

PIANIFICAZIONE, GESTIONE E COMUNICAZIONE DI EVENTI CULTURALI

RELAZIONE FINALE

Nell'ambito del laboratorio "Pianificazione, Gestione e Comunicazione di Eventi Culturali tenuto da Dario D'Agata (presidente IterCulture) con la partecipazione della giornalista Maria Lombardo e di Francesco Mannino (presidente Officine Culturali) noi studenti del Dipartimento di Scienze Umanistiche dell'Università degli Studi di Catania dopo un ciclo di lezioni frontali riguardanti la progettazione, promozione e gestione di un evento culturale, abbiamo svolto un tirocinio di 6 ore tra il 26 e il 28 giugno 2015 in occasione della VI edizione di "Teatri Riflessi. Festival nazionale di corti teatrali", un evento culturale gratuito creato da IterCulture tenutosi al monastero dei Benedettini. Per svolgere il tirocinio, siamo stati divisi in tre gruppi, ciascuno incaricato di pianificare e gestire un progetto di marketing all'interno del festival. "Teatri Riflessi" è un festival che lega cultura e intrattenimento, la cui attività principale è un concorso nazionale di corti teatrali in. La sua *mission* consiste nel raggiungere un pubblico variegato e stratificato, contribuendo a diffondere un'idea di teatro appetibile per le giovani generazioni e stimolando la partecipazione dei cittadini alla vita culturale. Il format del concorso è in grado di attrarre maggiormente il pubblico, incuriosito dalla competizione, e permette a diverse realtà nazionali di confrontarsi.

1. INTRODUZIONE: IL CICLO DEL PROGETTO.

Un progetto è uno sforzo temporaneo intrapreso per creare un prodotto o un servizio, nuovo e unico. Tale prodotto (*output*) prende forma e si realizza mediante una serie di *processi*, cioè un insieme di azioni di lavoro che scaturiscono da determinati *input* (risorse necessarie). I cambiamenti e i vantaggi a medio-lungo termine ottenuti come risultato indiretto di un progetto vengono chiamati *outcomes*. I progetti culturali interagiscono con contesti interni ed esterni nei quali vanno possibilmente creati dei nessi con soggetti (*actors*), che possono influire direttamente sul progetto, e aspetti (*factors*) che non hanno facoltà di intervento diretto sul progetto stesso, ma possono influire per il semplice fatto che esistono. Le componenti fondamentali della pianificazione sono:

Tempi

Costi

Qualità

Questo significa gestire un'attività complessa e unica con un inizio e una fine predeterminate che viene svolta con risorse organizzate mediante un processo continuo di pianificazione e controllo, rispettando i vincoli di cui sopra che dipendono reciprocamente gli uni dagli altri.

Alla base di tutto il ciclo di un progetto si trova l'idea, la cui dimensione è data da:

- Missione (chi siamo e cosa facciamo)
- Visione (quale la nostra prospettiva)
- Identità (quale la nostra storia e immagine)

Gli obiettivi primari o strategici sono quelli con orizzonte temporale di medio-lungo termine, mentre gli obiettivi operativi sono a breve termine e fanno riferimento alle modalità operative scelte per attuare gli obiettivi strategici.

Lo *step* successivo è la verifica della fattibilità, quindi l'attivazione, durante la quale

- si analizza il contesto e il territorio,
- si verificano i punti di forza e di debolezza di un'idea-progetto,
- si identificano i caratteri distintivi, le minacce, le opportunità e le linee-guida strategiche,
- si elabora complessivamente il ciclo di vita del progetto.

In altre parole, la fase dell'attivazione è il momento in cui si attivano le prime fondamentali relazioni, si verifica la disponibilità di un luogo, dei collaboratori e degli artisti e si verificano le ipotesi di costo preventivate.

L'ultimo aspetto di un progetto culturale è la comunicazione. In questa fase ci serviamo di differenti strumenti promozionali:

- Edizioni e merchandising
- Incontri
- Ospitalità
- Sponsorship
- Promozione diretta e distribuzione
- Pubblicità (stampa, fissa, dinamica)
- Website e internet
- Attività di ufficio stampa
- Attività di PR mirate

2. IL PROGETTO DEL GRUPPO “COMUNICAZIONE”

Sotto la supervisione del tutor Dario D'Agata siamo stati suddivisi in vari gruppi al fine di valutare la qualità percepita dell'evento, la fruizione del sistema di offerta per mezzo di questionari somministrati nel corso dell'evento e il suo impatto sul territorio. La *mission* del nostro progetto aspira ad aumentare la visibilità dell'evento e, con questa, il coinvolgimento degli spettatori nel teatro, per catturare l'attenzione perfino dei più restii, di coloro che mai si sarebbero aspettati di avere sulla bacheca di Facebook una foto che promuovesse un evento teatrale, nella speranza che proprio questi si stupiscano di aver voglia di andare a dare un'occhiata.

Innanzitutto abbiamo discusso con Dario D'Agata su quali fossero i nostri obiettivi e le iniziative atte a raggiungerli. Tralasciando l'aspetto prettamente promozionale, di cui si sarebbe occupata durante l'evento l'agenzia *I-press*, ci siamo concentrati principalmente sul coinvolgimento del pubblico, sulla pubblicizzazione e condivisione dell'evento attraverso i social network, strumento fondamentale al giorno d'oggi per riuscire a raggiungere un ampio pubblico. Il canale social scelto per tale lavoro è stato la Pagina Facebook “Teatri Riflessi”, dove abbiamo curato la presentazione dell'evento, documentandone lo svolgimento.

Per quanto riguarda il primo obiettivo, il coinvolgimento del pubblico ci siamo basati su vari elementi:

- la fascia di età media che aveva preso parte all'evento l'anno precedente, in modo tale da avere un'idea più chiara su quale pubblico fosse più interessato al Festival;
- il “doppio” contesto in cui si sarebbe svolta la manifestazione:
 - o quello fisico, cioè il Monastero dei Benedettini che, oltre ad essere un edificio attrattivo a livello turistico, è soprattutto una struttura universitaria;
 - o quello culturale, in quanto il festival si è svolto all'interno dell'iniziativa “Porte Aperte” che prevedeva lo svolgimento di una serie di eventi culturali (musicali, teatrali e cinematografici) nelle sedi storiche dell'Università di Catania. Ciò ha comportato che il festival, a differenza delle edizioni precedenti, ha dovuto “confrontarsi” con altre manifestazioni.
- Gli obiettivi principali derivanti da tale coinvolgimento; in particolare, se il nostro scopo primario fosse avvicinare la gente al Teatro in generale o far conoscere il festival.

Valutati questi elementi, siamo giunti a varie conclusioni. Innanzitutto la fascia di pubblico che più ci interessava coinvolgere era quella universitaria, facendo leva proprio sulla location e sull'iniziativa Porte Aperte, oltre che sulla gratuità dell'evento, cercando di far conoscere il più possibile l'evento soprattutto ai non amatori.

Ne consegue che il nostro scopo primario era quello di far conoscere l'evento a un pubblico più vasto possibile; a nostro avviso l'intento di far avvicinare la gente al Teatro era già insito nella manifestazione stessa. Bisogna quindi rendere l'evento il più accessibile possibile a una gamma di pubblico quanto più vasta ed eterogenea, soprattutto in virtù del fatto che all'interno della stessa struttura, nella serata di sabato 27 Giugno si svolgeva contemporaneamente lo Zanne Festival Preview, evento musicale molto conosciuto e apprezzato, anch'esso gratuito.

Abbiamo dunque cercato di fare in modo che un evento più di nicchia come un festival di corti teatrali avesse lo stesso *appeal* di un concerto rock, cercando soprattutto di stuzzicare la curiosità dei ragazzi. Inoltre abbiamo pensato a come metterci in moto attivamente proponendo un'iniziativa per coinvolgere il pubblico e renderlo partecipe, sui social e non, anche prima dell'inizio del festival: avvicinare le persone per strada e fargli una fotografia con delle maschere tagliate a metà.

La scelta iniziale era fra le maschere e il copricapo di cartapesta con l'albero delle idee, in riferimento allo slogan di questa edizione "*Cosa ti sei messo in testa? Piantala!*"; abbiamo poi deciso di usare le maschere poiché costituiscono il rimando più immediato all'attività teatrale; le maschere sono anche presenti sulle locandine e sui volantini ufficiali di Teatri Riflessi.

La nostra scelta di tagliare le maschere a metà è stata dettata da un duplice motivo: sia per dare l'idea di un doppio tra il soggetto fotografato e il soggetto nascosto dietro la maschera, sia per farli sentire attivamente parte dell'evento, in prima persona e "mettendoci la faccia". Tuttavia ne abbiamo lasciate alcune intere, per dare comunque alle persone la possibilità di scegliere: difatti qualcuno ha poi scelto di farsi fotografare con la maschera intera e coprire tutto il volto. Abbiamo deciso di chiamare questa iniziativa FACCE DA TEATRO; le foto poi sono state tutte raccolte in un album su Facebook e abbiamo invitato la gente a *taggarsi* e a condividerle, preferibilmente utilizzando gli hashtag *#faccdateatro*, *#tr6*, *#cosatiseimessointesta*.

2.1 FACCE DA TEATRO

Assecondando la *mission*, il gruppo "Comunicazione" è andato in giro per le strade di Catania, in cerca di volti da fotografare per sponsorizzare la sesta edizione di Teatri Riflessi. Lo scopo di questa campagna svolta sui social network non è stato solo quello di avvicinare gente di diversi target all'evento, con l'auspicio che potesse allargare i propri orizzonti sul mondo del teatro, ma di capovolgere il ruolo spettatore/attore. Le "facce da teatro", insomma, mirano a veicolare l'idea del teatro come divertimento, attività e non solo fruizione passiva, in linea con lo spirito di Teatri Riflessi.

Il primo passo pratico è stato la creazione delle maschere. Seguendo la divisione dei turni, il 24 giugno alcuni membri del gruppo hanno acquistato delle maschere bianche, di cui alcune sono state tagliate a metà, per richiamare l'immagine di Teatri Riflessi, mentre le altre sono rimaste integre, in modo da dare la possibilità alle diverse persone interessate di poter scegliere che tipo di "faccia" essere. Durante la sera si è poi andati in giro per le strade caratteristiche della movida catanese: piazza Teatro Massimo, via Landolina, piazza Università e piazza Duomo, ricche di pub, locali e soprattutto di gente. La mattina successiva un altro turno ha svolto la ricerca presso il Monastero dei Benedettini, in modo da invogliare gli studenti a vivere la propria università anche come attrazione culturale, spostandosi poi nel complesso "Le Verginelle", così da coinvolgere anche altri studenti che una volta in zona potessero probabilmente passare a curiosare.

Per le fotografie sono stati utilizzati sia i cellulari che la macchina fotografica di uno dei componenti del gruppo, come sfondo delle foto è stato utilizzato uno dei pannelli di Teatri Riflessi, in modo tale che ogni foto richiamasse non solo l'evento ma anche il tema di questa edizione: "*Cosa ti sei messo in testa? Piantala!*". A ogni persona fotografata è stata fatta una presentazione dell'evento e della campagna "facce da teatro"; sono stati distribuiti i volantini dell'evento, così da informare sull'intera programmazione e rispondere in maniera pratica ad alcune possibili domande ("Quali sono le compagnie che partecipano quest'anno?", "L'ingresso è gratuito?" o "Ci saranno anche gli stand per bere e mangiare?"), ed è stato chiesto di taggarsi nelle foto dell'album pubblicato sulla pagina Facebook di Teatri Riflessi.

Durante il periodo della rassegna di corti teatrali, dal 26 al 28 giugno, all'interno del cortile del Monastero dei Benedettini, sono stati montati il palcoscenico per lo spettacolo, l'angolo "StuzzicaMente" come zona ristorazione e stand di diverso tipo.

Sono stati creati i turni in modo da essere presenti durante l'intera fascia oraria dell'evento, dalle ore 18 alle 24, cercando di creare gruppi di almeno due persone per ogni turno così da potersi dividere tra il pubblico e il palco.

Per quanto riguarda la zona pubblico, la ricerca di facce da teatro è stata svolta tra i diretti interessati dell'evento (professori, staff, attori), i proprietari degli stand, il pubblico variegato, composto da semplici curiosi, amanti del teatro, ragazzi di diversa età, spettatori di passaggio e non. In questo modo si ha avuto la possibilità di conoscere l'evento più da vicino, chi ne fa parte, e di coinvolgere un pubblico più ampio possibile.

2.2 SOCIAL NETWORK

Per quello che invece riguarda la comunicazione tramite Social Network, abbiamo innanzitutto preso coscienza di quali fossero le pagine già esistenti su Teatri Riflessi: la pagina Facebook Teatri Riflessi e il profilo Twitter di IterCulture. Si era preso in considerazione di creare un nuovo profilo di Teatri Riflessi sia su Twitter che su Instagram, in modo da fare una sorta di “cronaca social” su tutte e tre le piattaforme contemporaneamente; tuttavia l'idea è stata in parte accantonata per due motivi: il primo è che alcuni componenti del gruppo preferivano utilizzare una comunicazione più di stampo tradizionale e articolistico, piuttosto che il linguaggio più essenziale e immediato di network come Twitter, o non avevano familiarità con questi mezzi comunicativi; ma soprattutto perché creare *ex novo* una nuova pagina a poche settimane dall'evento non gli avrebbe comunque conferito la giusta visibilità. Abbiamo quindi optato per sfruttare l'unico canale social dedicato già esistente, cioè Facebook, e di mantenere entrambe le tipologie di linguaggio, cercando comunque di essere il più “social” possibile, postando continue foto e aggiornamenti di stato durante le serate, ben sapendo che buona parte del pubblico più giovane fa grande utilizzo delle piattaforme virtuali.

È interessante il dato relativo all'incremento del numero dei “like” sulla Pagina. Giorno 26 giugno 2015 gli utenti “fan” della Pagina erano 2.403. All'indomani della serata finale di “Teatri Riflessi VI” il numero è aumentato a 2.436 per un totale di 33 nuovi utenti. Il trend di crescita si è confermato costante fino al 30 giugno 2015, quando la Pagina ha toccato la soglia dei 2.443 utenti, per un totale di 40 nuovi “like”.

Altro dato significativo è quello riferito alla “**copertura organica**” dei post pubblicati, ovvero il numero di utenti raggiunti attraverso la pubblicazione degli aggiornamenti. Nel corso dei tre giorni dedicati alla kermesse la Pagina Facebook ha ospitato scatti fotografici, didascalie, articoli e commenti che hanno documentato l'evento. Di seguito i dati della copertura organica raggiunta attraverso la singola pubblicazione dei post durante i giorni dell'evento:

- Giorno 26 giugno 2015 la copertura ha raggiunto 2.283 utenti, con un totale di 53 “like” e 2 condivisioni sui post pubblicati.
- Giorno 27 giugno 2015 la copertura ha raggiunto 5.150 utenti, con un totale di 98 “like” e 6 condivisioni sui post pubblicati.
- Giorno 28 giugno 2015 la copertura ha raggiunto 5.790 utenti, con un totale di 89 “like” e 7 condivisioni sui post pubblicati.

Il post maggiormente visualizzato sulla pagina Facebook è quello pubblicato la sera del 27 giugno 2015 alle ore 23.58 riguardo la consegna del premio Riflessi D'arte

https://www.facebook.com/TeatriRiflessi/photos/a.135813866478818.25143.113679138692291/9312872_23598141/

che conta 1.935 persone raggiunte su 2.403, pari a 80,50% dei “fan” della pagina.

Considerando la copertura organica dei giorni precedenti e immediatamente successivi all'evento, la Pagina Facebook ha conosciuto un picco di ben 6.778 persone raggiunte in data 28 giugno 2015, ovvero il 182,06% in più rispetto dei “like” presenti sulla pagina. I costanti aggiornamenti della pagina hanno dunque garantito un'adeguata copertura dell'evento su Facebook.

Per ogni giorno dell'evento abbiamo pianificato la pubblicazione dei vari aggiornamenti sulla pagina Facebook, in modo tale da offrire all'utente una copertura costante ma non troppo aggressiva. La mattinata è stata dedicata alla condivisione dei resoconti delle serate, menzionando ogni singolo corto in gara con relativi vincitori delle categorie e presentando una visione complessiva della scaletta del festival. A partire dalle ore 18.00 ci siamo concentrati sullo svolgimento dei forum, suscitando l'interesse e la curiosità del pubblico social. Successivamente, a gara iniziata, abbiamo documentato attraverso scatti e brevi didascalie l'evolversi della kermesse. A serata conclusa, oltre ad augurare una buonanotte ai "fan" della Pagina, abbiamo rinnovato l'appuntamento alla sera successiva.

2.3 RASSEGNA STAMPA

Oltre ad occuparci della "componente Facebook", la nostra attenzione si è focalizzata sulla Rassegna stampa, ovvero la raccolta di tutte le pubblicazioni avvenute prima, durante e dopo l'evento sui vari siti, blog e testate giornalistiche locali.

ARTICOLI PUBBLICATI SUL SITO ITERCULTURE

Resoconto prima serata <http://www.iterculture.it/archives/1551>

Le sensazioni della seconda serata <http://www.iterculture.it/archives/1567>

Le emozioni della finale <http://www.iterculture.it/archives/1580>

ARTICOLI PUBBLICATI SU SITI, BLOG E TESTATE GIORNALISTICHE LOCALI

PRIMA DELL'EVENTO

- Sul palco di "teatri riflessi" i miglior corti italiani
<http://www.cataniatoday.it/eventi/sul-palco-di-teatri-riflessi-i-miglior-corti-italiani-2467155.html>
- Il Monastero dei Benedettini risplende con "Teatri Riflessi" - Vivi Catania
<http://www.vivict.it/eventi/il-monastero-dei-benedettini-risplende-con-teatri-riflessi>
- Teatri Riflessi 2015 - Università di Catania - L'Agenda
<http://www.agenda.unict.it/10336-teatri-riflessi-2015.html>
- UNICT – “Porte Aperte” alla VI edizione di Teatri Riflessi, il festival nazionale di corti teatrali | Liveunict
<http://catania.liveuniversity.it/2015/06/15/unict-porte-aperte-alla-vi-edizione-di-teatri-riflessi-il-festival-nazionale-di-corti-teatrali>
- #Catania. Tutto pronto per Teatri Riflessi, quest'anno all'insegna delle Radici | sicilians.it
<http://sicilians.it/99920-catania-tutto-pronto-per-teatri-riflessi-questanno-allinsegna-delle-radici>
- Teatri Riflessi: All'ex Monastero dei Benedettini di Catania il Festival dei Corti Teatrali | GLOBUS Magazine
<http://www.globusmagazine.it/teatri-riflessi-allex-monastero-dei-benedettini-di-catania-il-festival-dei-corti-teatrali/#.VhWjeeaffX0>

- A Teatri Riflessi, corti, performance Gianni Salvo e le Malmaritate | CataniaLife.it | Eventi e Curiosità

<http://www.cataniaLife.it/a-teatri-riflessi-corti-performance-gianni-salvo-e-le-malmaritate/>

DURANTE E DOPO L'EVENTO

- Continua Teatri Riflessi Pronti al gran finale - LiveSicilia Catania
http://catania.livesicilia.it/2015/06/28/continua-teatri-riflessi-pronti-al-gran-finale_345430/
- TEATRI RIFLESSI, SUL PALCO LE RADICI DI UNA VITA
<http://www.siciliajournal.it/teatri-riflessi-sul-palco-le-radici-di-una-vita/>
- Catania, ai Benedettini gran finale di "Teatri Riflessi" - NewSicilia
<http://www.newsicilia.it/spettacoli/oggi-domani-gran-finale-teatri-riflessi/78921>
- I VINCITORI DI TEATRI RIFLESSI 2015 - I-Press News - Ufficio stampa catania
<http://www.i-pressnews.it/teatro-ecco-chi-ha-vinto-teatri-riflessi>
- Marocco vince il Festival “Teatri Riflessi” « Teatro dell'Osso
<http://www.teatrodelloso.it/marocco-vince-il-festival-teatri-riflessi/>
- Teatri Riflessi VI, la scoperta delle "Radici" - Vivi Catania
<http://www.vivict.it/eventi/teatri-riflessi-vi-la-scoperta-delle-radici/>
- Marocco vince la VI edizione di Teatri Riflessi | Sotto il Vulcano
<http://www.sottoilvulcano.net/terza-pagina/marocco-vince-la-vi-edizione-di-teatri-riflessi>
- Teatri Riflessi, i premi e i vincitori – BlogSicilia
<http://archivio.blogsicilia.it/2010/07/teatri-riflessi-i-premi-e-i-vincitori/>

STUDENTI

Coglitore Valeria

Marsala Daniela

Rocca Salvatore

Roccasalva Giuliana

Vella Francesco