



Luglio 2015 - **Cala il sipario su Umbria Jazz 15, un'edizione da record sotto tutti gli aspetti.** 1 milione 500 mila euro di incasso per oltre 35.000 paganti.

L'immenso afflusso di pubblico a Perugia, **circa 450.000 presenze complessive**, e la grandissima partecipazione ai concerti dell'edizione di quest'anno, tutti di altissimo livello, sono la riprova che il marchio UJ funziona e che **il jazz sta vivendo uno dei suoi momenti più felici nel mondo e in particolare in Italia**, come dimostrano anche gli ottimi risultati dei concerti nei teatri, spazi riservati al jazz più autentico nelle sue diverse espressioni, tradizionali e moderne.

I numeri sono quelli dei tempi migliori, di quando la cultura non era un lusso, ma al contrario, una voce importante del bilancio. □ Il primo weekend del Festival ha visto **le strade del centro storico invase da migliaia di visitatori**, e nei giorni successivi la situazione non è mutata. Una città che per 10 giorni ha vissuto immersa nella musica dalla mattina a tarda notte.

Ottimo risultato anche quello del merchandising ufficiale, con oltre 100.000 euro di incasso.

Vero e proprio **boom "social" per UJ**; il team di UJ ha documentato live i concerti, il backstage, gli eventi nelle strade con centinaia di post, foto, tweet, dirette streaming, riuscendo a coinvolgere centinaia di migliaia di utenti. In particolare, i canali Facebook, Twitter, Periscope e Instagram hanno fatto registrare un numero enorme di interazioni, che hanno permesso ai

contenuti prodotti di avere un'audience mai raggiunta prima.

Qualche numero: **più di 1 milione di utenti raggiunti su Facebook, oltre 100.000 interazioni tra like e condivisioni, più di 250.000 visualizzazioni video, oltre 4.000 commenti e retweet**. Grande coinvolgimento anche degli artisti, che hanno continuamente commentato, retwittato e condiviso contenuti sui canali social di Umbria Jazz: da **Gilberto Gil** ai **Subsonica**, da **Paolo Conte** a **Joshua Redman** da

Lady

Gaga

a

Stefano Bollani

, una vera comunità di personaggi entusiasti e partecipi costruita intorno al Festival. Tutta l'attività, ha permesso di seguire non solo i concerti, ma anche il backstage, producendo una quantità enorme di contenuti: quasi mille post tra Facebook, Twitter e Instagram, oltre 3000 foto e video, spesso realizzate e pubblicate direttamente dal palco, in tempo reale. Grande audience anche per il

sito internet ufficiale

www.umbriajazz.com

,

che

ha fatto registrare oltre 100.000 visite e 400.000 pagine viste

.

Umbria Jazz è sempre più social, una comunità viva e attiva in grado di riproporre anche sul web l'atmosfera del Festival: i suoi suoni, i suoi colori, il suo entusiasmo.

Arrivederci a Umbria Jazz Winter#23, a Orvieto, dal 30 dicembre 2015 al 3 gennaio 2016 e a Umbria Jazz 16 a Perugia dall'8 al 17 luglio 2016.

<http://www.umbriajazz.com>

<http://www.facebook.com/UmbriaJazz.official?fref=ts>

<https://twitter.com/UmbriaJazz> **OFC**

http://iconosquare.com/umbriajazz_official