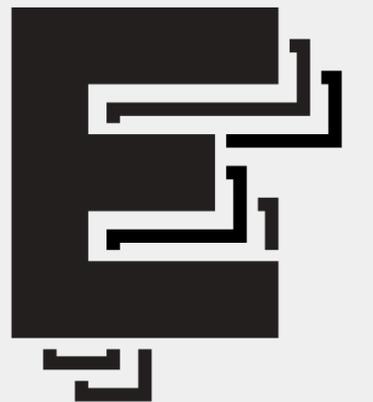


# **Festival culturali e spazi di comunità: il caso Ennesimo**





**ENNESIMO  
FILM  
FESTIVAL  
2024**



# ENNESIMO FILM FESTIVAL

DOVE NASCE IL  
CINEMA

## VISION

Festival internazionale di cortometraggi che coinvolge la comunità grazie ad un approccio popolare ed inclusivo. Mira a trasformare il modo in cui le persone guardano il mondo attraverso il cinema

## MISSION

Essere un'impresa culturale riconosciuta per la qualità dell'offerta e la capacità di relazionarsi e sfidare il pubblico ad una visione critica dei messaggi audiovisivi

# COMUNITÀ AL CENTRO



## **ECCELLENZE DEL TERRITORIO**

Dall'Agenda 2030 per immaginare futuri possibili alle eccellenze del nostro territorio per individuare soluzioni creative che diano risposte a bisogni reali. Ceramica, motori, patrimonio storico, sport e sostenibilità ambientale.

## **PATRIMONIO IMMATERIALE**

Rilancio dei luoghi culturali e cinematografici del Distretto potenziando le strutture esistenti, puntando sulla scoperta turistica del territorio degli ospiti internazionali

## **FRUIZIONE AUDIOVISIVO**

Oltre il cinema, oltre il superamento della quarta parete. Ennesimo offre la possibilità di scoprire come realizzare un film a 360°, proiezione di opere in realtà virtuale, sviluppo di una sala cinematografica nel Metaverso con tour guidati ed esperienziali



# Ennesimo dataroom

---



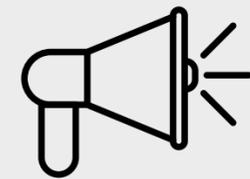
**10.000**

spettatori



**6.000**

studenti



**50 appuntamenti**

12 giorni di Festival

## ENNESIMO ACADEMY

9 anni

23 comuni

600 classi

12000 studenti

## OFFERTA DIDATTICA

25 corsi differenziati per target e obiettivi. Dalla scuola dell'infanzia ai corsi professionalizzanti

## OBIETTIVO

integrare l'audiovisivo all'interno della didattica tradizionale, attraverso corsi di **educazione all'immagine** che offrono agli studenti una cassetta degli attrezzi per decodificare i filmati a cui sono sottoposti quotidianamente e analizzarli in modo critico e collettivo.



**STUDENTI AL CENTRO**

# Academy dataroom

---



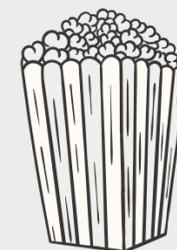
**1530**

ore di lezioni frontali



**1020**

ore di laboratori



**450**

ore di proiezioni

INIZIATIVA REALIZZATA  
NELL'AMBITO DEL PIANO  
NAZIONALE CINEMA E  
IMMAGINI PER LA SCUOLA  
PROMOSSO DA MIC E MIM

 **CINEMA  
E IMMAGINI  
PER LA SCUOLA**



1. FIORANO IC FRANCESCA BURSI, IC FIORANO MODENESE 1
2. ANCONA DOPOSCUOLA COMUNALE
3. BOLOGNA CORSO DI DESIGN DEL PRODOTTO INDUSTRIALE - UNIBO
4. CASALGRANDE IC CASALGRANDE
5. CASTELFRANCO EMILIA IC GUGLIELMO MARCONI, IC GUIDO GUINIZELLI
6. CASTELVETRO IC CASTELVETRO
7. CASTELNUOVO RANGONE IC GIACOMO LEOPARDI
8. CESENA LICEO GINNASIO STATALE VINCENZO MONTI
9. FORMIGINE SCUOLA STATALE SECONDARIA DI I GRADO ADRIANO FIORI
10. MARANELLO IC ING. CARLO STRADI, IC FERRARI MARANELLO
11. MEDOLLA IC SAN PROSPERO - MEDOLLA
12. MODENA LICEO CARLO SIGONIO, ISTITUTO DI ISTRUZIONE SUPERIORE F. SELMI
13. PUEGNAGO DEL GARDA SCUOLA PRIMARIA BRUNO MUNARI - IC VALTENESI
14. RIMINI LICEO G. CESARE - M. VALGIMIGLI
15. REGGIO EMILIA CORSO DI ORGANIZZAZIONE E MANAGEMENT DELLA CULUTARA E DELLA CREATIVITÀ - UNIMORE
16. SASSUOLO SCUOLA SECONDARIA DI I GRADO FRANCESCO RUINI - IC SASSUOLO 3° SUD
17. SAVIGNANO SUL PANARO IC SANDRO PERTINI
18. SCANDIANO IC MATTEO MARIA BOIARDO, IC LAZZARO SPALLANZANI
19. SPILAMBERTO IC FABRIANI

# PROGETTI SPECIALI

---



**IL GONNIALONE**

# PROGETTI SPECIALI

---



**L'EDICOLA RECUPERATA**

# ESPERIENZE

---



**ENNESIMO OSPITE**

# ESPERIENZE

---



**STELI SPETTACOLO PARTECIPATO SITE SPECIFIC**

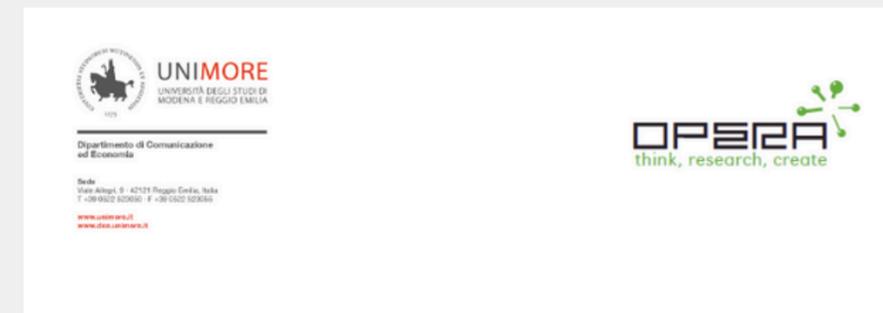
# ESPERIENZE

---



**LA NUVOLA**

# Collaborazione con UNIMORE



Dal 2017 EFF  
è case study per gli  
studenti del corso  
ORGANIZZAZIONE E  
MANAGEMENT DELLA  
CULTURA

MONITORAGGIO  
PUBBLICI DEL FESTIVAL

Il monitoraggio è curato da  
Fabrizio Montanari – Professore Associato di Organizzazione Aziendale UNIMORE. Si occupa di economia della cultura e della creatività.  
Antonella Epifanio – Conseguito il dottorato alla Fondazione M. Biagi  
OPERA è un'Unità di Ricerca del Dipartimento di Comunicazione ed Economia, UNIMORE, specializzata nello studio dell'organizzazione della  
creatività e dell'innovazione.

# Perché studiare un *Festival*

strumento di politica territoriale

- contribuisce ad aumentare l'**offerta culturale** del territorio e la costruzione del senso di **identità della comunità**

stimola dinamiche sociali inclusive

- contribuisce ad accrescere il **senso di appartenenza e vicinanza**: chi ha già partecipato al festival si sente vicino agli altri partecipanti

strumento economico

- valutazione dei **ritorni economici** diretti e indiretti sul territorio

genera prestigio

- i festival del cinema portano prestigio alla città che li ospita e ai partner che li sostengono

# Il ruolo degli spettatori

---

## Protagonisti dell'evento

target di riferimento  
sulle loro esigenze e gusti si scelgono ospiti,  
si calibra l'offerta culturale

## Creano l'atmosfera

contribuiscono ad aumentare l'interesse,  
in una sorta di scambio reciproco

# I pubblici del *Festival*

---

- ISTITUZIONI & PARTNER

**L'analisi ha evidenziato un grado di apprezzamento:**

- valore dei contenuti proposti
- comunicazione accattivante
- capacità di coinvolgere le scuole

**VEICOLA IMMAGINE POSITIVA DEL TERRITORIO**

**Ambiti di miglioramento:**

- ampliare e rinnovare l'offerta
- intercettare nuovi segmenti di pubblico

# I pubblici del *Festival*

---

- ENNESIMO ACADEMY - STUDENTI

**L'analisi sugli studenti ha evidenziato:**

- la gen Z ama i contenuti audiovisivi (92%) , ma non va al cinema (77% fruisce film da mobile e/o piattaforme streaming)

**Desiderata studenti:**

- fare esperienze pratiche
- ingressi a prezzi calmierati nei cinema cittadini

# I pubblici del *Festival*

---

- ENNESIMO ACADEMY - DOCENTI

## L'analisi sui docenti ha evidenziato:

- 96% ha dichiarato di essere soddisfatto dell'esperienza sia in termini di organizzazione che di contenuti

## Desiderata docenti:

- aumentare la proposta dei corsi
- diversificare l'offerta
- integrarla con la programmazione

## Formazione:

- video online con suggerimenti e stratagemmi da utilizzare in classe
- 70% utenti soddisfatti della newsletter INSEGNARE CON L'AUDIOVISIVO

# I pubblici del *Festival*

---

- I PARTECIPANTI A EFF

**Grado di soddisfazione dell'esperienza:**

- 4.3 su scala di 5

**Cosa apprezza il pubblico:**

- l'atmosfera del festival
- il personale
- qualità della programmazione

**il 98% del pubblico ha espresso  
il desiderio di tornare l'anno successivo**

# Perché partecipano al Festival

---

Le persone sono interessate

- dalla possibilità di guardare cortometraggi
- arricchire il proprio bagaglio culturale
- incontrare ospiti, attori e registi

Forte motivazione alla partecipazione legata alla volontà di sostenere attività locali (26%), a testimonianza di un'idea di **comunità coesa** e in cui si cerca di sostenere le iniziative pensate per **valorizzare il territorio**

# Identikit

---



**54% spettatori fidelizzati**

46% partecipano per la prima volta



**59%** dei partecipanti è spinto dalla curiosità

33% vuole sostenere le attività del festival

18% vuole entrare in contatto con i cortometraggi

**90% degli intervistati gradirebbe  
più attività di EFF durante l'anno**

**PROPONENDO**

Proiezioni relative a Giornate  
Internazionali e tematiche  
(film anni '80, film di Natale)

# Come hanno conosciuto EFF

---

**55% passaparola (parenti e amici)**

20% Ennesimo Academy

20% comunicazione online e offline

Il marketing riconosce il *Word of Mouth* come lo sforzo mirato che spinge l'utente a condividere la propria **soddisfazione** per un brand tramite diversi touchpoint e con le persone più vicine

Il passaparola è infatti ritenuto uno dei migliori strumenti di pubblicità e propagazione della risonanza di un evento.

# Scala FSIAS

## *Festival Social Impact Scale\**

*cosa analizza*



- alto impatto sociale del festival
- non si riscontrano particolari differenze tra le percezioni dei residenti nella zona e i visitatori non residenti.

---

*\*Delamare et al., 2001*

*\*\* impatto sul traffico, rumore, riduzione del senso di privacy, ecc.*

# Risultati

## BENEFITS FOR COMMUNITIES

benesse sulla comunità

- impatto sociale positivo di EFF

genera opportunità

- i rispondenti evidenziano la possibilità di imparare qualcosa di nuovo, sperimentare nuove attività, sviluppare talenti

rafforza l'identità

- la comunità si unisce attorno all'evento, lo supporta anche perché migliora l'immagine del luogo all'esterno

genera prestigio

- i festival del cinema portano prestigio alla città che li ospita e ai partner che li sostengono

# Risultati

## BENEFITS FOR INDIVIDUALS

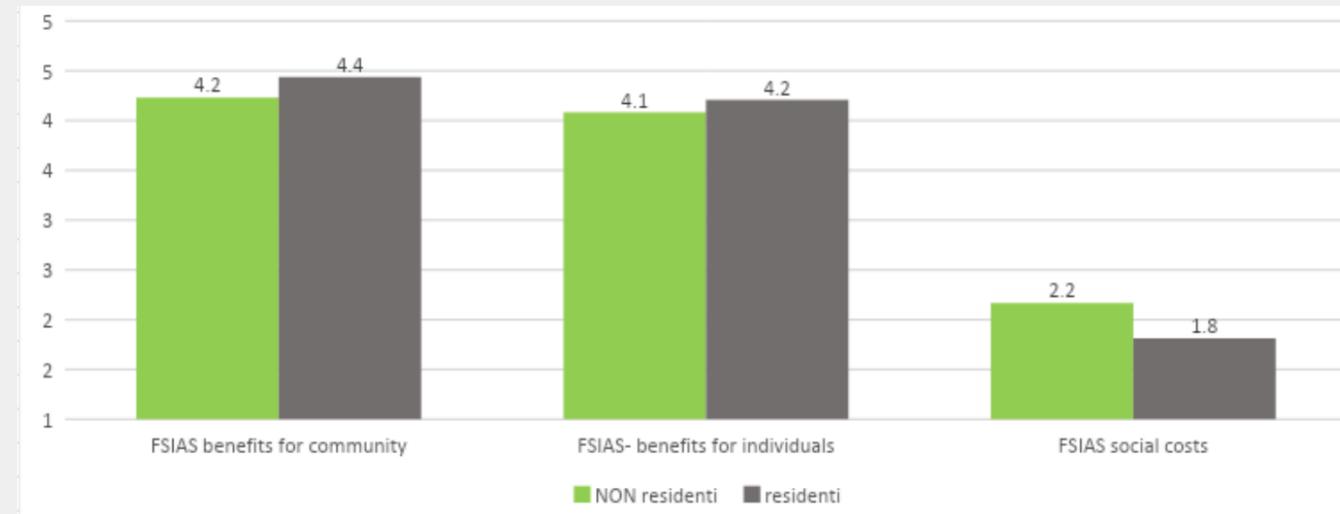
**benesse sul singolo**

- offerta di esperienza culturale

## SOCIAL COSTS

**costi sociali del festival**

- sovraffollamento della comunità



## **FUN FACT :)**

Dall'analisi dei risultati i ricercatori hanno evidenziato che i residenti percepiscono un livello leggermente più alto di benefici rispetto ai non residenti, e un livello più basso di costi sociali

# Conclusioni

---

## Contatto locale-globale

- viene apprezzato il fatto che il progetto ha un forte legame con il territorio, volontà di contribuire alla vitalità della comunità e di offrire la possibilità di sviluppare un'identità diversa da quella industriale
- offre un'opportunità di esposizione a stimoli internazionali e multiculturali

## Gestione del progetto

- La capacità di gestione del progetto per diversificare programma, personale di contatto, comunicazione
- genera soddisfazione nei partecipanti, e di conseguenza migliorare le percezioni sull'impatto sociale generato in una sorta di scambio reciproco

# grazie!

