

Comunicato stampa

### **Effetofestival 3.**

## **L'impatto di comunicazione dei festival di approfondimento culturale. Il caso Pistoia-Dialoghi sull'uomo 2017**

È possibile valutare il valore economico della ricaduta comunicazionale di un evento culturale come **Pistoia – Dialoghi sull'uomo**?

Lo ha fatto – per la prima volta in Italia – il professor **Guido Guerzoni** dell'Università Bocconi di Milano con la ricerca **Effetofestival 3. L'impatto di comunicazione dei festival di approfondimento culturale. Il caso Pistoia-Dialoghi sull'uomo 2017**.

L'indagine, realizzata da Guido Guerzoni per la **Fondazione Cassa di Risparmio Pistoia e Pescia**, offre ai finanziatori pubblici e privati di eventi culturali un metodo per comprenderne a pieno il posizionamento reputazionale, il valore economico, la portata della promozione turistica indiretta determinati dalla copertura dei media.

Molto spesso, infatti, i festival sono l'occasione ideale per descrivere le città che li ospitano, raccontarne la storia e le tradizioni, pubblicare ampi servizi fotografici e diffondere materiali audiovisivi, proporre nuovi itinerari turistici ed enogastronomici, scoprire i territori circostanti e farli conoscere a pubblici molti vasti. Numeri importanti e coperture fondamentali per il marketing urbano e territoriale, che, senza i festival, potrebbero essere ottenuti solo attraverso costosissime campagne pubblicitarie.

Il gruppo di ricerca di Guerzoni ha utilizzato l'innovativo metodo *Weighted Media Cost* – già sperimentato all'estero ma mai in Italia – distinguendo il valore economico tra *paid media*, ovvero gli spazi/contenuti pubblicitari comprati dagli organizzatori tramite budget di promozione/comunicazione, da quello degli *earned media*, ovvero gli spazi/contenuti informativi generati gratuitamente tramite attività di Communication/PR (Ufficio Stampa, Pubbliche Relazioni, Relazioni Istituzionali, etc.).

La domanda di partenza è stata semplice: per ottenere gli spazi e le attenzioni dei media off-line e online che *Dialoghi sull'uomo* è riuscito ad ottenere, quanto si sarebbe dovuto spendere? Se si considerano i prezzi standard dei listini pubblicitari la risposta è 10 volte il budget di Advertising del festival, se si calcolano gli sconti ottenuti dal festival il valore sale a 25 volte il budget di ADV.

La città di Pistoia è stata menzionata, con un consistente numero di immagini della città, nel 90% degli articoli o servizi radiotelevisivi usciti sulla manifestazione, questo si traduce in benefici comunicazionali ricaduti sul territorio ospitante 4-5 volte più elevati rispetto al costo di produzione del festival.

La ricerca ha preso in esame anche la dimensione qualitativa dell'impatto comunicazionale: come si parla del festival e della città che lo ospita? Con quali toni, termini, aggettivi?

È stato dunque studiato anche il posizionamento reputazionale, utilizzando software per analisi testuale e data mining, per capire quali sono, in condizioni normali (nei mesi precedenti l'evento) e in condizioni eccezionali (nella settimana del festival), i flussi di comunicazione e i giudizi/*sentiment* prevalenti.

Alla luce dei risultati dello studio si può notare quanto l'esperienza di *Pistoia – Dialoghi sull'uomo* sia fortemente positiva per incrementare la reputazione del territorio che lo ospita e le indicazioni emerse possono essere uno strumento molto valido per orientare promotori e finanziatori di eventi culturali.

La ricerca è scaricabile gratuitamente dal sito [www.dialoghisulluomo.it](http://www.dialoghisulluomo.it) in formato pdf ed epub per ebook.

**Ufficio stampa: Delos - 02.8052151 [delos@delosrp.it](mailto:delos@delosrp.it)**

Direttrice  
Giulia Cogoli  
telefono +39 0287281458  
[direzione@dialoghisulluomo.it](mailto:direzione@dialoghisulluomo.it)

Sede Direzione  
Giulia Cogoli Comunicazione  
via C. Goldoni, 34  
20129 Milano

Sede Legale  
Pistoia Eventi Culturali s.c.r.l.  
via de' Rossi, 26  
51100 Pistoia

[www.dialoghisulluomo.it](http://www.dialoghisulluomo.it)



FONDAZIONE  
CASSA DI RISPARMIO  
DI PISTOIA E PESCIA



COMUNE DI PISTOIA