



Università
Ca' Foscari
Venezia

Corso di Laurea Magistrale

in

Economia e Gestione delle Arti e delle Attività Culturali

Tesi di Laurea

**L'IMPORTANZA DEGLI EVENTI CULTURALI
PER LO SVILUPPO DI UN TERRITORIO.**

Il caso del Festival della Politica di Mestre.

Relatore

Ch.mo Prof. Federico Pupo

Correlatore

Ch.mo Prof. Fabrizio Panozzo

Laureanda

Francesca Nalin

Matricola 975169

Anno Accademico

2021/2022

INDICE

INTRODUZIONE	4
CAPITOLO I. L'IMPORTANZA DELLA CULTURA PER LO SVILUPPO LOCALE	6
1.1 Definizione di “cultura” e sua evoluzione nel tempo.....	6
1.2 Rapporto tra cultura e territorio. Le politiche territoriali contemporanee e i distretti culturali.....	8
CAPITOLO II. GLI EVENTI CULTURALI	18
2.1 Definizione di evento, evoluzione nel tempo e ruolo odierno	18
2.2 Tipologie di eventi	20
2.2.1 <i>I Festival di approfondimento culturale</i>	23
CAPITOLO III. IL FESTIVAL DELLA POLITICA DI MESTRE	34
3.1 Il contesto di riferimento: Mestre e il suo distretto culturale.....	34
3.2 Cos'è il Festival della Politica di Mestre e la sua storia	37
3.3 Il decimo Festival della Politica: rassegna dedicata a “ <i>Il potere delle donne</i> ”	42
3.3.1 <i>Il tema e gli incontri organizzati</i>	42
3.3.1 <i>Le attività della Segreteria organizzativa</i>	45
3.4 Analisi economica del Festival	47
3.4.1 <i>Il bilancio economico del Festival</i>	48
3.4.2 <i>L'impatto economico del Festival</i>	52
3.5 Il pubblico del Festival	61
3.5.1 <i>L'evoluzione del pubblico del Festival nel tempo</i>	82
CONCLUSIONI.....	86

APPENDICE. IMMAGINI DEL FESTIVAL DELLA POLITICA 2021	90
BIBLIOGRAFIA	100
SITOGRAFIA	104

INTRODUZIONE

Questa tesi di laurea è stata ispirata dalla mia esperienza di tirocinio curriculare nel campo dell'organizzazione di eventi culturali. In particolare, nel 2021 ho preso parte alla segreteria organizzativa del Festival della Politica di Mestre, intitolato "Il potere delle donne".

Si tratta di un evento che offre al pubblico differenti saperi e interpretazioni riguardanti grandi tematiche di attualità, coinvolgendo accademici, giornalisti, economisti, scrittori, politologi, filosofi, uomini di spettacolo e consentendo ai partecipanti la comprensione di cosa al giorno d'oggi sia la politica.

Nel mio elaborato ho deciso di evidenziare l'importanza che può rivestire un evento come questo festival per la città di Mestre, sia socialmente che economicamente. Ogni anno, infatti, tale rassegna si dimostra un valido strumento di rivitalizzazione della città, contribuendo alla costruzione di un suo ruolo di primo piano anche in ambito culturale e turistico.

Anzitutto, ho introdotto il concetto di "cultura" e di beni ed attività di valore culturale. Questi ultimi, se offerti alla cittadinanza, possono generare ricadute positive non solo economiche, ma anche sulla vita sociale e culturale degli individui, consentendo loro di sviluppare un senso di identità e di appartenenza e raggiungere un certo benessere sociale e intellettuale. Tutto ciò diviene rilevante, poi, per lo sviluppo di un intero territorio.

Successivamente, ho presentato i cosiddetti "distretti culturali", ossia luoghi che rendono la dimensione culturale la base del proprio sviluppo, secondo la concezione che l'allargamento del bagaglio di esperienze e conoscenze dei cittadini porti al miglioramento di un paese e della sua comunità, dal punto di vista sociale ed economico. Divengono così fondamentali in questi territori offerte culturali come gli eventi, dei quali nel mio scritto ho analizzato, in particolare, la tipologia dei festival di approfondimento culturale.

Prima di introdurre il caso specifico del Festival della Politica 2021, ho presentato un quadro storico di Mestre e dell'evoluzione del suo distretto culturale negli anni, il quale ha condotto alla rinascita urbana, economica, sociale, culturale e turistica della città.

Per quanto concerne la decima edizione del Festival mestrino, ho esplicitato la tematica scelta e le sezioni in cui si è articolata la manifestazione, fino ad esporre le attività svolte dalla segreteria organizzativa, di cui ho fatto parte, e a riportare un'analisi economica e di pubblico del Festival. Dai risultati dell'indagine sull'impatto di questa manifestazione è risultato evidente come l'organizzazione di un evento culturale nelle aree pubbliche di una città sia un fondamentale strumento per la rigenerazione di tali spazi e l'accelerazione delle attività economiche, oltre che per un miglioramento dell'immagine del luogo secondo i partecipanti all'evento, appagati dalle attività culturali a cui partecipano.

CAPITOLO I

L'IMPORTANZA DELLA CULTURA PER LO SVILUPPO LOCALE

1.1 Definizione di “cultura” e sua evoluzione nel tempo

Nel pensiero antico, il termine “cultura” rimanda all’educazione dell’individuo a vivere in società e a praticare le attività intellettuali.

Nel V secolo a.C., i greci utilizzano l’espressione *paidéia* per indicare un livello morale e culturale ideale a cui è finalizzata l’educazione degli uomini. È soprattutto con Aristotele e con il pensiero ellenistico che comincia a predominare una concezione di educazione dell’individuo di tipo aristocratico, che estromette dal campo della cultura il lavoro manuale, a cui si dedicavano i gruppi subalterni della società, ponendo al centro la vita contemplativa rispetto a quella attiva.

Tale concezione viene ripresa in epoca romana. In particolare, è con Cicerone che la cultura (dal latino *colere*, coltivare) assume il ruolo di guida da una vita primitiva a una civile, e, quindi, a una vita sociale e di presenza attiva all’interno di una comunità.

Se nel Medioevo la cultura viene caricata di significati religiosi, è con l’Umanesimo che essa recupera il valore mondano conferitole in passato. L’educazione ritorna, così, a essere rivolta alla vita civile e si basa sull’importanza centrale degli uomini nel cosmo.

In età illuministica, il significato di “cultura” si libera della connotazione aristocratica e comincia a comprendere al suo interno anche le cosiddette “arti meccaniche”, fautrici dell’avanzamento tecnologico. Ne deriva che essa si identifica con l’insieme delle conoscenze e competenze che gli uomini hanno fatto proprie e che tramandano di generazione in generazione.

È nel XVIII secolo che a questo termine viene attribuita una connotazione oggettiva e non più soggettiva, divenendo un percorso di educazione basato su un capitale intellettuale appartenente non alla singola persona, ma alla popolazione tutta.

Un’ulteriore tappa evolutiva del concetto di “cultura” risale al XIX secolo, quando esso non riguarda più solamente la sfera intellettuale, ma anche le abitudini e le

competenze tramandate a livello sociale. Per questo motivo, “cultura” è collegata ad una società con le proprie tradizioni.

A partire dal XX secolo, tale nozione viene confermata e definita, in aggiunta, come un complesso di costumi e creazioni materiali, propagato non geneticamente ma tramite l’educazione, a livello collettivo. La ricerca di questo periodo si riferisce, in particolare, non ad una singola cultura generale, ma a più culture esistenti, che differiscono tra loro sulla base della società da cui derivano, ciascuna caratterizzata da un proprio apparato valoriale specifico. Quest’ultimo costituisce anche un elemento che determina la personalità degli uomini che fanno parte della specifica comunità da cui esso nasce. I sociologi stessi in questo periodo hanno definito la cultura come un complesso di modalità di pensiero e azione assimilate da un insieme di persone come parte di una specifica collettività (la quale può essere nazionale, ma anche regionale o, secondo un’altra prospettiva, giovanile, andando così ad identificare quelle che sono definite le “subculture”).

Va sottolineato come il fenomeno della globalizzazione abbia portato a considerare in maniera sempre minore le culture umane come universi circoscritti e indipendenti tra loro. Esse, perciò, si costituiscono non soltanto internamente, ma anche attraverso l’influenza e il confronto con altre dimensioni culturali, sia a livello regionale che globale.

Ad oggi, non si può dire che esista una definizione condivisa del termine “cultura”. Alcuni studiosi, nell’ambito dell’economia della cultura, si sono riferiti alle caratteristiche idiosincratiche rispetto a un territorio, come tradizioni e saperi locali, che sono trasmesse nel tempo tra le generazioni di persone. Altri ancora hanno alluso alle arti creative, al patrimonio e all’industria culturale. Un altro approccio la ritiene, più in generale, un complesso di mondi di senso che costituiscono i modelli mentali di percezione della realtà e azione all’interno di essa. Si tratta in questo caso di un concetto che può riferirsi a qualsiasi esperienza che possa configurare tali modelli mentali e che porta a spingersi oltre la dimensione territoriale e i mondi circoscritti delle arti performative, visive e *fine arts*.

È, in particolare, a partire dal secondo dopoguerra che la cultura viene considerata nelle sue specificità in modo più viscerale e ciò è dipeso soprattutto da due condizioni: la trasformazione della società tradizionale, in base a cui si è allentato il collegamento tra lo *status* sociale di un individuo e i modelli identitari di conseguenza accessibili, e

l'evoluzione da un'economia della sopravvivenza ad un'economia dell'abbondanza, ossia con una miglior qualità di vita. Il maggior benessere economico conduce alla formazione di obiettivi legati alla realizzazione personale e non alla sfera materiale: questi dipendono dai modelli identitari che ora ciascun individuo ha la possibilità di stabilirsi e possono essere soddisfatti da beni di valore culturale che la singola persona ha la facoltà di scegliere come rappresentativi del proprio io. Questa diviene una condizione necessaria per il raggiungimento del benessere individuale all'interno di questo nuovo contesto economico-culturale.

Da tutto ciò deriva anche l'importanza per le imprese e aziende di dotare i propri prodotti ed esperienze di valori culturali e simbolici fondamentali per il consumatore, arricchendo la sua identità e rendendolo parte dell'esperienza "acquistata".

1.2 Rapporto tra cultura e territorio. Le politiche territoriali contemporanee e i distretti culturali.

Quanto al ruolo che la cultura ha assunto nella storia, sono principalmente tre le epoche a cui si può far riferimento per comprenderne il valore.

In *Epoca proto-industriale* (tra il XVI e il XVIII secolo), la cultura è principalmente uno strumento per mostrare il proprio potere e anche per generare una certa economia. Esempio lampante sono le cosiddette *Wunderkammer*, ossia delle camere delle meraviglie allestite dai nobili dei vari paesi con le proprie collezioni artistiche per sfoggiare la propria grandezza e la propria ricchezza, la quale, a sua volta, destava meraviglia.

È in *Epoca industriale* (cioè nel corso del XIX secolo) che la cultura comincia ad assumere la valenza di un vero e proprio prodotto, acquistabile e, quindi, possedibile da parte di chi può permetterselo. Le persone, in particolare, decidono di impiegare denaro in spese che possano costruire e confermare la propria identità, ancora legata al proprio status nella società di appartenenza.

Con l'avvento della *società post-industriale* la cultura, percepita come componente identitaria specifica di un individuo e come investimento efficiente per le imprese, si distingue come un elemento primario nel progresso della collettività e nella produzione di valore anche economico.

La dimensione culturale diviene, con il tempo, strutturalmente collegata allo sviluppo di un territorio: l'allargamento del bagaglio culturale dei cittadini, oltre che delle aziende locali, è una condizione necessaria per il miglioramento di un luogo anche dal punto di vista sociale ed economico.

Una particolare esperienza culturale può generare un certo valore, il quale dipende fortemente dal costo di attivazione dell'esperienza stessa, ossia dai requisiti sia cognitivi che motivazionali che sono richiesti ad una persona per potervi prendere parte e poterla comprendere a pieno. Per "impegno cognitivo" si intende la dedizione con cui si cerca di assimilare nuovi concetti, basato anche sulle proprie conoscenze e competenze già acquisite. Con "sforzo motivazionale" ci si riferisce al tempo e alle energie spesi per l'acquisizione di tali abilità. Questi sforzi per poter essere totalmente parte di un'esperienza offerta sono direttamente proporzionali alla potenzialità di quest'ultima di creare senso e valori di particolare importanza per l'individuo. Se una persona non sceglie una determinata esperienza, ciò può non dipendere esclusivamente da una questione di gusti e preferenze, ma anche da alcune sue lacune in merito al possesso di certe capacità cognitive adeguate a ricavare beneficio da essa.

Per evitare che ciò accada e fare in modo che le esperienze culturali possano soddisfare gran parte di una popolazione, non risultando ai suoi occhi come elitarie, è rilevante fornire aiuto al pubblico e far sì che possa fruire a pieno di ciò che gli viene offerto, facilitandolo nel percorso di acquisizione di competenze utili ad affrontare una determinata proposta dal valore culturale. Procedendo in questo modo, cioè favorendo i cittadini nell'accrescimento delle proprie risorse cognitive, si permette sempre di più alle esperienze culturali con alti costi di attivazione, e quindi di alta qualità, di essere scelte dalle persone, a scapito di quelle che, invece, detengono costi di attivazione inferiori e rappresentano una sorta di surrogato delle prime, producendo per l'individuo un valore identitario e un livello di soddisfazione e di benessere alquanto inferiore.

È importante notare come numerose offerte esperienziali dai minimi costi di attivazione, se scelte costantemente, possano impedire un miglioramento socio-cognitivo di una società, che si riversa negativamente sugli aspetti economico, sociale e qualitativo della vita di una comunità.

Sulla base di tutte queste considerazioni, è necessario sviluppare delle politiche culturali, economiche e sociali che non perseguano la logica della produzione di offerte culturali di facile accesso e, quindi, di un consenso immediato da parte dei consumatori, bensì si concentrino su un'offerta di esperienze che possa contribuire a migliorare e ad accrescere le conoscenze e capacità dei fruitori.

Amartya Sen¹, un economista indiano, nel 1979 ha elaborato il cosiddetto *Capabilities approach* (approccio alle capacitazioni), incentrato sul concetto di *capability*, ossia la capacità e opportunità delle persone di vivere la vita a cui ambiscono. Secondo Sen, lo scopo principale da porsi in una società non è raggiungere il livello maggiore di ricchezza e reddito, ma favorire una vita di una certa qualità, in cui sia possibile costruire liberamente una propria identità. La *capability* si identifica, perciò, con la libertà di scegliere e realizzare uno stile di vita desiderato da una persona, a cui essa attribuisce un certo valore. Nel concreto, essa rappresenta l'abilità di comprendere effettivamente un'esperienza culturale scelta e, di conseguenza, di essere in grado di fruirne.

Concependo lo sviluppo di un individuo come un percorso di aumento delle *capabilities*, Amartya Sen afferma che è possibile individuare due fattori in particolare che lo rafforzano:

- Le *libertà strumentali*, ossia le libertà di tipo politico, la possibilità di accedere alle risorse economiche, la protezione sociale, che consentono diversi livelli di implemento della *capability*;
- Le *condizioni socio-culturali*, che dipendono dai modelli di governo locali adottati. È grazie a specifiche politiche culturali che può crescere e si può esercitare la *capability*, sia individuale che collettiva, in quanto esse consentono di ampliare le possibilità di scelta di una società.

Nello specifico, è il cosiddetto distretto culturale ad implementare, all'interno delle politiche urbane, *policy* culturali favorevoli e a generare situazioni e opportunità di esercizio ed estensione delle scelte (del singolo e della collettività) che Sen ascrive fra le libertà strumentali. Tali *policy* culturali guidano lo sviluppo di una città e ne incrementano

¹ Nato nel 1933, è *Lamont Professor* all'Università di Harvard. Ha insegnato presso la London School of Economics e presso università come Oxford e Cambridge. È stato presidente dell'International Economic Association e per i suoi studi ha vinto il Premio Nobel per l'economia (1998). Membro del Gruppo Spinelli per il rilancio dell'integrazione europea.

la qualità della vita, rivitalizzandola e potenziando la connessione tra il luogo e la sua comunità. Le vaste opportunità dell'individuo e della società tutta dipendono, perciò, da un contesto che sia innovativo nelle sue politiche e strategie, stimolatore di creatività, facilitatore della fruizione culturale e promotore di una valida offerta culturale.

Il concetto di “distretto culturale” emerge in Inghilterra negli anni '70 e in Italia esso acquisisce importanza soprattutto dagli anni '90. Indica un territorio organizzato a sistema, in cui i vari *stakeholders* si integrano tra loro (amministrazioni pubbliche, imprese, apparato educativo, operatori culturali, comunità). Tale modello deriva da quello primitivo di distretto, inteso come luogo in cui lo sviluppo locale si fonda sul potenziamento ed esaltazione del patrimonio culturale a scopi di turismo.

Inoltre, il distretto culturale si differenzia anche da quello di tipo industriale tradizionale, in quanto si costituisce di filiere che collaborano orizzontalmente e non si relazionano sulla base di rapporti verticali. Per di più, esse sono parte di processi di produzione connotati di un certo valore culturale.

L'orientamento di sviluppo di questo tipo di territorio è dato da:

- Una *conoscenza diffusa*, cioè una consapevolezza nella zona in questione del proprio sistema di produzione, tra aziende ma anche tra cittadini;
- Una *storia del territorio*, a cui è legato il sistema di produzione stesso;
- Una *identità degli individui*, a cui è legata anche l'organizzazione produttiva.

È la presenza di questi tre elementi che permette di identificare l'area in questione come distretto, area definita non amministrativamente, ma attraverso la densità di imprese e aziende che hanno un comune orientamento culturale della loro offerta e che sono organizzate sulla base di una *governance bottom up* (legata, appunto, al sistema territoriale).

Sono svariate le *policy* applicabili all'interno del distretto culturale e riguardano, in particolare, cinque grandi dimensioni:

- *Qualità*, sia dell'offerta culturale, che della governance locale e della produzione e scambio di conoscenza nella società;
- *Socialità*, che si riferisce all'educazione della società per permetterle di comprendere a pieno l'offerta culturale e poterla concepire come elemento necessario allo sviluppo locale, ma anche personale. È collegata, quindi, anche

alla partecipazione dei cittadini all'offerta culturale. Comprende, poi, il controllo delle criticità sociali: attraverso la cultura è possibile influenzare le relazioni nella società in ottica pro-sociale;

- *Sviluppo*, sia imprenditoriale (basato su creatività e innovazione), che dell'identità culturale locale;
- *Attrazione* di imprese e talento esterni che possano collaborare economicamente e culturalmente all'evoluzione del distretto;
- *Creazione di una rete*, sia a livello locale -tra aziende coinvolte-, che esterno -con soggettività esterne, con cui confrontarsi-.

I vari approcci nominati sopra sono applicabili alle varie tipologie di capitale presenti nell'area di riferimento, permettendo anche, a loro volta, di accumularne in maggior quantità.

Questi tipi di capitale sono cinque:

- *Capitale naturale*, non generato dall'uomo ma presente nel territorio, come acqua, suolo, gas, petrolio;
- *Capitale fisico*, che è, invece, un prodotto umano, come edifici e, in generale, infrastrutture;
- *Capitale umano*, comprendente conoscenze e capacità degli individui;
- *Capitale sociale*: istituzioni, norme, consuetudini, relazioni tra soggetti, che ne influenzano la condotta;
- *Capitale simbolico*, in particolare quello culturale, che è legato, per esempio, alla dimensione identitaria delle persone. Negli ultimi anni è soprattutto questa tipologia, tra le altre, ad aver assunto centralità nel processo di sviluppo territoriale: è la cultura e gli eventi e le attività a essa connessi che aiutano a trasformare in meglio un luogo, generando beneficio sia economico che sociale.

I tipi di *policy* e di capitale coinvolti in questo processo possono essere inquadrati all'interno di una matrice, definita "Matrice degli asset-azioni", in cui è possibile individuare 60 combinazioni tra questi due elementi e le loro componenti, ossia 60 possibilità di manifestazione del distretto culturale in un territorio:

Qualità	Qualità dell'offerta culturale					
	Qualità della governance locale					
	Qualità della produzione di conoscenza					
Sviluppo	Sviluppo imprenditoriale					
	Sviluppo del talento locale					
Attrazione	Attrazione delle imprese esterne					
	Attrazione del talento esterno					
Networking	Capacità di networking locale					
	Capacità di networking esterno					
Socialità	Gestioni delle criticità sociali e dell'emarginazione					
	Capacitazione e formazione della comunità locale					
	Partecipazione dei cittadini e della comunità locale					
		Capitale naturale	Capitale fisico	Capitale umano	Capitale sociale	Capitale simbolico

Figura 1. Matrice asset-azioni. Fonte: Ferilli G., Sacco P. L., Tavano Blessi G. (2015), “Cultura e Sviluppo locale. Verso il distretto culturale evoluto”, Il Mulino, Studi e Ricerche, Bologna.

Nel momento in cui si delineano le strategie e i campi in cui intervenire, se ne stabilisce anche un piano temporale. Nel breve orizzonte di tempo è bene concentrarsi sui punti di forza del distretto e accenderne il potenziale, destinando ad un intervento con orizzonte di medio-lungo termine il rimedio dei suoi punti di debolezza.

È anche necessario che, attraverso le *policy* intraprese, la sfera culturale si integri con quella economica e sociale, andando a delineare quello che è descritto come “distretto culturale evoluto”, in cui è molto intensa l’integrazione tra gli attori di diversi ambiti.

All’interno di tale realtà evoluta si va formando un vero e proprio sistema territoriale in cui è riconosciuta la rilevanza non solo dei capitali materiali, ma anche immateriali, intangibili, che conferiscono al distretto un particolare valore e una certa nota distintiva rispetto agli altri. È proprio questo valore immateriale, simbolico, ad essere il focus di questa nuova economia, in cui l’acquisto e il successivo impiego dei beni rientrano in un percorso di raggiungimento del benessere del singolo e della società basato sulla soddisfazione dei propri modelli identitari. Il valore aggiunto dell’offerta culturale presente dipende proprio dalla stretta connessione con il territorio di riferimento, che diviene un *asset* strategico per la determinazione del vantaggio competitivo assunto dalle imprese e aziende locali. Essendoci un certo riconoscimento identitario col proprio territorio, tendono a guidarne lo sviluppo delle *policy* che non sono basate su uno sfruttamento locale ma su una certa sostenibilità della produzione dell’offerta esistente.

Le aziende sono, quindi, ancorate al luogo in cui si trovano, sia dal punto di vista economico che sociale, il quale procura loro non solo elementi come forza lavoro, materie prime e infrastrutture, ma anche capitale intangibile come i valori culturali e sociali ad esso strettamente legati. Arte e cultura, per esempio, sono aspetti radicati all'ambiente locale, su cui investire per la crescita delle aziende e istituzioni, ma anche del luogo stesso, rendendolo più competitivo. In questa logica, l'evoluzione del territorio sarà unica, perché generata da una particolare combinazione di capitale immateriale, oltre che materiale, specificatamente appartenente a quel territorio.

Per quanto riguarda le singole imprese del territorio, è stata sottolineata in precedenza l'importanza di un loro investimento di tipo culturale.

Sono soprattutto la creatività e l'innovazione gli elementi centrali per raggiungere una certa competitività: entrambe permettono ad un'impresa di curare la parte estetica e progettuale del prodotto, che assume importanza nel processo di definizione dell'identità del consumatore che fruisce dell'offerta. Quest'ultimo, infatti, al giorno d'oggi valuta i diversi prodotti osservandone maggiormente le componenti intangibili (valore del suo contenuto, design, comunicazione).

Sono anzitutto le caratteristiche del contesto a favorire creatività e innovazione. Ne sono un esempio gli stimoli culturali e la condivisione di conoscenza, l'incoraggiamento e la libera facoltà delle imprese e dei singoli di avviare nuovi progetti, apertura verso l'esterno e sostegno alla creazione di network tra i vari soggetti.

L'investimento culturale delle imprese riguarda in generale tutti i loro settori interni:

Coinvolgimento nell'arena pubblica. Lobbying e networking. Copertura stampa, ospitalità d'impresa, immagine e reputazione dell'impresa.	Promozione, punti di vendita. Pubblicità, brand e immagine, product design, valori e politiche di marca.	Immagine sociale, cittadinanza d'impresa. Partecipazione a rigenerazione locale.
<i>RELAZIONI PUBBLICHE</i>	<i>MARKETING</i>	<i>RESPONSABILITÀ</i>
AREA ESTERNA		
<u>STRATEGIA PROFITTO</u>	<u>STRUTTURA D'IMPRESA</u>	<u>VISION</u> <u>MISSION</u>
AREA INTERNA		
<i>PRODUZIONE</i>	<i>INNOVAZIONE, RICERCA, SVILUPPO</i>	<i>RISORSE UMANE</i>
Industrie creative, prodotti culturali, diversificazione di prodotto.	Innovazione di prodotto, creatività, ricerca e design, commissioni d'artista.	Coinvolgimento del direttivo, formazione, accesso alla cultura per i dipendenti, qualità dell'ambiente di lavoro, maggiore partecipazione e fedeltà

Figura 2. Aree in cui ha effetti l'investimento in cultura. Fonte: Ferilli G., Sacco P. L., Tavano Blessi G. (2015), "Cultura e Sviluppo locale. Verso il distretto culturale evoluto", Il Mulino, Studi e Ricerche, Bologna.

Per far sì che la cultura possa concretamente incrementare le potenzialità di un luogo e che, quindi, si possa implementare di fatto uno sviluppo *culture-led*, è necessario esaminare non solo il legame esistente tra le aziende culturali e il territorio, ma anche tra esse e altri *stakeholders* locali che occupano l'ambiente.

Importante, di conseguenza, risulta essere la coordinazione di questo *network*, al fine di esaudire il suo fabbisogno di integrazione. Quest'ultimo si riferisce ad una necessità di organizzazione e collaborazione tra i vari soggetti della rete e dipende in maniera diretta da diversi fattori: grado di complessità delle azioni da realizzare come *network*, pressione esterna sui risultati (ossia il livello di propensione del contesto a facilitare tali relazioni), pressione interna sui risultati (ovvero il tenore di performance che ci si aspetta dai vari attori del *network*), orizzonte temporale di estensione delle relazioni. Più nello specifico, il fabbisogno di integrazione, per essere definito, necessita del chiarimento di alcuni aspetti:

- *Complessità del network di relazioni*, che dipende da:

- Quantità degli elementi da coordinare, influenzata dal raggio di azione del *network* e dalla numerosità dei soggetti coinvolti;
- Eterogeneità e varietà degli elementi da gestire, connessa ai tipi di attori del sistema e settori a essi collegati;
- Indeterminatezza dei rapporti, correlata, per esempio, all'intenzione opportunistica di alcuni attori parte del *network*;
- Grado di connessione e dipendenza degli *stakeholders*;
- *Pressione sugli esiti e sulla riuscita del sistema.* La pressione è definibile interna qualora i soggetti stessi che prendono parte al sistema si attendano determinati esiti dal funzionamento del *network*. È, invece, esterna nel momento in cui, considerando la posizione geografica di tutto il sistema, questo sia portato anche a soddisfare aspettative di sistemi a esso adiacenti, come, per esempio, sensibilizzare il pubblico a una destinazione turistica nelle vicinanze, valorizzandola;
- *Durata che ci si aspetta dall'esistenza del network e frequenza con cui si verificano le relazioni tra le soggettività coinvolte.*

Quest'ultimo punto dell'elenco ha dei riflessi sul tipo di meccanismi scelti per coordinare la rete di soggetti. In merito a questi, la letteratura fa una distinzione tra meccanismi informali e formali: se i primi si fondano su accordi stipulati verbalmente e su convenzioni sociali condivise, i secondi nascono da accordi ufficiali che stabiliscono i vincoli e i doveri che ciascun attore della rete deve rispettare. I meccanismi formali possono configurarsi in tre tipi, che vanno via via a essere più impegnativi:

- Meccanismi burocratici senza strutture di coordinamento, basati su accordi basilari, con un numero limitato di condizioni, completati da ulteriori convenzioni interne che specificano certi aspetti da rispettare;
- Meccanismi burocratici con strutture di coordinamento, utili nei momenti in cui non sia possibile prevedere in anticipo tutti i casi da disciplinare tramite accordo. Si adottano, per esempio, quando le varie relazioni tra i soggetti si rivelano complicate o c'è un orizzonte particolarmente a lungo termine di tali rapporti;

- Meccanismi proprietari o semi-proprietari, adottati nel momento in cui gli attori in questione hanno una certa autonomia, sia dal punto di vista economico che finanziario, e con questi accordi vengono incoraggiati a definire e inseguire obiettivi condivisi.

Nella scelta di questi meccanismi occorre valutare la situazione di partenza: se gli attori solitamente non sono avvezzi alla collaborazione, risulterebbe più utile un ricorso *ex-ante* a modalità di coordinamento. Se i soggetti sono tra loro eterogenei (per esempio: istituzioni culturali, ma anche soggetti territoriali appartenenti ad altri ambiti), ciò potrebbe condurre ad un incremento del fabbisogno di integrazione e ad una diminuzione del livello di integrazione degli attori, rendendo necessaria l'adozione preventiva di forti modalità di coordinazione, solitamente del terzo tipo tra quelli elencati, cioè di tipo proprietario.

In questo ultimo caso, le varie istituzioni pubbliche e private saranno tenute a decidere una struttura organizzativa che sia la più adatta agli scopi di tutto il sistema. L'attore che incarna, così, il compito di "regia della rete", eserciterà ruoli strategici (delineando le strategie del network e le azioni per implementarle), ruoli operativi (a sostegno dell'attività dei vari attori della rete), ruoli di coordinamento di tutti i membri.

Fondamentale risulta, poi, anche una struttura atta a verificare se gli scopi prefissati inizialmente sono stati soddisfatti e valutarne il rendimento, non solo economico ma anche sociale.

CAPITOLO II GLI EVENTI CULTURALI

2.1 Definizione di evento, evoluzione nel tempo e ruolo odierno

Al giorno d'oggi è sempre più diffusa la tendenza a instaurare una stretta relazione tra il territorio e gli eventi che si realizzano in esso, sulla base della convinzione che un grande evento possa generare effetti positivi nel luogo in cui è organizzato, non solo nel breve termine.

Negli ultimi anni, inoltre, è divenuto più agevole per le persone spostarsi da un luogo all'altro: esse circolano in maniera maggiore al fine di trovare luoghi ed eventi che possano dare valore alle proprie risorse, sia finanziarie che in termini di tempo libero. È sempre più frequente, quindi, lo spostamento degli individui dalla propria città, con lo scopo di poter soddisfare i propri bisogni, soprattutto di tipo culturale. Tra le varie forme in cui si può declinare l'offerta culturale, è proprio quella dell'evento a essere una delle più diffuse, in quanto è in grado di dare vita a un sentimento di appartenenza a una collettività, in cui le persone vivono un'esperienza comune. Se da una parte esso genera effetti nell'immediato e i risultati sono principalmente visibili nell'individuo che partecipa a un evento, nel lungo termine quest'ultimo può originare valore economico e sociale su tutto il territorio in generale. Ne deriva che il luogo che lo ospita non è solamente una *location* atta a fungere da sfondo, ma evidenzia le proprie potenzialità proprio grazie alla presenza e alla realizzazione dell'evento.

Il fenomeno degli eventi è eterogeneo e per questo risulta difficile stabilirne un profilo definito. Etimologicamente, la parola "evento" deriva dal latino *eventus* e, quindi, da *evenire*, traducibile con "venire alla luce", "accadere", "divenire": contiene in sé, perciò, il significato di "trasformazione". Ne consegue che organizzare un evento significa porre in relazione idee, cose e persone in ottica di un'evoluzione. Se il Dizionario Zingarelli riporta che un evento è un "*avvenimento o iniziativa di particolare rilievo*"², alludendo

² Dizionario Zingarelli, definizione di "evento".

ad un fenomeno di una certa importanza, fuori dall'ordinario e impresso nella memoria di una collettività, la ricerca ha elaborato ulteriori definizioni, rilevandone diversi aspetti peculiari, come: la durata temporale limitata, una tematica di base, il carattere celebrativo, l'interazione e socializzazione tra individui, l'espressione dello stile di vita o della storia di una comunità. La maggioranza delle definizioni che hanno sottolineato tali caratteristiche si sono basate sulla concezione per cui un evento sia volto a rappresentare e celebrare un particolare rito di una comunità, esprimendo una certa cultura e identità. Tale carattere appartiene anche alla definizione fornita dall'“International Festival and Events Association”, secondo la quale “*i festival, gli eventi e le celebrazioni civiche sono i fondamenti di quelle caratteristiche che distinguono le comunità di esseri umani. Lo sviluppo di tali comunità nel mondo dipenderà in parte anche dall'esistenza degli eventi celebratori*”³.

In generale, si può affermare che la caratteristica principale del fenomeno degli eventi è l'aggregazione di individui per un certo scopo.

Gli eventi sono oggi grandemente diffusi e rivestono grande importanza fin dal periodo degli antichi egizi, le cui cerimonie e celebrazioni sono testimoniate dai loro geroglifici, dei greci, i quali arrivarono a distinguersi per i Giochi Olimpici, e dei romani, di cui si può ricordare l'espressione *panem et circenses*, alludendo al popolo che necessitava di pane e giochi circensi. La società dell'occidente è sempre stata la “società delle piazze” (*agorà* e *fori*), ossia degli incontri, dei mercati, dei dibattiti cittadini. Tali piazze prendevano vita proprio con feste e cerimonie di tutta la comunità.

Nel periodo medievale erano tipiche le feste, le cerimonie e le sfide equestri e nel Rinascimento furono organizzate manifestazioni cittadine atte a evidenziare il potere delle città e delle dinastie che le governavano.

Negli anni della modernità fino ad oggi si è proseguito con l'organizzazione di eventi di vario tipo e portata, accompagnando gli uomini e le loro comunità nel loro progresso civile e sociale. L'interesse per la loro organizzazione si è particolarmente intensificato nel periodo successivo alla Seconda Guerra Mondiale, di fronte al desiderio degli individui di interagire e confrontarsi pacificamente. Gli eventi si dimostrano tutt'ora utili strumenti per fornire alla collettività un'esperienza concreta di socializzazione, in un

³ Definizione di “evento” dell'Ifea, 2002.

momento storico in cui prevale la tecnologia e, quindi, un diverso tipo di opportunità di interazione, spesso non molto significativa e tangibile.

Oggi possono essere definiti come veri e propri prodotti culturali, atti a soddisfare i bisogni dei fruitori contemporanei con format originali e a generare anche un certo senso di appartenenza a una collettività cittadina, grazie a momenti di scambio e interazione tra persone.

2.2 Tipologie di eventi

Come sopra riportato, ci si trova di fronte a un fenomeno complesso, che non è facile da racchiudere in semplici e poche categorie. L'incremento del numero degli eventi è connesso alla moltiplicazione delle loro tipologie nel tempo, essendo la creatività e l'originalità due loro peculiarità. È importante sottolineare che, spesso, categorizzare un evento all'interno di una certa tipologia non significa che esso non possa anche rientrare in un'altra classificazione.

In primo luogo, gli eventi possono essere distinti sulla base del campo di attività: in questo senso, essi possono avere carattere *culturale*, *religioso*, *sportivo*, *aziendale-lavorativo*. Gli eventi culturali comprendono al loro interno festival, concerti, fiere enogastronomiche, spettacoli teatrali. Quelli religiosi concernono manifestazioni come Giubilei, Giornate Mondiali della gioventù, e tutti gli incontri organizzati dalle comunità e associazioni religiose. Tra gli eventi di tipo sportivo si possono annoverare i campionati a livello nazionale o internazionale e le Olimpiadi. Per quanto riguarda quelli aziendali, essi sono tutti quei *meeting* lavorativi che mirano a rafforzare la *brand identity* dell'azienda e anche a facilitare l'interazione tra i dipendenti.

Altri tipi di categorizzazioni sono le seguenti:

- *Eventi spettacolo – pratica*. Questa classificazione si basa sulla modalità della partecipazione del pubblico: le persone possono presenziare per assistere all'evento (è il caso di concerti, mostre, manifestazioni sportive), oppure possono partecipare attivamente (come nel caso di manifestazioni sportive a cui prendono concretamente parte);
- *Eventi a calendario – a data libera*. Essi possono essere inseriti all'interno di un calendario e, quindi, sono limitati anche da altri eventi che devono svolgersi

- in un determinato periodo, oppure il loro organizzatore può essere maggiormente libero nella scelta di una loro data;
- *Eventi profit – non profit*. Nel primo caso il loro scopo è il profitto finale, nel secondo caso, invece, la loro finalità è nell'evento in sé;
 - *Eventi locali – internazionali*. Si tratta di eventi che si svolgono a un livello territorialmente circoscritto e di eventi che, al contrario, sono di più vasta portata, superando il confine nazionale (è il caso dei *mega event*);
 - *Eventi con partecipanti locali – internazionali*. Tale tipologia riguarda i protagonisti degli eventi: a un evento di tipo locale possono presenziare individui internazionali e, viceversa, a un evento internazionale possono esserci protagonisti locali;
 - *Eventi periodici – occasionali*. Se alcune manifestazioni avvengono ripetutamente, secondo una certa frequenza, alcune possono essere uniche e organizzate per una specifica occasione;
 - *Eventi localizzati – in tour*. Se i primi avvengono in uno specifico territorio e in un determinato giorno o periodo dell'anno, i secondi si ripetono in diversi luoghi e momenti;
 - *Eventi monotematici – pluritematici*. Nel primo caso essi si sviluppano coerentemente ad un unico tema, nel secondo caso, al contrario, i temi su cui essi si basano sono diversi;
 - *Eventi ad accesso pubblico – privato*. Se per alcuni vi è un'apertura al pubblico (gratis oppure a pagamento), per altri l'entrata è permessa da un invito;
 - *Eventi a organizzazione pubblica – privata*. Tale distinzione dipende dall'organizzatore, che può essere pubblico oppure privato;
 - *Eventi con sede fissa – diversa*. Uno stesso evento può essere organizzato nelle sue varie edizioni nella stessa sede, oppure in luoghi differenti ogni volta;
 - *Eventi con esperti – volontari*. L'organizzazione può contare su volontari, che garantiscono una riduzione dei costi, ma anche su professionisti, che hanno una maggior esperienza, o su formule che prevedono entrambi i tipi attori;
 - *Eventi monosegmento – plurisegmento*. Le manifestazioni si possono rivolgere ad un unico segmento di pubblico oppure a diversi pubblici. Un tipo di variabile per la distinzione dei destinatari può essere quella anagrafica;

- *Eventi di un giorno – più giorni.*
- *Eventi con mono-organizzazione – pluri-organizzazione.* Se in certi casi lo sviluppo di un evento è responsabilità di un'unica organizzazione, in altri dipende dalla cooperazione di più organizzazioni (in modo da suddividere rischi e costi e contare su maggiori capacità);
- *Eventi con organizzazioni occasionali – organizzazioni stabili.* Esistono eventi d'occasione, per la cui realizzazione è istituito appositamente un gruppo di lavoro, e altri eventi che si ripetono e che contano sempre sulla stessa istituzione per la loro riuscita.

Nel 2000, l'accademico statunitense Donald Getz⁴ ha effettuato un'indagine in merito alle influenze sull'industria degli eventi e alle sue prospettive disciplinari. Queste sono:

- *Prospettive ambientali,* correlate alle scienze ambientali e naturali, alla geografia, al design ambientale. Esse riguardano, per esempio, l'organizzazione di eventi green e sostenibili e, in generale, il turismo sostenibile;
- *Prospettive di comunità,* legate all'antropologia, alla sociologia, alla pianificazione comunitaria. Sono prospettive che affrontano tematiche come lo svago e le opportunità sociali legate a un evento, la dimensione interculturale delle manifestazioni, i problemi sociali che possono verificarsi, l'impatto sociale e culturale di un evento sulla comunità, le interazioni tra residenti e ospiti;
- *Prospettive economiche,* che riguardano discipline come l'economia e la finanza e che comprendono aspetti come l'impatto economico di un evento, i costi e benefici e la loro distribuzione territoriale, il marketing e l'immagine del luogo;
- *Prospettive di programmazione* degli eventi e delle attività collaterali (in base alla tipologia dell'evento esse possono essere ricreative, sportive, d'arte e intrattenimento). Concernono, per esempio, l'educazione fornita tramite un evento o anche l'efficacia delle vendite al dettaglio effettuate;

⁴ Nato nel 1949, è Professore Emerito all'Università di Calgary. È uno dei più importanti studiosi a livello internazionale nell'ambito del turismo e degli eventi. È stato professore ospite alle Università di Göteborg (Svezia), di Stavanger (Norvegia) e del Queensland (Australia) e ricopre incarichi di *Visiting* in varie università.

- *Prospettive giuridiche*, riferite a tematiche come l’impatto del contesto normativo, il *risk management*, l’incorporazione dello *status* filantropico, la protezione del nome, logo, design;
- *Prospettive manageriali*, ossia di *business*, di pubblica amministrazione, di non lucratività. Riguardano aspetti come il *management* organizzativo, la gestione dell’ospitalità, il *tourism destination management*;
- *Prospettive psicologiche*, le quali comprendono temi come la motivazione del pubblico a partecipare all’evento, i benefici cercati da un evento, le ragioni della soddisfazione dei partecipanti, i fattori di genere, culturali, demografici, anagrafici che influenzano la domanda;
- *Prospettive politiche*, che riguardano gli obiettivi di tipo politico di un evento e degli organizzatori e, quindi, la propaganda che gli eventi permettono di porre in atto e tramite cui si pubblicizzano gli eventi stessi.

2.2.1 I Festival di approfondimento culturale

È soprattutto negli ultimi anni che si è potuto assistere all’emergere di eventi culturali nella forma di festival, da quelli di carattere scientifico, a quelli di carattere creativo, letterario, politico, economico, di attualità e così via, che si sono aggiunti ai festival tradizionali di teatro, musica, danza, cinema.

La parola “festival” deriva dall’aggettivo latino *festivus*, il quale assume principalmente il significato di “festivo” e “divertente”. Con il tempo questo termine è stato accostato a un tipo di format di produzione culturale.

L’accademico e ricercatore Guido Guerzoni, in una ricerca pubblicata nel 2008, ha individuato alcuni criteri per distinguere i festival di approfondimento culturale dal resto delle manifestazioni identificate come “festival”. Essi sono:

- una tematica riconoscibile;
- una certa continuità dal punto di vista delle edizioni organizzate;
- un’offerta molteplice di “sotto-eventi” (i quali sono customizzati per l’occasione, come workshop, spettacoli, mostre);
- un’unità di luogo;
- una fruizione in tempo reale;

- un prodotto offerto unico;
- un pubblico non specialistico;
- una centralità del discorso e del dialogo;
- una direzione di tipo scientifico;
- un carattere non competitivo;
- un'apertura al pubblico dal punto di vista dell'accesso e, quindi, una finalità non-profit;
- una rilevanza minima assunta dalle vendite di prodotti.

Sempre all'interno dell'indagine sopracitata, Guerzoni, con il contributo della Fondazione della Cassa di Risparmio di La Spezia e delle Dott.sse Annalisa Ferrario e Silvia Pellizzeri, ha analizzato un campione di festival secondo lui inseribili nella tipologia dell'approfondimento culturale.

Un primo aspetto rilevato ha riguardato gli argomenti di tali eventi, i quali sono: poesia e letteratura, arte e creatività, scienza, attualità, storia, filosofia, economia, infanzia. Essi sono risultati ripartiti nel campione in tal modo:

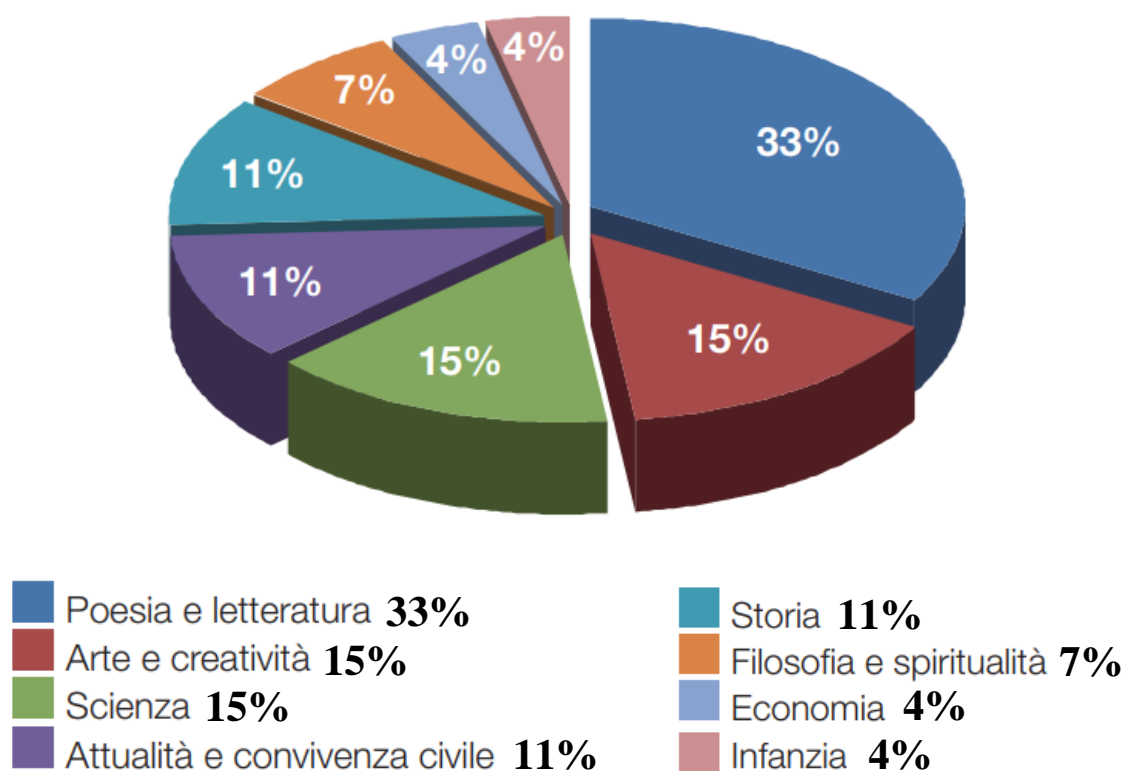


Figura 3. Argomenti affrontati dai festival di approfondimento del campione. Fonte: Effetofestival 2008, Guerzoni G.

A fronte di questa categoria eterogenea, si può affermare come i festival di approfondimento culturale siano eventi che hanno lo scopo di diffondere saperi economici, storici, filosofici, scientifici al di fuori delle università e dei centri di ricerca, e, quindi, renderli alla portata di un pubblico più vasto.

Altro particolare sottolineato è stato il periodo in cui sono nati questi festival, ossia negli anni '90.

Fino ad aprile 2022, secondo l'associazione culturale TrovaFestival, sono stati censiti più di 1100 festival in Italia: 217 di cinema e audiovisivo, 274 di musica, 315 di teatro e danza, 70 di arti visive, 311 di libri e approfondimento culturale. Questi ultimi offrono al pubblico l'approfondimento, la trasmissione del sapere e il valore esperienziale, mirano al coinvolgimento della comunità che li ospita e, quindi, a una crescita locale, non solo dal punto di vista economico, ma anche e soprattutto dal punto di vista sociale e culturale. La partecipazione della collettività avviene solitamente secondo una prassi che richiama quella dell'antica *agorà*, basata sulla *lectio* e sul discorso pubblico, che affrontano temi filosofici, letterari, economici, di diritto, di attualità, scientifici, storici.

Molto spesso queste manifestazioni prendono vita dalla città stessa che li ospita, essendo, per esempio, organizzati dalle istituzioni culturali locali, le quali detengono una buona conoscenza del luogo, delle sue piazze, dei suoi abitanti e delle loro esigenze. Non solo, l'ottica delle politiche culturali adottate in vari territori che organizzano eventi come questi festival è quella di poter richiamare anche persone esterne che possano beneficiare della condivisione di sapere generata dall'evento in città, che, a sua volta, giova della loro presenza. Con questo tipo di eventi, quindi, non solo si cerca di sviluppare il turismo culturale di un luogo, ma anche di creare un'immagine culturale delle città ospitanti, che divengono più attrattive.

Negli anni è sempre più cresciuto il numero dei partecipanti a questo tipo di manifestazioni culturali, anche grazie al miglioramento della qualità delle proposte.

Nel 2009 è stata effettuata una ricerca dall'Osservatorio Italiano Festival ed Eventi Culturali (OIFEC), che ha analizzato diversi aspetti caratterizzanti i festival.

È emersa, in primo luogo, una loro distribuzione su tutta la penisola e una maggior concentrazione nelle regioni policentriche come Toscana ed Emilia Romagna.

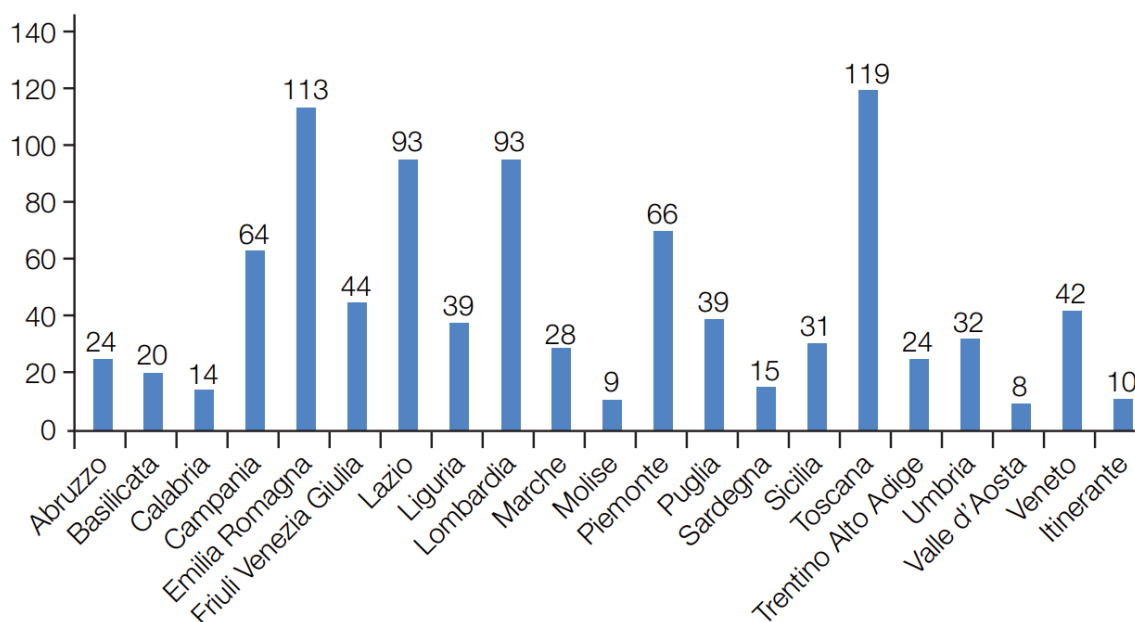


Figura 4. Distribuzione regionale dei Festival. Fonte: OIFEC 2009.

Viene anche sottolineata la predilezione per l'organizzazione degli eventi all'aperto nel periodo estivo, soprattutto per il vantaggio di poter sfruttare più ore di luce e di poter contare su una situazione climatica stabile. Quelli indoor, invece, hanno luogo in periodi dell'anno indifferenti. Luglio è il mese maggiormente scelto per l'organizzazione dei festival, seguito da giugno, agosto, settembre.

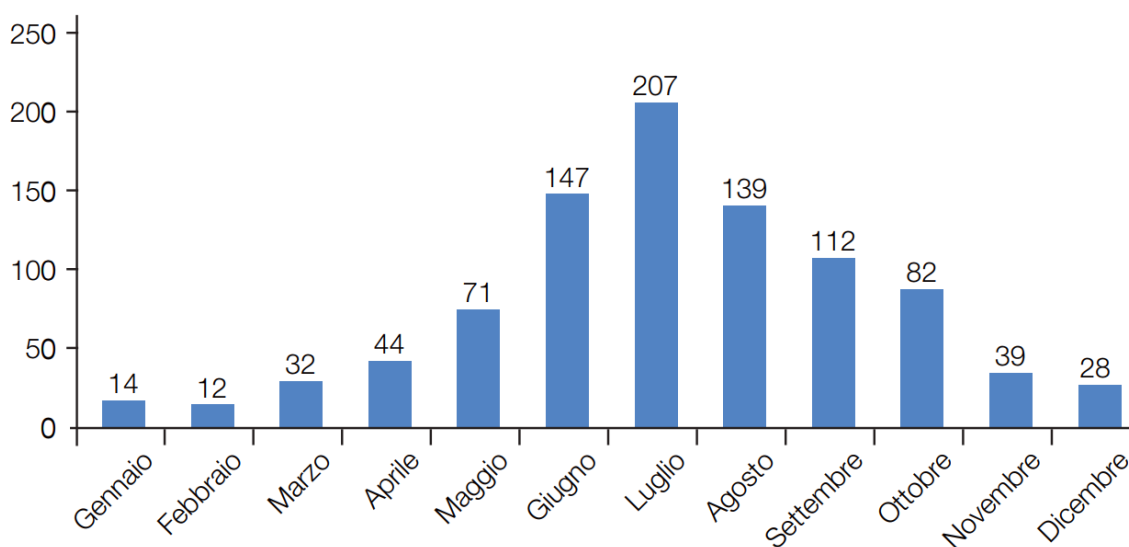


Figura 5. Distribuzione stagionale dei festival. Fonte: OIFEC 2009.

Una successiva indagine sui festival di approfondimento culturale italiani è stata quella diretta da Guido Guerzoni, “Effetto festival 2012”, con il sostegno della Fondazione Florens di Firenze. Il campione di festival indagati, del 2011 e del 2012, è costituito da manifestazioni che avevano al tempo un’età media di otto anni e mezzo, comprendendo quelle che erano alla 20esima edizione e quelle più giovani, anche da poco inaugurate.

Esaminando le varie edizioni, si è rilevato come vi sia in ciascun evento un’organizzazione multidisciplinare, sempre sulla base di un tema principale. Risulta anche che i festival uniscano, a loro volta, diversi tipi di eventi collaterali, che rientrano nella formula definita da ciascun festival per distinguersi dagli altri.

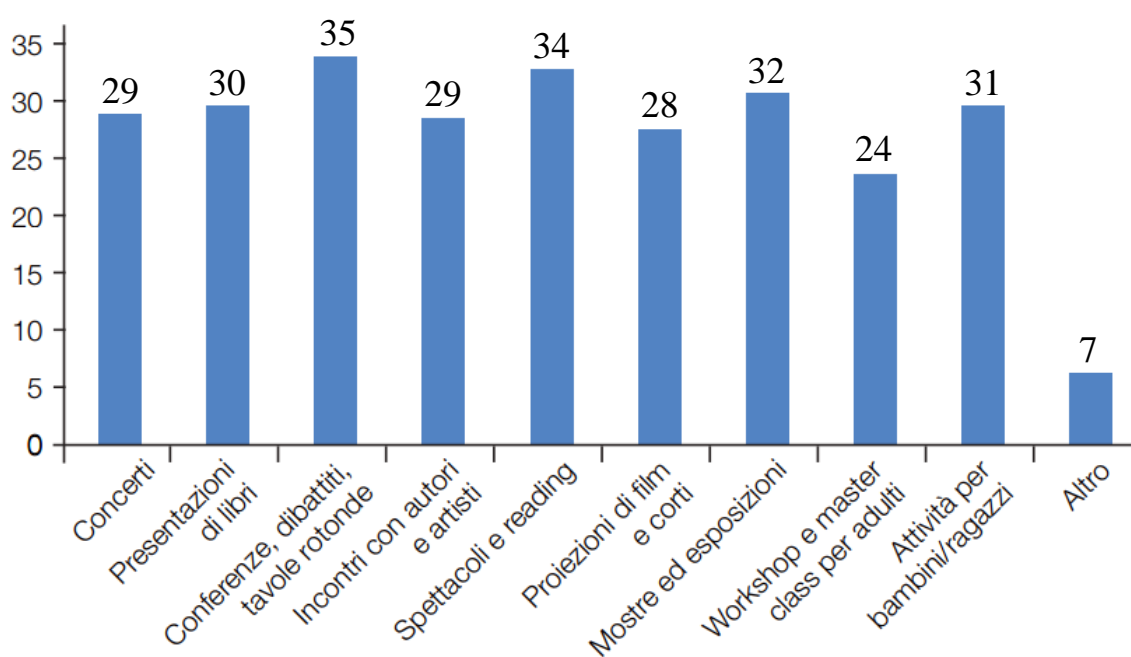


Figura 6. Tipi di eventi collaterali inclusi nei festival del campione analizzato. Fonte: Effetofestival 2012, Guerzoni G.

In questa ricerca viene sottolineato anche che tra le manifestazioni considerate, quelle gratuite sono in maggior numero rispetto a quelle che prevedono un accesso a pagamento (59%). Il motivo principale riguarda il fatto che i festival di approfondimento culturale sono eventi non-profit, per i quali uno scopo economico è secondario rispetto a quello di divulgazione culturale. Essendo poi molti gli eventi che a quel tempo erano inaugurati da poco, essi necessitavano di farsi conoscere e creare un proprio pubblico, garantendo in questo modo un accesso libero.

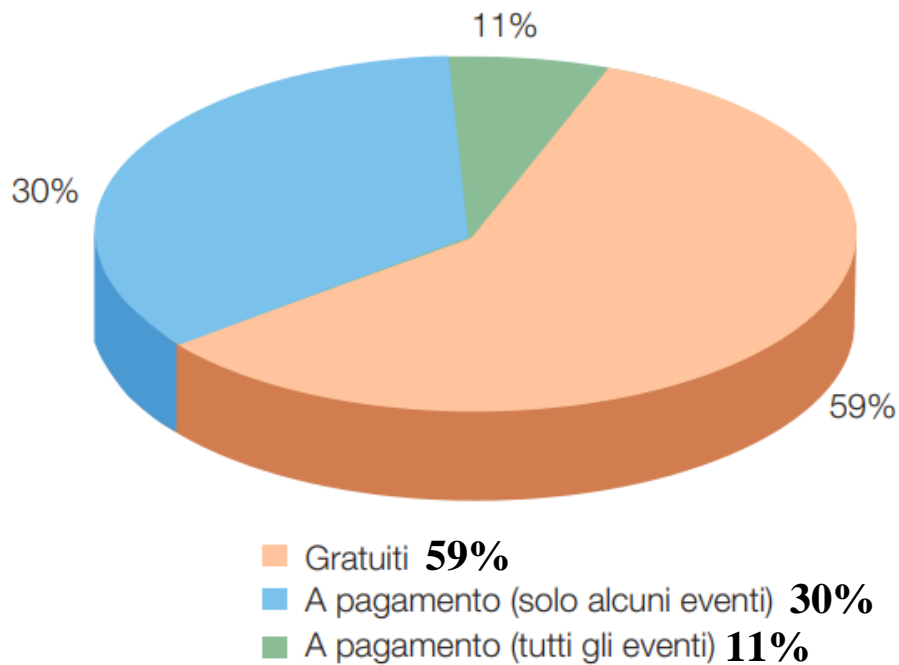


Figura 7. Festival gratuiti e a pagamento. Fonte: Effetto festival 2012, Guerzoni G.

Per quanto riguarda il personale coinvolto nell'organizzazione dei festival considerati, in media per ciascun evento sono 3,6 le persone a tempo pieno, 6,7 le persone a tempo parziale e 83 i volontari.

In relazione ai soggetti promotori, risultano come principali protagonisti gli enti locali e le fondazioni di origine bancaria. I finanziatori principali sono i comuni, seguiti dalle regioni, dalle provincie, dalle Camere di Commercio, dal Ministero dei Beni e delle Attività Culturali, dal Ministero dell'Istruzione e della Ricerca, dal CNR, dai finanziamenti dell'Unione Europea. Importanti per le manifestazioni non-profit sono le fondazioni, soprattutto quelle bancarie locali. Si riconosce anche la rilevanza di *media partner* come le reti radiofoniche e televisive, la stampa e Internet (con tutte le sue varie declinazioni).

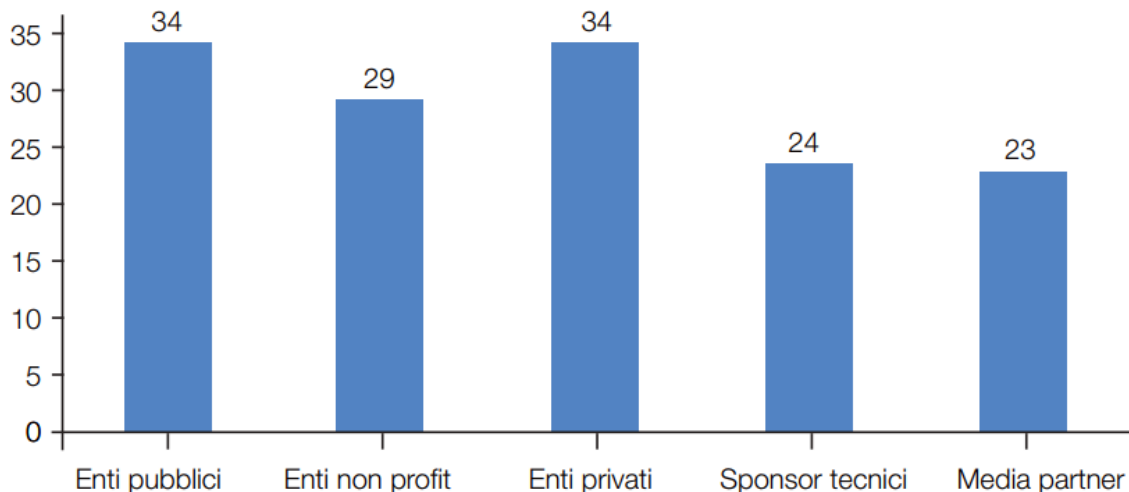


Figura 8. I finanziatori dei vari festival. Fonte Effetto festival 2012, Guerzoni G.

Analizzando i costi per ciascun festival, il budget medio che è stato calcolato tra i piccoli eventi e quelli più grandi, è di circa 396.000 euro. Le varie spese risultano suddivise in ordine decrescente in questo modo: comunicazione, personale, logistica, cachet e ospitalità, costi di struttura, editoria e merchandising, esternalizzazione di servizi.

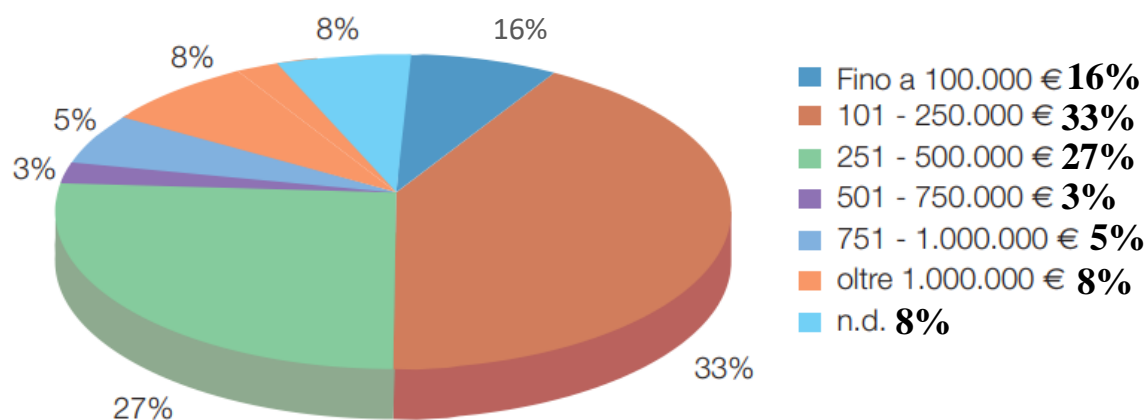


Figura 9. Classi di spesa dei festival. Fonte: Effetto festival 2012, Guerzoni G.

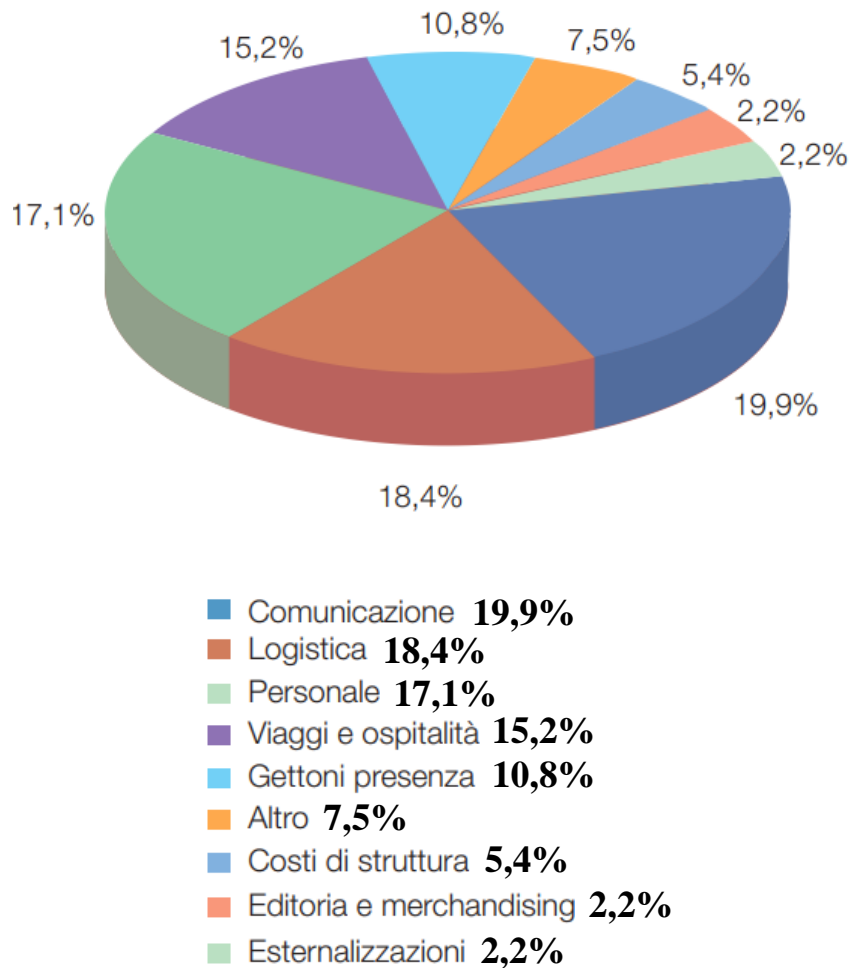


Figura 10. Suddivisione delle spese per ciascun festival. Fonte: Effetto festival 2012, Guerzoni G.

Seppur in certi casi sia prevalsa una certa segretezza, dall'esame delle entrate registrate dai festival si è rilevata una media di 401.000 euro, nonostante siano in prevalenza le manifestazioni al di sotto di questo livello. Tali entrate sono generate da: contributi pubblici (soprattutto di comuni e province), contributi forniti da enti non-profit (tra cui fondazioni bancarie), minime entrate proprie (sia per gli accessi gratuiti che per gadget che, solitamente, vengono regalati al pubblico).

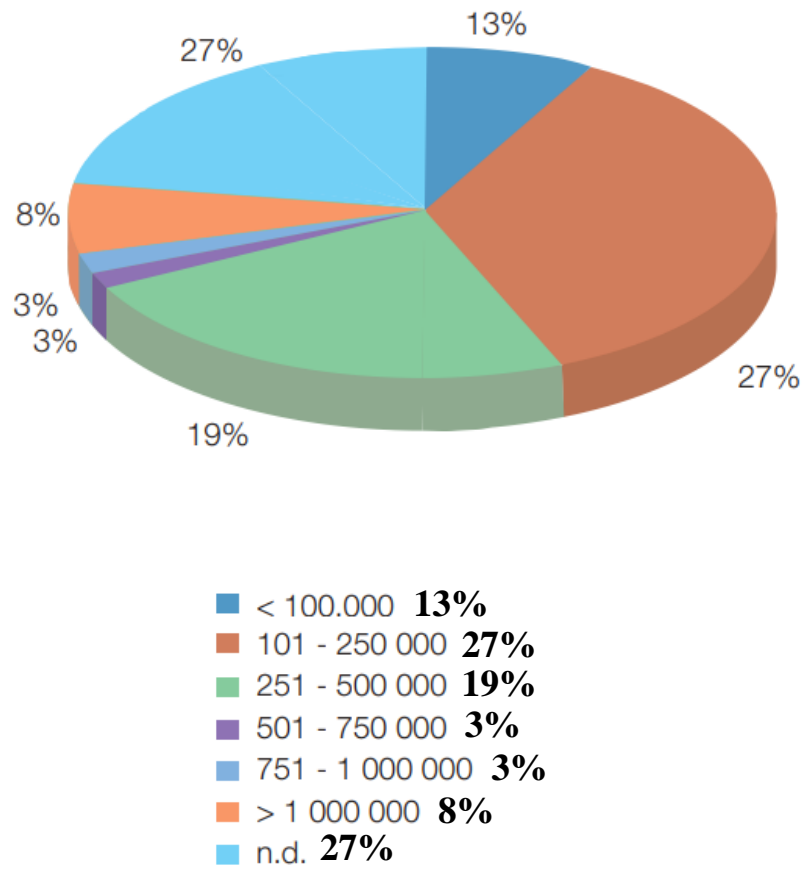


Figura 11. Entrate dei festival. Fonte Effetto festival 2012, Guerzoni G.

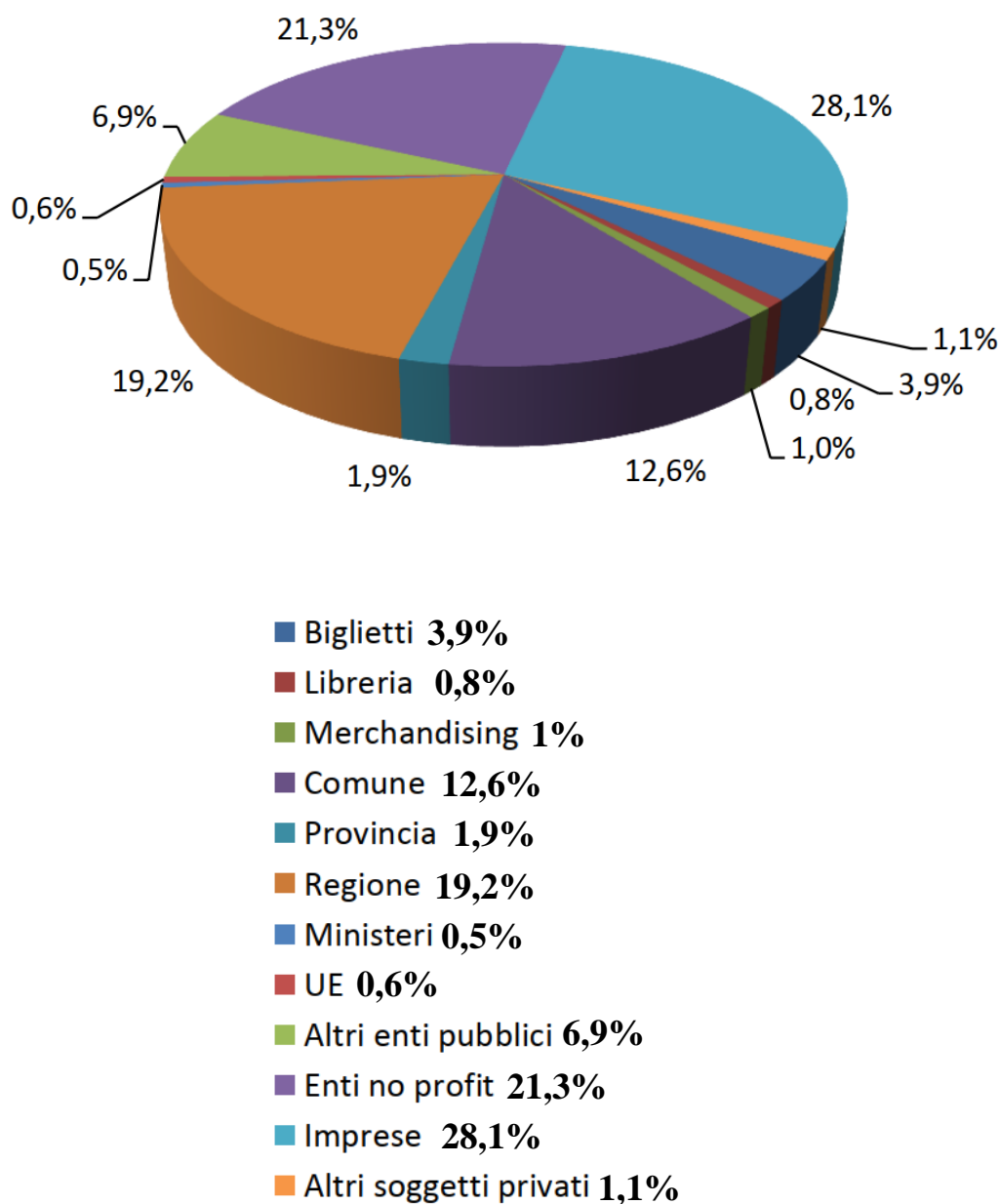


Figura 12. Suddivisione delle entrate per ciascun festival. Fonte Effetto festival 2012, Guerzoni G.

Non è da sottovalutare l'utilità del web per questi festival: quasi la totalità di essi ha, infatti, usufruito di strumenti come siti e *social network* (in primis Facebook, seguito da Twitter, YouTube e Flickr), prediligendo, in particolare, il format dello *streaming*. È proprio grazie all'utilizzo degli strumenti e piattaforme digitali che il pubblico può essere fidelizzato con più facilità, anche nel post-evento.

CAPITOLO III

IL FESTIVAL DELLA POLITICA DI MESTRE

3.1 Il contesto di riferimento: Mestre e il suo distretto culturale

Mestre, negli ultimi tempi, è passata da città reduce di una cattiva urbanizzazione a territorio in grado di modernizzarsi e riqualificarsi.

Per anni definita semplicemente come zona periferica rispetto a Venezia, o località più brutta della penisola, la città di Mestre è sempre stata percepita come un luogo anonimo, e non, invece, come una parte importante della terraferma veneziana.

Sebbene le sue origini siano incerte, è nata probabilmente attorno al IX-X secolo.

Nel Medioevo ebbe funzione militare sotto il dominio trevigiano, fino al momento in cui il suo territorio venne conquistato prima da Verona, nel 1323, e poi da Venezia, nel 1337. Nel 1405 Venezia istituì lo “Stato della Terra”: Mestre, di conseguenza, fu luogo di traffico di merci per e da Venezia e venne appositamente costruito il “Canal Salso”, che collegava la laguna al territorio mestrino.

Nel primo Cinquecento la città fu sede di alcuni conflitti legati alla Guerra della Lega di Cambrai, originata dall'intento delle principali potenze d'Europa di frenare l'espansione della Repubblica veneziana nella penisola.

Nel 1797 cadde la Repubblica di Venezia e Mestre fu occupata dall'esercito di Napoleone Bonaparte. Con la stipula del Trattato di Campoformio dello stesso anno tra Francia e Austria, Napoleone assegnò all'Arciducato d'Austria i territori veneziani. Nell'800 il Veneto entrò a far parte del Regno d'Italia napoleonico e Mestre diventò una “Comune”, prima della zona trevigiana e poi della zona veneziana. In seguito alla caduta di Bonaparte (1814), essa tornò sotto il dominio asburgico, nell'ambito del nuovo Regno Lombardo-Veneto. Se nel 1848 furono cacciati gli austriaci da Venezia, l'anno dopo quest'ultima si arrese nuovamente di fronte allo stesso esercito austriaco, che rioccupò anche il territorio mestrino. Nel 1866 il Veneto venne ceduto al Regno d'Italia, posto sotto la guida dei Savoia.

Con l'avvento della rivoluzione industriale, Mestre, come altri territori, cominciò ad assumere le fattezze di una città, con la nascita di industrie e aziende, l'edificazione di luoghi culturali come teatri e cinema, l'istituzione del mercato cittadino, la costruzione della linea tramviaria, gli impianti d'illuminazione e la costruzione di un acquedotto. Nel primo '900 la città di Venezia si estese nuovamente al di fuori dell'isola (funzionale al turismo e alla cultura) per plasmare nella terraferma due poli fondamentali: Marghera (nata da una parte del territorio di Mestre, Bottenigo), con il porto; e l'intera zona di Mestre, con spazi in cui furono costruite abitazioni per rimediare al forte peso della popolazione sul centro storico veneziano. Si trattò di una modernità che si diffuse rapidamente nell'entroterra, investendo questi luoghi e rendendoli una sorta di accumulo di edifici e abitazioni privi di estetica e di servizi particolari. L'espansione veneziana del '900 può, quindi, essere definita come una sorta di uragano edilizio che catapultò Mestre in una dimensione industriale, di urbanizzazione, di immigrazione e tensioni di tipo sociale.

Fu anche grazie alle due aree di Mestre e Marghera che nel corso del secolo Venezia, denominata ora "Grande Venezia", attraversò un percorso di sviluppo ed espansione portuale, industriale, residenziale che le permise di essere all'altezza delle grandi città d'Italia ed Europa.

Tale evoluzione si sovrappose al percorso che la città di Mestre aveva autonomamente intrapreso prima di entrare a far parte del Comune di Venezia (1926), che aveva portato alla demolizione di alcune vecchie zone della città e all'edificazione di nuove strade ed edifici più moderni. Il primo impatto dell'inglobamento di questa città avvenne a livello demografico, aumentando la sua popolazione di circa 20.000 abitanti, fino ad una quota di 200.000 negli anni '70. L'altra conseguenza fu lo smarrimento del carattere sociale e culturale della città. Nonostante questa sorta di annessione, Mestre continuò comunque a essere concepita nell'immaginario collettivo come un'entità distinta dal centro della "Grande Venezia", e, quindi, una realtà periferica, anche per importanza.

Da periferia operaia di Venezia, Mestre è poi rientrata attivamente in una grande area metropolitana assieme a Venezia, Padova e Treviso, forte dal punto di vista economico sia a livello italiano che internazionale. Tale Area è stata definita una "regione" priva di periferia, costituita da luoghi e città ugualmente fondamentali e atti a ricoprire differenti ruoli.

Mestre ha affrontato diversi periodi migratori a partire dal Novecento: dall'immigrazione interna, durante il boom economico, fino all'arrivo di persone di altre nazionalità, aspetto che rientra a pieno nella natura metropolitana della città, con una popolazione composta da diverse minoranze etniche. La sua popolazione, dopo un calo nel 2002, ha ripreso a crescere, anche grazie all'inserimento nella "Città-regione" sopra citata. Non solo, la città ha registrato in tempi recenti un aumento del numero di visitatori, provenienti anche da Venezia.

Nei primi anni del 2000, la città viveva ancora in certi aspetti le conseguenze di quella concezione di periferia con cui era concepita in passato: nonostante Mestre sia stata la città che maggiormente accolse anni fa lo sviluppo urbano di Venezia nella terraferma, rimase comunque distinta dal centro, soprattutto perché difficilmente raggiungibile da Venezia, essendo quest'ultima un'isola. Sicuramente, grazie al Passante autostradale, all'avvio del servizio tram e delle ferrovie regionali, la città ha cominciato a essere più aperta e accessibile, consentendo anche una riattivazione del proprio centro cittadino. Questo percorso di sviluppo e di riqualificazione urbana avviato in città alla fine del XX secolo ha riguardato anche: la trasformazione a utilizzo residenziale e pedonale di alcune zone del centro storico, tra cui Piazza Ferretto; la rivalorizzazione dell'asse presente tra Forte Marghera, piazza Barche, via Poerio, Riviera XX Settembre; la creazione di zone commerciali; la costruzione di un polo culturale che ruota attorno al Museo del '900 (M9). Quest'ultimo è stato ufficialmente aperto nel 2014, con un fine che andava oltre al voler rimediare alla mancanza nel territorio di un'istituzione culturale come un museo: lo scopo era anche e soprattutto prendere parte alla sfida più ampia di rigenerare e valorizzare l'area urbana posta tra Venezia e il resto del Veneto. Più nello specifico, il progetto di M9 a Mestre è partito abbattendo diversi edifici vecchi e malmessi, in una zona del centro che da tempo era preclusa ai cittadini, per lasciare posto a un'edificazione realizzata sulla base di un concorso internazionale, vinto dallo studio di architetti tedeschi Sauerbruch Hutton. Non è mancato il restauro urbano nelle zone storiche circostanti. Non si è trattato di costruire solo un museo, ma anche un insieme di attività commerciali attorno a questo cuore culturale, creando un polo collegato al resto della città, alle piazze e agli edifici storici e culturali e atto a ispirare nuove attività ed eventi, in un processo di rinascita e di sviluppo di un senso d'appartenenza comunitaria che era stato perso in passato con l'annessione a Venezia. Il sistema architettonico stesso realizzato è un incentivo alla

relazione fra le persone, alla partecipazione a un'identità cittadina e, più in generale, alla diffusione della cultura tra gli abitanti.

Tutto ciò, in conclusione, è rientrato nell'ottica di rendere Mestre un distretto culturale evoluto, in grado di sviluppare il proprio centro e la zona circostante da diversi punti di vista: urbano, economico, sociale, culturale, turistico.

Si può affermare, quindi, che Mestre si sia costruita negli ultimi anni un ruolo di primo piano anche in ambito culturale e turistico e questo anche grazie a eventi organizzati nei luoghi e nelle piazze principali cittadine, infondendo loro vita, come nel caso del Festival della Politica.

3.2 Cos'è il Festival della Politica di Mestre e la sua storia

Il Festival della Politica è un evento nato nel 2011 per volontà della Fondazione Gianni Pellicani. Quest'ultima è un'istituzione senza scopo di lucro, inaugurata nel 2007 dalla famiglia Pellicani assieme al Comune di Venezia, alla Provincia di Venezia, all'Università Ca' Foscari di Venezia, all'Università IUAV di Venezia e alla Fondazione Venezia. Essa è dedicata a Gianni Pellicani, personaggio politico di rilievo nel territorio Veneto, ma anche nazionale, durante il Novecento. Il suo obiettivo è sostenere una crescita della collettività dal punto di vista sociale, culturale e politico e la sua attività si snoda in progetti legati tra di loro, atti ad animare culturalmente il territorio mestrino: dal progetto denominato "La Grande Politica", incentrato su un approfondimento politico tramite convegni; a quello dell'"Atlante Storico", basato sulla storia politica contemporanea e sulla valorizzazione e studio di documenti socio-politici esclusivi; a "La Città Metropolitana", riguardante la ricerca sulle evoluzioni sociali e urbane di tutta l'area veneziana; fino al "Festival della Politica".

Quest'ultimo è una manifestazione che viene organizzata ogni anno nei vari spazi cittadini, sotto la direzione di Nicola Pellicani, con il fine di coinvolgere la comunità residente e il pubblico esterno in incontri e dibattiti che permettano la comprensione di cosa al giorno d'oggi sia la politica, considerata nelle sue diverse declinazioni.

Si tratta di vari momenti formativi in cui vengono approfondite tematiche di attualità con un format basato sul dialogo neutrale tra diversi ospiti, ossia lontano da quel tipo di discussione finalizzata ad esaltare uno specifico orientamento politico. I protagonisti invitati durante gli anni sono stati accademici, economisti, giornalisti, scrittori, giuristi,

politologi, filosofi, artisti, persone di spettacolo: essi, con i loro diversi *background* culturali, hanno interpretato nelle varie edizioni argomenti contemporanei, come la democrazia e le nuove tipologie di potere, il lavoro, l'economia, l'evoluzione di tipo scientifico-tecnologico, lo sviluppo culturale, il rapporto religione-politica, l'ambiente e gli effetti politici di tutti questi temi a livello nazionale e internazionale.

Nel sito della Fondazione organizzatrice, tale evento viene definito proprio come un “festival che parla della politica, ma senza i politici”⁵, allontanandosi dalla dimensione di polemicità a cui le persone di solito sono abituate seguendo l'attuale scenario politico, soprattutto televisivo, ed è questo aspetto che garantisce il consenso del pubblico. In pratica, l'idea è stata ed è tutt'ora quella di opporre all'atteggiamento antipolitico della cittadinanza un approccio di riflessione sulla politica, per la comprensione della contemporaneità.

Il Festival si svolge sin dalla prima edizione con l'Alto Patronato del Presidente della Repubblica e i Patrocini della Regione Veneto e della Città Metropolitana di Venezia e, nel tempo, ha ottenuto la collaborazione del Comune di Venezia, della Camera di Commercio di Venezia e Rovigo, della Fondazione di Venezia, i patrocini dell'Università Ca' Foscari di Venezia e dello IUAV e il sostegno di altri *partner* pubblici e privati. Uno dei *mediapartner* principali della manifestazione è il quotidiano la Repubblica.

In tutte le edizioni, organizzate sempre nel mese di settembre, oltre agli incontri con i relatori invitati si sono svolte anche sezioni speciali ed eventi collaterali, in molti casi anche per la popolazione più giovane, così da coinvolgere l'intera cittadinanza. Gli eventi organizzati nelle varie giornate sono sempre stati ad ingresso libero e hanno visto per la loro organizzazione e allestimento la collaborazione di persone candidatesi come volontari.

La prima edizione si è svolta nel 2011 ed è consistita in tre serate di dibattiti, presentazioni di libri, reading di letteratura e performance musicali nella piazzetta Pellicani, simbolo della rinascita di Mestre. L'intenzione era quella di proporre un'iniziativa culturale che potesse permettere di discutere e riflettere liberamente, favorendo la circolazione di idee. Il titolo dei primi due anni di micro-Festival è stato provvisoriamente “Voci Fuori Campo – Conversazioni all'Ombra della Torre”, ed ha assunto la forma di una sorta di salotto culturale.

⁵ Dal sito www.fondazionegiannipellicani.it

Già nel 2012 l'offerta culturale dell'evento si è ampliata, come anche il numero delle sedi utilizzate nei vari incontri, coinvolgendo anche il Teatro Toniolo e Piazza Ferretto. La politica è stata qui analizzata ricorrendo a diversi ambiti disciplinari e associandola alla finanza, all'etica, all'economia, alla filosofia, alla religione, all'urbanistica e al governo della città. Temi che sono stati in parte ripresi anche l'anno successivo.

Nel 2013 la durata del Festival è divenuta di 4 giorni, con più di 50 eventi organizzati in diversi spazi del centro e oltre 70 relatori invitati a discutere in merito all'incertezza diffusa allora in Italia ed Europa, sia nell'ambito del lavoro, che della finanza e politica. Letture nelle piazze, dialoghi con filosofi e giornalisti e proiezioni cinematografiche serali hanno concluso le varie giornate di Festival. A partire da questa edizione è stata allestita nella piazza principale, Piazza Ferretto, la "Libreria della Politica", luogo di shopping culturale creato grazie all'unione delle varie librerie della città, che hanno esposto libri correlati ai temi affrontati durante la manifestazione. Già da questo momento, quindi, è emerso uno degli aspetti più importanti dell'evento, ossia il fatto che sia realizzato anche con la partecipazione della città, in questo caso dei librai, ma anche di alcuni locali che hanno ospitato incontri e di alcune categorie economiche. Altra novità di quest'anno è stata il "Premio Rioba", dedicato ai blogger italiani che raccontano, interpretano e discutono l'attualità politica. Ruolo importante è stato quello del web: i *social network* e il sito ufficiale del Festival hanno permesso di coinvolgere virtualmente ulteriore pubblico, trasmettendo in diretta vari eventi. È stato affermato, inoltre, che in questo momento il Festival era già una realtà di un certo rilievo nella zona veneziana, divenendo seconda solamente alla Biennale di Venezia dal punto di vista qualitativo.

L'anno successivo è stato attribuito un preciso titolo al Festival, "Politica e Violenza", in quanto è stata analizzata la violenza nei vari ambiti in cui essa può manifestarsi, come la politica, l'economia finanziaria, il dibattito pubblico, le questioni di genere, i conflitti a livello internazionale, le disuguaglianze di tipo sociale, la religione. Gli incontri e gli eventi su questa macro-tematica sono stati 40 e 86 i relatori invitati a discuterne durante i quattro giorni, in un maggior numero di sedi coinvolte rispetto all'anno precedente.

L'edizione del 2015, "Politica e leadership", ha riguardato il legame tra politica e *leadership*, si è svolta in cinque giorni e ha coinvolto 83 ospiti che hanno partecipato a 34 incontri e presentazioni di libri, mostre d'arte, reading letterari, incontri musicali e gastronomici.

Anche il 2016 ha visto il Festival estendersi per 5 giorni, articolati in più di 50 incontri e in un numero maggiore di luoghi, con oltre 110 protagonisti che hanno riflettuto attorno all'argomento "Politica e sicurezza", comprendente sotto-tematiche come i conflitti a livello internazionale, gli attacchi di tipo terroristico, gli afflussi migratori, la difficoltà economica.

Il "Disordine globale" ha connotato le quattro giornate del Festival della Politica 2017, con 40 incontri e 90 relatori che hanno affrontato le trasformazioni dei rapporti geopolitici, le disegualianze globali causate dalla crisi economica, gli atti terroristici e le ostilità belliche e religiose a essi correlate, la gestione dell'immigrazione. Essendo stato posto uno sguardo sulla politica a livello sopranazionale, la novità di questa edizione, perseguita poi anche nelle successive, è stata la cooperazione con il CeSPI, il Centro Studi di Politica Internazionale.

Nel 2018 il tema discusso è stato "Populismo e Democrazia", affrontato in ottica globale da ben 71 relatori, che hanno preso parte a 33 eventi organizzati nelle varie sedi cittadine (tra cui anche il Museo M9, con cui si è stabilita una collaborazione culturale e organizzativa, mantenendo questo rapporto anche successivamente). Tra le varie piattaforme web utilizzate per la pubblicazione di contenuti inerenti al Festival, nuova è stata quella di Instagram, che ha consentito di raggiungere anche un diverso target di pubblico.

Atipica è stata la programmazione del 2019, che ha previsto due manifestazioni: "Dove va l'Europa" e "Festival della Politica 2019". Nel primo caso si è trattato di una rassegna organizzata in seguito alle elezioni di maggio dei nuovi membri del Parlamento Europeo, le quali hanno comportato un mutamento della situazione politica in diversi paesi, tra cui il nostro. L'obiettivo era indagare, nel corso di due giornate, tale nuova condizione nazionale e internazionale assieme a relatori provenienti dal mondo della sociologia, del giornalismo, della politologia e con la collaborazione di Quorum e YouTrend. In settembre, invece, si è svolto il tradizionale Festival, incentrato sulla sostenibilità ambientale e sui mutamenti a livello internazionale che si sono verificati successivamente alla caduta del Muro di Berlino. Gli ospiti in questo caso sono stati oltre settanta, tra cui anche relatori stranieri. Avendo il supporto organizzativo di M9, del CeSPI, di Quorum e YouTrend, è stato possibile organizzare *workshop* collaterali all'evento principale. In

totale gli eventi organizzati sono stati 38. Novità è stata la rassegna stampa, tenuta dal giornalista Francesco Maselli, così come negli anni successivi.

Nel 2020 si è verificata la pandemia, che ha costretto molte realtà a riorganizzarsi e proporre le proprie offerte culturali tramite un sistema telematico. È stato il caso anche del Festival della Politica, che non ha potuto avere luogo in presenza e coinvolgere la comunità mestrina in dibattiti negli spazi pubblici cittadini. Ha, perciò, dovuto ripensare il proprio format, proponendo una modalità online e programmando due macro-eventi distinti. Nel periodo compreso tra metà aprile e metà maggio di quell'anno sono state trasmesse quindici conversazioni telematiche sulle pagine *social* della Fondazione Pellicani e del Festival dal titolo "Aspettando il Festival". Esse miravano a fornire al pubblico italiano in *lockdown* un approfondimento relativo al momento storico difficoltoso che si stava attraversando. Oggetto importante dei dibattiti online è stato quello delle conseguenze economiche, geopolitiche, sociali e culturali della pandemia. In novembre, poi, sono state organizzate quattro giornate online il cui focus è stata la coppia "Politica e Scienza", ossia l'esplorazione dei legami tra il mondo della scienza e quello della politica in merito alla gestione della pandemia. Queste due esperienze telematiche hanno coinvolto più di 200 mila contatti nei dibattiti sui vari canali di informazione utilizzati.

Nel 2021 si è svolta la decima edizione, potendo nuovamente proporre il format dell'approfondimento culturale in presenza nei vari luoghi del centro cittadino, nel rispetto di alcune norme sanitarie e di distanziamento allora ancora in vigore.

3.3 Il decimo Festival della Politica: rassegna dedicata a “*Il potere delle donne*”

3.3.1 Il tema e gli incontri organizzati



Figura 13. Logo del Festival della Politica 2021.

L'anno scorso il Festival ha ripopolato il centro cittadino, proponendo un programma in sicurezza che potesse rispettare le misure di distanziamento sociale e regolare la partecipazione delle persone agli eventi tramite prenotazione obbligatoria.

Migliaia di persone hanno presenziato agli eventi proposti, organizzati dalla Fondazione Pellicani con la collaborazione del Museo M9, della Fondazione di Venezia, del Comune di Venezia e di Ispi (Istituto per gli studi di politica internazionale). I *Main Partner* sono stati la Camera di Commercio Venezia Rovigo e Delta lagunare, Venezia Unica e Intesa San Paolo. I *Mediapartner* invece sono stati La Repubblica, Rai News24 e Rai Radio 1 e i *Partner* il CeSPI, Quorum, YouTrend, Marsilio Editori, l'Università Ca' Foscari e lo IUAV di Venezia. Ulteriore sostegno è arrivato poi da: Banca Ifis, ALI (Associazione Librai Italiani), Confesercenti Metropolitana Venezia Rovigo, Trenitalia S.P.A., AVA (Associazione Veneziana Albergatori), Gruppo ITAS assicurazioni.

Curatrice ospite della manifestazione è stata Linda Laura Sabbadini, direttrice dell'ISTAT e Chair di Women20, la quale ha contribuito a stilare il programma incentrato sull'indagine del mondo femminile, percepito come potenziale motore di cambiamento culturale, economico, sociale. Centrale è stato, quindi, l'argomento del ruolo della donna nella società e le vie da intraprendere per garantire una realistica parità di genere in diversi ambiti (politico, lavorativo, sociale), oltre che la testimonianza di storie al femminile di successo. Oltre a questa tematica principale, sono stati affrontati anche gli avvenimenti

drammatici in Afghanistan, la necessità di ripartenza del nostro Paese, la salute come priorità delle future politiche italiane e internazionali.

Gli ospiti coinvolti sono stati 94 e gli incontri, i dibattiti e gli spettacoli proposti sono stati 58, svolti in cinque giornate, dall'8 al 12 settembre, sotto il titolo comune de "Il potere delle donne". Le sedi interessate sono state 7: le piazze mestrine (Piazza Ferretto e Piazzetta Malipiero), gli spazi del distretto M9 (Auditorium, Chiostro, Corte, M9 Cube) e il Teatro Toniolo, animate dal mattino alla sera, a partire dalle rassegne stampa di Francesco Maselli fino agli spettacoli serali.

In parallelo a dialoghi, interviste, presentazioni di libri, sono stati organizzati tre *workshop* nel museo M9, in collaborazione con Quorum e YouTrend, ed eventi collaterali come visite guidate e laboratori per bambini, sempre in M9.

Il Festival 2021 si è articolato in diverse sezioni:

- IL POTERE DELLE DONNE, costituita da una serie di incontri ideati da Linda Laura Sabbadini, che hanno spaziato dal *welfare* e dal lavoro fino alla salute e all'innovazione di tipo culturale, tutti in relazione al ruolo della donna nella società odierna. Tra i protagonisti in questa sezione troviamo Chiara Valerio, Elisabetta Camussi, Ilaria Capua, Donata Francescato, Flavia Perina, Chiara Saraceno, Carlo Cottarelli, Simona Sala, Anna Maria Tarantola, Veronica De Romanis, Giuseppe Laterza, Maurizio Molinari, Marco Filoni, Vittoria Doretti, Stefania Aloia, Martina Rogato;
- I DIALOGHI, ossia incontri e confronti su tematiche di attualità, come *leadership* e genere, politica italiana e crisi che la caratterizzano internamente e dal punto di vista geopolitico, dramma afghano, sanità, amministrazione cittadina in tempi di pandemia, rapporto tra società e politici, storie di donne del passato con un focus storico-politico. Alcuni ospiti di questi dialoghi sono stati Sofia Ventura, Alessandra Ghisleri, Giovanni Diamanti, Antonella Viola, Roberto Arditti, Luigi Brugnaro, Dario Nardella, Alessandra Necci, Tiziana Plebani, Giuseppe Saccà, Massimo Cacciari, Ilvo Diamanti, Linda Laura Sabbadini, Giuseppe Provenzano, Sergio Staino, Nicola Pellicani, Daria Bonfietti, Giuseppe Giulietti, Zahra Ahmadi;
- IL LIBRO: si è trattato di un insieme di presentazioni di libri e di incontri con i loro autori, i quali hanno avuto luogo anche all'interno della Libreria della

Politica. I protagonisti in questa sezione sono stati Silvia Avallone, Francesca Schianchi, Guia Soncini, Maya De Leo, Nuria Schoenberg Nono, Annalisa Cuzzocrea, Angelo Panebianco, Elisabetta Rasy, Daniela Spagnol, Paolo Valentino, Marianna Aprile, Giannandrea Mencini, Massimo Russo, Adriano Favaro, Raul Pantaleo, Marta Gerardi e Paolo Spallino, Tiziana Agostini, Daniele Ferrazza e Valentina Calzavara;

- COSTELLAZIONE FEMMINILE, ossia un insieme di appuntamenti pomeridiani tenuti dal filosofo ed editorialista Antonio Gnoli, incentrati su alcune più importanti filosofe e scienziate del Novecento. Assieme a lui ne hanno discusso personaggi come Roberto Esposito, Teresa Forcades, Laura Boella, Armando Savignano, Annalena Benini, Umberto Curi, Adriana Cavarero, Giacomo Marramao.
- LA STORIA È MEMORIA, una sezione che ha indagato alcune personalità rilevanti all'interno della politica d'Italia. Protagonisti sono stati Concetto Vecchio, Paolo Franchi, Massimo Cacciari, Gennaro Acquaviva, Laura Fincato, Nicola Pellicani, Livio Karrer;
- IL SECOLO DELLE DONNE, ossia due incontri curati dal Museo M9 sulle donne e sulle questioni e rivendicazioni che esse fanno emergere nella scena pubblica del nostro paese dalla seconda metà del Novecento. Vi hanno partecipato Nadia Maria Filippini, Adriana Cavarero, Valeria Palumbo, Claudia Mancina, Letizia Paolozzi, Livio Karrer;
- RASSEGNA STAMPA, che ogni mattina ha aperto le giornate di Festival con Francesco Maselli, caporedattore de Linkiesta che ha presentato in modo analitico ai cittadini le principali notizie quotidiane;
- WORKSHOP teorici e pratici sul tema dei nuovi linguaggi comunicativi del mondo della politica. Essi sono stati tenuti da Martina Carone, Leonardo Buccione, Salvatore Borghese e Davide Policastro;
- APPUNTAMENTI SERALI, costituiti da proiezioni cinematografiche all'aperto e spettacoli teatrali al Teatro Toniolo;
- VISITE GUIDATE AL MUSEO M9, che hanno risaltato il ruolo delle donne nel '900 italiano;

- LABORATORI PER BAMBINI nel Museo M9, sempre incentrati sul tema del Festival.

In relazione alla “Libreria della Politica” precedentemente citata, essa è stata ospitata in Piazza Ferretto, all’interno di una tensostruttura, e ha avuto luogo grazie alla collaborazione dell’Associazione Librai Italiani, della Confcommercio Unione Metropolitana di Venezia, della Camera di Commercio di Venezia Rovigo, e delle librerie mestrine: si è trattato di un ampio *showroom* in cui poter acquistare libri appositamente scelti per le giornate di Festival e in cui poter incontrare alcuni autori che avevano in precedenza preso parte ai dibattiti nelle piazze.

La presenza dei volontari si è rivelata fondamentale per la realizzazione dell’intera rassegna e il rispetto di misure di sicurezza, come il controllo delle prenotazioni e del possesso del green pass e anche del distanziamento tra i partecipanti agli eventi.

Come ogni anno, i contenuti sul Festival sono stati pubblicati su Facebook, Twitter, Instagram e Youtube, a cura dello Studio di comunicazione digitale Mab21. Grazie all’aiuto tecnico di Venis S.p.A (Venezia Informatica e Sistemi), inoltre, sono state trasmesse su Facebook le dirette dei dibattiti principali. Migliaia sono state le visualizzazioni raggiunte nelle varie giornate.

3.3.1 Le attività della Segreteria organizzativa

Nel 2021, dal mese di giugno fino al mese di settembre, ho preso parte alla segreteria organizzativa del decimo Festival della Politica (edizione 2021), svolgendo un tirocinio curriculare presso gli uffici della Fondazione Pellicani a Mestre.

Assieme a Chiara Pessina ho potuto collaborare alla progettazione, organizzazione e gestione dell’evento che ha avuto luogo i primi di settembre. Nello specifico, di seguito sono elencate le mansioni svolte dalla segreteria organizzativa durante il periodo indicato:

- Assistenza al comitato scientifico nella realizzazione del programma del Festival, ossia nell’individuazione del tema e delle relative sezioni e nell’organizzazione di riunioni e tavoli di lavoro del comitato scientifico;
- Assistenza alla direzione per individuare i relatori ospiti e gestione dei rapporti con i relatori stessi, tramite lettere di invito e posta elettronica;

- Assistenza alla direzione nell'individuazione delle *location*, sia all'aperto che al chiuso (necessarie in caso di maltempo), e definizione del programma diviso per sedi;
- Richiesta dei patrocini e dei logotipi e approvazione dei logotipi per la comunicazione del Festival;
- Assistenza alla direzione per la raccolta degli sponsor: effettuazione delle richieste di sponsorizzazioni e delle richieste di finanziamento, raccolta e approvazione dei logotipi per la comunicazione, gestione dei rapporti con gli sponsor e gli enti finanziatori e partner;
- Gestione del *budget*, stipula di preventivi e rendicontazione delle spese;
- Assistenza al comitato scientifico per le sinossi degli incontri e i loro titoli, realizzazione delle biografie degli ospiti e dei testi per il sito web e i materiali comunicativi cartacei;
- Elenco dei materiali comunicativi da realizzare, definizione della loro grafica e delle loro misure, definizione dei supporti grafici da realizzare (come biglietti e badge);
- Gestione dei contatti con i fornitori per la realizzazione dei materiali di comunicazione, per il loro ritiro e la consegna all'ufficio affissioni, per gli impianti tecnici e la loro messa in opera;
- Assistenza all'ufficio stampa, assistenza per il sito internet e pagine *social*, aggiornamento delle iscrizioni alla newsletter e invio della newsletter;
- Contatti con il Comune di Venezia, richiedendo permessi per: l'occupazione del suolo pubblico per la realizzazione degli eventi e per il posizionamento dei materiali di comunicazione, per l'ingresso in zona ZTL e pedonale dei fornitori, per l'inquinamento acustico. Inoltre, stipula di pratiche per la sicurezza secondo i provvedimenti governativi per l'emergenza COVID, richiesta di assistenza comunale alla realizzazione dell'evento in sicurezza;
- Individuazione dei *service* per l'allestimento delle sedi e per l'audio-video, controllo dei preventivi, elaborazione di un calendario per l'allestimento e supervisione della messa in opera;
- Gestione della campagna volontari: realizzazione del modulo di candidatura, richiesta di partenariato con le Università veneziane, raccolta delle adesioni,

organizzazione delle riunioni con i volontari, definizione dei loro turni e delle loro attività;

- Gestione dell'iniziativa "Libreria della Politica", ossia dei rapporti con ALI e Confcommercio, dei rapporti con le librerie partecipanti, delle riunioni organizzative, dei preventivi per la realizzazione della tensostruttura; assistenza per l'allestimento dello stand e per i firma copie con gli autori;
- Gestione degli spettacoli teatrali e delle proiezioni cinematografiche: contatti con la compagnia teatrale, con il Teatro Toniolo e con il Circuito cinema, organizzazione con il *service*, predisposizione del sistema di vendita dei biglietti, gestione degli incassi e delle pratiche SIAE per i pubblici spettacoli, richiesta dei permessi per l'inquinamento acustico;
- Attivazione del sistema di vigilanza delle varie sedi della manifestazione;
- Organizzazione dell'ospitalità dei relatori, del loro viaggio e del loro *transfer* dal luogo di arrivo alle sedi e agli hotel;
- Adeguamento dello svolgimento del programma alle normative anti Covid-19 e gestione delle relative spese necessarie per il rispetto di tali norme;
- Supervisione delle prenotazioni del pubblico ai vari eventi, controllando il sistema di prenotazione e stampando le liste definitive prima dell'inizio di ciascun incontro;
- Gestione delle sedi del Festival: del palco, delle sedute per il pubblico e per i relatori, degli ingressi del pubblico, del personale di accoglienza;
- Supervisione nel disallestimento dei vari luoghi.

3.4 Analisi economica del Festival

Fino a qualche anno fa, in Italia, le indagini di impatto economico delle manifestazioni si sono focalizzate prevalentemente sull'ambito turistico e sportivo, tralasciando in gran parte quello culturale. Questo può essere spiegato in parte da una certa involuzione dei metodi di contabilità delle istituzioni culturali, ma anche da una minima propensione degli enti pubblici e privati a finanziare delle ricerche incentrate su eventi spesso ritenuti poco redditizi economicamente.

Negli ultimi anni si è rivelata sempre più importante la valutazione economica degli eventi culturali, e, quindi, l'indagine del loro impatto e ruolo economico in un determinato

territorio. Tale analisi risulta fondamentale per tutti gli enti e le istituzioni pubblici e privati che forniscono contributi di tipo finanziario per la realizzazione degli eventi, al fine di comprendere maggiormente gli effetti che questi ultimi possono generare in un luogo e decidere in modo efficace come allocare i fondi loro disponibili.

Nello specifico, questa valutazione diviene completa nel momento in cui non solo si evidenzia il rapporto tra risorse investite e redditi originati, ma si raccolgono ulteriori dati per costruire strumenti specifici di misurazione: dati rispetto alla situazione ex-ante ed ex-post della comunità ospitante, dati socio-demografici, dati relativi al budget delle istituzioni organizzatrici, dati tratti da interviste ai partecipanti all'evento e così via. Si tratta, quindi, di quantificare la portata economica degli eventi culturali organizzati in un certo luogo e non di limitarsi a raccogliere semplici informazioni come gli introiti, il numero di fruitori e le loro caratteristiche socio-demografiche, che non sono sempre sufficienti per incoraggiare soggetti pubblici e privati a fornire contributi.

Per quanto riguarda specificamente i festival di approfondimento culturale, essi raramente generano un ritorno economico misurabile in modo diretto e, per questo, si ricorre alle analisi costi-benefici, alle stime delle ricadute positive, ai modelli economici valutativi in cui si considerano tre tipi di valori: d'uso diretti, d'uso indiretti, di non uso. I primi riguardano le ricadute dirette della fruizione dell'offerta culturale da parte dei partecipanti, che generano introiti collegati all'evento; i secondi concernono benefici derivanti indirettamente dalla partecipazione alla manifestazione, come lo sviluppo di altre attività economiche della città in cui ha luogo l'evento; i terzi riguardano la consapevolezza della presenza di una certa offerta culturale nel territorio, che conduce il cittadino a crederlo maggiormente interessante e di un certo valore. Le manifestazioni culturali, quindi, possono ricoprire una certa importanza anche all'interno di strategie di riposizionamento del territorio, aumentandone l'attrattività. La somma di questi tre impatti permette di comprendere quali siano i benefici per l'economia locale.

3.4.1 Il bilancio economico del Festival

Solitamente i festival di approfondimento culturale presentano una minima redditività ed è per questo che la loro realizzazione è spesso permessa grazie all'intervento economico di soggetti pubblici o privati, ai quali gli organizzatori delle manifestazioni sono tenuti a fornire informazioni in merito a come si intende utilizzare le risorse erogate.

Il sostegno economico proviene spesso da enti pubblici, Camere di Commercio, fondazioni bancarie, associazioni e imprese. Fondamentali si rivelano anche le sponsorizzazioni e la presenza di *media partner*.

Come si può vedere dal bilancio del Festival della Politica 2021, questo evento ha ricevuto contributi sia pubblici che privati.

Relativamente a quelli pubblici, essi sono stati stanziati dalla Regione Veneto sulla base della L.R. 8/09/1978 n. 49, che prevede l'erogazione di contributi per l'organizzazione di mostre, manifestazioni e convegni di interesse regionale agli Enti Locali, Istituzioni, Associazioni e Fondazioni senza fine di lucro. Secondo tale legge, è il Presidente della Giunta Regionale che provvede, con decreto, a erogare i contributi, in seguito all'approvazione da parte di tutta la Giunta Regionale. Inoltre, i criteri specifici dei soggetti richiedenti sostegno economico sono stati definiti con Deliberazione della Giunta Regionale n. 347 del 23.03.2021. In particolare, tale documento indica che:

- “Rientrano nelle tipologie della presente legge convegni, seminari, mostre, manifestazioni, celebrazioni, festival e ogni altro evento di rilevanza regionale che offra un contributo alla crescita culturale e sociale e alla società veneta nelle materie di competenza regionale. [...] Sono tenute in particolare considerazione iniziative nei settori della cultura e finalizzate alla valorizzazione del patrimonio culturale e del paesaggio, alla promozione delle risorse e tradizioni culturali, economiche e tecnico-scientifiche del Veneto. [...] Non sono ammesse domande per congressi di categorie professionali, sindacali o di partito o per iniziative che costituiscano momenti di vita istituzionale interna di Enti e Associazioni, né per corsi di formazione.”⁶;
- Sono ammissibili le spese che sono direttamente riconducibili all'evento per cui si richiede il contributo e che sono necessarie per la sua realizzazione. Non sono invece ammesse spese che nel preventivo risultino sovradimensionate;
- La Regione valuta le manifestazioni sulla base delle caratteristiche del soggetto che presenta la domanda di contributo e delle qualità dell'iniziativa. Per quanto riguarda il primo aspetto, si indaga l'esperienza del soggetto in relazione all'evento per cui si richiede il sostegno economico o in relazione a eventi

⁶ DGR n. 347 del 23 marzo 2021: Modalità di presentazione e criteri per la valutazione delle richieste di contributo Legge regionale 8 settembre 1978, n. 49.

simili organizzati. L'iniziativa deve risultare conforme agli scopi dichiarati nello Statuto del soggetto. Per quanto concerne la qualità, in sede di valutazione viene esaminato il pubblico che si intende coinvolgere, sia dal punto di vista del tipo di persone che del loro numero. Inoltre, si tiene conto anche dei caratteri dell'evento, come la creatività e la multidisciplinarietà, e del modo in cui si diffonde l'evento, come per esempio l'utilizzo dei *social*;

- Viene valutato anche se il richiedente è in grado di ottenere ulteriori risorse economiche, interne o esterne, per l'organizzazione del progetto;
- Il limite massimo di sostegno ricevibile è di 15.000 euro, quello minimo di 1.000 euro;
- In base agli aspetti fin qui elencati, la Direzione regionale competente (Direzione Beni, Attività Culturali e Sport) stila una graduatoria dei vari progetti, comprendente anche un ipotetico importo da assegnare a ciascuno, che verrà approvata dalla Giunta Regionale;
- Coloro che divengono ufficialmente beneficiari del contributo stanziato dalla Regione, sono tenuti a realizzare la manifestazione nelle modalità e nelle tempistiche dichiarate nella domanda presentata ed eventualmente a comunicare eventuali variazioni del progetto.

L.R. 8.9.1978, n. 49

“Contributi e spese per l’organizzazione di mostre, manifestazioni e convegni di interesse regionale”

BILANCIO CONSUNTIVO

ANNO 2021

MANIFESTAZIONEFestival della Politica.....

USCITE			ENTRATE		
Descrizione (*)	Preventivo (*)	Consuntivo	Descrizione (*)	Preventivo (*)	Consuntivo
Alberghi	5.500,00	4.700,40			
Viaggi	6.000,00	5.772,19	Contributo Regionale		6.000,00
Rimborsi spese	4.000,00	1.500,60			
Gestione Sito internet/Social Network	6.100,00	9.031,21	Contributi pubblici		
Vigilanza	2.200,00	1.537,20	(specificare):		
Stampa materiali promozionali	8.500,00	7.335,73	-		
Enel	700,00	169,99	Contributi privati		
Personale	30.500,00	1.000,00	Camera di Commercio	5.000,00	
SIAE	1.000,00	753,53	Vela SpA	42.700,00	35.000,00
Sevice audio e video	22.000,00	23.180,00	Banca intesa	12.200,00	12.200,00
distribuzione materiale promozionale	200,00	112,00			
allestimento totem	1.000,00	732,00	Altre		
varie	2.200,00	3.907,24			
			Autofinanziamento	30.000,00	6.532,09
TOTALE	89.900,00	59.732,09	TOTALE	89.900,00	59.732,09

N.B.:

(*) Nelle colonne Descrizione e Preventivo riportare voci ed importi indicati nel preventivo inviato all'atto della domanda

() Il bilancio deve riportare lo stesso importo totale in entrata e in uscita (a pareggio) utilizzando la voce “Autofinanziamento” per indicare l’importo non coperto da altre entrate**

Figura 14. Bilancio consuntivo del Festival della Politica 2021 inviato dalla Fondazione Pellicani alla Regione Veneto. Data: 2 febbraio 2022.

Il documento soprariportato presenta una differenza tra i dati del bilancio preventivo e quelli del bilancio consuntivo, in particolare per quanto riguarda la spesa relativa al

personale. Infatti, il costo della segreteria organizzativa dell'edizione 2021 è stato assunto dalla Fondazione di Venezia, in virtù di un accordo di collaborazione con la Fondazione Pellicani. La prima, in qualità di sponsor, si è presa carico anche dei costi relativi all'ufficio stampa, al supporto dei *social*, al *service* nelle varie sedi. Oltre a ciò, va considerata anche una somma di 10.000 euro erogata da tale organo direttamente alla Fondazione Pellicani.

Grazie all'accordo di cooperazione tra le due fondazioni, il Festival della Politica può essere definito come un'iniziativa congiunta e co-ideata da un Comitato Tecnico Scientifico costituito da rappresentanti indicati da Fondazione Pellicani e da Fondazione di Venezia, cui viene affidato il compito di definire il tema, gli eventi e gli ospiti delle diverse edizioni del Festival. La Fondazione di Venezia ha partecipato alle attività anche con un contributo *in kind*, attraverso la propria società strumentale M9 District S.r.l., mettendo a disposizione spazi a titolo gratuito per gli eventi del Festival della Politica.

Osservando sempre il bilancio, in particolare la voce "Camera di Commercio", l'assenza di una quota nel consuntivo dipende dal fatto che tale ente, nella stessa logica con cui ha agito Fondazione Venezia, ha contribuito alla manifestazione in servizi, sia per la Libreria della politica che per gli altri spazi ospitanti i vari eventi, trasferendo alla propria società *in house*, Camera Servizi srl, l'importo di € 5.000,00.

Ulteriori sostegni sono giunti da Banca Intesa e Vela S.p.A., con le quali la Fondazione Pellicani ha in precedenza stipulato degli accordi.

Per quanto riguarda il Comune di Venezia, la cui voce non è presente nel documento sopra, l'amministrazione da anni collabora con il Festival, il quale ha potuto beneficiare del Patrocinio del Comune. La collaborazione si è svolta attraverso contributi in servizi per alcuni degli aspetti logistici della manifestazione, come per esempio allestimenti e *service*.

3.4.2 L'impatto economico del Festival

Come sostenuto in precedenza, alcuni impatti economici degli eventi culturali come il Festival della Politica sono: sviluppo dell'economia locale, aumento dei redditi e degli standard di vita, incremento delle prospettive occupazionali, aumento dell'attrattività della zona in cui hanno luogo, sia sotto il profilo della domanda turistica che degli investimenti esterni. Per quantificare l'impatto dei festival di approfondimento culturale

sul territorio, è importante anche effettuare una raccolta di informazioni, qualitative e quantitative.

Quanto alla misura del beneficio ottenuto dalle attività commerciali del centro di Mestre, all'inizio dell'anno ho elaborato un questionario che ho loro somministrato in forma anonima in febbraio 2022. Sono state ben 27 le attività rispondenti, principalmente bar, pasticcerie e ristoranti, ma anche negozi di alimentari, tabaccherie, librerie, hotel. L'area specifica del campione preso in considerazione è stata soprattutto quella di Piazza Ferretto, la piazza principale mestrina, in cui si sono svolti molti eventi del Festival, e dei suoi dintorni.

La prima domanda è stata necessaria per la comprensione di quali attività commerciali sono presenti in città fin dalla prima edizione del Festival, ossia dal 2011: più della metà degli intervistati risulta attiva nel centro di Mestre da quell'anno e ha, quindi, vissuto questo evento nelle sue numerose edizioni.

Le successive domande poste alle attività hanno riguardato i seguenti argomenti:

Durante le edizioni del Festival esso vi ha portato un maggior numero di clienti?

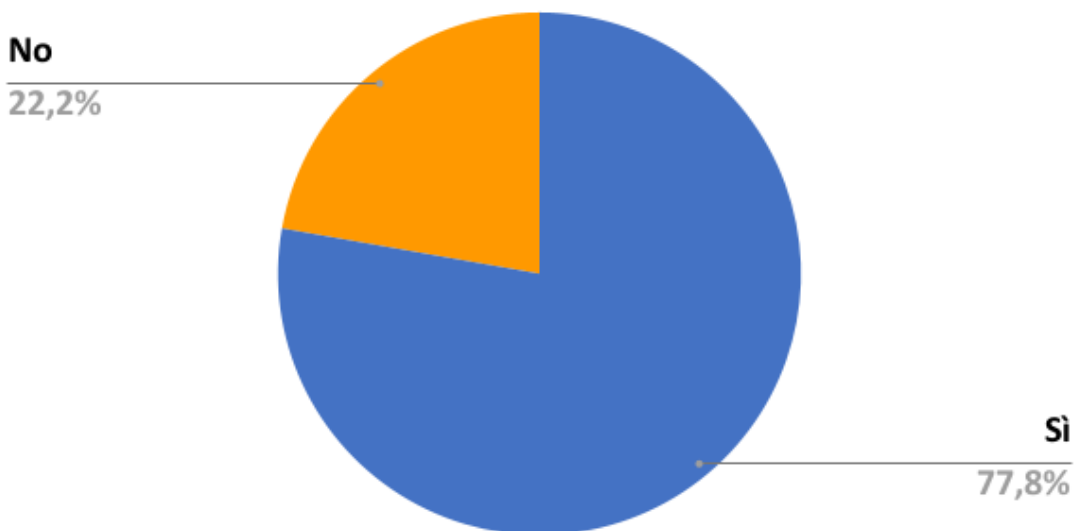


Figura 15. Prima domanda del questionario da me sottoposto alle attività commerciali del centro di Mestre in febbraio 2022.

Osservando questo primo grafico, si può comprendere come il Festival possa generare in città un maggior flusso di persone e, nello specifico, di clienti per i vari commercianti:

essendo gli eventi svolti durante l'intera giornata e nelle varie piazze cittadine e offrendo dibattiti culturali di una certa portata, sicuramente questa manifestazione coinvolge un ampio bacino di utenza e genera benefici per le attività lavorative.

Durante le giornate di Festival c'è per voi un afflusso anche di persone provenienti da fuori città?

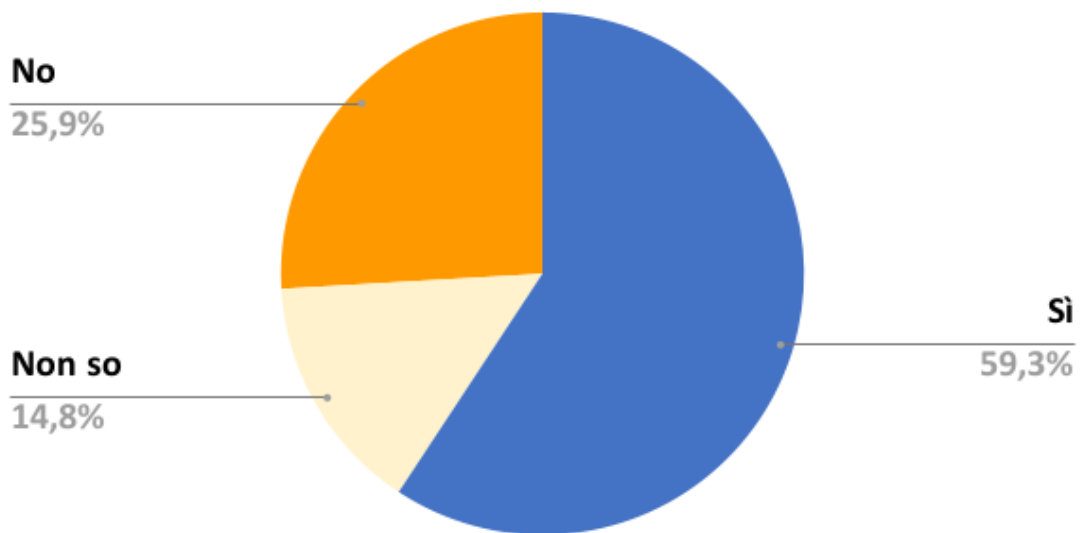


Figura 16. Seconda domanda del questionario da me sottoposto alle attività commerciali del centro di Mestre in febbraio 2022.

Dalle risposte a questa domanda si può evincere come si tratti di un evento che coinvolge non solo i residenti, ma anche persone esterne che si recano a Mestre appositamente per partecipare ai vari incontri organizzati nelle varie giornate di Festival. Questo è sicuramente un beneficio per tutta la città e per le attività che si trovano nelle vicinanze delle sedi che ospitano i vari eventi.

Da 1 a 4 quanto il Festival è in grado di contribuire allo sviluppo dell'economia locale? (considerando: 1=per niente; 2=poco; 3=abbastanza; 4=molto)

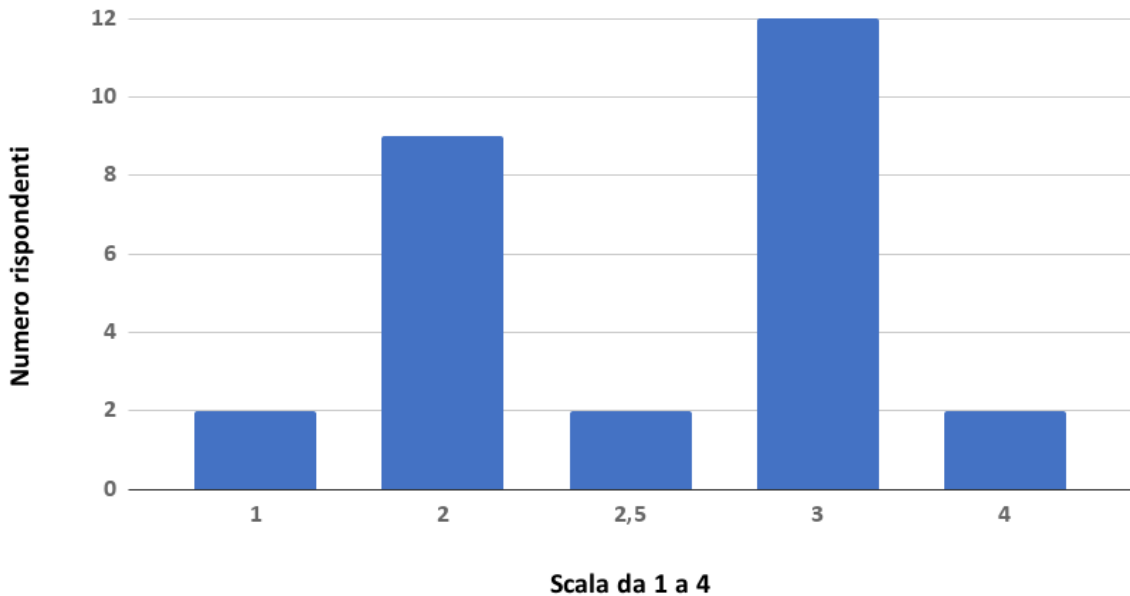


Figura 17. Terza domanda del questionario da me sottoposto alle attività commerciali del centro di Mestre in febbraio 2022.

Osservando l'istogramma sopra riportato, si può notare come buona parte dei rispondenti consideri il Festival come un evento capace di contribuire allo sviluppo dell'economia locale, votando 3, cioè "abbastanza", in una scala da 1 a 4. La maggioranza delle votazioni rientra nel mezzo della scala proposta, suddividendosi tra le grandezze 2 ("poco") e 3 ("abbastanza"). Sicuramente si è trattato di una domanda più complessa rispetto alle altre: per uno sviluppo generale dell'economia locale bisognerebbe considerare anche tante altre offerte culturali, che, come il Festival, danno il loro contributo ad una rigenerazione cittadina, ma è anche vero che, come evidenziato dalle risposte alle domande precedenti, il Festival garantisce oggettivamente una maggior vitalità di Mestre e, quindi, un maggior numero di persone che la frequentano, incrementando per quei giorni le entrate dei negozianti.

Il Festival può migliorare l'immagine della città?

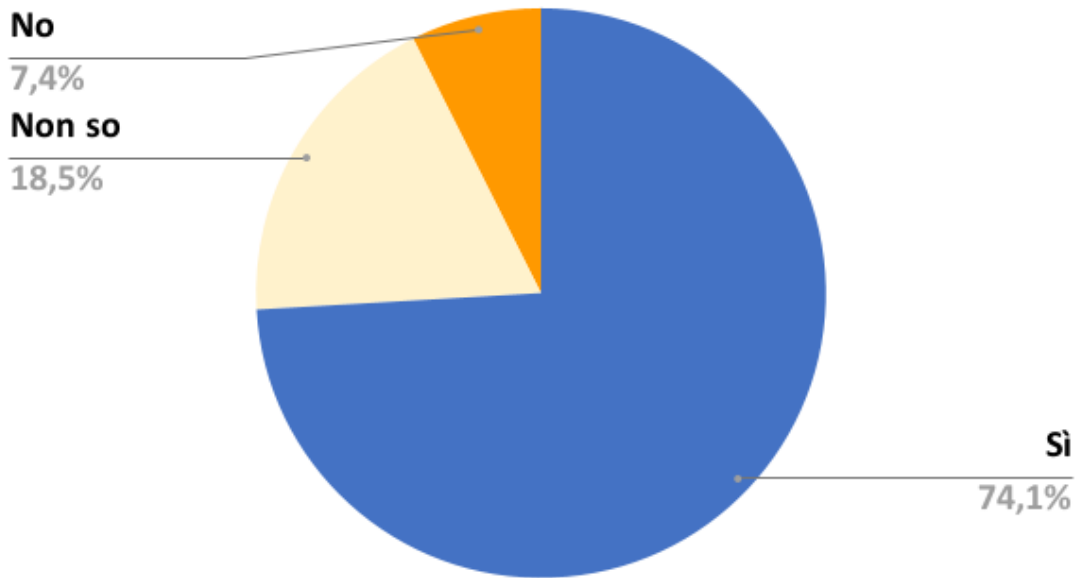


Figura 18. Quarta domanda del questionario da me sottoposto alle attività commerciali del centro di Mestre in febbraio 2022.

Anche da questo grafico emerge come l'evento in questione possa migliorare l'immagine di Mestre, grazie alla qualità dei contenuti proposti nei vari incontri e al conseguente coinvolgimento di un ampio pubblico. La città diviene, in questo senso, maggiormente animata.

Ha mai partecipato a qualche incontro del Festival?

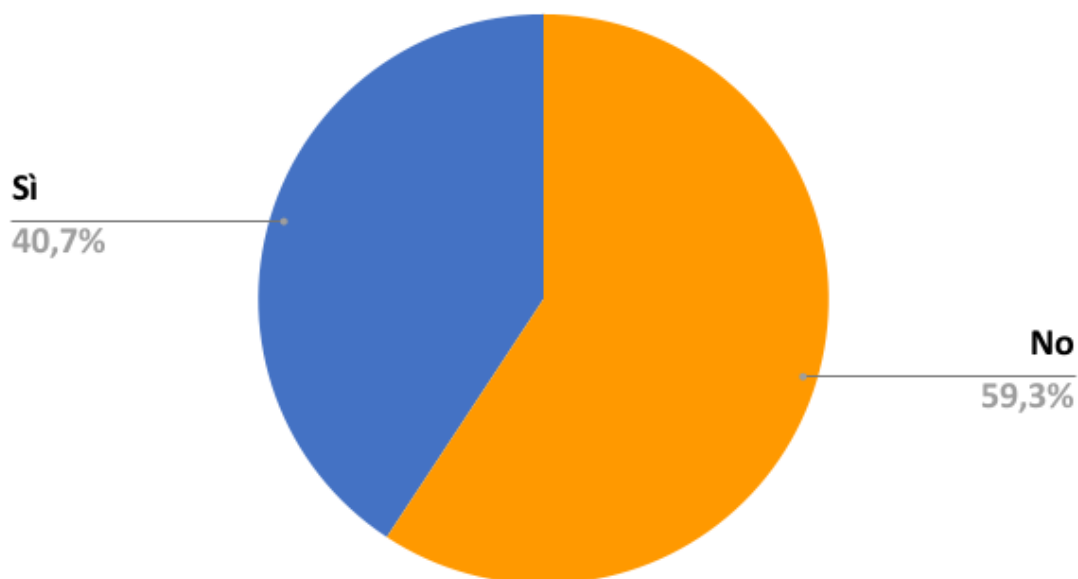


Figura 19. Quinta domanda del questionario da me sottoposto alle attività commerciali del centro di Mestre in febbraio 2022.

Come si deduce da questo grafico, quasi il 60% dei negozianti intervistati non ha mai partecipato ad un incontro del Festival. I due motivi principali che sono emersi sono dipesi sia dal fatto che, durante la maggior parte dello svolgimento degli incontri della manifestazione, queste persone lavorano nella propria attività, sia dalla non completa comprensione di cosa davvero sia il Festival della Politica. Infatti, in molti casi le persone percepiscono questo evento come una sorta di riproduzione dei dibattiti politici caotici che sono abituate a seguire in televisione, non essendo a conoscenza che in questo caso si tratta di un “Festival della Politica senza i politici”⁷, così come è stato definito da Nicola Pellicani.

Viene di seguito riportato, inoltre, un questionario da me elaborato specificamente per il Museo M9 in dicembre 2021:

⁷ Dal sito www.fondazionegiannipellicani.it

<p>Si può dire che il Festival della Politica abbia portato un maggior numero di visitatori al Museo?</p>	<p>Sì</p>
<p>Durante il Festival si riscontra un maggior numero di visitatori residenti a Mestre?</p>	<p>Non so</p>
<p>Durante il Festival aumentano i visitatori provenienti da fuori città?</p>	<p>Non so</p>
<p>Il Museo M9 collabora sin dalla prima edizione con la Fondazione Gianni Pellicani per l'organizzazione del Festival?</p>	<p>No (dal 2018)</p>
<p>Vista l'organizzazione di alcuni incontri del Festival negli spazi di M9, quanto da 1 a 4 il Festival si è rivelato uno strumento utile a far conoscere il Museo ad un maggior numero di persone? (considerando: 1=per niente; 2=poco; 3=abbastanza; 4=molto)</p>	<p>3</p>

<p>Da 1 a 4, quanto il Festival è in grado di contribuire allo sviluppo dell'economia locale? (considerando: 1=per niente; 2=poco; 3=abbastanza; 4=molto)</p>	<p>3</p>
<p>Ritiene che il Festival possa migliorare l'immagine della città?</p>	<p>Sì</p>
<p>C'è stata in particolare un'edizione del Festival che ha avuto un maggior impatto sul Museo rispetto alle altre? Se sì, quale?</p>	<p>L'ultima fatta pre-pandemia: ovviamente c'era stato un maggiore flusso di persone, tanto al Festival quanto negli spazi del museo</p>

Figura 20. Questionario proposto al Museo M9 di Mestre in dicembre 2021.

Secondo questa istituzione il Festival è in grado di attirare un maggior numero di persone in città, anche se il Museo non ha rilevato la provenienza di tali visitatori.

Non essendo stato presente in città sin dalla prima edizione del Festival, il Museo non ha potuto collaborare sin da subito con la Fondazione Pellicani, ma vi ha stretto un accordo in anni recenti.

Inoltre, M9 ha potuto farsi conoscere maggiormente dal pubblico grazie anche ad eventi del Festival della Politica ospitati proprio in alcuni suoi spazi museali.

Anche questa istituzione, come le altre attività intervistate, sostiene che il Festival sia abbastanza importante per contribuire allo sviluppo dell'economia locale e che esso possa migliorare l'immagine di Mestre.

Riguardo all'edizione che ha portato un maggior numero di persone al Festival e, quindi, al Museo, quest'ultimo ha affermato essere quella del 2019, svoltasi prima della pandemia. Nel 2020, infatti, il Festival ha assunto un format esclusivamente online, mentre nel 2021 è ritornato in presenza, ma con entrate contingentate.

Un ulteriore effetto positivo generato dal Festival è stato quello che ha riguardato la Libreria della Politica 2021.

Nell'ambito dei festival, lo spazio adibito alla vendita di libri è divenuto un *must*. La libreria adibita durante le varie manifestazioni solitamente mira a permettere al pubblico di poter portarsi a casa un ricordo dell'evento, ma anche a mettergli a disposizione occasioni di approfondimento. Può essere gestita dagli organizzatori stessi, da una società, o dai librai del luogo.

Nel caso specifico della Libreria della Politica di Mestre, in occasione della decima edizione del Festival si è deciso di rimettere in gioco l'idea della libreria che lo aveva caratterizzato i primi anni. È stata la prima edizione che ha coinvolto anche ALI (Associazione Librai Italiani), aderente a Confcommercio-Imprese per l'Italia Unione Metropolitana di Venezia, nella realizzazione e gestione del punto incontri/vendita di Piazza Ferretto. Per la concretizzazione della tensostruttura di 160 mq (e, quindi, per la locazione, l'allestimento, i servizi come illuminazione, oneri complementari accessori, compresi quelli legati alle autorizzazioni amministrative di legge, guardiania), i costi sono stati sostenuti dalla Camera di Commercio Venezia Rovigo, sulla base di un accordo con la Fondazione Pellicani che prevedeva un contributo di 5.000 euro. Confcommercio e ALI, invece, hanno garantito la gestione e i costi vivi del punto vendita (acquisto del materiale editoriale, servizio di assistenza e vendita al pubblico, apertura per un numero minimo di ore, adempimenti e strumentazione per la vendita dei libri a norma delle vigenti disposizioni di legge).

Per questa iniziativa sono state riunite per la prima volta più librerie importanti, che hanno collaborato come fossero un'unica entità, nell'obiettivo comune di creare un'attività in presenza per rianimare la piazza principale di Mestre. Le quattro realtà partecipanti sono state: Libreria Ubik Mestre, Libreria Feltrinelli Mestre, Libreria Marsilio Mestre, Libreria La Toletta Venezia.

Si è trattato, in pratica, di una "libreria temporanea" gestita, allestita ed organizzata dalle quattro librerie, con la supervisione e il coordinamento di Confcommercio e ALI. La struttura che questi soggetti hanno permesso di realizzare è stata aperta per 5 giornate, dalle ore 10 alle 21, e ha esposto circa 14.000 copie di libri, scelte collegialmente dai librai sulla base della lista di autori e relatori invitati al Festival. Le copie vendute sono state un migliaio circa, prevalentemente di saggistica e storia.

Al termine del Festival sono stati incassati da questa iniziativa circa 4.000 euro, suddivisi poi tra le librerie sulla base dell'impegno e contributo di ciascuna all'interno del progetto.

Apprezzata sia dal pubblico numeroso, sia dalle case editrici, è stata anche l'attività dei librai di coinvolgimento degli autori al punto "firma copie", allestito all'interno della libreria stessa.

3.5 Il pubblico del Festival

Spesso nelle ricerche specifiche che le istituzioni organizzatrici attuano o commissionano in merito ai propri festival, si nota come si presti attenzione soprattutto ai pubblici, e, quindi, alla loro composizione e alla *customer satisfaction*, con l'obiettivo di rilevare eventuali criticità e soddisfare maggiormente le esigenze dei partecipanti.

Nel corso del Festival della Politica 2017, con il supporto del Professor Guido Guerzoni, è stato distribuito un questionario alle persone per comprendere la tipologia di pubblico dell'evento, il suo grado di fidelizzazione e soddisfazione per la manifestazione e l'impatto sociale di quest'ultima. È stato anche un'opportunità per capire come Mestre sia percepita dai cittadini. Avendo potuto raccogliere un campione attendibile, formato da circa 600 persone, nel luglio 2018 la Fondazione Pellicani ha presentato i risultati dell'analisi.

Anzitutto, è emerso che il pubblico del Festival è altamente fidelizzato e ha partecipato a numerose edizioni della manifestazione (73%). Ciò significa che, nel tempo, questo evento è stato in grado di mantenere un certo livello di qualità degli incontri ed eventi collaterali proposti, tale da sviluppare una certa fiducia nel pubblico e condurlo a voler presenziare anche alle edizioni successive. Tutto ciò è testimoniato anche dai dati sui

numeri del pubblico annunciati nei comunicati stampa del Festival, i quali attestano la crescita dei partecipanti negli anni.

FIDELIZZAZIONE AL FESTIVAL

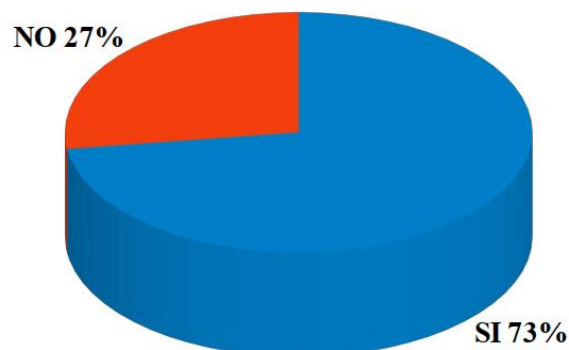


Figura 21. Fidelizzazione del pubblico al Festival della Politica. Fonte: questionario della Fondazione Pellicani somministrato nel 2017.

NUMERO DI EDIZIONI A CUI SI È PRESO PARTE

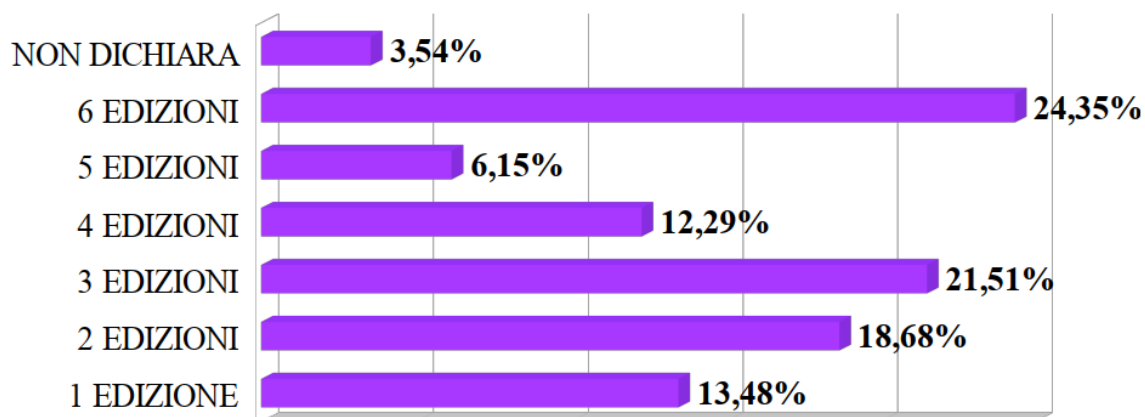


Figura 22. Numero di edizioni a cui il campione ha partecipato. Fonte: questionario della Fondazione Pellicani somministrato nel 2017.

Come si può notare dal grafico sopra riportato, la percentuale maggiore dei rispondenti ha preso parte a 6 edizioni. Essendo il questionario stato sottoposto al pubblico nel 2017, significa che il 24,35% degli intervistati ha partecipato a tutte le edizioni del Festival, a partire dal 2011.

Segue la percentuale del 21,51%, che corrisponde a 3 edizioni totali a cui si ha partecipato. Ipotizzando che queste 3 edizioni siano quelle più recenti rispetto all'anno di questa indagine sul pubblico, risulta comunque un dato positivo, considerando che le prime edizioni (a partire dal 2011) consistevano in un evento di piccole dimensioni, con poche sedi e ospiti coinvolti e, di conseguenza, ancora poco conosciuto.

Per quanto riguarda il profilo socio-demografico dei partecipanti, essi sono un pubblico principalmente di donne, dai 50 anni in su, e hanno un livello di istruzione elevato (quasi la metà del campione ha conseguito una laurea); relativamente ai profili occupazionali, tale campione è composto in prevalenza di pensionati, seguiti dai lavoratori dipendenti, dagli studenti e dagli insegnanti.

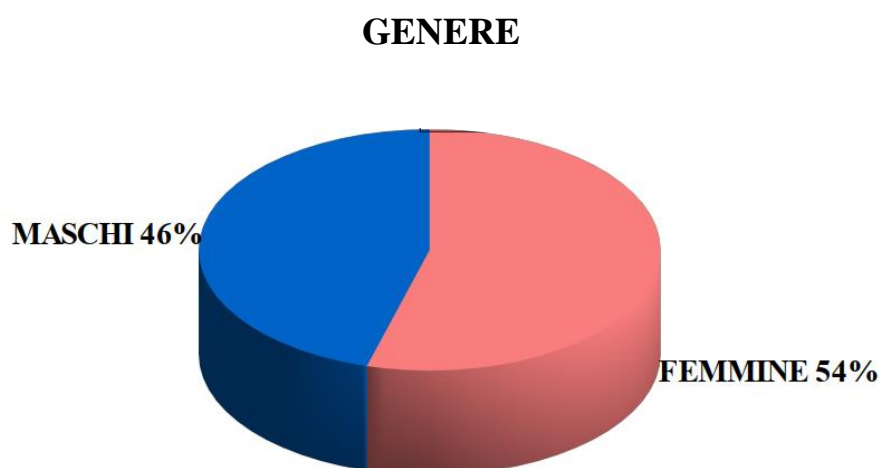


Figura 23. Genere del pubblico del Festival della Politica. Fonte: questionario della Fondazione Pellicani somministrato nel 2017.

Esaminando tali dati si può affermare che prevalgono dell'8% le donne rispetto ai partecipanti uomini e, quindi, che la differenza tra i due gruppi è ridotta. Ad ogni modo, questa prevalenza femminile risulta coerente con le analisi di altri festival culturali italiani.

FASCE DI ETÀ

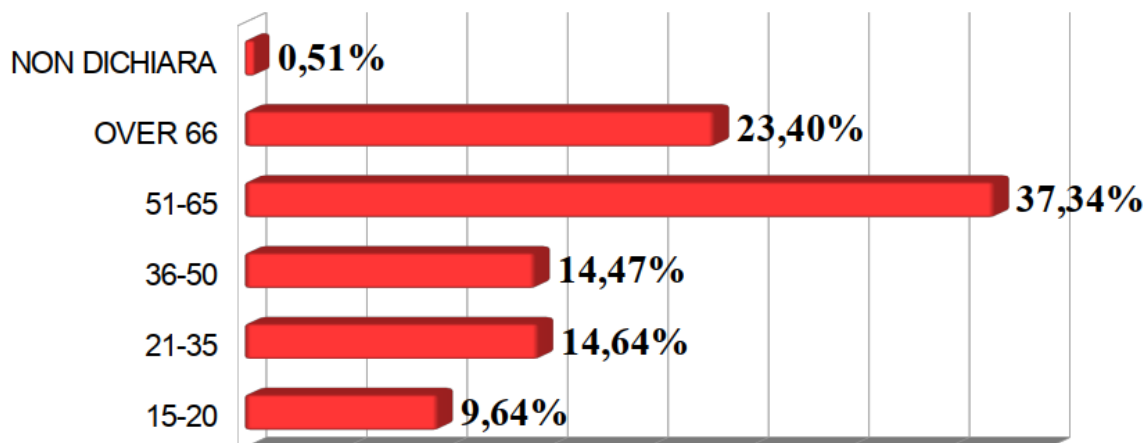


Figura 24. Età del pubblico del Festival della Politica. Fonte: questionario della Fondazione Pellicani somministrato nel 2017.

La maggioranza degli intervistati (il 61% circa) ha più di 50 anni. Anche questo aspetto risulta in linea con le indagini sugli altri festival ed eventi culturali italiani, in cui la maggioranza del pubblico mediamente supera i 50 anni. Il fatto che i giovani che partecipano ai vari incontri della rassegna siano in numero minore, può dipendere dal fatto che alcuni relatori invitati siano in parte poco conosciuti dal mondo giovanile e noti, invece, alle persone di età maggiore. Un'ulteriore motivazione può anche essere connessa alla poca conoscenza di cosa davvero sia il Festival della Politica, il cui titolo può alludere ad un evento che tratta esclusivamente di politica, con gli ospiti provenienti solamente da quel mondo. Sicuramente questo aspetto non incentiva le persone e, soprattutto, i giovani, a frequentare le sedi del Festival. Probabilmente, se fosse conosciuto bene da tutti come un evento che tratta di temi di attualità, anche le persone di età inferiore ai 50 anni presenzerebbero in numero maggiore.

LIVELLO DI ISTRUZIONE

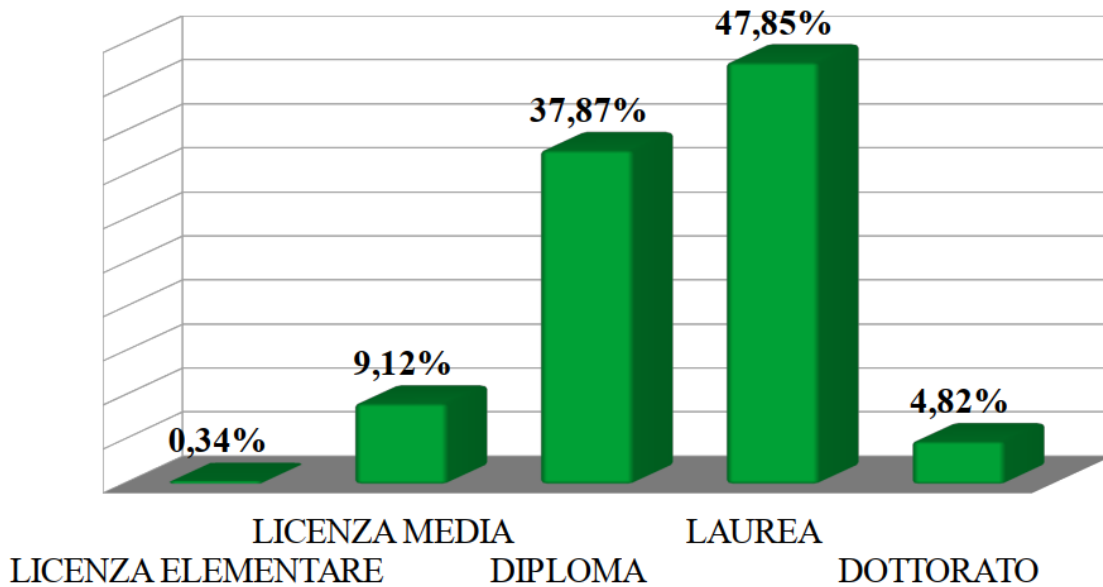


Figura 25. Livello di istruzione del pubblico del Festival della Politica. Fonte: questionario della Fondazione Pellicani somministrato nel 2017.

Dal grafico si evince come il 47,85% delle persone intervistate abbia una Laurea. Segue il 37,87% del pubblico che possiede invece un diploma. Questo significa che, affrontando tematiche importanti con ospiti di un certo rilievo, sicuramente il Festival coinvolge persone con un elevato livello di istruzione. È anche vero, però, che esso mira anche a rendere parte dell'evento la comunità intera, permettendo a tutti di poter comprendere e accrescere le proprie conoscenze su certe tematiche. È probabile, quindi, che tali percentuali negli anni successivi siano variate, con una crescita anche di partecipanti dal livello di istruzione medio.

PROFILI OCCUPAZIONALI

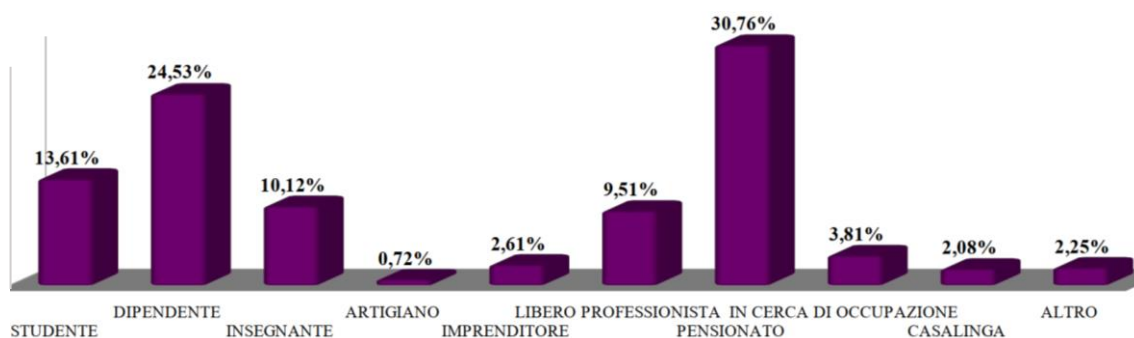


Figura 26. Profili occupazionali del pubblico del Festival della Politica. Fonte: questionario della Fondazione Pellicani somministrato nel 2017.

In merito alle occupazioni dei rispondenti, la percentuale maggiore risulta quella dei pensionati, coerentemente con il fatto che più della metà di coloro a cui è stato somministrato il questionario hanno in media più di 50 anni.

PROVENIENZA

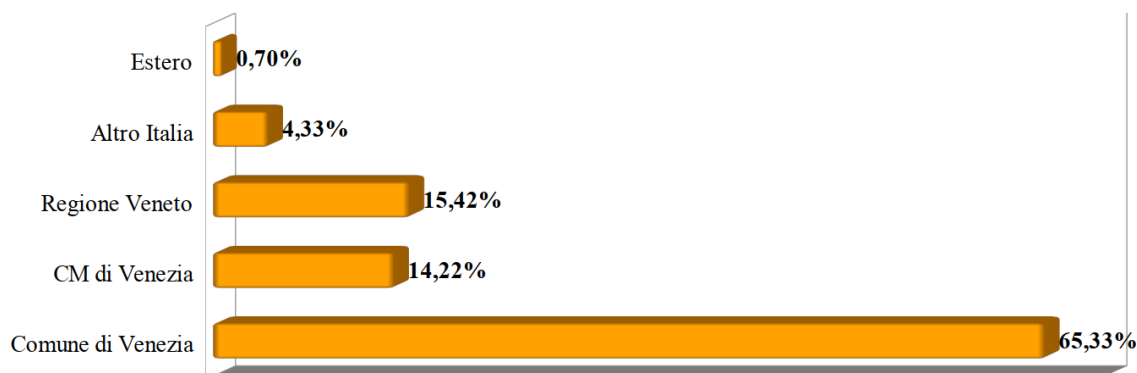


Figura 27. Provenienza del pubblico del Festival della Politica. Fonte: questionario della Fondazione Pellicani somministrato nel 2017.

Il pubblico intervistato è risultato provenire soprattutto dal Comune e dalla Città Metropolitana di Venezia (circa l'80%). Sicuramente ciò dipende dal fatto che il Festival è organizzato a Mestre, ossia in territorio veneziano, ed è percepito dai cittadini anche

come un'occasione per riunire la comunità veneziana nei suoi spazi pubblici, essendo ormai conosciuto da tutti nella zona.

La maggioranza dei rispondenti proviene, più in generale, dalla regione del Veneto. Le percentuali del 4,33% e dello 0,70% indicano rispettivamente la provenienza del pubblico da altre regioni italiane e dall'estero, attestando una conoscenza di questo evento anche a livello nazionale e internazionale.

CANALI DI INFORMAZIONE

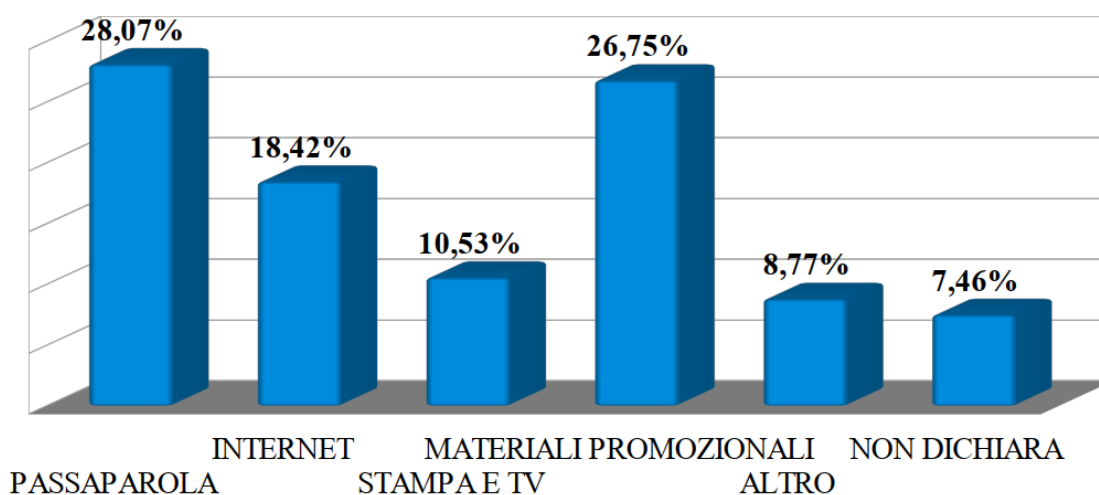


Figura 28. Canali di informazione utilizzati dal pubblico del Festival della Politica. Fonte: questionario della Fondazione Pellicani somministrato nel 2017.

Dalle risposte al questionario è risultato che il pubblico si è informato in merito all'evento soprattutto attraverso il passaparola e i materiali promozionali distribuiti. Segue chi ha utilizzato internet e chi ha cercato informazioni sulla stampa. Il fatto che la percentuale relativa al passaparola sia la più alta (28,07%) dimostra come il Festival nel tempo si sia sempre confermato un evento di qualità, tanto da generare opinioni positive del pubblico che hanno, a loro volta, incentivato ulteriori persone a parteciparvi.

La seconda percentuale più alta, quella inerente ai materiali promozionali (26,75%), è connessa alla consuetudine degli organizzatori della manifestazione a pubblicizzare l'evento tramite manifesti, striscioni, locandine, totem, pieghevoli.

Il canale di informazione “Internet” presenta la terza percentuale più alta (18,42%), molto probabilmente aumentata negli anni successivi. Infatti, questo evento si è sempre di più rivolto alle piattaforme online come Facebook, Twitter, YouTube e recentemente anche Instagram, che gli ha permesso di raggiungere e farsi conoscere da sempre più persone.

GRADO DI SODDISFAZIONE

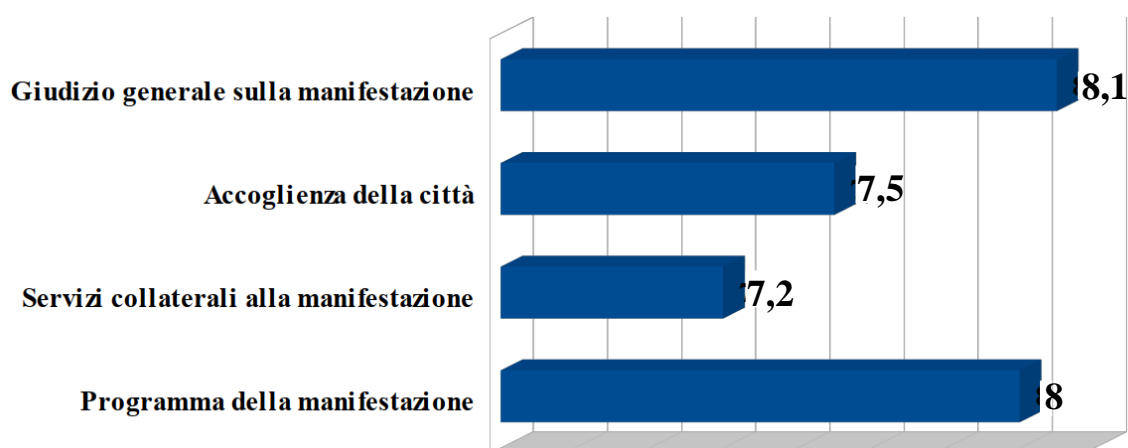


Figura 29. Grado di soddisfazione del pubblico del Festival della Politica. Fonte: questionario della Fondazione Pellicani somministrato nel 2017.

Gli intervistati, tra i vari aspetti, hanno apprezzato in particolare il programma della manifestazione (con un giudizio medio di 8/10) e l'accoglienza della città (7,5/10). Per quanto riguarda la prima valutazione, sicuramente il Festival continua nel tempo a confermare presso il pubblico il proprio valore, sia per quanto concerne le tematiche scelte, sia per gli incontri ed eventi collaterali proposti e gli ospiti invitati. Inerentemente all'aspetto dell'accoglienza della città, la sua valutazione positiva è il risultato del grande progetto di riqualificazione urbana che ha coinvolto Mestre in anni recenti e che gli ha permesso di divenire una città adeguata ad ospitare grandi eventi e coinvolgere la cittadinanza nei suoi spazi pubblici.

Il giudizio generale attribuito all'evento è stato di 8,1/10. Emerge positivamente, inoltre, come gli aspetti valutati dal pubblico intervistato siano tutti al di sopra dei 7 punti su un totale di 10.

ACQUISTO DI LIBRI

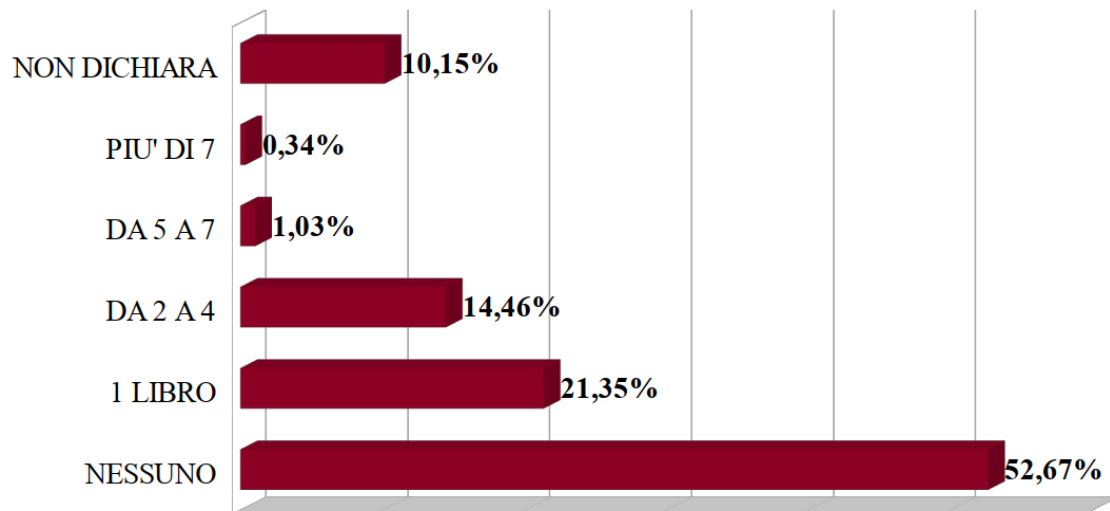


Figura 30. Acquisto di libri durante il Festival della Politica. Fonte: questionario della Fondazione Pellicani somministrato nel 2017.

Un'indagine del 2015, presentata durante la Fiera dell'editoria di Milano, sottolinea come in Italia si legga poco. Le risposte dei questionari somministrati durante il Festival della Politica inerenti all'acquisto di libri confermano tale tendenza. Poco più della metà degli intervistati, infatti, non ha acquistato nessun libro nelle giornate della rassegna. Va sottolineato, però, che un vero e proprio showroom di libri a disposizione del pubblico è stato allestito solamente in seguito, ossia nell'edizione del 2021, con un'ampia tensostruttura realizzata grazie all'unione di importanti librerie mestrine e al sostegno di Confcommercio e dell'associazione ALI. Negli anni precedenti, invece, nella maggior parte dei casi veniva allestito una sorta di mercatino nelle varie sedi degli incontri, in occasione delle presentazioni dei libri degli autori invitati.

La seconda parte del questionario è stata rivolta al pubblico residente nel Comune e nella Città Metropolitana di Venezia, a cui è stato chiesto di esprimere giudizi su come il Festival abbia modificato il loro modo di percepire la città e di fruire di altre attività culturali. In questo caso le persone coinvolte rispetto al campione totale sono state 461.

Sono stati indagati gli aspetti di sé che secondo i rispondenti vengono coinvolti nella loro partecipazione alla manifestazione, ossia quello cognitivo, quello sociale, quello politico e quello estetico. I primi tre sono risultati essere evocati in modo all'incirca equo, mentre l'aspetto estetico è quello che emerge meno.

ASPETTI DEL SÈ COINVOLTI NELLA PARTECIPAZIONE AL FESTIVAL

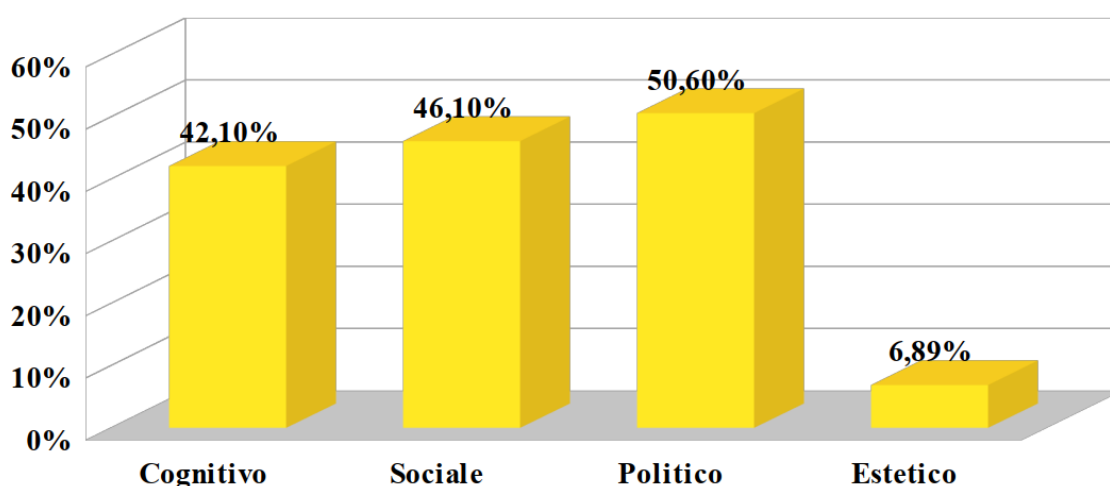


Figura 31. Aspetti del sé coinvolti nella partecipazione del pubblico al Festival della Politica. Fonte: questionario della Fondazione Pellicani somministrato nel 2017.

Solo 17 persone (3%) hanno segnato tutte le risposte, dichiarando di sentire coinvolte tutte le dimensioni. La maggior parte ha barrato una o due risposte (rispettivamente 38% e 37%), mentre il 18% ha segnato tre risposte. Ciò significa che, per più della metà dei rispondenti, sono molteplici le dimensioni coinvolte durante la partecipazione al Festival.

Osservando l'istogramma si può notare come l'aspetto politico sia quello maggiormente evocato mentre si prende parte all'evento (50,60%). A questa percentuale si avvicinano anche quelle della dimensione sociale (46,10%) e cognitiva (42,10%). Per quanto riguarda la prima, essa può essere spiegata dal fatto che si tratta di un evento aperto a tutti, svolto nei luoghi pubblici della città e che sviluppa, quindi, anche un senso di comunità e conduce all'interazione tra gli individui. Per quanto concerne la dimensione cognitiva, sicuramente gli incontri organizzati in occasione del Festival rappresentano

uno stimolo e una fonte di nuove conoscenze, riflessioni e idee che i partecipanti possono acquisire e sviluppare.

È stato poi indagato se la partecipazione degli intervistati alla rassegna potesse generare in loro attitudini diverse rispetto alla quotidianità, e le risposte sono state positive: molti ritengono che il Festival permetta di riflettere e approfondire tematiche di attualità, ampliare i propri interessi e migliorare le relazioni sociali.

NASCITA DI NUOVI INTERESSI GRAZIE AL FESTIVAL

La partecipazione al Festival:	Totalmente in disaccordo	Parzialmente in disaccordo	Parzialmente d'accordo	Totalmente d'accordo	Non dichiara
Ha ampliato il mio panorama di interessi	3,9%	11,9%	49,7%	33,3%	1,2%
Mi permette di scoprire il mondo della cultura	5,6%	14,6%	50,6%	27,5%	1,7%
Mi permette di migliorare la qualità delle mie relazioni sociali	8,5%	28,0%	49,1%	12,0%	2,4%
Durante i giorni del Festival mi sento parte di una comunità	7,1%	19,7%	45,3%	26,7%	1,2%
Mi permette di riflettere e approfondire su questioni di attualità	1,7%	2,9%	32,1%	62,8%	0,5%

Figura 32. Interessi, propensioni e idee generate dalla partecipazione al Festival del pubblico intervistato. Fonte: questionario della Fondazione Pellicani somministrato nel 2017.

Osservando la tabella sopra riportata si può notare come l'opzione "Mi permette di riflettere e approfondire su questioni di attualità" sia quella che ha ottenuto la percentuale più alta di "Totalmente d'accordo" (62,8%). Lo scopo principale del Festival, infatti, è proprio quello di trattare tematiche di attualità, connesse anche alla dimensione politica. Basti pensare al tema dell'edizione stessa in cui sono stati somministrati i questionari (2017), ossia il disordine globale che in quel momento si stava attraversando, sia dal punto di vista geopolitico che economico.

L'affermazione "Mi permette di scoprire il mondo della cultura" è, invece, quella con la maggior percentuale di "Parzialmente d'accordo" (50,6%), alla quale si avvicinano anche le opzioni "Ha ampliato il mio panorama di interessi" (49,7%) e "Mi permette di migliorare la qualità delle mie relazioni sociali" (49,1%). Ciò risulta coerente con il coinvolgimento degli aspetti del sé di tipo sociale e cognitivo analizzati nel grafico precedente.

Se si considerano le risposte positive, ossia “Totalmente d'accordo” e “Parzialmente d'accordo”, tutte le affermazioni della tabella superano almeno il 60%, perciò si può affermare che il Festival abbia ricevuto una valutazione positiva per quanto riguarda le nuove attitudini che è in grado di stimolare sui partecipanti.

Inoltre, emerge che: l'evento genera valori per la comunità, rende la città un centro culturale e riesce a migliorare l'immagine della città stessa.

ALTRI CONTRIBUTI POSITIVI DEL FESTIVAL

Il Festival contribuisce a:	Totalmente in disaccordo	Parzialmente in disaccordo	Parzialmente d'accordo	Totalmente d'accordo	Non dichiara
Generare valore per la comunità	3,0%	7,5%	35,8%	52,5%	1,2%
Rendere la città un centro culturale	1,6%	5,6%	37,4%	54,9%	0,5%
Creare nuove istituzioni culturali	5,6%	20,7%	48,2%	23,9%	1,6%
Introdurre nuove idee e a produrre nuove forme di cultura	3,0%	11,1%	45,8%	36,4%	3,7%
Migliorare l'immagine della città nel resto d'Italia e all'estero	4,0%	14,8%	42,8%	35,6%	2,8%
Sviluppare l'economia locale	5,4%	22,3%	52,6%	16,9%	2,8%
Attrarre nuovi talenti	10,3%	26,9%	42,2%	17,8%	2,8%
Aumentare l'offerta culturale anche durante il resto dell'anno	5,4%	18,5%	43,2%	30,6%	2,3%
Migliorare l'immagine della città nei propri cittadini	1,4%	9,9%	43,8%	43,3%	1,6%

Figura 33. Contributi del Festival per la città secondo il pubblico intervistato. Fonte: questionario della Fondazione Pellicani somministrato nel 2017.

L'opzione “*Rendere la città un centro culturale*” detiene la più alta percentuale di “Totalmente d'accordo” (54,9%). Tale esito rispecchia esattamente ciò che il Festival mira a creare in città, ossia vari spazi aperti a tutta la cittadinanza all'insegna dell'approfondimento culturale, coinvolgendo accademici, economisti, giornalisti, scrittori, giuristi, politologi, filosofi, artisti e attività come le librerie mestrine (oltre che, negli anni successivi, anche istituzioni culturali come il Museo M9). A questa percentuale si avvicina anche quella dell'affermazione “*Generare valore per la comunità*” (52,5% di “Totalmente d'accordo”), da interpretare non solo come valore culturale, ma anche come valore sociale ed economico.

Per quanto riguarda la sezione “Parzialmente d'accordo”, il maggior numero di risposte si ritrova nell'opzione “*Sviluppare l'economia locale*” (52,6%): come emerso

nell'analisi dell'impatto economico del Festival stilata nelle pagine precedenti, sono evidenti i benefici anche economici che questo evento può generare in città.

Anche in questo caso, considerando le risposte positive, cioè “Totalmente d'accordo” e “Parzialmente d'accordo”, tutte le opzioni della tabella superano almeno il 60%, con la maggioranza che oltrepassa il 70%. Ne deriva, quindi, che anche per questi ulteriori aspetti di cui si è richiesta ai rispondenti la valutazione, il Festival risulta di impatto positivo sulla città e sui partecipanti all'evento.

Relativamente agli stimoli innescati dalla manifestazione, gli intervistati dichiarano soprattutto di dedicare più tempo a leggere libri, riviste, quotidiani e a partecipare ad attività culturali promosse in città (teatri, gallerie, concerti, incontri..).

STIMOLI GENERATI DAL FESTIVAL

Da quando frequento il Festival dedico più tempo a:

Partecipare ad attività culturali promosse in città (teatri, gallerie, concerti, incontri..)	18,6%
Ricerca e leggere libri, riviste, quotidiani	22,8%
Frequentare biblioteche e librerie	12,8%
Partecipare ad altri festival	12,1%
Accedere a blog, siti, canali tv, stazioni radio di taglio culturale	12,7%
Partecipare alla vita delle associazioni culturali del territorio	12,3%
Non dichiara	8,7%

Figura 34. Stimoli generati nel pubblico dal Festival. Fonte: questionario della Fondazione Pellicani somministrato nel 2017.

Si può sottolineare, quindi, come questo evento sia sicuramente un incentivo al compimento di ulteriori azioni di tipo culturale: da un lato i partecipanti tendono a informarsi maggiormente sulle tematiche affrontate nei vari incontri in piazza, ricercando materiali da leggere; dall'altro lato sono incoraggiati a partecipare a ulteriori attività culturali, promosse in primis dal Festival con i suoi eventi collaterali (come spettacoli teatrali e proiezioni cinematografiche).

Inoltre, sempre riguardo agli effetti generati dalla manifestazione, quasi l'80% degli intervistati ha dichiarato che, durante la partecipazione all'evento, aumenta il senso di far parte di una comunità e di vivere di più gli spazi pubblici, a dimostrazione che l'utilizzo

culturale di tali spazi contribuisce alla rivitalizzazione urbana, anche dal punto di vista della partecipazione degli abitanti alla vita cittadina.

ULTERIORI EFFETTI DEL FESTIVAL

	Totalmente in disaccordo	Parzialmente in disaccordo	Parzialmente d'accordo	Totalmente d'accordo	Non dichiara
La partecipazione al festival contribuisce a farmi sentire parte della comunità	9,5%	14,8%	46,2%	29,2%	0,3%
La partecipazione al festival mi ha permesso di partecipare e vivere maggiormente gli spazi comuni della comunità	4,8%	16,3%	48,5%	29,2%	1,2%
Credo che la presenza del festival abbia favorito l'incontro e il dialogo tra le diverse rappresentanze nazionali che vivono sul territorio	6,5%	24,4%	47,9%	20,5%	0,7%
La partecipazione al festival contribuisce ad aumentare il mio desiderio di partecipare attivamente alla vita della comunità	7,6%	20,2%	48,5%	22,2%	1,5%

Figura 35. Effetti generati dal Festival secondo il pubblico intervistato. Fonte: questionario della Fondazione Pellicani somministrato nel 2017.

Sicuramente da queste risposte emerge la dimensione sociale che il Festival è in grado di evocare, come in precedenza sottolineato. Inoltre, esso consente anche di scoprire e vivere più a fondo gli spazi pubblici della città di Mestre, essendo i propri incontri organizzati proprio nei luoghi cittadini.

Per quanto concerne il modo di vivere e percepire la città, alla domanda “*Ritiene che il Festival abbia contribuito a modificare il suo modo di vivere la città e il suo territorio?*” la risposta maggiormente quotata è stata “sì abbastanza”, seguita da “sì poco”.

IL FESTIVAL HA MODIFICATO IL MODO DI VIVERE LA CITTÀ

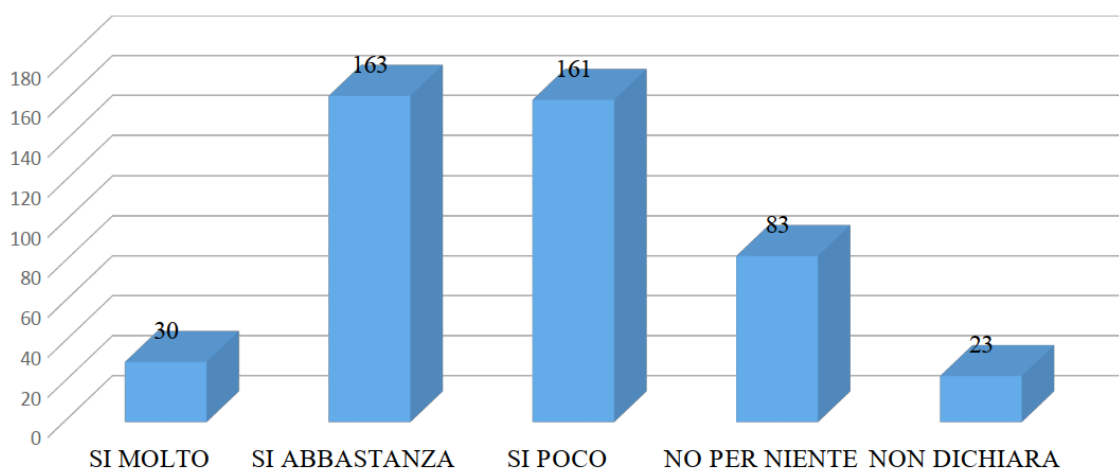


Figura 36. Opinioni degli intervistati su quanto il festival abbia modificato il loro modo di vivere la città di Mestre. Fonte: questionario della Fondazione Pellicani somministrato nel 2017.

Coloro che hanno barrato una delle tre risposte positive, ossia “sì molto”, “sì abbastanza”, “sì poco”, sono stati sottoposti ad ulteriori quesiti, ossia:

COME IL FESTIVAL HA MODIFICATO IL MODO DI VIVERE LA CITTÀ

	Totalmente in disaccordo	Parzialmente in disaccordo	Parzialmente d'accordo	Totalmente d'accordo	Non dichiara
Ho scoperto degli spazi e dei luoghi che non conoscevo e che ora continuo a frequentare	25,9%	23,1%	35,1%	14,2%	1,7%
Sento di vivere meglio negli spazi della città e del territorio	12,6%	23,4%	43,2%	18,8%	2%
Mi sento maggiormente impegnato nel promuovere nuove forme di offerta culturale per la città e il suo territorio	11,1%	28,2%	40,2%	18,2%	2,3%
Mi sento più orgoglioso della mia città e del suo territorio	6,2%	12,8%	47,5%	32,7%	0,8%

Figura 37. Quesiti posti al pubblico che ha affermato che il Festival ha mutato il proprio modo di vivere la città. Fonte: questionario della Fondazione Pellicani somministrato nel 2017.

Si può notare come la percentuale più alta di risposte positive (“Totalmente d’accordo” e “Parzialmente d’accordo”) si sia registrata nell’affermazione “*Mi sento più orgoglioso della mia città e del suo territorio*” (80,2%). Questo esito è certamente collegato al miglioramento dell’immagine di Mestre generato dal Festival: proponendo incontri ed

eventi collaterali di qualità, è facile che gli abitanti siano incentivati a parteciparvi e a provare, in seguito, un senso di orgoglio e soddisfazione per le attività culturali proposte dalla propria città.

La percentuale più bassa di risposte positive, invece, si riferisce a *“Ho scoperto degli spazi e dei luoghi che non conoscevo e che ora continuo a frequentare”* (49,3%), che si può spiegare con il fatto che il Festival si svolge nelle principali piazze mestrine, le quali sono già abbastanza conosciute dai cittadini. Piuttosto si può sostenere che, durante l’evento, essi le frequentino in maniera maggiore e con uno spirito diverso, essendo tali piazze allestite appositamente per gli incontri della rassegna.

Si aggiunge anche che il 56% dei rispondenti afferma che la presenza della manifestazione ha cambiato la propria visione della città:

INFLUENZA DEL FESTIVAL NELLA PERCEZIONE DELLA CITTÀ

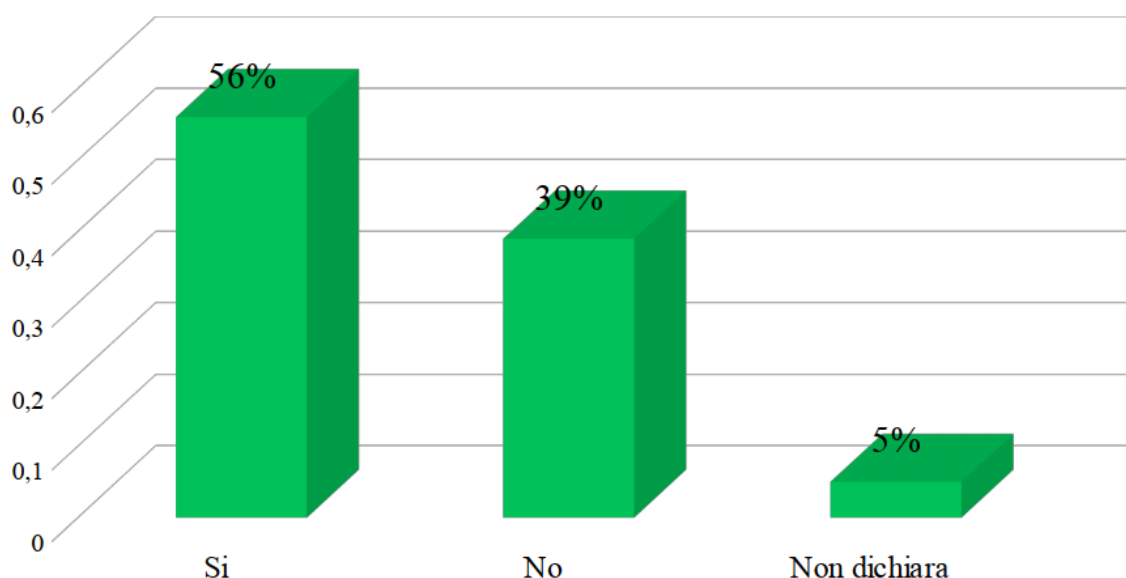


Figura 38. Influenza del Festival nella percezione da parte del pubblico della città di Mestre. Fonte: questionario della Fondazione Pellicani somministrato nel 2017.

Indubbiamente la presenza del Festival induce a considerare Mestre come un luogo in grado di organizzare e ospitare eventi di una certa portata. Inoltre, tale città, durante

questo evento, diventa maggiormente frequentata dai cittadini, i quali si muovono di più tra i luoghi mestrini e li vivono in ottica diversa rispetto al solito, percependoli come spazi in cui è possibile acquisire e stimolare nuove consapevolezza e riflessioni. Essendo gli abitanti maggiormente presenti nei luoghi pubblici della propria città, assume ulteriormente importanza anche la dimensione della socialità.

Tutto ciò è in linea con una delle domande successive del questionario, ossia:

IL FESTIVAL ARRICCHISCE L'IMMAGINE DI MESTRE?

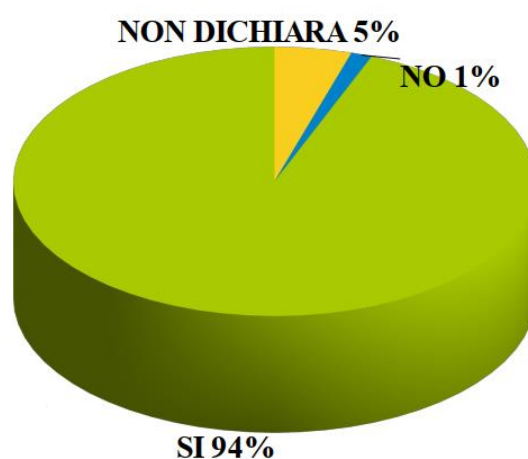


Figura 39. Impatto del Festival sull'immagine di Mestre. Fonte: questionario della Fondazione Pellicani somministrato nel 2017.

Riguardo alcuni dei temi più dibattuti in città, come rigenerazione urbana, commercio, mobilità, dal questionario emerge un particolare apprezzamento per gli interventi di riqualificazione urbanistica del centro di Mestre (82,4% di risposte positive), che viene considerata un luogo dove passare il tempo libero dal 66,6% delle persone.

Oltre a ciò, gli intervistati affermano che la città è facilmente raggiungibile con i mezzi pubblici e privati (77,3%), risultato che si deve al grande progetto di riconversione urbana degli anni precedenti.

Per quanto concerne i giudizi sull'offerta commerciale e culturale mestrina, i rispondenti si dividono circa a metà tra chi la giudica abbastanza adeguata e chi invece non molto adeguata.

TEMI MAGGIORMENTE DIBATTUTI NEL TERRITORIO

	Totalmente in disaccordo	Parzialmente in disaccordo	Parzialmente d'accordo	Totalmente d'accordo	Non dichiarata
I recenti interventi di recupero e riqualificazione urbanistica realizzati nel centro di Mestre hanno reso l'area complessivamente più gradevole	3,4%	14,0%	43,2%	39,2%	0,2%
Trovo il centro di Mestre un luogo attrattivo, dove è piacevole passare parte del mio tempo libero	8,0%	24,9%	49,2%	17,4%	0,5%
Ritengo che l'offerta commerciale del centro di Mestre (con i servizi ad essa correlati: parcheggi, aree pedonali, ecc.) sia complessivamente adeguata	15,2%	35,0%	39,6%	9,2%	1,0%
Ritengo che l'offerta culturale del centro di Mestre, nell'arco dell'intero anno, sia complessivamente adeguata	14,8%	31,7%	43,4%	9,9%	0,2%
Ritengo che il centro di Mestre sia facilmente raggiungibile con mezzi pubblici e privati	5,8%	16,2%	45,9%	31,4%	0,7%

Figura 40. Giudizio degli intervistati su affermazioni inerenti ai temi maggiormente dibattuti in città. Fonte: questionario della Fondazione Pellicani somministrato nel 2017.

Concentrandosi sulle risposte inerenti all'adeguatezza dell'offerta culturale di Mestre, prevalgono leggermente le risposte positive, che registrano un 53,3%. Sottolineando che queste risposte sono state rilevate nel 2017, è importante evidenziare che negli anni l'offerta culturale della città si è ulteriormente evoluta, anche grazie alle iniziative e attività proposte dal Museo M9 (inaugurato nel 2018).

La terza parte del questionario è stata rivolta al pubblico proveniente da fuori Città Metropolitana, ossia a circa 120 persone. Tra questi intervistati, il 70% rientra nella tipologia "escursionista", ovvero che non pernotta in città, mentre il 25% si rivela "turista".

COMPOSIZIONE DEL PUBBLICO PROVENIENTE DA FUORI CITTÀ

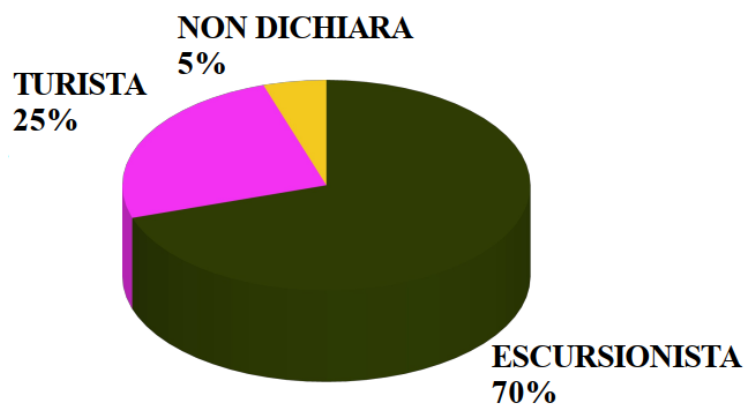


Figura 41. Tipologia degli intervistati provenienti da fuori Città Metropolitana. Fonte: questionario della Fondazione Pellicani somministrato nel 2017.

Tra coloro rientranti nella categoria “turisti”, la maggioranza ha pernottato a Mestre, seguita da Venezia, Mogliano Veneto e Martellago.

CITTÀ DI PERNOTTAMENTO DEI TURISTI

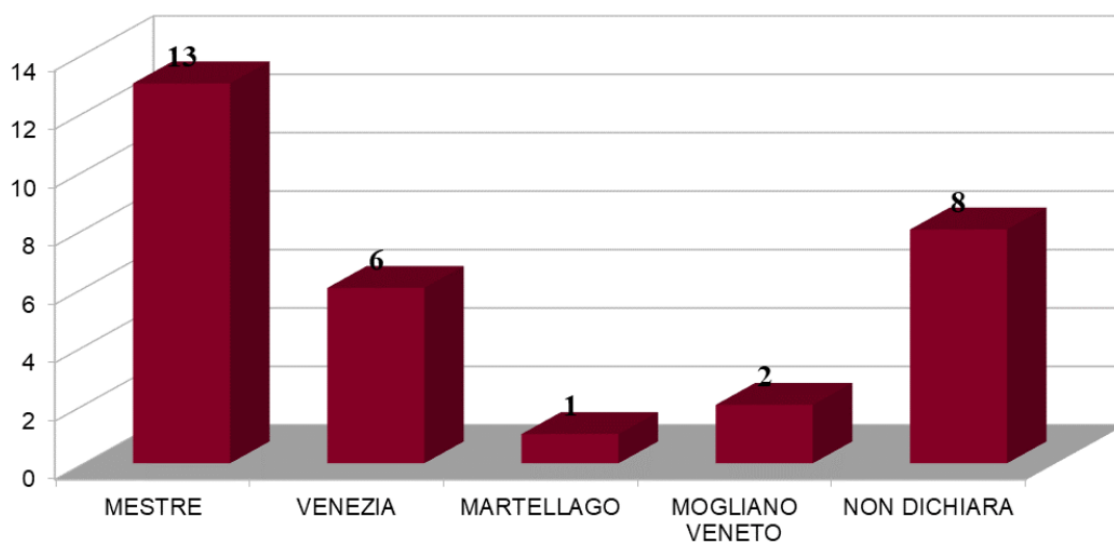


Figura 42. Luoghi di pernottamento dei turisti del campione intervistato. Fonte: questionario della Fondazione Pellicani somministrato nel 2017.

In relazione alle strutture ricettive in cui hanno alloggiato i turisti, la maggior parte ha pernottato presso amici e parenti e i rimanenti presso alberghi o presso una propria casa in zona.

TIPOLOGIE DI ALLOGGI DEI TURISTI

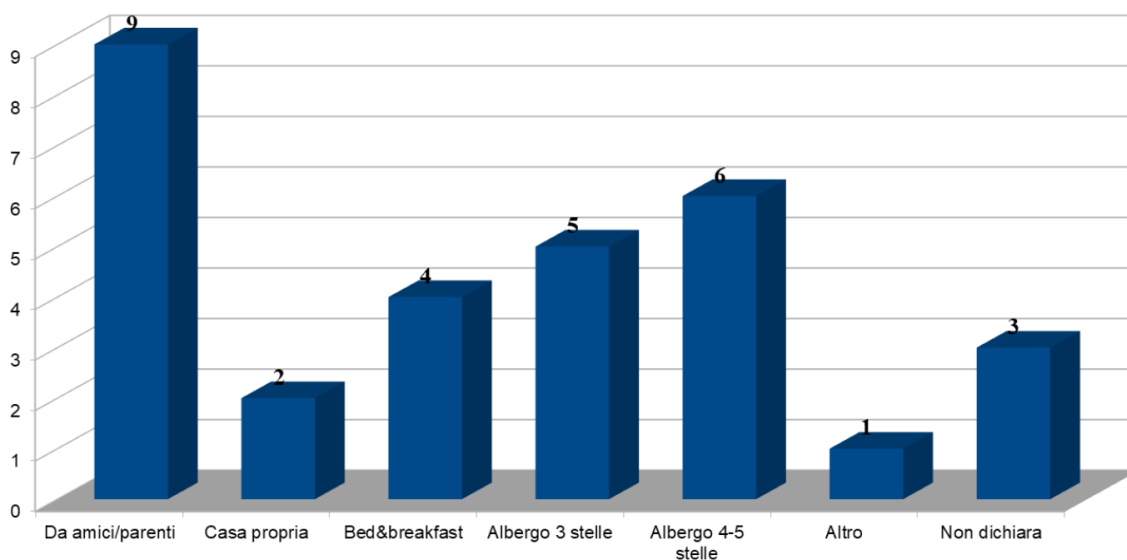


Figura 43. Alloggi presso cui hanno pernottato i turisti del campione intervistato. Fonte: questionario della Fondazione Pellicani somministrato nel 2017.

Ragionando in termini di benefici economici generati a Mestre dai partecipanti all'evento, su 30 turisti esattamente la metà hanno pernottato in alloggi presenti in città, garantendo loro un introito.

Come si può notare dal grafico sottostante, prevalgono le 2-3 notti di permanenza dei turisti, conformemente alla durata del Festival 2017, che, come quasi in tutte le edizioni, si è sviluppato in 4 giornate.

NUMERO DI NOTTI TRASCORSE DAI TURISTI IN CITTÀ

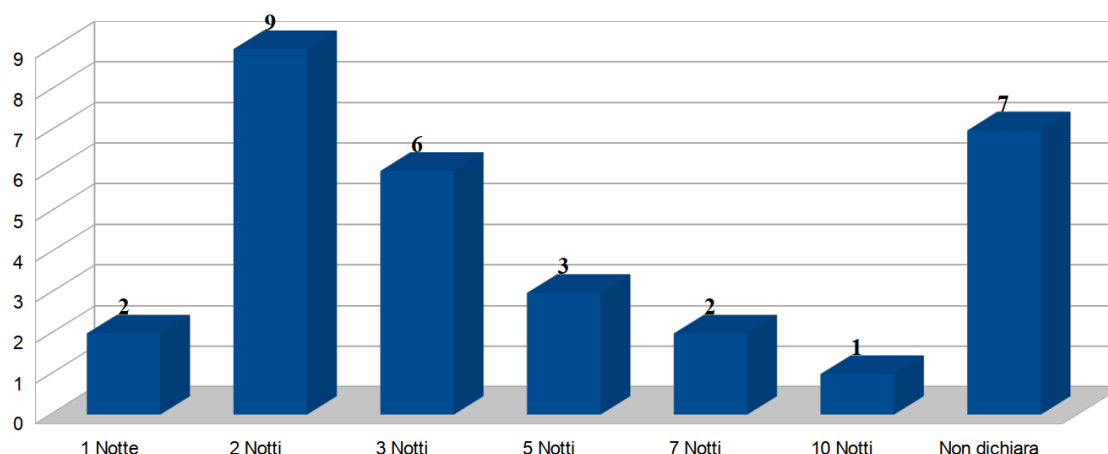


Figura 44. Numero di notti registrate dai turisti del campione intervistato. Fonte: questionario della Fondazione Pellicani somministrato nel 2017.

Oltre il 70% dei visitatori provenienti da fuori, sia turisti che escursionisti, ha affermato essersi recato a Mestre appositamente per partecipare al Festival. Questo risultato testimonia come questo evento abbia raggiunto già nel 2017 una certa importanza e popolarità, tale da spingere le persone non residenti a Mestre a spostarsi per partecipare alle varie giornate di incontri.

Ad ogni modo, anche coloro che non si sono diretti a Mestre espressamente per questa manifestazione (19,2%), sono stati comunque attratti dai dibattiti e dialoghi nelle piazze, fino a decidere di seguirli.

MOTIVO DELLA VISITA A MESTRE

È venuto a Mestre per:

Appositamente o principalmente per seguire il Festival	71,6%	86
Per altri motivi e ha deciso poi di seguirlo	19,2%	23
È di passaggio e la visita è stata casuale	4,2%	5
Altro	0,8%	1
Non dichiara	4,2%	5

Figura 45. Motivazioni dello spostamento a Mestre degli intervistati. Fonte: questionario della Fondazione Pellicani somministrato nel 2017.

La maggioranza dei rispondenti dichiara anche di seguire mediamente 2/3 incontri al giorno.

NUMERO MEDIO DI INCONTRI SEGUITI AL GIORNO

In media quanti eventi segue in una giornata?		
1 incontro	12,5%	15
2 incontri	30,8%	37
3 incontri	27,6%	33
4 incontri	2,5%	3
5 incontri	0,8%	1
Non dichiara	25,8%	31

Figura 46. Numero di eventi seguiti al giorno dai rispondenti. Fonte: questionario della Fondazione Pellicani somministrato nel 2017.

Il questionario si è concluso con una domanda relativa al budget di questi visitatori esterni per la loro visita all'evento. Oltre il 64% dichiara di avere un budget inferiore ai 50 euro: questo vuol dire che essi sono visitatori provenienti, probabilmente, dai Comuni circostanti. Questo dato spiega l'alta percentuale di escursionisti (70%) rispetto a quella dei turisti (25%) e conferma la composizione del pubblico della manifestazione, principalmente caratterizzata da persone del Veneto.

Qual è il suo budget per la visita al Festival?		
Meno di 50 euro	64,2%	77
Da 50 a 150 euro	12,5%	15
Da 150 a 300 euro	5%	6
Oltre i 300 euro	0,8%	1
Non dichiara	17,5%	21

Figura 47. Budget degli intervistati per il Festival. Fonte: questionario della Fondazione Pellicani somministrato nel 2017.

3.5.1 L'evoluzione del pubblico del Festival nel tempo

In termini numerici, le persone partecipanti al Festival della Politica sono cresciute nelle varie edizioni.

Nelle prime due (del 2011 e del 2012), chiamate ancora con il titolo di "Voci fuori campo. Conversazioni all'ombra della Torre", si sono registrati circa 2000 partecipanti, con alcune unità in più nella seconda edizione (2012). Quest'ultima, infatti, ha previsto

un numero maggiore di incontri, passando da 6 a 7 eventi, distribuiti sempre nello stesso numero di giornate rispetto all'anno precedente, ossia tre.

Nel 2013, quando la manifestazione assume il titolo ufficiale di “Festival della Politica”, viene pianificato un progetto di più grande portata, con più di 50 appuntamenti, a cui partecipano ben 20.000 persone in quattro giorni e migliaia di seguaci nei *social* Facebook e Twitter. Questo dimostra che il Festival comincia presto a divenire di richiamo nazionale.

Durante le cinque giornate dell'edizione del 2014 il pubblico risulta a quota 30.000 persone partecipanti ai 40 incontri proposti. Oltre 35.000 sono state le visualizzazioni nel sito del Festival, più di 140mila i contatti con utenti Facebook, 7mila i tweet con l'hashtag “#festpolitica”.

Nel 2015 le presenze superano la quota 30.000 dell'anno precedente, e si distribuiscono in cinque giorni e 34 incontri.

Anche negli anni successivi, ossia 2016 e 2017, il pubblico supera il numero di 30.000 e partecipa rispettivamente a 5 giornate con 50 incontri e a 5 giornate con 40 incontri. Circa 200 mila sono stati i contatti sui *social*.

Durante l'ottava edizione (2018), della durata di cinque giorni e articolata in 33 eventi, le persone registrate superano la quantità di 35.000 e i contenuti della pagina Facebook giungono a 350.000 contatti. Su Twitter, invece, sono state sempre migliaia le persone raggiunte. Il profilo Instagram, nato proprio quest'anno, ha ottenuto in poco tempo migliaia di visualizzazioni.

Anche l'edizione del 2019 registra un record di presenze, rimanendo in linea con le 35.000 dell'anno precedente. Organizzata in 5 giornate e 38 eventi, ha ottenuto anche 450.000 mila contatti su Facebook, 250.000 visualizzazioni su Twitter e migliaia anche su Instagram.

Il 2020 è stato l'anno in cui il Festival si è svolto in diretta streaming: proponendo 15 incontri online, distribuiti in 4 giornate di settembre, è riuscito a raggiungere più di 230.000 visualizzazioni. Un precedente ciclo di dibattiti online si è svolto anche in aprile-maggio, raggiungendo più di 220.000 persone.

La decima edizione (2021) ha potuto svolgersi secondo il solito format in presenza, dovendo, però, rispettare misure di distanziamento e imporre la prenotazione ai vari eventi da parte del pubblico. Nonostante il contingentamento dei posti, si può affermare

che, durante i 58 eventi delle quattro giornate di Festival, esso abbia raggiunto una quota di presenze paragonabile a quelle delle edizioni precedenti al 2020, avvicinandosi alle 35.000 presenze. Essendo in molti casi il numero delle persone interessate a partecipare maggiore del numero di posti a disposizione prenotabili, è stata come sempre offerta la possibilità di seguire gli eventi online: i contenuti della pagina Facebook hanno raggiunto 550.000 contatti e il profilo Instagram migliaia di visualizzazioni dei post e stories.

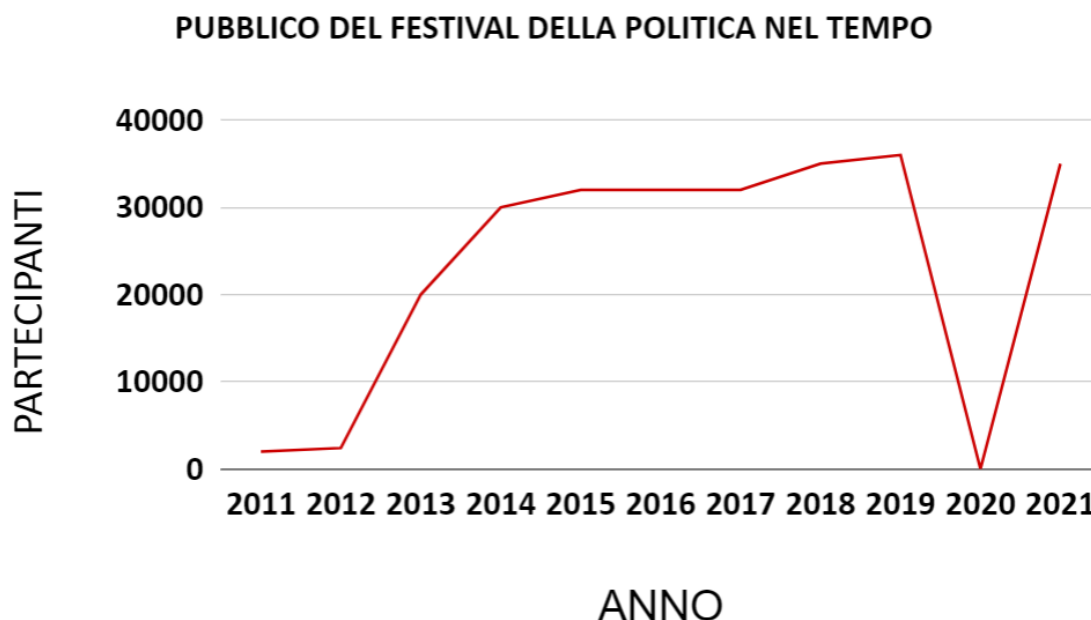


Figura 48. Evoluzione numerica del pubblico IN PRESENZA del Festival della Politica dalla prima edizione alla decima.

Osservando il grafico si può avere conferma della crescita del Festival e del suo pubblico negli anni. Va sottolineato che nel 2020 il valore di 0 presenze dipende dalla situazione pandemica che, in quel periodo, ha impedito lo svolgimento della manifestazione in loco. La partecipazione del pubblico è avvenuta, infatti, online.

Questi dati confermano le potenzialità di Mestre, una città ormai in grado di ospitare manifestazioni di grandi dimensioni e prestigio, le quali rivitalizzano gli spazi pubblici e attirano sia i residenti che i visitatori esterni, migliorando l'attrattività del territorio e riattivandone le attività economiche. Di fondamentale importanza è anche il benessere sociale e intellettuale degli individui che gli eventi culturali mestrini, come il Festival della Politica, consentono di sviluppare.

CONCLUSIONI

Gli eventi culturali rappresentano una grande opportunità di sviluppo e rivitalizzazione di un territorio, sia dal punto di vista culturale che da quello sociale ed economico.

È importante, quindi, che le politiche di crescita di un luogo si focalizzino anche su di essi e sulla sfera culturale in generale, come nel caso della città di Mestre, la quale ospita eventi come il Festival della Politica. Quest'ultimo, anche nella sua decima edizione (2021), ha dimostrato come l'utilizzo delle aree pubbliche cittadine per ospitare eventi di carattere culturale sia un importante strumento per rianimare una città, sia dal punto di vista dell'aggregazione di persone, le quali vivono maggiormente i luoghi del proprio centro abitato, sia dal punto di vista del progresso delle attività economiche, le quali beneficiano della presenza di un maggior numero di persone.

La dimostrazione che l'investimento in cultura in un territorio possa garantirgli dei vantaggi competitivi è l'analisi economica e di pubblico del Festival che ho presentato nel mio elaborato, basata sulla somministrazione di questionari ai gestori delle attività economiche mestrine e ai partecipanti all'evento. È emerso, infatti, come le attività commerciali del centro di Mestre abbiano riscontrato, durante lo svolgimento della manifestazione, un maggior numero di clienti. I gestori di tali attività hanno sostenuto, nella maggior parte dei casi, che questo evento abbia il potenziale di contribuire allo sviluppo dell'economia locale e di migliorare l'immagine di Mestre.

Un aspetto su cui riflettere riguarda coloro che non partecipano ai vari incontri organizzati nelle varie piazze e luoghi della città, tra cui alcuni negozianti rispondenti al questionario. Nel caso di questi ultimi, sicuramente ciò può dipendere dai loro orari lavorativi, che gli impediscono di poter presenziare ai vari eventi. Un'ulteriore motivazione, però, riguarda anche la poca comprensione da parte dei non partecipanti del Festival stesso, il quale è percepito, in alcuni casi, come una riproduzione in piazza delle discussioni politiche che solitamente sono trasmesse in televisione. Probabilmente questo dipende dal titolo dell'evento, che potrebbe rivelarsi fuorviante: alcune persone

potrebbero crearsi un'idea di questa manifestazione come di un insieme di dibattiti politici connotati anche da un certo orientamento politico. Al contrario, si tratta di un insieme di incontri in cui vengono approfonditi temi di attualità, coinvolgendo ospiti dagli approcci differenti, provenienti dal mondo accademico, economico, giornalistico, letterario, giuridico, politologico, filosofico, artistico e di spettacolo. La definizione stessa della rassegna presente nel sito ufficiale della Fondazione organizzatrice è “il festival che parla della politica, ma senza i politici”⁸, assumendo, cioè, un carattere neutrale nella riflessione sulla politica contemporanea offerta ai partecipanti. È proprio questo aspetto che garantisce al Festival il consenso di chi vi partecipa. Un eventuale suggerimento che proporrei agli organizzatori è quello di esplicitare in modo più chiaro e in maggior misura la vera essenza della rassegna, utilizzando i loro usuali materiali grafici, come i totem e le locandine, e anche le pagine *social*.

Ulteriore conferma dei benefici economici generati da questa manifestazione sono stati anche i buoni risultati ottenuti dalle librerie riunite sotto il nome di “Libreria della Politica”, come testimoniato dai resoconti di Confcommercio e delle librerie stesse.

L'effetto positivo generato da questo evento è emerso anche dalle risposte al questionario indirizzato al Museo M9 di Mestre, il quale attesta una maggior affluenza di pubblico durante le giornate della rassegna e la potenzialità di questa di far conoscere il museo a un maggior numero di persone, oltre che di contribuire ad un'evoluzione economica locale e ad un miglioramento della percezione della città.

Per quanto concerne l'analisi del pubblico, cresciuto nelle varie edizioni, il Festival si conferma un evento di qualità, portando gran parte delle persone ad esserne fidelizzate. Lo dimostrano anche i dati positivi inerenti al grado di soddisfazione del pubblico.

Relativamente alle fasce di età dei presenti, prevalgono i partecipanti al di sopra dei 50 anni. Tale dato può essere collegabile in parte ad una scarsa conoscenza del Festival, come sopra affermato, che può portare soprattutto le persone più giovani a non parteciparvi. Ritengo che potrebbe essere utile per coinvolgere persone di età minore invitare anche relatori più conosciuti dai giovani, magari provenienti anche dal mondo dei *social network*, attualmente una delle principali fonti di informazione per le generazioni più recenti. Nel campo dei *social*, infatti, vi sono molte persone e pagine competenti che diffondono notizie e forniscono una propria opinione sugli accadimenti

⁸ Dal sito www.fondazionepellicani.it

contemporanei, aiutando spesso chi le segue a comprenderli meglio. Sicuramente ascoltarli dal vivo ad un incontro del Festival potrebbe incentivare nuove persone a prendervi parte. L'obiettivo stesso del Festival è, d'altronde, quello di rendere parte dell'evento l'intera comunità mestrina e non solo, permettendo a tutti di poter accrescere le proprie conoscenze in merito a questioni di attualità.

Non è solamente evocata la dimensione culturale durante la partecipazione alla rassegna, bensì anche quella sociale: prendendo parte all'evento, si interagisce con altri individui e si sviluppa un senso di comunità. Dalle risposte date al questionario, infatti, emerge come esso renda la città un vero e proprio centro culturale e generi valore per gli abitanti, non solo culturale ed economico ma anche sociale.

In conclusione, come ho potuto constatare durante il periodo di tirocinio e di svolgimento del Festival, un evento di approfondimento culturale può rivelarsi un'occasione di crescita culturale, sociale ed economica di un luogo, a patto che offra al pubblico incontri genuini e di qualità e che sia, così, di aiuto allo sviluppo di conoscenze e riflessioni da parte dei partecipanti, i quali apprezzano anche il valore della condivisione dell'esperienza a cui assistono. In questo modo, la manifestazione acquisirà anche una reputazione presso la comunità residente ed esterna che gli consentirà di migliorare l'immagine del territorio in cui è organizzata e l'attrattività di quest'ultimo.

APPENDICE

IMMAGINI DEL FESTIVAL DELLA POLITICA 2021



Figura 49. Mercoledì 8 settembre, anteprima del Festival, incontro “Il potere delle donne” con Linda Laura Sabbadini, Emanuela Bassetti, Chiara Valerio. Fonte: Flickr della Fondazione Pellicani. Foto di Giorgia Rorato e Francesco Piva.

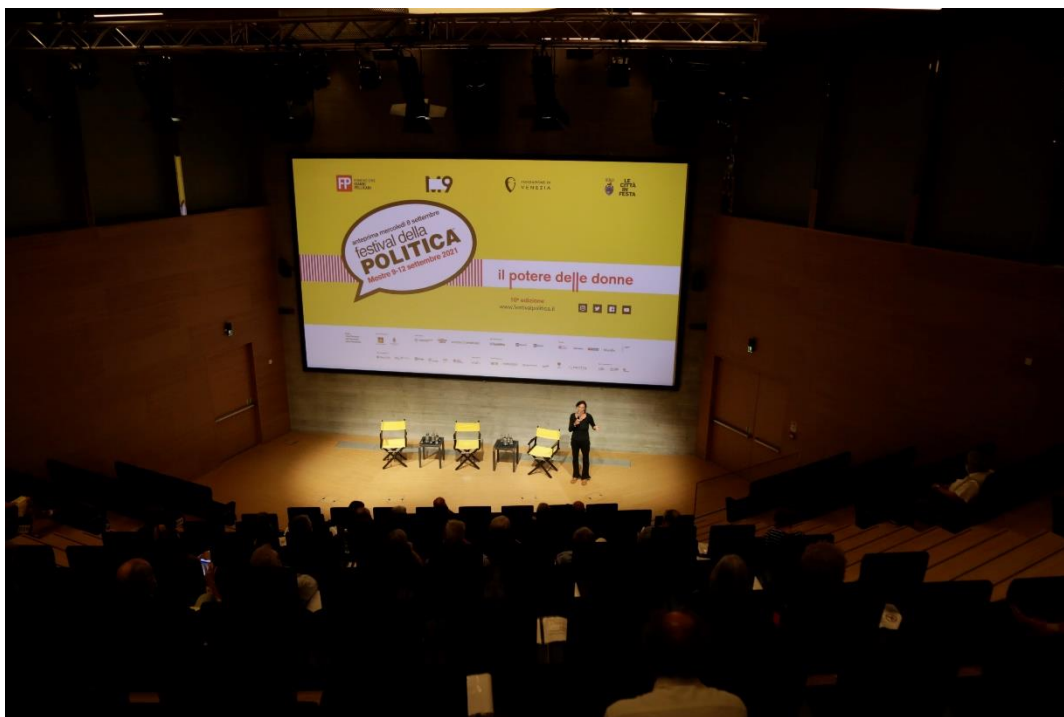


Figura 50 e 51. Mercoledì 8 settembre, presentazione de “I film di Famiglia” di Serena Nono. Auditorium del Museo M9. Fonte: Flickr della Fondazione Pellicani. Foto di Giorgia Rorato e Francesco Piva.



Figura 52. Giovedì 9 settembre, Incontro “Un’agenda per la salute” con Antonella Viola e Roberto Arditti. Chostro del Museo M9. Fonte: Flickr della Fondazione Pellicani. Foto di Giorgia Rorato e Francesco Piva.



Figura 53. Giovedì 9 settembre, workshop “Il linguaggio della politica: dalla Prima Repubblica alle dirette Instagram” con Martina Carone. M9 Lab. Fonte: Flickr della Fondazione Pellicani. Foto di Giorgia Rorato e Francesco Piva.



Figura 54. Giovedì 9 settembre, spettacolo teatrale “Pojana e i suoi fratelli” con Andrea Pennacchi. Teatro Toniolo. Fonte: Flickr della Fondazione Pellicani. Foto di Giorgia Rorato e Francesco Piva.



Figura 55. Venerdì 10 settembre, “Omaggio a Gino Strada” con Simonetta Gola Strada, Alberto Sonino, Raul Pantaleo, Gianfranco Bettin, Alberto Ferlenga, Massimo Cacciari, Stefania Calza. Chiostro del Museo M9. Fonte: Flickr della Fondazione Pellicani. Foto di Giorgia Rorato e Francesco Piva.



Figura 56. Venerdì 10 settembre, proiezione cinematografica di “Contro l’ordine divino”. Piazzetta Malipiero. Fonte: Flickr della Fondazione Pellicani. Foto di Giorgia Rorato e Francesco Piva.





Figura 57 e 58. Sabato 11 settembre, incontro “Afghanistan, un popolo in trappola” con Zahra Ahmadi, Piero Fassino, Renzo Guolo, Marco Damilano. Piazza Ferretto. Fonte: Flickr della Fondazione Pellicani. Foto di Giorgia Rorato e Francesco Piva.



Figura 59. Sabato 11 settembre, “Ricordo Macaluso” con Nicola Pellicani, Sergio Staino, Giuseppe Provenzano. Corte del Museo M9. Fonte: Flickr della Fondazione Pellicani. Foto di Giorgia Rorato e Francesco Piva.



Figura 60. Domenica 12 settembre, ultimo incontro del Festival: “Il muro degli stereotipi”, con Elisabetta Camussi, Maurizio Molinari, Chiara Valerio, Marco Filoni. Fonte: Flickr della Fondazione Pellicani. Foto di Giorgia Rorato e Francesco Piva.





Figura 61 e 62. Libreria della Politica in Piazza Ferretto. Fonte: Flickr della Fondazione Pellicani. Foto di Giorgia Rorato e Francesco Piva.



Figura 63. Rassegna Stampa con Francesco Maselli, svoltasi ogni mattina presso il Chiostro del Museo M9. Fonte: Flickr della Fondazione Pellicani. Foto di Giorgia Rorato e Francesco Piva.



Figura 64 e 65. Volontari del Festival della Politica 2021. Fonte: Flickr della Fondazione Pellicani. Foto di Giorgia Rorato e Francesco Piva.

BIBLIOGRAFIA

ALONZO G., PONTE DI PINO O. (2022), *Il valore socio-culturale dei festival*, MicroMega, 11/04/22

ARLENGHI D., (2022), *Fenomenologia e breve storia degli eventi*, Danilo Arlenghi Blog, 02/22

BONETTI E., CHERUBINI S., IASEVOLI G., RESCINITI R. (2016), *Il valore degli eventi*, Franco Angeli, Milano

BONETTI E., CERCOLA R., IZZO F. (2017), *Eventi e strategie di marketing territoriale. I network, gli attori e le dinamiche relazionali*, Franco Angeli, Milano

CAMERA DI COMMERCIO VENEZIA ROVIGO (2021), *Accordo di collaborazione con la Fondazione Pellicani per la realizzazione della Libreria della Politica 2021*, 08/21

CARMASSI M., CHIPPERFIELD D., FALOCI PL. ET AL. (2010), *M9. A New Museum For A New City: concorso internazionale di architettura*, Mondadori, Milano

CASARIN M. (2003), “Venezia, Mestre e la questione identitaria: esperienze per la metropoli futura”, in DE FANIS M., PAPOTTI D. (a cura di), *La città metropolitana*, Quaderni – Documenti sulla manutenzione urbana di Venezia, numero 14, pp. 57-63

CHIARIN M. (2011), *Mini festival della cultura*, La Nuova Venezia, 6/09/11

CHIARIN M. (2013), *Ventimila presenze in quattro giorni*, La Nuova Venezia, 10/09/13

COGOLI G., GUERZONI G. (a cura di, 2020), *Effetto festival. Festival e consumi culturali ai tempi del Covid-19*, Bookcity Milano

CONFCOMMERCIO UNIONE METROPOLITANA DI VENEZIA (2021), *Accordo di collaborazione con la Fondazione Pellicani per la realizzazione della Libreria della Politica 2021*, 07/21

DAMM S. (2012), *Event Management. How to apply best practices to small events*, Diplomatica Verlag, Amburgo

DE MICHELIS C. (2014), “La città metropolitana e la rigenerazione urbana di Mestre”, in ACHILLI F., MEZZOGORI B., *M9. Transforming the city*, catalogo della mostra a Venezia, Fondazione di Venezia, Marsilio Editori, Venezia, pp. 12-17

Deliberazione della Giunta Regionale 23 marzo 2021, n. 347, *Contributi per l'organizzazione di manifestazioni e iniziative di interesse regionale - L.R. 8 settembre 1978, n. 49. Approvazione nuovi criteri e modalità di presentazione delle richieste* (BUR n. 43 del 01/04/2022)

FERILLI G., SACCO P. L., TAVANO BLESSI G. (2015), *Cultura e Sviluppo locale. Verso il distretto culturale evoluto*, Il Mulino, Studi e Ricerche, Bologna

FONDAZIONE GIANNI PELLICANI (2011), Comunicato Stampa, *Voci Fuori Campo*, 09/11

FONDAZIONE GIANNI PELLICANI (2012), Comunicato Stampa, *Voci Fuori Campo*, 09/12

FONDAZIONE GIANNI PELLICANI (2013), Comunicato Stampa, *Festival della Politica 2013*, 09/13

FONDAZIONE GIANNI PELLICANI (2014), Comunicato Stampa, *Festival della Politica 2014. Politica e violenza*, 09/14

FONDAZIONE GIANNI PELLICANI (2015), Comunicato Stampa, *Festival della Politica 2015. Politica e leadership*, 09/15

FONDAZIONE GIANNI PELLICANI (2016), Comunicato Stampa, *Festival della Politica 2016. Terrore e politica*, 09/16

FONDAZIONE GIANNI PELLICANI (2017), Comunicato Stampa, *Festival della Politica 2017. Il disordine globale*, 09/17

FONDAZIONE GIANNI PELLICANI (2018), Comunicato Stampa, *Festival della Politica 2018. Democrazia e populismi*, 09/18

FONDAZIONE GIANNI PELLICANI (2019), Comunicato Stampa, *Festival della Politica 2019. Vecchi e nuovi muri: trent'anni fa la caduta del muro di Berlino. Sovranismi e populismi, emergenza clima, economia e disuguaglianze*, 09/19

FONDAZIONE GIANNI PELLICANI (2020), Comunicato Stampa, *Festival della Politica 2020. Edizione speciale*, 11/20

FONDAZIONE GIANNI PELLICANI (2021), Comunicato Stampa, *Festival della Politica 2021. Il potere delle donne*, 09/21

FONDAZIONE GIANNI PELLICANI, GUERZONI G. (2018), *Analisi dell'impatto sociale del Festival della Politica*, 07/18

FONDAZIONE DI VENEZIA (2021), *Accordo con la Fondazione Pellicani sul contributo di Fondazione Venezia alla realizzazione del Festival della Politica 2021*, 12/21

FONDAZIONE DI VENEZIA (2022), *Bilancio 2021*, 04/22

FREGNI M. C., *Il ruolo degli eventi, Il campo della cultura*

GUERZONI G. (2008), *Effetofestival. L'impatto economico dei festival di approfondimento culturale*, Fondazione Carispezia, collana «Strumenti».

GUERZONI G. (a cura di, 2012), *Effetofestival 2012*, Fondazione Florens, Firenze

Legge Regionale 8 settembre 1978, n. 49, *Contributi e spese per l'organizzazione di mostre, manifestazioni e convegni di interesse regionale* (BUR n. 41/1978)

MIZZAU L., MONTANARI F., NUCCIO M. (2014), "Politiche culturali e territorio", in NEGRI-CLEMENTI G., STABILE S. (a cura di), *Il Diritto dell'Arte. La protezione del patrimonio artistico (vol. 3)*, Skira, Milano, pp. 27-40

PEDRONCELLI A., VIANI E. (2012), *Gli eventi culturali*, Laboratorio Fare ricerca nel turismo, 23/02/12

RAJ R., VIGNALI C. (2010), "Creating local experiences of cultural tourism through sustainable festivals", *European Journal of Tourism, Hospitality and Recreation*, Vol. 1, pp. 51-67

SCOZ G. (2017), *Organizziamo un evento artistico in dieci mosse*, Franco Angeli, Milano

SOLIMA L. (2009), "Eventi culturali e creazione di valore per il territorio", in PAIOLA M., GRANDINETTI R. (a cura di), *Città in festival. Nuove esperienze di marketing territoriale*, Franco Angeli, Milano, pp. 1-17

Tipologie di eventi: definizione e classificazione, Divulgazione dinamica, 13/12/21

SITOGRAFIA

Camera di Commercio Venezia Rovigo, www.dl.camcom.it

Confcommercio Unione Metropolitana di Venezia, www.confcommerciovenezia.it

Cultura Veneto, www.culturaveneto.it

Dizionario italiano Treccani, www.treccani.it

Festival della Politica, www.festivalpolitica.it

Fondazione di Venezia, www.fondazionedivenezia.org

Fondazione Gianni Pellicani, www.fondazionegiannipellicani.it

Il nuovo terraglio, www.ilnuovoterraglio.it

Museo M9, www.m9museum.it

Proloco Mestre, www.prolocomestre.it