

## LA CITTA' E LA CULTURA

### L'ANALISI

EFFETTO FESTIVAL E COMUNICAZIONE: GUIDO GUERZONI, PROFESSORE ALLA BOCCONI DI MILANO, HA PRESENTATO I RISULTATI DELLA RICERCA COMMISSIONATA DALLA FONDAZIONE CARIPT

# Dialoghi sull'uomo? Sono un affare Investimenti moltiplicati per cinque

*Uno studio sugli effetti della comunicazione: «Promosso il territorio»*

I **FESTIVAL** culturali non sono «soltanto» un'occasione di crescita personale, ma anche un veicolo di sviluppo economico. E perché lo diventino la comunicazione diventa un fattore fondamentale. Per conoscere in profondità i meccanismi del fenomeno, per la prima volta è stato messo a punto uno studio. A firmarlo, Guido Guerzoni, professore di Museum

lazzo De Rossi. Ebbene, proprio in riferimento ai **Dialoghi sull'uomo**, è stato calcolato che i benefici della comunicazione sul territorio ospitante sono circa 4 o 5 volte più elevati del costo di produzione del festival stesso.

«I **FESTIVAL** – si spiega – rappresentano una straordinaria oc-

casione per descrivere i luoghi ospitanti, raccontarne le storie, i personaggi e le tradizioni, pubblicare ampi servizi fotografici e audiovisivi, proporre inediti itinerari turistici ed enogastronomici, scoprire territori poco noti e farli conoscere e apprezzare a pubblici molti vasti, sfruttando tutte le possibilità offerte dai vecchi e dai nuovi media». In particolare, ri-

spetto al budget di produzione del 2017 del festival pistoiese, è emerso che il valore economico della copertura mediatica ottenuta gratuitamente è stato pari a 3,6 volte il budget (considerando uno sconto del 25% sui mezzi cartacei e 16,33% sui radio-televisivi sul valore di listino) o a 4,5 il budget, considerando i prezzi pieni di listino.

### I FESTIVAL

**Luoghi, storie e tradizioni**  
**Gli eventi culturali sono una vetrina importante**

management all'Univeristà Bocconi di Milano che ha condotto la ricerca commissionata dalla Fondazione Cassa di risparmio di Pistoia e Pescia, organizzatrice dei **Dialoghi sull'uomo**. «Effetto festival 3. L'impatto di comunicazione dei festival di approfondimento culturale. Il caso Pistoia», è stato presentato ieri pomeriggio a Pa-



**Guido Guerzoni, professore di Museum management all'Univeristà Bocconi di Milano**



### Le piccole realtà

**PER LE CITTÀ** di piccole-medie dimensioni e i territori privi di significative tradizioni turistiche, spesso i festival rappresentano le occasioni più importanti per perseguire e ottenere una maggior visibilità, dal momento che non si possono permettere costose campagne di comunicazione istituzionale.

