

ECCO PERCHÉ LA QUALITÀ PAGA

di GUIDO GUERZONI

Ma con i festival si muove il Pil? Tutto dipende da turismo, attenzione dei media, impatto social. Il segreto però è lo stesso: e non si quantifica

Uno dei più interessanti campi di ricerca dell'Economia della Cultura e dei Media, emerso negli ultimi dieci anni all'estero ma mai sviluppato in Italia, è la valutazione del valore economico dell'impatto comunicazionale degli eventi e delle istituzioni culturali, denominato *media coverage value* e fondato sulla distinzione tra *paid media* (gli spazi acquistati) ed *earned media* (gli spazi ottenuti gratuitamente) su quotidiani, periodici, radio, tv e media online. Nel caso di specie la Fondazione Caript ha commissionato lo studio sia del valore economico della *media coverage* di un festival prestigioso come Pistoia [Dialoghi sull'uomo](#), sia di Pistoia Capitale Italiana della Cultura 2017. Con alcune tecniche innovative è stato possibile convertire le 6.682 uscite e le 501 citazioni ottenute gratuitamente sui media offline (lanci agenzie, quotidiani, periodici, radio e tv, locali, nazionali e internazionali) e online (edizioni di testate cartacee, web magazine, portali news...) in equivalenti spazi pubblicitari, calcolandone il valore economico attraverso parametri che hanno ponderato anche tono e qualità dei messaggi e non solo la quantità. La stima prudenziale del valore economico della *media coverage* di parti terze di Pistoia Capitale Italiana della Cultura 2017 oscilla tra i 7,9 e i 9,9 milioni di euro, a fronte del milione di euro ricevuto dal Mibact per la candidatura e dei 150mila euro spesi per l'acquisto di pubblicità. Multipli che non hanno bisogno di commenti. Sono state inoltre valutate sia le ricadute sui flussi turistici (+20 per

cento su base annuale, come accaduto a Mantova, capitale nel 2016), sia le *legacies* post candidatura (+4,1 nel primo trimestre 2018), dal momento che grazie al ricco programma di eventi correlati Pistoia è entrata tra le mete di un qualificato pubblico nazionale e internazionale. Lo studio dimostra due fatti importanti, di grande interesse sia per il Ministero che per gli operatori del settore; innanzitutto c'è una correlazione positiva tra la qualità della programmazione

culturale e la quantità, la qualità e il valore economico della *media coverage* di parti terze: i media apprezzano contenuti inediti e intelligenti e sono disposti a dedicarvi gratuitamente spazi e attenzioni se trovano autorevolezza delle direzioni culturali, qualità delle programmazioni, consapevolezza che la fiducia del pubblico si conquista giorno dopo giorno. In seconda istanza la ricerca ha affrontato un'altra questione: quali sono gli strumenti di comunicazione più efficaci? La risposta è chiarissima: direttori accreditati, contenuti di qualità, saperci fare coi social media e un ufficio stampa specializzato: pochi soldi e molte competenze. La partecipazione a un festival o la visita di un museo sono "prodotti" diversi da un cellulare o una merendina e non è casuale che gli strumenti di comunicazione più costosi come le mega campagne di Adv o i super eventi di lancio in campo culturale non si utilizzino: sono inutili e fuori target. Paga la qualità. Basta esaminare i budget di comunicazione di festival e musei acclamati (dal Muse alla Fondazione Prada) per capire che le strategie dei player più prestigiosi sono simili: i media, oggi, dalle istituzioni culturali si aspettano qualità, profondità, terzietà. E sono disposti a riconoscere loro gratis attenzioni che hanno un enorme valore economico, che bisogna meritarsi, come è accaduto nel caso pistoiese. ☒

Guido Guerzoni è ricercatore di Storia economica e sociale all'Università Bicconi di Milano

BIENNALI & CO.

1 BIENNALE ARCHITETTURA

Venezia, Giardini e Arsenale
fino al 25 novembre

Freespace è il tema di quest'anno, scelto dalle curatrici Yvonne Farrell e Shelley McNamara
labiennale.org

2 BIENNALE DI DANZA CONTEMPORANEA

Venezia, Ca' Giustinian e Arsenale
22 giugno-1 luglio

Leone d'Oro alla carriera a Meg Stuart. Il tema sarà *Respirare: una strategia, una sovversione*
labiennale.org

3 BIENNALE DEL TEATRO

Venezia, Ca' Giustinian e Arsenale
20 luglio-5 agosto

Il teatro contemporaneo internazionale per la 46esima volta in gara per il Leone d'Oro
labiennale.org

4 MOSTRA D'ARTE CINEMATOGRAFICA

Lido di Venezia, *luoghi diversi*
29 agosto-8 settembre

Con la direzione di Alberto Barbera, è il festival cinematografico più antico del mondo
labiennale.org

5 FESTA DEL CINEMA

Roma, Auditorium Parco della musica
18-28 ottobre

Proiezioni ma non solo: la Festa del Cinema di Roma è anche eventi, mostre, installazioni e dibattiti
romacinemafest.it

