

Anticipiamo i risultati di due indagini che saranno presentate alla nona edizione (11-15 novembre) di BookCity Milano

Lockdown, **resistenza** letteraria

testi di **Ida Bozzi**

I dati

Un evento su due è pronto a «partecipazioni ibride»

Sono due le ricerche volute da Intesa Sanpaolo sui consumi culturali. *Effetofestival 2020 - I festival di approfondimento culturale ai tempi di Covid-19* è stata realizzata da Giulia Cogoli e Guido Guerzoni. Degli 87 festival che hanno partecipato alla ricerca, il 17% ha annullato l'edizione 2020, il 7% l'ha raddoppiata (online e in presenza). Per i rimanenti, l'edizione 2020 è stata solo online per il 17% dei festival, tutta in presenza per il 35%, e ibrida per il 48%. Il 68% delle rassegne ha proposto un'edizione ridotta, e per il 44% degli eventi si è registrata una flessione di pubblico tra il 20 e il 60%. Per il 2021, il 54% dei festival tornerà in presenza, anche se bisognerà aspettare gli sviluppi dell'emergenza, ma il 46% pensa a una forma ibrida. L'altra ricerca, *I consumi culturali degli italiani ai tempi di Covid-19: vecchie e nuove abitudini*, ha rilevato i dati dal 6 al 21 ottobre su un campione di 1.000 persone, oltre a 200 fruitori abituali di cultura. I fruitori abituali sono risultati più interessati alla fruizione dal vivo, gli eventi in digitale hanno avvicinato un nuovo target.



Le manifestazioni culturali

Online e in presenza: i festival vincono con il doppio binario

In un'edizione di BookCity Milano tutta online a causa dell'emergenza (dall'11 al 15 novembre), venerdì 13, alle ore 16, un incontro si occuperà proprio di ciò che è accaduto alla cultura italiana e ai festival nell'anno del lockdown. Le due ricerche che verranno presentate, entrambe volute da Intesa Sanpaolo, sono *Effettofestival 2020*, realizzata da Giulia Cogoli e Guido Guerzoni, e *I consumi culturali degli italiani ai tempi di Covid-19* (nell'articolo a destra); tra gli ospiti, oltre a Cogoli e Guerzoni, Fabrizio Paschina, Ricardo Franco Levi, Piergaetano Marchetti.

«Presenteremo il primo capitolo della ricerca — illustrano Cogoli e Guerzoni — e ci è sembrato che BookCity, ultimo grande evento ecumenico dell'anno, fosse il luogo giusto per una riflessione. *Effettofestival* nasce nel 2008: naturale rifarla in un anno così sconvolgente, visto che i festival sono un fenomeno trainante e tipico italiano».

«Per capire come hanno reagito le rassegne al lockdown — continua Cogoli, da anni ideatrice e direttrice di festival come *Dialoghi sull'uomo* di Pistoia —, abbiamo condotto la ricerca su un ampio campione, 87 festival grandi, medi e piccoli: è stato difficile per le rassegne reagire all'emergenza e farlo in fretta, tanto che il 17 per cento non ha realizzato l'edizione 2020; d'altro canto, il 7 per cento ha proposto una doppia edizione, online e, a lockdown finito, dal vivo. Abbiamo visto una grande resistenza e resilienza dei festival. Il 48 per cento ha optato per un ibrido tra online e onlive, e l'ibridazione è la novità dell'anno. Esistevano già festival con contenuti online occasionali, ma quest'anno c'è stato un enorme sforzo tecnologico sul digitale per raggiungere il pubblico, anche quello più lonta-

no e svantaggiato».

Continuando con i dati, il 17 per cento ha dovuto optare per un'edizione solo online (le rassegne che cadevano in mesi di lockdown o limitazioni), mentre il 35 per cento ha potuto avere un'edizione tutta in presenza (in date fuori dal lockdown).

Spiega Cogoli: «Perché i festival, anche i più anziani, continuano ad avere successo? Perché rispondono a un'esigenza forte di approfondimento, di condivisione e di quel che si chiama valore esperienziale della fruizione culturale in presenza, fondamentale per la vita culturale e civile di un Paese. Purtroppo, anche i festival in presenza hanno registrato un pubblico tutto locale: la gente aveva paura di spostarsi. Ma è molto importante che, dove è stato possibile, si sia mantenuta la presenza, anche se ridotta, per la ricaduta economica forte sul territorio, e poi turistica, di rilancio delle città, e così via».

La ricerca ha messo in luce anche l'importanza degli archivi digitali, implementati con nuovi eventi; alcuni festival hanno iniziato anche a produrre lectio, interviste e altri format.

L'indagine di Giulia Cogoli e Guido Guerzoni ha sondato infine i progetti per il futuro, un futuro che resta incerto dal punto di vista sanitario e politico: «Abbiamo chiesto quali sono le aspettative per il 2021: il 54 per cento dei festival ritornerà in presenza e il 46 per cento ritornerà in forma ibrida: l'ibrido tra digitale e live, pur non sostituendo l'evento dal vivo, sopravviverà. Tutti gli interpellati hanno sottolineato però la necessità di invenzioni più creative per l'online, per renderlo più appetibile».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



I consumi culturali

Il formato digitale apre le porte a un pubblico nuovo

Due ricerche sulla cultura, dunque, elemento vitale in un anno così duro: saranno presentate a BookCity il 13, in un incontro in collaborazione con Intesa Sanpaolo che le ha volute e finanziate. Della prima, dedicata ai festival, scriviamo nell'articolo a sinistra; dell'altra, *I consumi culturali degli italiani ai tempi di Covid-19: vecchie e nuove abitudini*, parla Fabrizio Paschina, executive director Comunicazione Immagine Intesa Sanpaolo.

«Le ricerche — inizia Paschina — forniscono una visione meno di parte e più di numeri, aiutando nell'interpretazione dei fenomeni e del periodo, per noi e per tutti gli operatori culturali». La cultura è nel Dna della banca da decenni e anche oggi, prosegue il manager: «Con i musei delle Gallerie d'Italia, e i cicli culturali del nostro grattacielo di Torino, abbiamo valorizzato e continueremo a farlo appena le condizioni lo consentiranno le nostre collezioni e l'Archivio Publifoto acquisito dalla banca; siamo partner di Bergamo e Brescia Capitali della Cultura 2023. Il presidente emerito Giovanni Bazoli ha voluto far conoscere le opere della collezione con le Gallerie d'Italia a Milano, Vicenza, Napoli e l'anno prossimo a Torino. «La rinascita — ha detto — passa anche attraverso la cultura». Per me, vedere la mostra del Tiepolo alle Gallerie di Milano, appena prima della chiusura di tutte le mostre e i musei per colpa del Covid, è stato commovente».

Ecco i dati dell'indagine sui consumi culturali: «La ricerca — spiega Paschina — ha raccolto dal 6 al 21 ottobre dati da 1.000 persone a livello nazionale e da 200 fruitori abituali della cultura, e ha mostrato che gli "appassionati" hanno vissuto il digitale come palliativo, i

"neofiti" come novità. L'appassionato sente la fruizione dal vivo come una comunanza con gli altri e con gli artisti e ha giudicato più freddo il digitale; il neofita è più informale, apprezza di non dover sottostare alla liturgia della presenza, come entrare al museo, per lui un atto né scontato né semplice; per i neofiti il digitale ha comunque il senso della condivisione, più familiare, "dal divano", dà meno disagio. È una rivoluzione, arrivata più per obbligo che per scelta: ma non si potrà tornare indietro, il digitale entrerà nella fruizione dal vivo. D'altronde il contenuto online ha la possibilità di intervenire in "un prima e un dopo", è più ampio, si possono offrire extra, informazioni, si crea una situazione di multicanalità. Come per i servizi bancari. Oggi il digitale è sdoganato, come integrazione utile».

Ma com'è cambiato il ruolo del mecenate quest'anno? «Prima della pandemia — spiega Paschina — il ruolo era semplice: a fronte di supporto economico, avevi visibilità di marchio e inviti. Oggi tutto è cambiato, e noi che eravamo già abituati a valorizzare i nostri contenuti culturali verso un pubblico più ampio, eravamo pronti: l'incontro a BookCity ne è l'esempio. Saremo lì con contenuti utili, che mettiamo a disposizione degli operatori culturali per organizzare la ripartenza, ci sono tutti gli elementi per essere riconosciuti parte attiva nella vita culturale».

Per il futuro, i progetti sono vari: «Stiamo lavorando per portare la mostra milanese del Tiepolo al pubblico radiofonico e online con un quadro al giorno, raccontato dai nostri curatori. Lo stesso faremo con *Folle*, presentata ad Artissima».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Ricerca/1



● Giulia Cogoli (nella foto in alto), che da anni è ideatrice di rassegne culturali e dirige i *Dialoghi sull'uomo* di Pistoia, ha realizzato, insieme al docente alla Bocconi e specialista di progettazione culturale Guido Guerzoni (qui sopra), la ricerca *Effettofestival 2020 - I festival di approfondimento culturale ai tempi di Covid-19*, voluta da Intesa Sanpaolo

● Si tratta di un'indagine — che sarà presentata alla nona stagione di BookCity, edizione quest'anno tutta online, dedicata a #terranostra — sui consumi culturali degli italiani durante il lockdown della scorsa primavera e i mesi successivi. L'indagine si è poi concentrata anche sulle aspettative festivaliere per il 2021, con l'intenzione di perseguire e innovare la dimensione digitale

Ricerca/2



● Fabrizio Paschina (nella foto qui sopra), executive director Comunicazione Immagine Intesa Sanpaolo, parteciperà alla presentazione di venerdì 13, nel corso di BookCity, delle due ricerche volute da Intesa Sanpaolo: oltre a quella sui festival, anche l'indagine sui *Consumi culturali degli italiani ai tempi di Covid-19: vecchie e nuove abitudini*. Quest'ultima indagine ha coinvolto un campione di mille persone non fruitori abituali di cultura e altre 200 che invece sono fruitori abituali di cultura. La fruizione digitale è stata apprezzata soprattutto dal pubblico dei neofiti

● L'immagine: Giorgio Milani (1946), *Babele spirale conica* (2020, assemblaggio), dalla mostra *La scrittura come enigma* (inizialmente in programma fino al 6 gennaio a Piacenza, Galleria Volumnia, è chiusa come tutte le mostre e i musei). Milani è autore della copertina de «la Lettura» in edicola