per ringraziare Antoine Denis, direttore tecnico, e Vincent De Bast, tecnico del suono, che hanno lavorato in condizioni molto difficili.

In linea generale, il programma è stato rispettato, con tempi sufficienti tra un'esibizione e l'altra. Abbiamo prestato molta attenzione a garantire che i tempi fossero corretti quando i cori ci hanno fornito le loro scalette! Siamo a conoscenza di un unico inconveniente al Cirque Royal sabato pomeriggio, dove alcuni concerti sono iniziati prima del previsto, causando un ritardo nel programma, cosa di cui ci rammarichiamo profondamente.

Avevamo deciso di distribuire i concerti pomeridiani su tre giorni anziché cinque, tenendo conto che molti cori non sarebbero stati disponibili il mercoledì pomeriggio e la domenica. La gestione delle prove audio si è rivelata una sfida. Con 10 cori in programma ogni giorno in ciascuna sede, queste prove hanno dovuto inevitabilmente essere sbrigate in fretta, poiché potevano svolgersi solo in una finestra temporale di tre ore al mattino.

La difficoltà principale nell'organizzazione di questi concerti è stata la mancanza di volontari nei momenti chiave, nonostante il loro ruolo sia fondamentale per la gestione dei tempi (vedi la sezione «Volontariato»). Dobbiamo inoltre sottolineare la difficoltà per le persone con mobilità ridotta di spostarsi da una sala all'altra. Il nostro servizio di taxi-bicicletta ha funzionato bene, ma non è riuscito a soddisfare tutta la domanda. La soluzione ideale è, ovviamente, organizzare tutti i concerti in un unico edificio, cosa che a Bruxelles non è stata possibile.

Si tratta di punti importanti che dobbiamo trasmettere ai futuri team organizzativi: aumentare il numero dei cori partecipanti potrebbe complicare il processo di programmazione, rendendone difficile la gestione nell'arco di cinque giorni. Anche tenere conto di tutti i vincoli e le richieste dei cori rappresenta una sfida importante. È inoltre essenziale essere molto precisi riguardo agli orari delle esibizioni. Il minimo errore può rovinare un intero pomeriggio. Infine, la nostra conclusione è la stessa della nostra introduzione: questi concerti sono il cuore del festival. E i nostri cori sono le star dell'evento!

Spettacoli e cerimonie

Fin dall'inizio del nostro progetto, abbiamo voluto creare diversi spettacoli, riunendo i cori attorno a un tema centrale. Non abbiamo inventato nulla di nuovo. Come nel caso di " " a Bologna, Monaco e Dublino, questi spettacoli sono stati per noi un'occasione per valorizzare la cultura belga invitando artisti locali a condividere il palco con i cori, nonché un'opportunità per mettere in risalto i cori stessi, favorendo al contempo i legami tra loro.

Abbiamo programmato una cerimonia di apertura e una di chiusura, oltre a tre spettacoli. I temi sono stati decisi a seguito di una sessione di brainstorming organizzata all'interno del coro Sing Out Brussels! durante il lockdown del 2021.

Questi temi, in linea con l'identità belga, bruxellese ed europea del festival, erano il surrealismo (*La tradizione delle immagini*, che gioca sul genere e sulle apparenze), la monarchia e il progetto europeo.

Poiché la creazione artistica è una professione a sé stante, abbiamo innanzitutto contattato Sébastien Jurczys, con cui avevamo lavorato al dossier di candidatura. Nel 2022, poiché Sébastien si era trasferito all'estero, abbiamo nominato Simon Paco direttore artistico. Avevamo già collaborato con Simon a diverse produzioni di Sing Out Brussels! e l'esperienza si era rivelata molto gratificante. Poiché Simon non aveva mai collaborato con Various Voices in precedenza, gli abbiamo fornito innanzitutto un briefing dettagliato per spiegargli in cosa consistesse il festival, l'esigenza di mettere in luce i cori e la natura unica dei nostri cori (gruppi amatoriali altamente organizzati, ma non artisti professionisti).

Il primo compito di Simon è stato quello di svolgere una ricerca per definire l'identità di ogni spettacolo e il suo messaggio. In particolare, ha introdotto il tema del «Cabaret» nella cerimonia di apertura. Simon ha presentato una prima bozza della sua visione al nostro team e ai membri chiave di Sing Out Brussels!, il che gli ha permesso di perfezionare il concetto. Una delle nostre priorità era la diversità degli artisti ospiti. Volevamo rappresentare sul palco tutte le lettere dell'acronimo LGBTQI+. Sulla base di queste osservazioni, Simon ha completato il dossier artistico nel 2024. Il documento è stato poi condiviso con gli amministratori dei cori.

Nel questionario di iscrizione, i cori potevano già manifestare il proprio interesse a partecipare a queste esibizioni. La proposta artistica includeva un questionario che consentiva loro di specificare la propria proposta (lo spettacolo a cui il coro desiderava partecipare, il brano proposto ed eventuali collaborazioni con un altro coro). Simon Paco ha ricevuto 83 proposte, a dimostrazione dell'entusiasmo dei cori nel partecipare a questi eventi. Contemporaneamente, Simon ha lanciato un bando rivolto agli artisti queer che desiderassero partecipare ai nostri spettacoli in qualità di ospiti.

Nel settembre 2025, Simon ha presentato una prima bozza del programma, precisando che i cori iscritti a un singolo spettacolo avrebbero avuto la priorità per quello spettacolo. Tutti i cori che hanno presentato domanda sono stati inclusi in almeno uno spettacolo. Dato il numero di richieste, è stato possibile mettere in scena lo stesso spettacolo due volte ogni sera, il che ha facilitato l'organizzazione in termini di prove. A ogni spettacolo hanno partecipato circa 15 cori.

Nel corso di diversi mesi, Simon ha contattato ciascun coro per spiegare il concetto alla base degli spettacoli, chiarire le loro proposte e ottenere ulteriori informazioni (testi delle canzoni, copie degli spartiti, registrazioni video o audio). La direttrice musicale Emily Allison è stata consultata per garantire che gli spettacoli fossero ben equilibrati (tipo di cori, tipo di repertorio, ecc.). Abbiamo deciso che la qualità musicale non sarebbe stata un criterio di selezione, poiché Various Voices non è un concorso e ogni coro dovrebbe avere la stessa opportunità di mettersi in luce. Nonostante diversi solleciti, alcuni cori non hanno mai risposto e sono stati quindi rimossi dall'elenco dei cori candidati. Il programma degli spettacoli e delle cerimonie è stato definito nel dicembre 2025.

Nel gennaio 2026, Simon ha ingaggiato le presentatrici Stéphanie Coerten (nota in particolare per il suo ruolo di presentatrice al Concorso Internazionale di Musica

Regina Elisabetta) e La Veuve (un'artista anch'essa esperta nell'arte della presentazione di eventi). Nel marzo 2026, Simon ci ha presentato per la prima volta un elenco di artisti invitati a esibirsi sul palco. Tuttavia, molti nomi dovevano ancora essere confermati.

È stato da quel momento in poi che le cose hanno cominciato ad andare male. Simon aveva problemi di salute ed era, allo stesso tempo, impegnato in altri progetti professionali. La sua presenza alle nostre riunioni è diventata meno regolare. Aveva promesso di fornirci l'elenco degli artisti ospiti definitivamente confermati, ma tale elenco non è mai arrivato. Aveva anche promesso di fornirci i programmi di ogni spettacolo, ma neanche questo è avvenuto. Non avevamo alcuna visione d'insieme di questi programmi perché Simon stava lavorando su un proprio documento e si era rifiutato di inserire le informazioni su Integra, la piattaforma che stavamo utilizzando per la programmazione del festival.

Poche settimane prima di «Various Voices», Simon si è accorto che alcuni spettacoli erano troppo lunghi. Poiché alcuni cori avrebbero dovuto cantare due brani durante lo stesso spettacolo, ha chiesto loro di eliminarne uno. Ciò ha provocato forti reazioni da parte di alcuni cori, con comunicazioni non sempre rispettose. Abbiamo sostenuto Simon e chiesto che venisse rispettato il suo lavoro. Abbiamo inoltre ribadito la nostra richiesta di inviarci i programmi degli spettacoli.

Li abbiamo finalmente ricevuti due settimane prima del festival. Abbiamo ricevuto anche un elenco molto lungo di artisti ospiti (23 artisti e 7 DJ!). Questi artisti, distribuiti nei cinque spettacoli, hanno messo in luce la diversità della comunità LGBTQI+ (ogni lettera dell'acronimo era rappresentata) attraverso una varietà di forme d'arte: canto dal vivo, drag queen, drag king, cabaret, numeri circensi, burlesque e performance art.

Simon aveva trascorso settimane a rincorrere alcuni di loro per ottenere la loro conferma. Non era stato ancora firmato alcun contratto, quindi abbiamo dovuto avviare le trattative con i loro manager quando ormai era troppo tardi per far approvare i nostri contratti – contratti che non sempre erano in linea con i contratti professionali standard solitamente firmati da questi artisti.

Inoltre, mentre finalmente esaminavamo l'ordine di esibizione, ci siamo resi conto che i due spettacoli in programma al Cirque Royal erano troppo lunghi di 15 minuti rispetto al programma inizialmente stabilito da Simon e approvato dalla sede. A quel punto, non era più fattibile eliminare alcun coro dal programma. Abbiamo quindi chiesto che gli artisti ospiti venissero rimossi. Simon ha preferito spostarli in altri spettacoli. Ciò ha creato un enorme squilibrio, poiché alcuni spettacoli ora avevano un numero eccessivo di artisti in programma, in particolare la cerimonia di apertura e lo spettacolo all'ING Arena, oltre a uno squilibrio nei tipi di esibizioni presenti in ciascuno spettacolo. A quel punto avremmo dovuto insistere per annullare o non firmare determinati contratti, ma Simon non era affatto disposto a farlo. Abbiamo avuto l'impressione che fossero principalmente preoccupati di preservare la propria reputazione sulla scena artistica di Bruxelles, piuttosto che dare priorità agli interessi del festival. Data la presentazione molto tardiva, non abbiamo nemmeno avuto il tempo di verificare con precisione la tempistica delle esibizioni. Ormai era comunque troppo tardi.

Poi il festival è iniziato. E molte cose non sono andate come sperato:

- Il tempo a disposizione per le prove era troppo breve, visto il numero di cori e artisti in programma
- Simon aveva sottovalutato il tempo necessario ai cori per entrare e uscire dal palco, così come la durata degli applausi... Ciò ha portato a notevoli superamenti dei tempi , in particolare alla cerimonia di apertura e all'ING Arena, dove il numero di artisti in programma era decisamente troppo elevato.
- A causa del caldo, le condizioni di lavoro erano infernali, specialmente al Cirque Royal. Di conseguenza, Simon ha suggerito di dividere ogni spettacolo in due parti. Questa era l'opzione migliore. Tuttavia, sebbene i cori fossero comprensivi, ciò ha causato molta frustrazione e anche un caos totale per quanto riguarda la biglietteria, mentre quasi tutti gli spettacoli erano esauriti.
- All'ING Arena, dove stavamo lavorando con un subappaltatore imposto dalla sede dell'evento, sono sorti enormi problemi (il palco non è stato allestito in tempo, causando ritardi durante le prove di sabato; l'attrezzatura fornita all'artista del trapezio, che avrebbe dovuto volare in aria, era sbagliata e l'artista ha dovuto esibirsi a terra; c'è stata una generale mancanza di rispetto da parte del subappaltatore nei confronti dei nostri team...)

In queste circostanze, Simon ha cercato di salvare la situazione come meglio poteva, in particolare riducendo i discorsi dei presentatori e chiedendo ai cori di non fare l'inchino... Sono stati tagliati i momenti pensati per far cantare il pubblico. Ma questo ha creato molta frustrazione e tensione dietro le quinte. Alla cerimonia di apertura, è stato suggerito di tagliare l'esecuzione dell'inno del festival, cosa non negoziabile per il team organizzativo. All'ING Arena, il nostro team era sottoposto a forte stress perché lo spettacolo era durato 45 minuti in più del previsto. L'esecuzione dell'inno del festival, alla fine della serata, è stata davvero una corsa dell'ultimo minuto. Temevamo che il pubblico potesse perdere l'ultima metropolitana. Il personale di sicurezza era particolarmente teso a causa del superamento dei tempi previsti. La sala, infatti, si era notevolmente svuotata con il passare della serata.

Anche lo spostamento degli artisti ospiti da uno spettacolo all'altro ha gravemente compromesso la coerenza delle esibizioni. Il tema generale non era più realmente individuabile. Ciò ha inoltre compromesso la rappresentatività della comunità LGBTQI+, con, ad esempio, un numero di drag queen all'ING Arena di gran lunga superiore a quanto originariamente previsto. Alcune esibizioni artistiche hanno inoltre suscitato reazioni. Ci rammarichiamo che alcune persone abbiano frainteso cosa sia l'arte burlesque e abbiano percepito una sessualizzazione nelle opere di artisti che, al contrario, rivendicano il proprio corpo come strumento di potere. Altri non hanno apprezzato il messaggio politico di certi numeri. Non avevamo potuto visionare questi numeri in anticipo (e in alcuni casi non li abbiamo nemmeno visti perché eravamo nel backstage). Pur rispettando ovviamente la libertà artistica, riteniamo che, in qualità di produttori di questi spettacoli, avremmo dovuto avere il diritto di esaminarne i contenuti.

Infine, l'affluenza agli spettacoli è stata deludente, anche se quasi tutti erano indicati come esauriti. Ecco i dati relativi agli spettacoli per i quali i partecipanti al festival avevano prenotato i propri posti:

- La cerimonia di apertura ha registrato la maggiore affluenza. Il 77% del pubblico previsto si è presentato a ciascuna sessione.

- Per *Treachery of Images*, il giorno successivo al Cirque Royal, l'affluenza è stata del 58% per il primo spettacolo e del 64% per il secondo.
- Per "Royalties", venerdì, l'affluenza è stata ancora più bassa: il 32% per la prima rappresentazione e il 33% per la seconda.
- Alla cerimonia di chiusura, il 52% del pubblico previsto ha partecipato alla prima sessione e il 62% alla seconda.

All'ING Arena, i partecipanti al festival non avevano scelto i propri posti, ma avevano tutti ricevuto i biglietti via e-mail. Ci aspettavamo poco più di 4.000 persone (partecipanti al festival e spettatori paganti). Si è presentato appena il 42% del pubblico previsto. Ha partecipato il 74% degli spettatori paganti, ma appena il 39% dei partecipanti al festival.

Il caldo ha indubbiamente giocato un ruolo fondamentale in questa scarsa affluenza. Chi è rimasto deluso dai primi spettacoli probabilmente non si è presentato a quelli successivi. E l'ING Arena ha indubbiamente risentito della sua distanza dal centro città.

Desideriamo elogiare il lavoro preparatorio di Simon, così come l'impegno profuso durante il festival in condizioni estremamente difficili. Vorremmo inoltre rivolgere i nostri più calorosi ringraziamenti al loro team di assistenti: Manon de Terwangne, Clémence de Terwangne e Alex Sartoretti. Siamo molto orgogliosi di essere riusciti a mettere in scena cinque spettacoli completi e di grande portata, caratterizzati da una variegata offerta artistica. Siamo inoltre colpiti dalla qualità delle esibizioni dei cori, che hanno brillato sui palchi più prestigiosi di Bruxelles. Infine, siamo lieti di constatare il numero di cori coinvolti e di quelli che hanno abbracciato lo spirito di collaborazione (ogni spettacolo includeva almeno un brano eseguito collettivamente da diversi cori).

Tuttavia, restiamo molto delusi dal modo in cui questi spettacoli sono stati condotti. Non abbiamo trovato ciò che speravamo in termini di tempistiche, coerenza, tema unificante o narrazione fornita dai presentatori. Riteniamo di aver riposto troppa fiducia nel nostro direttore artistico e di non aver riconosciuto a sufficienza la portata del nostro ruolo di produttori dello spettacolo.

Questo è il messaggio che desideriamo trasmettere ai futuri team organizzativi: non dimenticate mai che solo voi conoscete lo spirito e la missione di Various Voices. È vostro dovere garantire che questo spirito venga adeguatamente rispettato. Tutte le decisioni devono essere approvate dal Consiglio, comprese quelle artistiche.

Desideriamo inoltre sottolineare che abbiamo organizzato cinque spettacoli di grande portata in tre sedi diverse, il che ha reso l'organizzazione estremamente complessa. Sarebbe stato meglio tenere tutti gli spettacoli in un'unica sede? Realizzare un unico spettacolo su larga scala? Dividere il compito tra diversi direttori artistici? Queste sono piste che vale la pena esplorare. Sarebbe stato indubbiamente utile anche separare i compiti in responsabilità puramente creative e puramente operative (requisiti tecnici, contratti, ecc.). Data la portata del festival, era chiaramente un carico eccessivo per una sola persona. Raccomanderemmo inoltre di prevedere figure di supporto per tutti i ruoli chiave (Direttore Artistico, Direttore Musicale, ecc.). Affidarsi interamente a una sola persona comporta un rischio troppo elevato.

È inoltre necessario riflettere attentamente sull'impegno e sul budget che si desidera dedicare a questi spettacoli. La serata all'ING Arena comporta un budget enorme (è di gran lunga l'evento più costoso del festival). Uno dei suoi obiettivi principali era quello di riunire tutti i partecipanti al festival in un unico luogo. Tuttavia, si è presentata meno della metà. Ne è valsa la pena?

Infine, in un mondo ideale, il team creativo di Sing Out Brussels! avrebbe dovuto essere coinvolto nella preparazione di questi spettacoli. Purtroppo, questo team era già fortemente impegnato con i grandi spettacoli organizzati ogni anno dal coro. Questo potrebbe anche spiegare il divario tra le nostre aspettative come coristi e il risultato finale. Se ne avete l'opportunità, coinvolgete i vostri membri nella progettazione degli spettacoli. E se viene coinvolto un direttore artistico, è essenziale ribadire costantemente le regole fondamentali di Various Voices: i cori devono essere al centro, e gli artisti devono integrarli e, idealmente, interagire con loro. Queste conclusioni, tratte dal nostro team il giorno stesso successivo al festival, hanno trovato ampio riscontro anche tra i partecipanti al festival nel sondaggio post-festival (vedi il capitolo dedicato) e dallo stesso Simon in un documento che riassume i consigli che desidera trasmettere ai futuri direttori artistici, che possiamo mettere a disposizione dei team interessati.

Concerti di strada

I concerti di strada sono stati i più semplici da organizzare. Durante l'estate del 2025, abbiamo individuato i luoghi chiave nel centro di Bruxelles dove questi concerti potevano svolgersi, con l'aiuto del nostro direttore musicale, che ha escluso alcune sedi troppo rumorose. Abbiamo quindi richiesto l'autorizzazione al Comune di Bruxelles, che è stata concessa senza alcuna difficoltà alla fine del 2025.

Per quanto riguarda gli orari, abbiamo deciso di organizzare i concerti di strada il mercoledì pomeriggio, per segnare l'inizio del festival e suscitare interesse per l'evento, e il sabato mattina, per promuovere il nostro spettacolo serale all'ING Arena. Eravamo inoltre determinati a evitare che i concerti di strada entrassero in concorrenza con i concerti pomeridiani, poiché ciò avrebbe inevitabilmente portato il pubblico ad abbandonare le sedi degli eventi.

Fin dalla fase di registrazione abbiamo chiarito che questi concerti si sarebbero svolti con un allestimento minimo (senza palco, senza amplificazione, senza attrezzature), a causa della mancanza di fondi disponibili. Alcuni cori che non cantano a cappella si sono comunque esibiti per le strade di Bruxelles, portando con sé le proprie attrezzature.

A causa del caldo, i cori hanno dovuto adattarsi, scegliendo un luogo all'ombra dove cantare oppure riducendo la durata della loro esibizione. Almeno un coro ha deciso di annullare il proprio concerto di strada.

Sappiamo che molti cori adorano i concerti di strada! Questi hanno contribuito notevolmente alla visibilità del festival in città. Non possiamo che incoraggiare, ovviamente, le future edizioni del festival a organizzare eventi simili. Non costa nulla e porta tanta gioia!

Concerti nell'ambito delle collaborazioni

In occasione del "Rendez-Vous à Bruxelles" del 2024, diversi responsabili di cori ci hanno fatto notare che le opportunità di concerto offerte non erano sufficienti, in particolare perché alcuni cori cantano con l'accompagnamento del pianoforte e non possono quindi esibirsi in concerti di strada.

Tenendo presente che il nostro budget non ci consentiva di affittare ulteriori sedi per i concerti, abbiamo quindi cercato di stringere delle partnership. Siamo lieti e orgogliosi di aver raggiunto il nostro obiettivo, offrendo ai cori che lo desideravano tre ulteriori opportunità di concerti " ". Le candidature sono state presentate tramite un modulo di iscrizione inviato ai responsabili dei cori all'inizio di ottobre 2025, con scadenza il 30 novembre 2025.

Abbiamo definito il programma offrendo almeno un'opzione a tutti i cori che ne hanno fatto richiesta, tenendo conto delle richieste di ciascun coro e dei rispettivi vincoli, quali gli orari delle esibizioni o i requisiti tecnici. I cori che non hanno risposto al modulo di registrazione non sono stati, ovviamente, inclusi nel programma.

Attraverso questi concerti, non solo abbiamo offerto ai cori un'altra occasione per mettersi in luce, ma abbiamo anche aperto il festival alla città, ai suoi residenti e ai suoi visitatori, poiché questi eventi non facevano parte del Festival Pass ed erano per lo più gratuiti. Incoraggiamo vivamente il futuro team organizzativo a stringere collaborazioni simili nella propria città.

Visite guidate al Municipio

Grazie ai nostri stretti legami con il team del Dipartimento per le Pari Opportunità di Bruxelles, siamo entrati in contatto con BME (Brussels Major Events), che organizza visite guidate al Municipio di Bruxelles. Di tanto in tanto, durante l'anno, vengono proposte visite guidate a tema (con spettacoli di danza o circensi).

Il BME non aveva mai sperimentato questa formula con i cori in precedenza e ha risposto con entusiasmo alla nostra proposta. Il Municipio è aperto ai visitatori il mercoledì, il venerdì, il sabato e la domenica pomeriggio. Queste visite sono state intervallate da brevi concerti di 15 minuti con un allestimento essenziale (senza microfoni né illuminazione) in tre sale (Sala Gotica, Sala del Consiglio e Ufficio del Sindaco), ciascuna delle quali poteva ospitare cori di diverse dimensioni all'interno di questo prestigioso edificio. Nella Sala Gotica era disponibile un pianoforte.

Il nostro compito era quello di riempire tutte le fasce orarie assegnate a queste esibizioni. Vorremmo cogliere l'occasione per ringraziare i cori che hanno accettato di esibirsi due volte, o che hanno accettato di esibirsi di mattina presto il mercoledì e in tarda serata la domenica per colmare le lacune. Il festival ha ricevuto un compenso finanziario di 2.000 € per il lavoro di programmazione, mentre il BME ha coperto i costi dell'accordatura del pianoforte, della fornitura di bevande e snack e della realizzazione di un video di riepilogo dedicato specificatamente alle visite guidate. I fotografi del BME hanno inoltre immortalato i momenti salienti.

I nostri volontari si sono occupati di accogliere i cori, mentre il personale del BME ha accolto il pubblico. Il primo giorno l'organizzazione è stata un po' caotica e il team del festival ha dovuto intervenire per chiarire le modalità relative ai camerini, all'accesso alle visite guidate e agli spostamenti all'interno dell'edificio. Era una prima esperienza sia per il nostro team che per il BME, ma siamo riusciti ad affrontare le difficoltà in modo costruttivo e da quel momento in poi tutto è filato liscio.

Per queste visite era previsto un biglietto d'ingresso, a un prezzo leggermente superiore alla tariffa usuale per le visite guidate, data la qualità del programma musicale offerto. Ciò era stato chiaramente comunicato ai partecipanti al festival tramite il nostro sito web e le nostre newsletter. Tuttavia, alcuni partecipanti al festival che non erano a conoscenza di questa informazione hanno reagito in modo molto accanito e hanno presentato reclami inappropriati al personale del BME o ai nostri volontari, cosa di cui ci rammarichiamo profondamente.

Durante il festival, il Municipio ha accolto 508 visitatori, mentre la capienza totale nei quattro giorni era di 1.530 visitatori. Più che il prezzo, riteniamo che sia stato il caldo estremo a scoraggiare i visitatori. Ciononostante, valutiamo questa collaborazione in modo molto positivo, poiché ha permesso a molti cori di esibirsi in questa sede storica.

Concerti gratuiti al Municipio

Ogni giovedì, venerdì e sabato, dalle 11.00 alle 13.30, il festival ha ospitato concerti presso la Salle des Milices, messa a disposizione gratuitamente dal Comune di Bruxelles. Questa sala si trova al piano terra del Municipio di Bruxelles, con accesso diretto dalla Grand-Place.

L'obiettivo era quello di organizzare concerti gratuiti aperti a tutti, in particolare ai turisti che passeggiano per la Grand-Place di Bruxelles. Poiché l'evento era gratuito e la sala era piccola (120 posti a sedere), non era previsto alcun allestimento tecnico.

Non abbiamo tenuto il conto del pubblico, ma ci è stato riferito che la sala era sempre piena e che la coda all'ingresso a volte era piuttosto lunga! Nonostante un problema con la guardia di sicurezza, arrivata in ritardo venerdì, e un ambiente a tratti rumoroso, l'evento è stato quindi un grande successo per noi, consentendo alle persone di vivere l'atmosfera del festival al di fuori delle nostre principali sedi di concerto.

Vaux Hall Summer

Visit.brussels ci ha messo in contatto con il Dipartimento della Cultura della Città di Bruxelles, organizzatore del Vaux Hall Summer, un festival gratuito che ogni estate anima quella magnifica sede in stile Belle Époque situata nel Parco Reale di Bruxelles.

Il festival era l'unico responsabile del programma in questa sede. Il team di Vaux Hall Summer si è occupato di accogliere i cori e di allestire l'attrezzatura tecnica. Anche i bar erano gestiti da Vaux Hall Summer. I concerti si sono tenuti ogni sera del festival dalle 18:30 alle 20:30.

L’inizio, mercoledì, è stato un po’ caotico, soprattutto per quanto riguarda l’accoglienza delle persone con mobilità ridotta e i problemi tecnici che hanno richiesto l’intervento del tecnico del suono del festival. È inoltre deplorevole che il Vaux Hall Summer non abbia fornito una soluzione di emergenza per riparare i cori dal sole nelle prime ore della sera.

Ciononostante, l’esperienza è stata molto positiva per entrambe le parti, con un’elevata affluenza (480 persone mercoledì, 800 giovedì, 850 venerdì, 390 sabato, mentre la sede può ospitare un massimo di 1.000 persone) e, soprattutto, un’atmosfera eccellente ogni sera. Vaux Hall Summer ha davvero rispecchiato l’atmosfera e lo spirito del festival.

Spirito di comunità - Programma sociale

Accanto al programma musicale, già molto fitto, abbiamo ritenuto importante offrire un programma sociale pensato per incoraggiare i partecipanti al festival a conoscersi tra loro. Data la portata del festival, è infatti difficile per molti partecipanti uscire dalla propria zona di comfort per conoscere persone al di fuori del proprio coro.

Il sondaggio post-festival mostra che esiste una reale richiesta per questo tipo di eventi, sebbene durante il festival abbiano riscosso un successo variabile. Incoraggiamo comunque i futuri team organizzativi a mettere a punto un programma che includa tali attività sociali, in linea con le proprie preferenze.

Il Villaggio del Festival

Il Villaggio era il punto di ritrovo per i partecipanti al festival, dove potevano incontrarsi per bere qualcosa, chiacchierare o partecipare ad attività socio-culturali. È stato allestito presso il BIP (Brussels Info Point), gli uffici del nostro partner visit.brussels, nel cuore del Quartiere Reale dove si trovava la maggior parte delle nostre sedi.

Comprendeva la Cour d’honneur del BIP (un’area all’aperto con bar, food truck, sedie e tavoli), la “Salle des Guichets” al piano terra del BIP, che poteva essere utilizzata come sede alternativa in caso di pioggia e ospitare attività socio-culturali, una sala relax per i volontari e una sala di lavoro per lo staff del festival e i fotografi/videografi.

Il Village è rimasto aperto per quattro giorni: mercoledì 24 giugno dalle 12:00 alle 23:00, giovedì 25 giugno dalle 10:00 alle 23:00, venerdì 26 giugno dalle 10:00 alle 23:00 e sabato 27 giugno dalle 10:00 alle 18:00.

Gli incassi del bar sono stati detratti dall’affitto dovuto per gli spazi. Per quanto riguarda i due food truck, avevamo concordato un fatturato minimo con i gestori, che non è stato raggiunto dal negozio di patatine fritte. Il festival ha quindi dovuto coprire la differenza.

Il Village ha pienamente adempiuto al suo ruolo di luogo di incontro. Senza dubbio avrebbe potuto essere più affollato. Probabilmente il caldo ha limitato il numero di visitatori, dato che lo spazio è molto aperto. Tuttavia, vorremmo trasmettere il seguente messaggio al prossimo team organizzativo: è essenziale disporre di una base che possa fungere sia da luogo di incontro che da centro operativo. Idealmente, dovrebbe trovarsi vicino alle sedi principali del festival.

Visite guidate

Durante il festival si sono svolte 11 visite guidate a tema LGBTQI+ o femministe. Sono state condotte da organizzazioni specializzate: il Museo della Città di Bruxelles, L-tour e L'Architecture qui dégenre.

Queste visite non erano incluse nel Festival Pass. Abbiamo offerto la possibilità di iscriversi a una tariffa fissa di 11 €, importo destinato esclusivamente alla retribuzione delle guide. Inizialmente erano in programma 16 visite. Ne abbiamo cancellate cinque a causa del numero insufficiente di iscritti. Le persone interessate sono state rimborsate o reindirizzate verso un'altra visita guidata.

In totale, 269 partecipanti al festival si sono iscritti a una visita guidata. È stato un grande successo! Non abbiamo tenuto un registro delle presenze, ma sappiamo che tutte le visite si sono svolte regolarmente e abbiamo ricevuto feedback positivi dalle guide.

Incoraggiamo vivamente i futuri festival a organizzare questo tipo di tour a tema, che suscita grande interesse e risponde a una domanda reale.

Prove di «Let Your Heart Be Heard»

Queste prove sono state organizzate nell'ambito del progetto "Let Your Heart Be Heard", di cui si è già parlato ampiamente in precedenza. Durante il festival, abbiamo organizzato due sessioni di canto di gruppo, il giovedì e il venerdì mattina. Queste prove si sono svolte nelle sale Terarken del Bozar e sono state condotte dalla nostra direttrice musicale, Emily Allison. Ogni prova ha riunito tra i 100 e i 200 partecipanti, che hanno potuto imparare o perfezionare la loro interpretazione dell'inno del festival.

Workshop

Abbiamo organizzato cinque workshop nelle mattinate del festival. Questi workshop erano inclusi nel Festival Pass.

Data la capienza limitata delle sedi dei workshop, abbiamo chiesto ai partecipanti al festival di registrarsi. Per questo motivo, prima del festival, abbiamo annullato un sesto workshop originariamente previsto sull'accessibilità economica del festival, a causa della mancanza di iscrizioni.

Dei cinque workshop, due hanno avuto un ottimo esito: «Perché un coro ha bisogno di una strategia?» e il workshop sull'inclusione delle persone trans e non binarie nei nostri cori. Il numero dei partecipanti è stato inferiore a quello degli iscritti, ma i facilitatori hanno apprezzato la qualità delle discussioni. A quanto ci

risulta, gli altri workshop (i diritti LGBTQI+ in Europa, il senso di appartenenza europea e il Workshop storico sui cori) hanno registrato un tasso di partecipazione piuttosto basso. Alcuni di essi contavano già un numero esiguo di iscritti (meno di 20), ma in alcuni casi hanno visto la partecipazione di solo una manciata di persone.

Su loro richiesta, abbiamo anche riservato un po' di tempo all'ora di pranzo per due presentazioni: una di Yonatan Volfin, che sta conducendo una ricerca sul senso di appartenenza all'interno dei cori LGBTQI+, e una lettura di Jules Balen tratta dal suo libro *A Queerly Joyful Noise: Choral Musicking for Social Justice*. Anche queste due sessioni, aperte a tutti senza previa iscrizione, hanno attirato un pubblico limitato.

Questo è uno dei paradossi evidenziati dal sondaggio post-festival: molti partecipanti sono chiaramente desiderosi di partecipare a discussioni e incontrare altre persone su questi temi, che sono importanti per loro in quanto cantanti LGBTQI+, eppure pochissime persone hanno effettivamente preso parte a questi workshop.

Il caldo, la mancanza di interesse, un programma già molto fitto e il fatto che questi workshop fossero forse troppo specialistici sono possibili spiegazioni per la scarsa affluenza. La qualità dei relatori non è certamente in discussione. È stato tuttavia molto imbarazzante aver invitato il direttore di ILGA-Europe, che ha tenuto una presentazione sulla situazione dei diritti LGBTQI+ in Europa davanti a un pubblico di appena tre persone...

Spetterà ai futuri comitati organizzativi decidere se sia opportuno o meno proporre workshop durante il festival che organizzeranno.

Attività sociali

Per quanto riguarda le attività ricreative, ogni sera abbiamo proposto un'iniziativa a corredo dei due spettacoli organizzati al Bozar o al Cirque Royal il mercoledì, il giovedì e il venerdì: una serata karaoke, un laboratorio di danza e un quiz. Desideriamo ringraziare tutti i volontari che hanno gestito queste attività.

Queste attività gratuite (incluse nel Festival Pass) hanno riscosso un successo alterno, senza dubbio per ragioni simili a quelle che hanno influito sui laboratori (il caldo, un programma già fitto di appuntamenti). Il sondaggio post-festival, tuttavia, conferma la necessità di organizzare attività di questo tipo per incoraggiare i partecipanti al festival provenienti da contesti diversi a incontrarsi e a scambiare due chiacchiere.

Su richiesta di Legato, abbiamo inoltre coordinato l'organizzazione di un aperitivo per gli amministratori dei cori. Questo evento di networking si è tenuto nella Salle des Guichets del BIP giovedì all'ora di pranzo.

Infine, un delegato ci ha contattato per offrirsi di coordinare l'organizzazione di attività per chi desiderava rimanere sobrio durante il festival. Ha creato un gruppo WhatsApp, che abbiamo promosso tramite la nostra newsletter. Circa un centinaio di persone si sono unite al gruppo. Durante il festival, abbiamo messo a

disposizione una sala per un incontro di recupero in 12 passi rivolto a chi è in fase di recupero o a chi è semplicemente curioso di saperne di più.

Feste notturne

Fin dall'inizio avevamo pianificato di organizzare feste da ballo ogni sera. Inizialmente avremmo voluto organizzare le feste direttamente nei locali stessi, ma ciò non era consentito, poiché i locali chiudevano alle 23:00 (motivo per cui non abbiamo potuto proporre attività diverse nel Villaggio dopo quell'ora, anche se questa era stata la nostra intenzione iniziale, dato che non tutti amano le feste da ballo). Alla fine abbiamo optato per il C12, un locale situato nel centro della città, vicino alle nostre sedi dei concerti. Il C12 dispone di due sale (C12 e C11) in grado di offrire due atmosfere diverse.

A Bruxelles, il C12 è noto per la sua politica inclusiva. Vi si tengono regolarmente serate queer. Il personale è specificamente formato per accogliere la comunità LGBTQI+ e il locale è accessibile. Il C12 dispone di un proprio Care Team che interviene in caso di incidenti e assiste le persone con mobilità ridotta fino ai servizi igienici dedicati.

L'organizzazione delle serate dance è stata affidata al nostro direttore artistico, che ha ingaggiato diversi DJ della scena queer di Bruxelles per animare queste serate. Il piano iniziale era quello di organizzare feste in linea con il tema dello spettacolo di ogni serata, riunendo così gli artisti e adattando l'atmosfera e l'allestimento ogni sera. Tuttavia, per motivi di budget, ciò si è rivelato irrealizzabile.

Allo stesso tempo, abbiamo compiuto diversi tentativi per stringere una partnership con il Brussels Rainbow Village, l'organizzazione che riunisce tutte le attività commerciali LGBQTI+ – in particolare i bar – nel quartiere di Saint-Jacques. Abbiamo inviato un gran numero di e-mail, siamo riusciti a ottenere un incontro e a suscitare un certo interesse, e abbiamo dato seguito alla questione in numerose occasioni… Ma non se n'è mai fatto nulla. Tra le possibili spiegazioni figurano la vicinanza del Brussels Pride, che si è svolto un e mese prima del festival e ha assorbito gran parte delle loro energie, e forse anche una certa condiscendenza nei confronti di un festival corale.

Durante il festival, tuttavia, le feste notturne hanno registrato una scarsa affluenza, che attribuiamo a due ragioni principali: il caldo, che ha spinto i partecipanti a preferire l'atmosfera dei bar nel quartiere gay, e l'atmosfera al C12, che non ha soddisfatto le aspettative dei partecipanti (illuminazione troppo fioca e musica techno non in linea con i gusti del pubblico del festival). Inoltre, mentre diversi partecipanti hanno elogiato l'inclusività del locale, altri si sono lamentati di non essersi sentiti ben accolti, in particolare le donne (senza dubbio a causa dell'illuminazione e dell'atmosfera prevalentemente maschile di questi eventi).

Gli eventi al C12 erano normalmente riservati ai partecipanti al festival muniti di badge, ma vista la scarsa affluenza, venerdì abbiamo deciso che chiunque accompagnasse un partecipante munito di badge potesse entrare.

Chi ha partecipato si è sicuramente goduto la serata, ma nutriamo comunque diversi rimpianti riguardo alla line-up e all'organizzazione di questi eventi, che

abbiamo condiviso con il nostro direttore artistico. C'è stata chiaramente una mancanza di istruzioni per i DJ riguardo al pubblico di riferimento e al tipo di musica richiesto (con la notevole eccezione del venerdì sera). C'è stata inoltre una mancanza di attenzione all'illuminazione del locale per garantire che gli eventi si adattassero meglio all'atmosfera calda e accogliente del festival. Infine, disporre di due locali avrebbe potuto consentire di creare due atmosfere diverse. Non è stato così.

Data l'altissima affluenza nei bar del centro città, ci è davvero dispiaciuto che la collaborazione con il Brussels Rainbow Village non abbia potuto concretizzarsi come avremmo voluto. Ciò avrebbe consentito ai bar di prepararsi meglio all'afflusso di visitatori. L'atmosfera in Rue du Marché au Charbon durante il festival è stata incredibile (e ha incluso persino qualche canto spontaneo!) e anche questo ha contribuito notevolmente alla visibilità e alla reputazione del festival

A lungo termine, i prossimi comitati organizzativi del Festival dovranno valutare se sia necessario organizzare una festa serale ogni giorno. Il programma del festival è fitto e l'età media dei partecipanti è di 50 anni. Probabilmente basterebbe un unico evento serale principale, a condizione che negli altri giorni vengano stabilite collaborazioni con altri locali o eventi LGBTQI+.

Inclusività

«Various Voices» rimane un festival fortemente dominato dagli uomini gay. Le donne, le persone transgender e non binarie sono meno numerose e quindi meno visibili. I membri di «Sing Out Brussels!» lo avevano già notato durante il sondaggio interno che abbiamo condotto dopo Bologna.

Alla luce di ciò, ecco alcuni esempi di iniziative messe in atto per promuovere un senso di appartenenza e benessere tra tutti i partecipanti:

- Contatti proattivi con cori composti in maggioranza da donne, persone transgender o non binarie, per incoraggiarli a iscriversi al festival
- Definizione di criteri per la lista d'attesa che dessero priorità all'iscrizione di questi cori.
- Richiesta del nome preferito al momento dell'iscrizione (questo era il nome che appariva sul badge)
- Richiesta dei pronomi preferiti durante l'iscrizione
- Possibilità di far apparire i propri pronomi sul badge, in uno spazio previsto a tale scopo e senza prestampa, poiché i pronomi possono cambiare nel tempo
- Allestimento di un piccolo e intimo «Village» dall'atmosfera rilassata, vicino alle sedi del festival
- Servizi igienici neutri dal punto di vista del genere (con icone specifiche sui cartelli apposti alle porte nei casi in cui fossero destinati a un genere specifico)
- L'uso di diverse lingue nelle nostre comunicazioni (sito web trilingue)
- Scelta di una sede inclusiva con un Care Team per le feste serali
- Un gioco di lettere sui badge per incoraggiare i cori a entrare in contatto tra loro

- La possibilità per i cori di eseguire un brano insieme ad altri cori durante gli spettacoli e le cerimonie (ciò è avvenuto almeno una volta in ogni spettacolo).
- Ampia scelta di attività sociali che hanno permesso ai partecipanti di incontrarsi e socializzare.
- Diversità degli artisti ospiti (tutte le lettere dell'acronimo LGBTQI+ erano rappresentate sul palco durante il festival).
- Particolare attenzione al programma per garantire visibilità a tutti i tipi di cori (cori piccoli su palchi grandi, ecc.) ed evitare, ad esempio, che diversi cori SSAA cantassero contemporaneamente in sedi diverse.
- Organizzazione di un workshop sull'inclusione delle persone trans e non binarie nei nostri cori, condotto da persone con esperienza diretta.
- Collaborazione con Plan Sacha per la prevenzione della violenza sessuale e di genere

Nel complesso, l'atmosfera durante il festival è stata eccellente e diversi partecipanti ci hanno riferito di essere rimasti molto soddisfatti dell'inclusività del festival. Naturalmente, non tutto è stato perfetto: molte persone non si sono sentite a proprio agio in spazi dominati dagli uomini o si sono sentite insicure nelle aree pubbliche. L'inclusività è, ovviamente, un processo in continua evoluzione che dipenderà anche in larga misura da come si evolverà il profilo dei delegati in futuro.

Accessibilità

Il Belgio è molto indietro in termini di accessibilità: non esiste una legge che obblighi i gestori delle sedi a rendere accessibili le proprie strutture. Le associazioni belghe che rappresentano le persone con disabilità, così come le società di consulenza in materia di accessibilità, lavorano su questo tema con gli attuali rappresentanti politici e i dipartimenti governativi da quasi 20 anni, ma non sono ancora riuscite a ottenere una legislazione in tal senso. Il Belgio è, inoltre, un paese con una struttura istituzionale complessa. Gli standard di accessibilità variano a seconda che ci si trovi a Bruxelles, nelle Fiandre o in Vallonia. Infine, Bruxelles è una città storica (con numerose strade acciottolate e marciapiedi stretti e irregolari) ed è piuttosto collinosa.

Ci siamo resi conto fin dall'inizio di quanto fosse importante tenere conto delle esigenze di accessibilità dei cori partecipanti. Ma ci siamo anche resi conto che il nostro piccolo gruppo di volontari, con un budget limitato, non sarebbe stato in grado di risolvere da solo tutti i problemi per i quali la sfera politica non ha ancora fornito una soluzione.

Il questionario di registrazione dei cori conteneva una domanda sulle esigenze di accessibilità all'interno del proprio gruppo. Dai risultati è emerso che **il 32%** dei cori registrati contava tra i propri membri persone con esigenze particolari (su sedia a rotelle / impossibilità di salire le scale / necessità di sedersi sul palco / non vedenti / persone neurodivergenti / necessità di uno spazio tranquillo).

Il questionario di registrazione dei delegati conteneva una domanda sulle esigenze di accessibilità. Abbiamo rilevato che **il 3%** dei delegati registrati presentava esigenze di accessibilità.

Abbiamo ritenuto che fosse necessario un aiuto professionale per garantire a questi delegati la migliore esperienza possibile. Abbiamo collaborato con Access-i, un'organizzazione belga specializzata nel supportare le organizzazioni che desiderano rendere accessibili le proprie attività. Access-i ha incaricato Esenca di effettuare, nell'autunno del 2025, un'analisi delle nostre sedi al chiuso e all'aperto, nonché dei percorsi tra di esse. I gruppi target erano le persone con mobilità ridotta, i non vedenti e i non udenti, nonché le persone neurodivergenti.

Access-i ha formulato raccomandazioni che ci hanno permesso di programmare le esibizioni dei cori con esigenze di accessibilità in sedi già accessibili oppure di adattare le sedi per renderle accessibili.

Per finanziare i necessari miglioramenti alle sedi, abbiamo chiesto assistenza a Cap 48, un'iniziativa benefica coordinata dalla RTBF a sostegno delle persone con disabilità. Abbiamo presentato una domanda di finanziamento nel luglio 2025 e abbiamo partecipato alla campagna di raccolta fondi dell'organizzazione nel settembre 2025. Abbiamo ricevuto un sostegno finanziario di 10.000 €. Noi di~~have~~ abbiamo inoltre deciso di destinare l'eccedenza del Fondo di Solidarietà (circa 8.000 €) alle spese relative all'accessibilità, portando il budget totale a quasi 20.000 €.

Tale somma ci ha permesso di finanziare:

- La verifica effettuata da Access-i e la creazione del sito web dedicato
- Il noleggio di bicitaxi per aiutare i partecipanti al festival a spostarsi da una sede all'altra. Abbiamo potuto utilizzare il servizio solo per un numero limitato di ore al giorno e quindi lo abbiamo limitato ai concerti pomeridiani.
- All'ING Arena, la realizzazione di un ascensore e di una rampa per consentire alle persone in sedia a rotelle di accedere al palco, nonché la costruzione di una doppia scalinata per ridurre il tempo necessario agli artisti per raggiungere il palco.
- Il noleggio di un minibus per trasportare le persone con mobilità ridotta dalla stazione della metropolitana di Heysel all'ING Arena.
- L'installazione di un circuito a induzione presso l'ING Arena.
- Il noleggio quotidiano di cuffie con cancellazione del rumore

Qualche settimana prima del festival, abbiamo inviato agli organizzatori del coro una scheda informativa per ciascuna sede, contenente informazioni sull'accessibilità (accesso per il pubblico, accesso al backstage, accesso ai palchi).

Access-i ha creato un sito web dedicato che forniva una panoramica della situazione in ciascuna sede. Lo abbiamo incluso nell'ultima newsletter inviata ai delegati. Il link a questo sito web dedicato è stato pubblicato sul sito web del festival. Anche il badge del festival indicava che le informazioni erano disponibili su quel sito. Il sito web di Access-i forniva una mappa che mostrava i percorsi più accessibili, precisando al contempo che spostarsi sarebbe stato difficile a causa delle numerose pendenze presenti sulle strade. Data la grande varietà delle nostre sedi, non è stato possibile prevedere i percorsi e le scelte di spostamento di ciascun partecipante nel passare da una sede all'altra. Inoltre, il budget del festival non consentiva modifiche temporanee alla viabilità. A giudicare dai commenti ricevuti su dopo il festival, è altamente probabile che le persone interessate non fossero a conoscenza dell'esistenza di questo sito web.

Durante il festival sono emersi diversi problemi:

- A La Madeleine, i tecnici hanno spostato unilateralmente una rampa di accesso concordata, impedendo a due coristi in sedia a rotelle di esibirsi.
- Le sedi che hanno ospitato i concerti in collaborazione (il Municipio e la Vaux Hall) non sono state sottoposte a verifica da parte di Access-i. Al Municipio di Bruxelles, a un artista neurodivergente accompagnato da un cane guida è stato inizialmente negato l'ingresso a causa della mancanza di una chiara politica comunale. Alla Vaux Hall, alcune persone in sedia a rotelle hanno avuto difficoltà ad accedere alla sede.
- In un'altra sede, uno spazio di prove designato come accessibile è diventato inutilizzabile per l'intero festival quando il suo ascensore si è guastato il primo giorno senza essere riparato.
- In alcune sedi, il personale era incaricato di assistere le persone con mobilità ridotta. Laddove ciò non era previsto dai teatri, i nostri volontari si sono fatti carico di questo compito. Tuttavia, non sempre disponevano delle informazioni necessarie per fornire la migliore assistenza possibile alle persone interessate.
- Diversi partecipanti al festival ci hanno inoltre segnalato di aver avuto difficoltà a spostarsi in città.

Fortunatamente, altri partecipanti al festival hanno avuto un'esperienza migliore e sono riusciti ad accedere senza difficoltà ai palchi e alle sedi degli spettacoli designate.

Per quanto riguarda i risciò, hanno trasportato 112 persone e completato 62 corse.

Durante tutto il processo di preparazione del festival, siamo rimasti sorpresi dalla scarsa consapevolezza dei gestori delle sedi riguardo all'accessibilità delle loro strutture – non solo per il pubblico, ma anche per gli artisti! Poiché il team del festival non è proprietario delle sedi, il nostro margine di manovra era limitato. Rimane tuttavia sorprendente che siamo stati noi a dover finanziare gli adeguamenti necessari all'ING Arena, ad esempio, anziché la direzione della sede stessa!

Nonostante tutti i nostri sforzi, molte persone con mobilità ridotta hanno vissuto esperienze difficili (e talvolta persino traumatiche!) durante il festival. Ciò è inaccettabile in una città che è la capitale dell'Unione Europea. Alla fine di agosto abbiamo inviato una lettera al Comune di Bruxelles e ai ministri competenti per segnalare le difficoltà riscontrate durante il festival e sollecitare un piano d'azione. Ad oggi, questa lettera è rimasta senza risposta.

Esortiamo i team organizzativi dei futuri festival a tenere conto delle esigenze di accessibilità sin dall'inizio, come abbiamo fatto noi, e a comunicare tempestivamente e in modo trasparente le difficoltà che i partecipanti potrebbero incontrare, sia all'interno delle sedi che negli spazi pubblici, indicando chiaramente la capacità del team organizzativo di affrontare tali questioni. L'accessibilità dovrebbe inoltre diventare un criterio di selezione nel processo di nomina dei cori organizzatori, pur rimanendo consapevoli del fatto che non tutti i paesi europei dispongono di politiche ben sviluppate ed equivalenti in questo ambito.

Sicurezza

Avendo fatto tesoro del feedback ricevuto dai membri di Sing Out Brussels! a seguito del festival di Bologna (in particolare da donne e persone trans o non binarie), abbiamo ritenuto necessario collaborare con un team di professionisti al fine di creare le condizioni affinché il festival si svolgesse nel modo più agevole possibile.

Abbiamo quindi siglato un accordo con Plan Sacha, un'organizzazione belga francofona specializzata nella prevenzione della violenza sessuale e di genere durante i festival.

La collaborazione prevede una giornata di formazione per il team del festival presso la sede di Plan Sacha. Anche i responsabili dei gruppi di volontari hanno seguito la formazione. Queste sessioni di formazione si sono svolte nella primavera del 2026.

Il team del festival aveva già redatto il codice di condotta del festival nel 2024, che tutti i partecipanti hanno firmato al momento della registrazione. A seguito della formazione, Plan Sacha ha supportato il nostro team fornendo un protocollo che definiva come reagire, chi contattare e come prendere decisioni a seconda del tipo di incidente che potesse verificarsi.

Su consiglio di Plan Sacha, alcuni volontari hanno registrato un messaggio per ricordare ai partecipanti il codice di condotta, che veniva trasmesso molto spesso come voce fuori campo nei nostri luoghi di spettacolo. Questo messaggio, disponibile in quattro lingue, ha avuto un impatto significativo.

All'arrivo a Bruxelles, i partecipanti al festival hanno ricevuto nel loro pacchetto di benvenuto un braccialetto contenente i recapiti di Plan Sacha. La partnership era menzionata anche sul badge.

«Various Voices» era, ovviamente, un festival del tutto sconosciuto a Plan Sacha, il cui team ha trovato piuttosto impegnativo comprenderne la complessità (la diversità del programma e delle sedi). Plan Sacha, tuttavia, valuta questa collaborazione in modo molto positivo; è stata chiaramente riconosciuta e ben accolta dai partecipanti al festival.

Durante il festival, sono state allestite delle "Zone Sicure" in tutta l'area della manifestazione. C'è stata una buona collaborazione con i responsabili delle sedi e i volontari di Plan Sacha sono stati ben accolti. Tutte le sedi del festival erano sorvegliate da personale di sicurezza, che faceva parte del personale della sede stessa o proveniva da società private ingaggiate dal festival. Plan Sacha ha contattato proattivamente queste squadre per sensibilizzarle sulla natura specifica del nostro evento.

A seguito dell'evento, Plan Sacha non rende note le statistiche in quanto potrebbero essere fraintese. Molti interventi hanno riguardato persone che avevano bisogno di uno spazio tranquillo o che erano in preda all'ansia. Tra i principali problemi emersi nelle sedi del festival figurano le difficoltà di accessibilità per le persone con mobilità ridotta (si veda la sezione "Accessibilità" del presente rapporto), un incidente tra una guardia di sicurezza e alcuni partecipanti al festival

durante uno spettacolo serale al Cirque Royal (violenza fisica e insulti omofobi), nonché episodi di voyeurismo ed esibizionismo alla Vaux Hall.

All'esterno dell'area del festival, diversi partecipanti sono stati vittime di violenze fisiche o verbali. Nella notte tra giovedì e venerdì, tre persone sono state aggredite a pochi passi dal quartiere gay da cui erano appena uscite. Domenica, alla Gare Centrale, alcuni partecipanti al festival sono stati oggetto di insulti omofobi e sono stati bersagliati con liquidi.

È importante sottolineare che la sicurezza negli spazi pubblici non era di diretta competenza del nostro team. Il nostro contatto con la polizia si è limitato esclusivamente agli eventi del festival tenutisi in spazi pubblici – in particolare i concerti di strada – che erano oggetto di una sorveglianza discreta.

Il ricorso ai servizi di polizia su scala più ampia è stato oggetto di dibattito durante la fase di preparazione del festival. Il sondaggio post-festival ha evidenziato che alcune persone all'interno della comunità chiedono una maggiore presenza della polizia per sentirsi al sicuro. Al contrario, altri membri della comunità associano la polizia alla violenza diretta contro di loro. Non siamo quindi riusciti a raggiungere un accordo unanime all'interno del team per aumentare la presenza della polizia nei pressi dell'evento.

Tuttavia, a seguito degli atti di vandalismo ai nostri striscioni pubblicitari a metà giugno, abbiamo contattato il sindaco di Bruxelles e il capo della polizia locale per chiedere che venisse prestata particolare attenzione al festival. Non abbiamo mai ricevuto risposta. Durante il festival, le vittime dell'aggressione omofoba hanno avuto l'impressione che la polizia non fosse a conoscenza dell'esistenza del festival e che la loro denuncia non venisse presa sul serio. Dopo il festival, non sono state informate di alcun seguito dato alla loro denuncia. Insieme, Legato e Various Voices Brussels 2026 hanno inviato una lettera alle autorità comunali, regionali e federali per esprimere la loro preoccupazione per la scarsa attenzione prestata alla sicurezza durante il festival, nonché per le carenze nel sostegno fornito alle vittime e nel seguito dato alle loro denunce. Attualmente in Belgio è in fase di elaborazione un piano interfederale LGBTQI+ che dovrà affrontare queste preoccupazioni.

Per quanto riguarda l'assistenza sanitaria, il primo soccorso è stato generalmente fornito dal personale di sicurezza. All'ING Arena era presente la Croce Rossa. Al Cirque Royal, durante ogni spettacolo erano presenti medici di guardia. Il festival aveva acquistato kit di primo soccorso, che non sono stati utilizzati. Le istruzioni prevedevano di indirizzare le persone con problemi di salute al 112 o alla Maison Arc-en-Ciel de la Santé (affiliata a RainbowHouse) e le vittime di violenza a RainbowHouse, che dispone di squadre formate per assistere le vittime. Tuttavia, i nostri volontari non sono stati sufficientemente informati al riguardo.

Consigliamo ai futuri comitati organizzativi di avvalersi di un servizio simile a Plan Sacha nel proprio paese, al fine di sensibilizzare il personale, svolgere attività di prevenzione e fornire sostegno ai partecipanti al festival. Raccomandiamo inoltre di contattare in modo proattivo la polizia locale, anche se non sono previsti eventi in spazi pubblici e anche se ciò dovesse causare tensioni interne. Raccomandiamo inoltre di fornire ai volontari una documentazione completa sulle risorse sanitarie disponibili. Per quanto riguarda tutte queste questioni, tuttavia, è importante riconoscere che si tratta di prevenzione dei rischi. Non esiste il rischio zero, e non è

né possibile né auspicabile mettere ogni partecipante al festival sotto protezione costante.

Sostenibilità

La sostenibilità è stata una delle nostre principali preoccupazioni fin dall'inizio del progetto.

I trasporti sono stati, ovviamente, un'area di particolare attenzione. Abbiamo quindi voluto incoraggiare gli spostamenti in treno. Abbiamo chiesto ai partecipanti al festival quali fossero i loro piani di viaggio nel modulo di registrazione e abbiamo ripetuto la domanda nel sondaggio post-festival. Possiamo stimare che il 58% dei delegati abbia viaggiato in treno e il 31% in aereo

Abbiamo costituito un piccolo team di volontari per occuparsi della sostenibilità del festival. Tra le altre cose, questo team ha realizzato una tabella che illustrava le possibili opzioni per raggiungere Bruxelles in treno dalle città di provenienza di tutti i cori partecipanti. La nostra partnership con Eurostar è stata, ovviamente, importante in questo contesto.

Questo gruppo ci ha anche consigliato di richiedere il contributo per l'Eco-Coaching lanciato dalla Lotteria Nazionale. Grazie a questo contributo, abbiamo stipulato un contratto con Tapio, che ha svolto l'eco-coaching entro il budget stabilito.

La sfida che abbiamo dovuto affrontare in questo caso era che il festival rappresenta un evento unico per la nostra organizzazione, pertanto non è possibile monitorare l'andamento delle nostre emissioni di anno in anno. Tapio ha quindi formulato principalmente raccomandazioni volte a ridurre la nostra impronta di carbonio nella fase preparatoria del festival.

Ecco alcuni esempi delle misure di sostenibilità che abbiamo messo in atto:

- Un badge sostenibile realizzato in cartoncino, con un cordino in PET riciclato
- Una penna in ABS riciclato
- Una bandiera in poliestere riciclato, consegnata a ciascun coro. Il nostro obiettivo è che i cori continuino a utilizzare questa bandiera anche dopo il festival (il logo del festival vi appare solo in forma molto ridotta). È presente un'asola per l'inserimento di un'asta, in modo che la bandiera possa essere utilizzata, ad esempio, in occasione degli eventi del Pride. Quest'estate abbiamo notato che diversi cori l'avevano già utilizzata a questo scopo.
- Segnaletica a pavimento realizzata con vernice a gesso lavabile
- La scelta di collaborare con Redbubble per il negozio del Festival al fine di evitare sprechi (gli articoli vengono prodotti solo su ordinazione e agli artisti viene corrisposto un salario equo).
- Scelta di collaborare con aziende locali per il cibo e le bevande vendute nel Villaggio del Festival, come le birre del Brussels Beer Project.
- Utilizzo di bicchieri riutilizzabili nel Festival Village
- Utilizzo di taxi in bicicletta per trasportare i partecipanti al festival da una sede all'altra.
- Scelta di collaborare con un servizio di catering vegetariano per i volontari e le squadre tecniche.

- Collaborazione con aziende locali per le esigenze tecniche, logistiche e di comunicazione
- Promozione di artisti locali

L'impronta di carbonio è attualmente in fase di calcolo.

Volontariato

La richiesta di volontari per un festival di queste dimensioni è enorme. Non si tratta solo di trovare volontari disponibili durante il festival, ma anche prima dell'evento, per aiutare a organizzarlo!

Nel 2024 abbiamo organizzato una sessione di brainstorming all'interno del nostro team per definire il compenso offerto a chi si impegna come volontario per il festival, sia prima che durante l'evento. Abbiamo deciso che chiunque si offrisse come volontario e fosse anche membro di un coro partecipante avrebbe pagato la propria quota di iscrizione al festival. Questo vale per i membri dei consigli direttivi di Various Voices Brussels 2026 e Legato.

I membri del coro Sing Out Brussels! non sono stati incoraggiati a fare volontariato durante il festival, a causa del loro fitto programma durante l'evento. La nostra priorità era reclutare volontari esterni.

Per questo compito, abbiamo ritenuto necessario avvalerci dei servizi di una persona specializzata nella gestione dei volontari. Abbiamo inizialmente reclutato Margot Ruelle, che ha esperienza nella gestione dei volontari per altri festival musicali. Il contratto prevedeva che fosse retribuita specificatamente per questo incarico di reclutamento dei volontari, definizione e pianificazione dei compiti e gestione dei volontari durante il festival. Su richiesta di Margot, abbiamo anche investito in un'app specifica per la gestione dei volontari, Weezcreew. Margot ha iniziato il suo incarico nel settembre 2025, pubblicando un modulo di candidatura online e stabilendo i primi contatti con le scuole. A novembre, tuttavia, Margot ha chiesto la risoluzione del contratto a causa di un'offerta professionale più interessante. A dicembre 2025 abbiamo firmato un contratto con altre due persone, che hanno assunto i compiti di Margot Ruelle e si sono divise la retribuzione concordata: Salomé Denos, che dispone di una buona rete di associazioni ed è stata raccomandata da Margot, e Gaël Larregaray, che era stato responsabile del reclutamento dei volontari per il Brussels Pride 2025.

Data la portata del festival, la varietà delle sedi e le lunghe giornate di lavoro, hanno stimato che sarebbero stati necessari 400 volontari. Il loro compito era definire i tipi di attività da svolgere: accoglienza del pubblico, accoglienza dei cori, gestione della segnaletica e così via. A differenza dei festival più tradizionali, non c'erano parcheggi da organizzare né servizi di bar gestiti dai volontari. I bandi di reclutamento sono stati lanciati già nel febbraio 2026. Il reclutamento è proseguito fino alla vigilia del festival. Purtroppo, i risultati sono stati inferiori alle aspettative: sono stati reclutati circa 150 volontari.

Ci rammarichiamo della mancanza di sostegno da parte della rete della comunità LGBTQI+ di Bruxelles nel diffondere i nostri bandi per i volontari. Riteniamo inoltre che il reclutamento abbia risentito della scarsa visibilità dell'evento.

Una settimana prima del festival è stata organizzata una giornata di orientamento per i volontari, per consentire a tutti di conoscersi e fornire un primo briefing.

Tuttavia, la comunicazione non è stata sempre ottimale. Solo pochi giorni prima del festival abbiamo scoperto che alcuni ruoli chiave non erano stati coperti, come ad esempio l'accoglienza dei cori durante le prove audio mattutine. Inoltre, non c'erano abbastanza volontari per i concerti di strada. Abbiamo dovuto riorganizzare tutti gli orari. Durante il festival, abbiamo dovuto affrontare diversi casi di assenza ingiustificata: alcuni volontari non si sono presentati ai propri turni senza avvisare nessuno. Ciò ha causato notevoli problemi, in particolare all'inizio della giornata. La mancanza di volontari ha inoltre reso difficile gestire gli imprevisti. Inoltre, il nostro team ha avanzato richieste aggiuntive che non erano state previste o che non erano state comunicate con sufficiente chiarezza. Questa situazione ha comportato numerose riorganizzazioni dell'ultimo minuto, con un conseguente carico di lavoro mentale e uno stress significativi che avrebbero potuto essere evitati con un maggior numero di riunioni preliminari e una campagna di reclutamento più ampia.

È inoltre importante riconoscere che i volontari sono responsabili praticamente dell'intero svolgimento del festival. A parte le squadre di sicurezza e il personale tecnico, c'era pochissimo personale retribuito a supporto delle operazioni. Questa realtà ha rappresentato una sfida considerevole per i volontari, che avevano sottovalutato il livello di responsabilità che avrebbero dovuto assumersi. Ciò è stato particolarmente evidente nelle aree di accoglienza, dove i volontari non erano stati sufficientemente istruiti per rispondere alle domande. Alcuni requisiti sono stati sottovalutati fin dalla fase di preparazione. Ciò è del tutto comprensibile, dato che si trattava di un evento di portata mai sperimentata prima dal team organizzativo. Tuttavia, sarebbe stato utile fornire un maggiore supporto per il coordinamento dei volontari.

In questi momenti difficili, abbiamo potuto contare sul sostegno dei membri di Sing Out Brussels!, che si sono offerti volontari per intervenire e dare una mano. Anche i responsabili dei volontari hanno svolto un lavoro incredibilmente efficiente. In generale, tutte le squadre – facilmente riconoscibili grazie alle loro magliette gialle – hanno lavorato con grande entusiasmo nonostante le condizioni difficili.

Vorremmo ringraziare tutti i nostri volontari. Il loro entusiasmo, impegno e motivazione hanno contribuito in modo determinante al successo del festival. Gli applausi che hanno ricevuto quando sono saliti sul palco durante la cerimonia di chiusura erano davvero meritati. Il 5 settembre 2026 è stato organizzato un after-party per i volontari per rendere loro omaggio.

Ecco i nostri suggerimenti per migliorare in vista di Brighton:

- Lavorare con professionisti motivati è fondamentale. Non ce l'avremmo mai fatta senza l'aiuto di Gaël e Salomé. Hanno svolto un lavoro incredibile durante il festival, correndo da una parte all'altra per risolvere i problemi e andando ben oltre ciò che avevamo chiesto loro.
- Organizzare almeno una giornata di lavoro con i coordinatori dei volontari per illustrare loro come si articola una giornata tipo durante il festival e definire con precisione le esigenze.

- Organizzare almeno una giornata di lavoro con i capi squadra (accoglienza del pubblico, accoglienza degli artisti, ecc.) per un briefing chiaro.
- Scegliere uno strumento o un'app che consenta ai coordinatori dei volontari di presentare il proprio piano delle attività al consiglio direttivo per individuare eventuali lacune (cosa che non era possibile con Weezcrew)
- Dedicare molta energia al reclutamento e reclutare molti più volontari rispetto alle esigenze definite, tenuto conto del numero di assenze.
- Non escludere il volontariato da parte dei membri del coro. Questo ci ha davvero salvato durante il festival.
- Chiarire direttamente con i volontari il compenso previsto. A Bruxelles ci sono stati molti malintesi su questo argomento perché i coordinatori dei volontari avevano fornito informazioni errate.
- Il team organizzativo non può gestire da solo l'intero festival durante l'evento. Eravamo solo in cinque e durante l'evento correvamo da una parte all'altra, da una sede all'altra, cercando di risolvere i problemi. È essenziale nominare un responsabile di produzione per ogni sede, che sia pienamente informato e in grado di prendere decisioni in modo autonomo.

Comunicazione durante il Festival

Badge del festival

Per il badge del festival, ci siamo posti l'obiettivo impossibile di creare qualcosa che fosse allo stesso tempo utile, pratico, divertente, sostenibile e accessibile. La sua realizzazione è senza dubbio uno dei nostri maggiori motivi di orgoglio.

Il badge è stato progettato da Kidnap Your Designer. Comprendeva:
- un libretto di carta, progettato per essere letto senza dover rimuovere il badge
- un cordino realizzato in materiale riutilizzabile, con un sistema di doppia chiusura per impedire che il badge si giri
- un foglio di adesivi che rispecchiano l'identità di ogni partecipante al festival, pur consentendo una certa flessibilità (è possibile utilizzare l'intero foglio o solo alcuni adesivi per una maggiore privacy)
- una penna a sfera realizzata in materiale riutilizzabile, per aggiungere informazioni su alcuni adesivi (pronomi, orari dei concerti).

Il libretto del badge conteneva una serie completa di informazioni pratiche:
- una mappa stilizzata, a integrazione di Google Maps
- Informazioni pratiche (Village, centro di accoglienza, accessibilità, possibilità di visualizzare il testo sul badge in francese e olandese)
- Il regolamento del festival e i recapiti di Plan Sacha
- Il programma giornaliero del festival
- un gioco per incoraggiare l'interazione tra i cori (trovare le lettere per formare una frase)

Qualche giorno prima del festival, abbiamo coinvolto una quindicina di volontari per preparare dei pacchetti di benvenuto personalizzati, contenenti un badge, un cordino, un foglio di adesivi, una penna Various Voices, un volantino per il festival Brighton 2030 e un braccialetto di Plan Sacha. Ci sono voluti due giorni di lavoro

per preparare oltre 4.000 pacchetti di benvenuto! È stato un lavoro in catena di montaggio svolto in un'atmosfera fantastica.

Oltre a fungere da complemento fisico al sito web, il badge è servito anche come mezzo di identificazione, riconoscimento e interazione per i partecipanti al festival in tutta la città. Abbiamo dedicato molto tempo alla sua preparazione e siamo assolutamente entusiasti del risultato!

Segnaletica

Poiché le sedi del festival erano distribuite in diversi punti della città, abbiamo ritenuto importante investire nella segnaletica per aiutare i partecipanti a orientarsi.

Dato il nostro impegno per la sostenibilità, eravamo determinati a evitare a tutti i costi l'uso di teli di plastica o materiali non riutilizzabili/non riciclabili. Abbiamo quindi utilizzato una varietà di strumenti e materiali:

- Segni a gesso sul terreno, con il logo del festival e frecce che indicavano le varie sedi. Questi segni si cancellano con la pioggia. Sono stati realizzati dai nostri volontari il giorno prima del festival. Tuttavia, non erano così chiaramente visibili sul terreno come avremmo voluto.
- Nastro adesivo nei colori del festival, utilizzato principalmente per la segnaletica interna
- Sagome a grandezza naturale raffiguranti le icone del festival. Queste sagome potevano essere utilizzate per esporre manifesti o semplicemente per indicare la strada verso i luoghi chiave o per aumentare la visibilità del festival durante i concerti di strada.
- Piccoli manifesti, contenenti informazioni di vario genere (il programma della giornata, i nomi delle sedi, le icone del festival) o utilizzati per indicare un cambiamento nella destinazione d'uso di uno spazio (bagni gender-neutral). Tuttavia, questi manifesti sono stati sottoutilizzati poiché non disponevamo di un numero sufficiente di volontari per affiggerli e sostituirli quotidianamente.

Qualunque sia la segnaletica utilizzata dai futuri comitati organizzativi, la chiave sta davvero nell'avere un gruppo sufficientemente ampio di volontari ben istruiti e specificamente dedicati all'affissione della segnaletica e all'esecuzione dei controlli quotidiani (monitoraggio e sostituzione dei cartelli).

Fotografi

Durante tutto il processo di preparazione del festival, una delle nostre maggiori sfide è stata quella di illustrare la natura stessa dell'evento. A nostra disposizione c'erano pochissimi archivi fotografici delle edizioni precedenti e quelli che avevamo erano spesso di qualità talmente scadente da risultare inutilizzabili. Ciò ha comportato particolari difficoltà nella preparazione delle domande di sovvenzione, nella ricerca di sponsor o nell'illustrazione del nostro sito web. Abbiamo quindi voluto lasciare un'eredità significativa per le future edizioni del festival.

All'inizio del 2025 abbiamo lanciato un bando e abbiamo ricevuto circa dieci candidature da parte di fotografi. Molti di loro provenivano dall'estero (Francia,

Spagna, Polonia...). Li abbiamo incontrati individualmente durante colloqui online nei mesi di agosto e settembre 2025. Abbiamo definito la remunerazione in base alle fasce orarie, proponendo che ogni fotografo coprisse cinque fasce orarie. In conformità con le regole che ci eravamo imposti, ci siamo rifiutati di retribuire i partecipanti al festival in questo contesto.

Siamo rimasti piacevolmente sorpresi dall'entusiasmo dei candidati. All'inizio del 2026 abbiamo firmato un contratto con nove di loro. Altri due fotografi hanno lavorato come volontari.

Per compensare in parte il costo dei fotografi, abbiamo deciso di vendere le foto ai cori partecipanti. Ogni coro ha così potuto ricevere un album fotografico di qualità professionale dei propri concerti e utilizzare le fotografie per la propria comunicazione (social media, sito web...). Il prezzo dell'album fotografico era di 200 € per gli ordini effettuati prima del festival. Alla fine, non siamo mai passati alla tariffa di 300 € (per gli ordini effettuati dopo il festival), vista la nostra solida situazione finanziaria. 52 cori hanno acquistato l'album fotografico dei propri concerti. Questo ci ha permesso di coprire circa due terzi dei costi dei fotografi.

Tutte le fotografie del festival saranno inviate a Legato, che ha contribuito a finanziare il restante terzo di questa eredità con un contributo di 5.000 €. Legato potrà così trasmettere questi intensi ricordi delle emozioni suscitate dal festival Various Voices ai futuri comitati organizzatori.

Sito web

Il sito web ha fatto da complemento al badge, fornendo informazioni sul programma del festival e sui cori partecipanti.

Avevamo discusso con Cobea la possibilità di creare un'app specifica per il festival, ma Cobea ci ha sconsigliato questa opzione: la realizzazione di un'app è costosa e il suo impatto sarebbe stato limitato, dato che il Festival di Bruxelles è un evento unico della durata di cinque giorni e probabilmente sarebbe stata scaricata solo da una piccola parte dei partecipanti al festival. Cobea ha quindi progettato delle pagine web interattive.

La pagina dedicata ai cori consentiva agli utenti di ordinare i cori per paese, per tipologia (SSSA, SATB, ecc.) e per repertorio musicale. La pagina di ciascun coro presentava informazioni biografiche, foto, video, le date e gli orari delle esibizioni durante il festival, nonché il repertorio che sarebbe stato eseguito durante il concerto pomeridiano.

La pagina dedicata al programma consentiva agli utenti di ordinare gli eventi per tipologia, sede o data. In questa pagina era presente anche un programma semplificato, insieme a link a file PDF organizzati per data. Questo programma era particolarmente complesso, con un gran numero di link ad altre pagine (per ogni sede, per ogni tipo di evento, ecc.). Poiché il sito web era trilingue, ciò ha richiesto un notevole impegno.

Il sito web è rimasto inoltre uno strumento utile per raccogliere informazioni generali sull'evento (la pagina "Informazioni pratiche", la pagina "Biglietti/Negozio").

Le statistiche di Google Analytics mostrano che il traffico sul sito, che era piuttosto basso nei mesi precedenti il festival, è aumentato costantemente a partire dal 1° giugno, raggiungendo il picco il 21 giugno 2026. Durante il festival, le pagine più visitate sono state, com'era prevedibile, quelle dedicate al programma (6.000 visualizzazioni al giorno), seguite da quelle dedicate ai cori (3.500 visualizzazioni al giorno). Il tempo medio trascorso sul sito web è stato di circa 3 minuti, a indicare un coinvolgimento attivo da parte dei partecipanti al festival. Sebbene le pagine in lingua inglese siano state le più visitate, sono state consultate anche quelle in francese e olandese, a dimostrazione del fatto che vi fosse una domanda per esse. Una volta terminato il festival, il traffico sul sito web è naturalmente crollato. Questa analisi dimostra che il sito web interattivo ha raggiunto il suo obiettivo.

Social media

Durante tutto il periodo di preparazione del festival, una sola persona era responsabile della gestione dei social media del festival. Con l'avvicinarsi dell'evento, è diventato chiaro che questo compito avrebbe dovuto essere assolutamente condiviso durante lo svolgimento del festival stesso.

Il Joy Team Communication del coro organizzatore, Sing Out Brussels!, si è offerto di dare una mano. Cinque volontari si sono alternati nella gestione dei social media.

La maggior parte del loro lavoro consisteva nel gestire le storie condivise su Instagram (ce n'era anche una al minuto!), che hanno generato contenuti organici, un elevato numero di visite e nuovi follower. Inoltre, ogni mattina, il Joy Team riceveva una selezione di foto preparate dai nostri fotografi, che gli permetteva di pubblicare un post giornaliero con i momenti migliori del giorno precedente. Questi post hanno ottenuto ottimi risultati, con un numero compreso tra 500 e 800 "mi piace" al giorno e tra 40 e 90 condivisioni al giorno, a seconda del post.

Dopo il festival, la comunicazione è proseguita in modo organico grazie alla ripubblicazione di tutti i post dei cori e dei partecipanti al festival. Dopo aver inviato le foto ai cori che le avevano acquistate, abbiamo registrato nuovamente attività sui nostri social media man mano che i cori pubblicavano le foto e noi le condividevamo.

La nostra comunicazione ha avuto un impatto positivo sul numero di follower degli account del festival. La pagina Facebook del Various Voices Choir Festival contava 4.235 follower nel giugno 2025. Ne contava 4.426 il 16 giugno 2026 e 4.619 il 28 giugno. Su Instagram, c'è stata una lunga competizione tra l'account del nostro coro, Sing Out Brussels!, e quello del festival. Entrambi contavano circa 2.000 follower nel 2023. Da allora, il festival ha superato di gran lunga il coro. L'account del festival contava 4.660 follower alla fine di agosto 2026, contro i 3.161 del coro. Il post sugli striscioni vandalizzati ha avuto un grande impatto: 292 persone hanno iniziato a seguirci proprio grazie a questo post. Anche i post pubblicati durante il festival hanno attirato molti follower, con picchi fino a 50 nuovi follower al giorno.

Una volta pubblicati il video di riepilogo e il rapporto finale, affideremo la gestione dei nostri social media al team di Brighton.

Centro di Accoglienza

Il Centro di Accoglienza del Festival era situato nell'Auditorium 490. È lì che, mercoledì 24 giugno, abbiamo accolto i responsabili dei cori venuti a ritirare i pacchetti di benvenuto per tutti i loro membri. Questo spazio fungeva anche da punto informativo, dove era sempre presente almeno un volontario.

Purtroppo, mentre i membri del team organizzativo che si alternavano in questo servizio conoscevano perfettamente ogni dettaglio dell'organizzazione del festival, lo stesso non valeva per i nostri volontari, che spesso si trovavano un po' in difficoltà di fronte alla grande varietà di domande poste. Come accennato in precedenza, sarebbe stato necessario un briefing più completo. Col senno di poi, avremmo dovuto allestire un Centro di Accoglienza anche presso il Municipio, dato il numero di eventi ivi organizzati.

Riteniamo essenziale che i futuri team organizzativi prevedano un Centro di Accoglienza vicino alle sedi principali del festival. Anche se tutte le informazioni sono disponibili sul sito web o sul badge, è importante avere un punto di contatto umano, in particolare quando si verificano situazioni di crisi.

Copertura mediatica

Durante il festival, la copertura mediatica è stata fornita principalmente dal media LGBTQI+ con sede a Bruxelles Ket, con cui avevamo stretto una partnership. Ket ha pubblicato un articolo sul festival ogni giorno: 24/06, 25/06, 26/06, 27/06

Ci rammarichiamo di non aver ricevuto alcuna attenzione da parte dei media mainstream, in particolare della televisione, che chiaramente non ha riconosciuto l'importanza e l'impatto del nostro evento, soprattutto alla luce dell'attuale clima internazionale, che non è particolarmente favorevole alla nostra comunità LGBTQI+. Abbiamo tuttavia cercato in diverse occasioni di attirare la loro attenzione sull'evento, ritenendo addirittura che il festival avrebbe potuto essere oggetto di un documentario.

In questo contesto, un organo di stampa olandese ha comunque dedicato un articolo al nostro evento.

Va sottolineato che, durante la fase di preparazione del festival, eravamo in contatto con due persone desiderose di realizzare un documentario sull'evento (una nel Regno Unito e un'altra in Belgio); tuttavia, con l'avvicinarsi del festival, non abbiamo più ricevuto notizie da loro e questi progetti non si sono concretizzati.

Comunicazione di crisi

Durante il festival abbiamo dovuto affrontare due situazioni di crisi: l'ondata di caldo e gli episodi di violenza omofoba nei confronti dei nostri partecipanti. In questi momenti difficili, il nostro team è rimasto disponibile e unito, anche se non

sempre abbiamo rispettato le nostre linee guida sull'uso della comunicazione nelle situazioni di crisi.

Ecco le misure di comunicazione di crisi attuate in risposta all'ondata di caldo:

- Domenica 21 giugno è stata inviata una newsletter agli amministratori dei cori per informarli delle condizioni meteorologiche e offrire alcuni consigli (portare una bottiglia d'acqua, bere molto, vestirsi in modo leggero, portare un ventaglio, ecc.)
- Martedì 23 giugno è stata inviata una newsletter di aggiornamento ai delegati
- Il nostro team artistico ha comunicato la suddivisione degli spettacoli al Cirque Royal in due parti, mentre i nostri presentatori hanno dato annunci dal palco.
- Sabato è stata inviata una newsletter con informazioni sulle condizioni all'ING Arena e con la raccomandazione ai cori in programma per i concerti di strada di cercare l'ombra e di adeguare la durata della loro esibizione se necessario, o addirittura di annullare la loro esibizione. La maggior parte di essi ha comunque portato avanti le proprie esibizioni. Almeno un coro, con un numero particolarmente elevato di membri anziani, ha deciso di annullare.

Ecco le misure di comunicazione di crisi adottate in risposta alla violenza omofoba:

- Contatto proattivo con le vittime non appena la loro identità è stata resa nota al nostro team
- Pubblicazione di un post sui social media che condannava la violenza, invitava le autorità ad agire e esortava i partecipanti al festival a contattare Plan Sacha in caso di problemi.
- Dopo il festival, è stata inviata una lettera in cui si richiedeva un seguito sul caso a favore delle vittime e dettagli sulle misure messe in atto per garantire che ciò non si ripeta.

Ciò che ci è mancato di più durante questi momenti di crisi è stato un gruppo WhatsApp per condividere aggiornamenti brevi e rapidi. La newsletter è uno strumento troppo macchinoso. Avevamo deciso di non creare un gruppo WhatsApp per i delegati perché gestire un gruppo di 4.000 persone ci sembrava un incubo. Come minimo, sarebbe stato necessario un gruppo con un rappresentante per ogni coro per garantire la rapida trasmissione delle informazioni, dato che ogni coro aveva senza dubbio il proprio gruppo WhatsApp.

Aftermovie

La nostra collaborazione con La Horde Productions per le riprese del nostro video musicale "Let Your Heart Be Heard" è stata molto apprezzata. Abbiamo deciso di continuare a lavorare con questa società per realizzare un aftermovie di alta qualità del festival.

L'obiettivo è lasciare un ricordo indelebile, offrire ai partecipanti un ricordo del festival e fornire al team di Brighton uno strumento per promuovere l'evento.

Il nostro budget non ci ha permesso di finanziare la registrazione di tutti i concerti del festival. Tuttavia, abbiamo finanziato la registrazione dello spettacolo all'ING Arena, e i video relativi saranno pubblicati sul canale YouTube del festival.

DOPO IL FESTIVAL

Budget del festival

Panoramica generale

Il budget del festival era di **1,2 milioni di euro**.

Fin dall'inizio del progetto, abbiamo mantenuto il nostro budget sotto controllo. La nostra associazione ha effettuato un adeguamento del budget ogni tre mesi. Un rigoroso monitoraggio del bilancio era necessario per garantire la corretta gestione di questo progetto, finanziato principalmente dai partecipanti al festival.

Fin dall'inizio avevamo elaborato diversi modelli di bilancio basati su varie previsioni relative al numero di partecipanti registrati al festival.

La nostra priorità era garantire di disporre di fondi sufficienti per pagare le spese essenziali prima o immediatamente dopo il festival (affitto della sede, costi tecnici e artistici, ospitalità per i partecipanti, ecc.). Alcuni investimenti non sono stati approvati finché non siamo stati certi della nostra capacità di finanziarli. Si trattava, ad esempio, dei costi relativi alla comunicazione del festival (campagna di affissione negli spazi pubblici, aftermovie, fotografi).

Abbiamo collaborato con un commercialista incaricato del monitoraggio finanziario e fiscale del nostro progetto. Questa collaborazione è stata fondamentale, vista la quantità di denaro che dovevamo gestire.

Il bilancio ha subito variazioni significative nel corso dei mesi. A seconda del numero di iscrizioni (che risultavano inferiori o superiori alle previsioni, a seconda della categoria) o dell'ottenimento o meno di finanziamenti, abbiamo dovuto prendere decisioni difficili o, al contrario, sbloccare fondi per vari progetti.

Dall'inizio del progetto e fino all'apertura del festival, abbiamo accantonato una riserva pari al 10 per cento del budget del festival (100.000 euro). Questa riserva era destinata a consentirci di far fronte a eventuali contrattempi imprevisti durante il festival.

Siamo quindi riusciti ad avviare il festival con un bilancio in pareggio.

Prefinanziamento

Ogni festival parte da zero. In questo contesto, ottenere un prefinanziamento rappresenta una sfida importante. Prima dell'apertura delle iscrizioni, non avevamo alcuna fonte di reddito.

Abbiamo ricevuto due contributi fondamentali che ci hanno aiutato a dare il via alle nostre attività:

- Un prestito di 30.000 € concesso da Legato. Questo prestito ci ha permesso di finanziare le nostre attività nei primi due anni: i costi di costituzione dell'organizzazione senza scopo di lucro, gli onorari del nostro commercialista, la creazione del nostro sito web e la prima rata per l'acquisto della piattaforma di iscrizione Integra. Il prestito è stato rimborsato a Legato alla fine del 2025.
- Donazioni da parte di Sing Out Brussels!. A differenza dell'organizzazione senza scopo di lucro Various Voices Brussels 2026, il coro ha organizzato attività ogni anno, generando così entrate. Abbiamo raggiunto un accordo in base al quale due terzi di queste entrate sarebbero stati donati al festival. In quattro anni, il coro ha così donato quasi 67.000 € al festival. Questo sostegno è stato fondamentale per finanziare gli acconti iniziali per le sale da concerto, prima dell'apertura delle iscrizioni.

Incoraggiamo i seguenti cori organizzatori a istituire un meccanismo simile per prefinanziare le attività del festival prima dell'apertura delle iscrizioni. Una volta aperte le iscrizioni, non abbiamo mai più avuto problemi di liquidità.

Entrate

Il grafico sottostante mostra le principali fonti di reddito del festival. Si prega di notare che qui presentiamo un bilancio semplificato. Forniremo un bilancio dettagliato a Legato e al team di Brighton.

Le quote di iscrizione dei delegati rappresentano il 75% delle entrate del festival. Si tratta di una cifra enorme che dimostra quanto sia essenziale il contributo dei partecipanti per il finanziamento di un progetto di questo tipo. Le quote di iscrizione al festival hanno raggiunto un totale di 796.119 €. Altre entrate provenienti dai delegati derivano dalle prenotazioni per le visite guidate organizzate durante il festival (11 € a visita), per un totale di 2.959 €. Questo denaro è stato utilizzato per retribuire le guide.

La seconda principale fonte di reddito del festival è stata costituita **dai sussidi pubblici** (105.814 euro), che rappresentano circa il 10% delle entrate del festival. Il Belgio è un paese complesso, con molti livelli di governo e potenziali fonti di sussidi pubblici. Tuttavia, raccogliere fondi non è stato così facile. La maggior parte delle autorità eroga finanziamenti solo per progetti che si svolgono nell'anno dell'evento (quindi abbiamo dovuto attendere fino alla fine del 2025 per presentare la maggior parte delle nostre richieste specifiche per il festival). Inoltre, data la difficile situazione di bilancio in cui versano i vari governi belgi, la maggior parte di essi ha ridotto le sovvenzioni concesse. Ecco la ripartizione delle sovvenzioni ricevute:

- Koor&Stem: 2.500 € nell'ambito della nostra partnership con questa federazione fiamminga di cori amatoriali.
- Rayonnement de la Fédération Wallonie-Bruxelles: 18.000 € per il festival.
- Lotteria Nazionale - Eco-coaching: 5.000 €. Questo importo è specificatamente destinato a finanziare il progetto di eco-coaching realizzato da Tapio per garantire la sostenibilità del festival.

- Città di Bruxelles (Pari opportunità): 1.950 € - Nell'ambito del programma «Rendez-Vous à Bruxelles» (2024)
- Pari opportunità (Federazione Vallonia-Bruxelles): 6.000 € per il video musicale «Let Your Heart Be Heard» (2025)
- Lotteria Nazionale: 10.000 € per il video musicale di "Let Your Heart Be Heard"
- Rainbow Visibilities (Francophones de Bruxelles): 2.250 € per il video musicale di "Let Your Heart Be Heard".
- Città di Bruxelles (Cultura): Sconto di 6.000 € sull'affitto della Madeleine (Tale importo è stato detratto dalla fattura della Madeleine).
- Loterie Nationale: 10.000 € per il festival
- Fiandre: 29.000 €, nell'ambito del sostegno regionale ai progetti artistici amatoriali internazionali.
- Città di Bruxelles (Cultura): 10.000 € per il festival
- Cap 48: 10.000 € per le esigenze di accessibilità.
- RainbowHouse Brussels: 1.950 € per le prove di "Let Your Heart Be Heard" durante la settimana del Pride.

La terza fonte di entrate è stata **la vendita dei biglietti al pubblico** (7% delle nostre entrate – 80.748,00 euro). Abbiamo offerto ogni evento (concerti pomeridiani, spettacoli e cerimonie) allo stesso prezzo: il prezzo base era di 30 €. Era prevista una tariffa ridotta di 20 € per chi soddisfaceva determinati requisiti e una tariffa per i sostenitori di 40 €. Poiché gli eventi erano otto, l'acquisto di tutti gli eventi corrispondeva al prezzo del Festival Pass alla tariffa standard (240 €), senza accesso alle feste serali, al Village e alle attività socio-culturali. Negli ultimi mesi, questo Biglietto Festival Completo era disponibile alla tariffa Late (290 €). Abbiamo venduto 77 Biglietti Festival Completi, 1.050 biglietti per gli spettacoli e le cerimonie al Bozar o al Cirque Royal, 621 Pass Pomeridiani e 534 biglietti per lo spettacolo all'ING Arena.

La quarta fonte di entrate è derivata **dalle quote di iscrizione dei cori**, per un totale di 62.255 €, oltre ai ricavi derivanti dall'affitto delle sale prove (3.900 €) e dalla vendita di album fotografici (10.400 €). In totale, ciò rappresenta il 6% delle entrate del festival. Abbiamo messo a disposizione tre spazi per le prove, con un sistema di affitto a ore simile a quello in vigore a Bologna. Abbiamo applicato le stesse tariffe, tenendo conto dell'inflazione. Tutte le fasce orarie sono state prenotate. Inoltre, al fine di coprire i costi dei circa dieci fotografi ingaggiati per documentare il festival, abbiamo offerto a ciascun coro la possibilità di acquistare foto esenti da diritti d'autore dei propri concerti. Cinquantadue cori hanno acquistato le foto. Il festival non ricava alcun profitto da questa iniziativa, poiché il denaro è stato utilizzato per pagare i fotografi.

La quota restante (2%) comprende:

- Entrate provenienti dal Fondo di Solidarietà (donazioni da cori e delegati, e proventi dell'evento di raccolta fondi "Brussels In Harmony"). Tuttavia, non si tratta di entrate in senso stretto, poiché la maggior parte di questa somma è stata utilizzata per compensare le tariffe ridotte offerte ai beneficiari, mentre il saldo ci ha permesso di finanziare miglioramenti in materia di accessibilità.
- Le quote associative dei soci. Per organizzare il festival, abbiamo costituito un'organizzazione senza scopo di lucro (ASBL), separata dal nostro coro Sing Out Brussels!. Abbiamo invitato i membri di Sing Out Brussels! ad aderire

all’ASBL Various Voices Brussels 2026 versando una quota associativa simbolica di almeno 10 €. Ciò ha dato loro il diritto di voto alle nostre assemblee generali annuali e l’accesso occasionale a informazioni esclusive sui preparativi del festival.
- Entrate dal negozio del Festival. Per ogni vendita su Redbubble, abbiamo trattenuto un margine del 7%, che ci è stato versato al netto delle commissioni della piattaforma. Il nostro obiettivo non è mai stato quello di trarre profitto da questo negozio.
- Il compenso finanziario ricevuto per l’organizzazione di visite guidate al Municipio di Bruxelles.
- Gli interessi sul denaro che nel 2025 abbiamo depositato su un conto a termine per evitare che perdesse valore.

Una nota sulla sponsorizzazione

La ricerca di sponsor è stata affidata al nostro partner visit.brussels. Abbiamo avuto diversi cambi di referente all’interno di questa struttura, il che ha ritardato l’avvio dell’attività di prospezione. Nel 2024, il loro team ha finalmente redatto un dossier e definito il compenso offerto agli sponsor. Il team di visit.brussels era stato anche in contatto con il team di Various Voices Monaco 2018 per ottenere un feedback sulla loro esperienza.

La loro attività di ricerca non ha avuto esito positivo, poiché il nostro evento era rivolto principalmente a un pubblico internazionale e, probabilmente, perché il marchio Various Voices non è affatto conosciuto al di fuori del mondo dei cori LGBTQI+. Riteniamo inoltre che la vicinanza del Brussels Pride, che nel 2026 ha celebrato il suo trentesimo anniversario, non abbia giocato a nostro favore. Né lo ha fatto il clima internazionale, che ha spinto le grandi aziende a fare marcia indietro sulle politiche di diversità e inclusione.

Da parte nostra, abbiamo cercato di stabilire contatti con il Brussels Rainbow Village, un’organizzazione che riunisce le imprese LGBTQI+ a Bruxelles. I suoi responsabili hanno diffuso il nostro appello ai propri membri in vista di partnership commerciali. Non abbiamo ricevuto alcuna risposta. Il nostro team ha anche contattato in modo proattivo alcune aziende, senza successo.

Poiché contavamo sui proventi delle sponsorizzazioni, abbiamo quindi dovuto azzerare questa voce di bilancio. Ciò ha tuttavia evitato complicati dibattiti sul «pinkwashing» o sul «greenwashing» dei potenziali sponsor.

Abbiamo quindi stretto principalmente partnership che hanno portato a sconti: Pianos Maene (noleggio di pianoforti o tastiere elettriche), Tipik (una doppia campagna pubblicitaria su questa emittente radiofonica della RTBF in cambio di biglietti gratuiti), Bruzz (uno sconto sul costo di una campagna pubblicitaria su questa emittente radiofonica regionale di Bruxelles in cambio di visibilità per il festival).

Spese

Il grafico sottostante mostra le principali voci di spesa del festival. NB: Per tutelare la riservatezza dei nostri fornitori, presentiamo qui un bilancio semplificato. Forniremo un bilancio dettagliato a Legato e al team di Brighton.

La prima categoria di spesa riguarda **l'affitto delle sedi degli spettacoli** (388.000 € – 36% delle spese). Oltre ai costi di affitto, questa voce comprende anche i costi accessori (servizi di sicurezza, pulizie, noleggio di sedie aggiuntive, ecc.).

La seconda categoria di spesa principale riguarda **i costi tecnici** (noleggio delle attrezzature, retribuzione del nostro direttore tecnico e del tecnico del suono, nonché i costi per i tecnici del suono e delle luci durante il festival). Il totale ammonta a 188.000 € (17% delle nostre spese).

La terza categoria di spesa principale riguarda **i costi artistici**. Questi comprendono la retribuzione del nostro direttore artistico, del nostro direttore musicale, dei vari artisti che si esibiscono durante il festival, i diritti d'autore, il noleggio del pianoforte e i costi del progetto «Let Your Heart Be Heart» (registrazione in studio, video musicale, prove al Bozar). Ciò rappresenta il 13% delle nostre spese (137.000 €).

La quarta categoria di spesa riguarda **i costi di comunicazione** (9% delle nostre spese – 93.000 euro). Ciò comprende i costi di creazione e manutenzione del sito web, i costi di produzione di materiale visivo, i costi delle campagne di comunicazione, i compensi a fotografi e videografi e vari abbonamenti a strumenti di comunicazione (per la newsletter o i social media).

La quinta categoria di spesa riguarda **i costi logistici** (10% delle nostre spese – 95.000 €). Ciò include, in particolare, l'allestimento del Village e i pagamenti ai fornitori, il catering per le squadre tecniche e i volontari durante il festival, la produzione dei badge e della segnaletica del festival, nonché i costi per rendere accessibili le sedi.

La sesta categoria di spesa riguarda **i costi della piattaforma di biglietteria e registrazione** (4% delle nostre spese – 45.000 €). Ciò comprende il costo di acquisto della piattaforma di registrazione Integra, le commissioni addebitate dal nostro gestore dei pagamenti Stripe e le commissioni di biglietteria.

Il restante 11% (100.000 €) comprende **costi vari**: spese bancarie, assicurazioni, costi amministrativi dell'organizzazione senza scopo di lucro, onorari del commercialista, remunerazione del team di coordinamento dei volontari, canone di licenza versato a Legato e costi del Programma di Sostegno (acquisto di biglietti aerei e ferroviari per il coro ucraino).

Risultati finanziari

Al momento della stesura del presente rapporto, i conti del festival non sono ancora stati definiti. È improbabile che la nostra associazione venga sciolta prima dell'inizio del 2027.

Tuttavia, i risultati finanziari del festival sono molto positivi. Come spiegato in precedenza, avevamo accantonato circa il 10% del budget del festival (100.000 euro) per far fronte a eventuali imprevisti durante l'evento. Alla fine abbiamo portato a termine il festival senza attingere a tale fondo di riserva. Inoltre, la vendita dei biglietti per gli eventi del festival è proseguita fino all'ultimo giorno della manifestazione, generando così entrate aggiuntive e non previste.

Siamo così riusciti a devolvere una donazione di 67.000 € a Sing Out Brussels!, un importo equivalente alla somma che il coro aveva donato per prefinanziare il festival.

Il saldo residuo ammonta a circa 50.000 euro (la cifra esatta sarà determinata una volta pagate le fatture finali). Tale saldo sarà ripartito tra Legato (al quale, in base ai termini del contratto, siamo tenuti a versare almeno il 25 per cento delle entrate del festival), il festival Various Voices Brighton 2030 e Sing Out Brussels!.

Il team del festival

Il team del festival era composto, in ordine alfabetico, da Stefano Abruzzini, Walid Aissaoui, Marina Belotti, Christophe Cordier e Damien Wauters. Sì, solo cinque persone hanno lavorato instancabilmente come volontari per organizzare questo festival! Tutto ciò che avete appena letto è stato reso possibile da loro.

Tra loro, due persone sono state coinvolte durante l'intero progetto, dalla presentazione della candidatura fino all'ultimo giorno del festival: Marina Belotti e Christophe Cordier, che si sono occupati congiuntamente del coordinamento generale dell'evento.

A partire dal festival di Bologna del 2023, il team del festival ha tenuto una riunione al mese, della durata di circa quattro ore, per preparare l'evento. Nei sei mesi precedenti il festival, la frequenza è aumentata a due riunioni al mese (di cui una online). Sono state organizzate anche giornate di lavoro occasionali. La mole di lavoro svolta tra queste varie riunioni, tuttavia, è impossibile da stimare.

È importante rendersi conto che il carico di lavoro necessario per organizzare il festival è enorme e non ha alcun paragone con il lavoro di volontariato svolto all'interno dei nostri cori. All'interno del team, due persone sono andate in pensione durante il processo di preparazione del festival e un'altra è riuscita a riorganizzare il proprio orario di lavoro per liberare del tempo. Ciò ha permesso loro di lavorare quasi a tempo pieno sul festival. Senza questo, probabilmente non ce l'avremmo mai fatta. Man mano che Various Voices continua a crescere, sorgono naturalmente interrogativi sul futuro del festival. Torneremo su questo argomento nella conclusione del presente rapporto.

Il reclutamento del team si è rivelato una sfida. Il nostro coro, Sing Out Brussels!, offre già numerose opportunità di volontariato occasionale o continuativo (Consiglio direttivo, sottogruppi tematici: artistico, comunicazione, costruzione della comunità, strategia). All'interno di questo gruppo di 80 persone, la maggior parte di coloro che avevano il profilo giusto per sostenere l'organizzazione del festival era spesso già impegnata in altre attività di volontariato.

Anche la portata del progetto ha rappresentato un ostacolo. Molte persone erano riluttanti a impegnarsi, temendo (e a ragione!) il carico di lavoro. Anche il tempo che mancava all'evento ha costituito un deterrente: è più entusiasmante partecipare alla preparazione di uno spettacolo che si terrà tra sei mesi piuttosto che a quella di un festival che avrà luogo tra quattro anni.

Il nostro team contava fino a sette persone, ognuna delle quali apportava al progetto le proprie opinioni, aree di interesse e competenze. Questo ha funzionato relativamente bene durante i due anni in cui le nostre riunioni consistevano principalmente in sessioni di brainstorming per definire l'identità del festival. Una volta entrati nel vivo del lavoro e con l'aumento del carico di lavoro, insieme ai rischi finanziari connessi, la distribuzione dei compiti all'interno del team è diventata sempre più sbilanciata, mentre sono emerse anche divergenze di opinione su come il progetto venisse gestito. Ciò ha portato a tensioni e all'abbandono di diversi membri. Il team rimanente ha continuato a organizzare il festival, rimanendo unito e lavorando insieme in modo molto costruttivo.

Vorremmo condividere qui la nostra esperienza e trasmettere questi messaggi ai futuri team organizzativi:

- Organizzare il festival non è un hobby. È un lavoro. All'inizio è un lavoro part-time, ma diventa a tempo pieno man mano che il festival si avvicina.
- Il peso della responsabilità che grava sul team organizzativo è molto grande – ben più grande di quello che comporta la gestione di un coro. La portata del progetto, il numero di persone che partecipano all'evento, il numero e le dimensioni delle sedi affittate, i professionisti con cui si deve lavorare e l'enorme budget sono tutte fonti di stress.
- Per mettere insieme il team, è necessario reclutare volontari disposti a lavorare, non solo a esprimere le proprie opinioni. È fondamentale individuare, fin dall'inizio, le persone responsabili di aree specifiche (sedi degli spettacoli, finanziamenti, accessibilità, sostenibilità, iscrizioni, programma, ecc.) e assegnare i ruoli sin dall'inizio. In un mondo ideale, ogni responsabile dovrebbe avere un sostituto in caso di problemi (e i problemi ci sono sempre).
- Reclutate molte persone, anche al di fuori dei vostri cori. Mentre giungiamo alla fine della stesura di questo resoconto, ci sembra incredibile che noi cinque siamo riusciti a realizzare tutto questo. Sebbene siamo riusciti a gestire i preparativi, le cose si sono rivelate molto più complicate durante il festival. Non eravamo abbastanza per affrontare ogni crisi e ogni problema da risolvere, sia di natura tecnica che interpersonale. Idealmente, avremmo dovuto avere abbastanza persone per assegnare un referente a ogni sede del festival in ogni momento.
- È inevitabile che sorgano tensioni all'interno del team: alcune persone si sottrarranno alle proprie responsabilità, altre se ne assumeranno troppe, i volontari chiederanno di essere pagati e visioni diverse entreranno in conflitto. Nessuno ne esce indenne. Organizzare "Various Voices" significa stringere tanti legami meravigliosi, ma anche assistere alla rottura di amicizie.
- A volte passerete ore a discutere di un argomento che vi sembra importante, trascurando al contempo un'altra questione che non sembra problematica. E durante il festival scoprirete che avreste dovuto fare il contrario...
- È un progetto LGBTQI+ che tutti i cori attendono con ansia per quattro anni. Le loro aspettative riguardo all'evento sono enormi. Ogni delegato desidera

legittimamente essere riconosciuto e rispettato per quello che è. Le loro aspettative sono talvolta inconciliabili. È quindi impossibile che il 100% dei delegati risulti soddisfatto al 100% dell'organizzazione del festival. Dato che il team organizzativo è esso stesso un partecipante, ogni critica è molto difficile da accettare. Organizzare il festival significa ricevere tantissimo affetto e gratitudine, ma significa anche essere destinati a deludere.

- Non aspettarti di goderti il festival come qualsiasi altro partecipante. Anche se pensi, come noi, che tutto sia pronto e che nulla possa andare storto, dovrai inevitabilmente affrontare crisi e imprevisti.
- Dopo il festival, avrete senza dubbio bisogno di un po' di tempo per tornare con i piedi per terra. Un po' di tempo anche per concentrare la vostra attenzione sui ricordi positivi, e non solo su ciò che è andato storto. Siate gentili con voi stessi: ciò che avete realizzato è incredibile!

Valutazione del festival e impatto economico

Il sondaggio post-festival è stato inviato tramite la nostra newsletter due giorni dopo la conclusione del festival. Qualche giorno dopo è stato inviato un promemoria. Abbiamo chiuso il sondaggio due settimane dopo la fine del festival. Il suo obiettivo principale è fornire raccomandazioni a Legato e al team di Brighton in vista dei festival futuri.

Abbiamo ricevuto 1.161 risposte, che rappresentano circa il 30% dei partecipanti. Tuttavia, questo campione è rappresentativo del profilo dei partecipanti in termini di diversità di età, provenienza e status professionale.

Qui troverete una sintesi dei principali risultati emersi da questo sondaggio. Le risposte dettagliate e le varie tabelle sono disponibili a questo link. Poiché le domande aperte hanno talvolta generato più di 700 risposte, abbiamo utilizzato l'Intelligenza Artificiale per identificare le aree chiave su cui concentrare l'attenzione.

Per il 40% degli intervistati, quello di Bruxelles è stato il primo festival «Various Voices» a cui hanno partecipato. Questi intervistati sono naturalmente più giovani e questa percentuale è più elevata tra i delegati provenienti da Spagna, Italia e Stati Uniti. La metà di loro ha dichiarato di non aver mai partecipato in precedenza a un evento LGBTQI+ internazionale, né a titolo personale né con il proprio coro. Coloro che avevano già preso parte a eventi di questo tipo hanno citato principalmente le manifestazioni del Pride, il festival Hand in Hand o altri festival nazionali o regionali simili in Europa e negli Stati Uniti, nonché i Gay Games o gli Euro Games.

Il festival ha permesso al 38% degli intervistati di incontrare più persone nuove di quanto sperassero. Il 40% ha incontrato nuove persone, ma in numero inferiore a quanto sperato. Per la stragrande maggioranza degli intervistati, il festival ha inoltre svolto un ruolo fondamentale nel rafforzare il loro senso di appartenenza alla comunità LGBTQI+ o nel farli sentire rappresentati in quanto persone LGBTQI+.

Nella seguente domanda aperta ("Che differenza ha fatto per te VV2026?"), il 40% degli intervistati ha espresso gioia, felicità, rinnovamento emotivo o un impatto emotivo positivo altrettanto forte. Circa il 25% ha fatto riferimento alla comunità o al senso di appartenenza. Circa il 20–25% ha menzionato l'ispirazione artistica,

musicale o legata all'esibizione. Circa il 18% ha menzionato la visibilità, la politica, l'orgoglio o l'attivismo. Circa il 10–15% ha menzionato i legami internazionali e/o il rafforzamento del proprio coro. Circa il 12% ha espresso un elemento esplicitamente negativo o critico.

Ciò che ha colpito maggiormente gli intervistati è stata l'opportunità di assistere ai concerti di altri cori (l'86% ha scelto questa opzione), la possibilità di cantare sul palco con il proprio coro (il 62% ha scelto questa opzione) e trascorrere del tempo con gli amici (il 57% ha scelto questa opzione). È interessante notare che gli intervistati hanno dato la priorità alla partecipazione ai concerti di altri cori rispetto alle proprie esibizioni.

Una domanda riguardava il senso di sicurezza all'interno delle sedi del festival. La stragrande maggioranza dei partecipanti si è sentita al sicuro sempre (53% degli intervistati) o quasi sempre (38% degli intervistati). Gli intervistati considerano il festival una «bolla sicura» e hanno apprezzato l'aiuto fornito dai volontari e dal team di Plan Sacha. Tuttavia, il 5% ha riferito di essersi sentito molto insicuro. Questa percentuale è leggermente più alta tra i delegati italiani e spagnoli (9%) e più bassa tra quelli francesi, tedeschi e olandesi (1%). Queste persone sono generalmente le stesse che hanno espresso un'insoddisfazione generale nei confronti del festival. Hanno citato principalmente la mancanza di sicurezza negli spazi pubblici, in particolare di notte, e hanno chiesto una maggiore presenza della polizia o di guardie di sicurezza private. Le risposte hanno inoltre evidenziato il caldo (aria condizionata, accesso all'acqua), i problemi di accessibilità, la segnaletica e i trasporti tra le sedi, nonché un desiderio di una maggiore diversità LGBTQI+ tra i partecipanti e nel programma del festival.

Il sondaggio ha valutato anche l'impatto economico del festival.

Per quanto riguarda l'alloggio:

- il 50% degli intervistati ha soggiornato a Bruxelles per 4 notti, il 23% per 5 notti e il 22% per più di 5 notti. I delegati americani sono stati i più numerosi in quest'ultima categoria. Al contrario, gli italiani e gli spagnoli sono stati quelli che più spesso hanno soggiornato solo per 2 o 3 notti, il che fa eco all'osservazione fatta in precedenza in questo rapporto riguardo all'alto costo del festival per i cantanti provenienti da questi paesi, che tuttavia non beneficiano del Programma di sostegno.
- Il 60% degli intervistati ha soggiornato in un hotel. Il 26% ha soggiornato in una sistemazione condivisa, come un Airbnb. Il 10% ha soggiornato in un ostello della gioventù, ma questa percentuale è salita al 30% per gli intervistati polacchi, cechi ed estoni.
- I partecipanti hanno speso in media 118 € a notte per l'alloggio. Si riscontrano differenze significative tra i diversi gruppi di paesi.

Per quanto riguarda i trasporti:

- il 58% degli intervistati ha viaggiato in treno e il 31% in aereo, il che è in linea con le intenzioni dichiarate al momento della registrazione. Non sorprende che il treno sia stata l'opzione preferita da chi proveniva dai paesi confinanti (Germania, Paesi Bassi, Francia, Regno Unito).
- Il costo medio del trasporto è stato di 287 euro a persona. Naturalmente, si riscontrano differenze significative a seconda della distanza percorsa (gli intervistati provenienti dagli Stati Uniti e dalla Scandinavia hanno speso di

più; quelli provenienti da Francia, Paesi Bassi e Germania hanno speso di meno).

Le altre spese sostenute sul posto (cibo e bevande, bar, trasporti, musei, shopping, ecc.) ammontavano in media a 427 € per delegato. Va notato che, tra le attività ricreative dei delegati al di fuori del programma del festival, gli americani hanno privilegiato le attività culturali (musei, ecc.), mentre gli italiani, gli spagnoli, i britannici e gli irlandesi hanno preferito le attività della comunità LGBTQI+ (bar, discoteche, ecc.).

Escludendo i delegati belgi da questo calcolo, possiamo quindi stimare l'importo totale speso da un delegato straniero medio a 1.257 €, che va aggiunto alla quota di iscrizione – ad esempio, 190 € con la tariffa Early Bird – portando il totale a 1.447 € a persona.

Con 4.040 delegati, l'impatto economico del festival può quindi essere stimato a oltre 5 milioni di euro, ovvero cinque volte il budget del festival.

Ciò illustra anche l'elevato investimento che il festival rappresenta per i membri dei cori, un evento che chiaramente non è alla portata di tutte le tasche senza un sostegno finanziario. Infatti, il 30% degli intervistati ha ricevuto un sostegno finanziario dal proprio coro. Questa percentuale sale al 70% tra gli intervistati provenienti dai paesi dell'Europa orientale, dall'Italia e dalla Spagna, e tra coloro che hanno meno di 35 anni. Si attesta invece a meno del 5% per i delegati americani. Va notato che, al momento dell'iscrizione, il 56% dei cori aveva dichiarato di disporre di un programma di sostegno interno per i propri membri. Va inoltre sottolineato che 690 persone (il 17% dei delegati) hanno ricevuto un sostegno diretto dal festival (Programma di Sostegno, Fondo di Solidarietà o pagamenti rateali).

Uno degli obiettivi principali del sondaggio era determinare se «Various Voices Brussels 2026» avesse soddisfatto le aspettative dei partecipanti al festival in tre ambiti: spirito di comunità, organizzazione generale e programma artistico.

Questo è chiaramente il caso per quanto riguarda lo spirito di comunità. Per il 57% degli intervistati, il festival ha soddisfatto le loro aspettative. Per il 31%, il festival ha addirittura superato le loro aspettative. Tuttavia, il 12% ha espresso delusione a questo riguardo. In vista del festival di Brighton 2030, gli intervistati hanno formulato le seguenti raccomandazioni: maggiori opportunità di incontrare e stringere legami con altri cori, più occasioni per cantare insieme e una maggiore attenzione all'inclusività, alla diversità e all'accessibilità del festival. Tutti questi punti erano stati presi in considerazione a Bruxelles, ma ovviamente c'è sempre margine di miglioramento.

Anche l'organizzazione complessiva del festival ha ricevuto una valutazione positiva. Per il 53% degli intervistati, il festival ha soddisfatto le loro aspettative. Per il 29%, il festival ha addirittura superato le loro aspettative. Gli intervistati hanno fornito molti commenti positivi. Tuttavia, il 18% ha espresso delusione a questo riguardo. In vista del festival di Brighton, le raccomandazioni si concentrano principalmente sulla comunicazione (newsletter più brevi ed efficaci), sul riscaldamento e l'aria condizionata, sul rafforzamento del team di volontari (in termini di numero e formazione), sul programma del festival (meno fitto, con più

tempo per i soundcheck), su un sistema di biglietteria più semplice e sulla particolare attenzione all'accessibilità e all'inclusività, ecc.

Il programma artistico è l'argomento più controverso. Per il 50% degli intervistati, il festival ha soddisfatto le loro aspettative. Per il 22%, il festival ha addirittura superato le loro aspettative. Tuttavia, il 28% ha espresso delusione al riguardo – quasi un intervistato su tre. Il messaggio chiave trasmesso al team di Brighton è in linea con le conclusioni tratte dal nostro team. L'obiettivo è quello di riorientare gli spettacoli sui cori e, di conseguenza, di dare meno risalto agli artisti ospiti. Le raccomandazioni riguardano anche l'accessibilità delle sedi, le condizioni tecniche, la qualità delle esibizioni, la coerenza degli spettacoli e la rappresentanza dell'intera comunità LGBTQI+. La natura politica del festival è un punto centrale su cui sono state formulate raccomandazioni contrastanti. Per alcuni, il festival dovrebbe essere più politico. Altri ritengono che dovrebbe esserlo meno.

Un festival di cinque giorni sembra soddisfare i delegati. L'84% degli intervistati è soddisfatto della durata attuale del festival. Il 9% lo ritiene troppo lungo e preferirebbe un programma condensato in tre giorni. Solo il 7% vorrebbe un festival più lungo.

Per quanto riguarda le opportunità di esibirsi in concerto, la maggioranza degli intervistati che ha tenuto solo uno o due concerti vorrebbe tenerne di più. Vale la pena notare che questo numero limitato di concerti è stato una scelta dei responsabili dei loro cori, un fatto di cui gli intervistati potrebbero non essere a conoscenza. Tre o quattro opportunità di concerto sembrano quindi un numero adeguato. Abbiamo visto in precedenza che la maggior parte dei cori (71 su 114) ha colto questa opportunità.

Per quanto riguarda le aspettative relative al festival di Brighton, i delegati hanno indicato come priorità l'esibirsi in concerto con il proprio coro, avere tempo sufficiente per assistere ai concerti di altri cori e l'opportunità di conoscere nuove persone.

Il sondaggio ha valutato anche la conoscenza di Legato, la federazione europea dei cori LGBTQI+. Il 75% degli intervistati aveva già sentito parlare di Legato prima di arrivare a Bruxelles. Legato è associata principalmente a Various Voices: il 56% degli intervistati sa che Legato supervisiona il festival Various Voices (concedendo le licenze e sostenendo le città ospitanti nell'organizzazione del festival). Le altre attività di Legato sono meno conosciute. La Legato Academy (che, va detto, si rivolge principalmente agli amministratori dei cori) è molto poco conosciuta. Il 47% dei partecipanti al festival non ne aveva mai sentito parlare. Le aspettative dei partecipanti al festival nei confronti di Legato si concentrano in particolare su: il rafforzamento dei legami tra i cori, l'organizzazione di festival con maggiore regolarità, le attività di formazione, lo sviluppo di una cultura musicale LGBTQI+, le iniziative relative all'inclusione, alla diversità e all'accessibilità, e lo sviluppo del ruolo politico e di advocacy di Legato.

I risultati dettagliati del sondaggio saranno, ovviamente, trasmessi a Legato e al team di Brighton.

Conclusione

Il nostro viaggio si conclude qui. Chiudiamo ora il capitolo di Various Voices Brussels 2026 con grande orgoglio e sentendoci completamente esausti.

Organizzare questo grande evento è stata una sfida per il nostro piccolo team. È stata anche un'esperienza molto entusiasmante, che ci ha permesso di acquisire nuove competenze. L'entusiasmo dei partecipanti al festival e il feedback positivo che abbiamo ricevuto sono grandi ricompense. Allo stesso tempo, non è facile. Allo stesso tempo, è difficile gestire la delusione espressa da alcuni. Come avevamo previsto, non è stato possibile rendere felici al 100% tutti i partecipanti al festival.

Nell'agosto 2026 abbiamo partecipato all'evento "Queer Voices Unite" nell'ambito dell'Amsterdam World Pride. Questo mini-festival ha riunito otto cori internazionali. Abbiamo adorato l'esperienza perché non eravamo responsabili di nulla! Ma ci siamo anche resi conto di quanto fosse più semplice organizzare un evento di queste dimensioni (una sola sala da concerto, solo una manciata di volontari necessari...) e organizzare attività che consentissero ai cori di incontrarsi tra loro. Questo rende ancora più chiaro il motivo per cui così tanti partecipanti al nostro sondaggio hanno espresso il desiderio di prendere parte a più piccoli eventi di questo tipo.

Various Voices potrebbe trovarsi a un bivio. Nel loro dossier di candidatura per Various Voices 2030, alcuni cori hanno proposto di ospitare fino a 160 cori e 5.000 delegati. Quanto ancora può crescere il festival? E soprattutto: può continuare a crescere pur essendo organizzato in questo modo? Come avete letto in questo rapporto, il numero di questioni da affrontare nell'organizzazione di Various Voices è enorme. Dobbiamo pensare a tutto, anticipare ogni possibile scenario di crisi e cercare di conciliare le aspettative di una moltitudine di persone provenienti da contesti, età e identità diverse... E ora che abbiamo l'esperienza per farlo, che sappiamo cosa vorremmo mantenere e cosa faremmo in modo diverso, un nuovo team deve ricominciare tutto da zero, in una nuova città, con sedi diverse, partner diversi, vincoli diversi...

La situazione in Europa non è la stessa che negli Stati Uniti, ma negli Stati Uniti l'organizzazione del festival Gala Choruses è gestita da professionisti retribuiti. Se un giorno Legato potesse disporre di almeno un collaboratore retribuito che si occupi del festival (ad esempio per gestire le iscrizioni dei cori e dei delegati), sarebbe fantastico. Da parte nostra, restiamo a disposizione di Legato e del team di Brighton 2030 per passare il testimone e condividere le nostre conoscenze.

Non vediamo l'ora di partecipare a Various Voices Brighton 2030, semplicemente per goderci il piacere di cantare, il piacere di applaudire, il piacere di ritrovare gli amici e conoscerne di nuovi, e il piacere di sentirci parte di una vasta comunità di cantanti LGBTQI+ uniti da una passione condivisa e dalle stesse aspirazioni per un mondo in cui ognuno di noi abbia un posto a cui appartenere. Questo è lo spirito di Various Voices. Siamo felici e orgogliosi di aver contribuito alla sua storia.

Stefano, Walid, Marina, Christophe e Damien
Team del Festival - Various Voices Bruxelles 2026