

DIECI ANNI di incontri,
workshop, mostre, spettacoli,
escursioni, idee e tuffi in mare...



Regione Liguria



Città di Camogli

FRAME



festival della
COMUNICAZIONE

2014-2015-2016-2017-2018-2019-2020-2021-2022-2023

cultura - innovazione - crescita

10 ANNI DI CULTURA, INNOVAZIONE, CRESCITA

Iscritto fin dalla sua prima edizione tra i primi festival culturali italiani, il Festival della Comunicazione di Camogli in questi 10 anni si è affermato come punto di riferimento per tutto ciò che riguarda la comunicazione.

Scaturito da un'idea visionaria di Danco Singer e Rosangela Bonsignorio, abbozzata su un tovagliolo di carta al tavolino di un bar con Umberto Eco, che ne è diventato il padre nobile, il Festival è partito con un pugno di autori, tutti diversi, ciascuno versato in una specifica disciplina e con una propria visione del mondo, ma animati dalla stessa **curiosità** e **spirito di confronto**.

Dentro quell'angolo di paradiso di costa italiana

che è Camogli, con una sua particolarissima storia, i suoi cittadini, i suoi tesori, questi autori si sono trovati, i loro pensieri si sono incontrati e hanno **moltiplicato i punti di vista** da cui guardare alle cose, interpretare l'esistente, sperimentare il nuovo.

Prima 70, poi 120 poi **160 relatori per oltre 100 appuntamenti**, trasmessi in diretta streaming e disponibili tutto l'anno on demand a una platea che conta migliaia di spettatori attivi in Italia e all'estero, **il Festival della Comunicazione è cresciuto in numero e in ricchezza di visioni e iniziative** che fanno convergere i giovani talenti e i più noti e autorevoli esponenti della cultura italiana, generando **un circolo virtuoso tra memoria storica, innovazione espressiva, identità in divenire**.

Un festival il cui valore si misura prima di tutto nella **crescita** personale e culturale di chi vi partecipa (spettatori, relatori, partner), nella crescita relazionale, sociale e spirituale, nella sensibilizzazione verso il nostro patrimonio storico e paesaggistico, verso gli accadimenti della nostra attualità e verso i fenomeni di

lungo respiro che investono il nostro presente e il nostro prossimo futuro.

Il valore del Festival si traduce anche in una crescita economica che esalta l'identità locale: si va dallo sviluppo del turismo di qualità, all'aumento dell'attrattività di Camogli come città in cui vivere e lavorare in smart working, al miglioramento delle infrastrutture, della mobilità e della connettività, alle sinergie generate tra le aziende partner, le istituzioni e i centri di ricerca coinvolti, all'aumento della brand awareness e del posizionamento delle aziende che sostengono la manifestazione.

Con queste pagine intendiamo presentare **un quadro sintetico delle ricadute culturali, sociali ed economiche** che il Festival della Comunicazione - caso particolarmente felice nel panorama dei festival culturali - ha portato in questi primi dieci anni di vita, a prova di quanto tale manifestazione sia stata e sia importante ed efficace, ma anche di quanto sia in grado di offrire negli anni a venire in una realtà in continua trasformazione e di crescente complessità.



LA SITUAZIONE DEI FESTIVAL IN ITALIA

I festival di approfondimento sono uno dei fenomeni culturali più interessanti e vivi del panorama italiano. **Nel 2023 si contano circa duemila festival**, diffusi capillarmente su tutto il territorio, diversi per tema, destinazione, pubblico. **Una peculiarità del nostro Paese dove la cultura produce non solo valore, consapevolezza, crescita personale e collettiva, innovazione e spirito critico, ma anche ricchezza economica, occupazione, redditività per il territorio e per le imprese pubbliche e private**, come è scritto nel 53° Rapporto Censis sulla situazione sociale del nostro Paese.

Secondo *l'indagine sui consumi culturali 2022*, promossa da Banca Intesa Sanpaolo, rispetto al periodo pre-Covid, la maggioranza dei frequentatori ha mantenuto stabile la propria partecipazione ai festival artistico-culturali e vi è un 12% che l'ha aumentata, soprattutto i giovani, grazie anche al contributo del digitale.

I pubblici che frequentano i festival appartengono in media a fasce d'età più alte di coloro che seguono altri eventi, con una netta prevalenza del genere femminile e titoli di studio più elevati delle medie nazionali ed europee.

Tra i frequentatori dei festival, la maggior parte si

considera un consumatore culturale e presta tempo e attenzione a diverse attività, quali la lettura di libri (prediligendo ancora il formato cartaceo), gli eventi dal vivo (conferenze, spettacoli, proiezioni ecc.), l'approfondimento attraverso l'utilizzo di fonti web (trascorrendo in media online due ore e mezza al giorno) e la lettura di quotidiani e riviste (spesso in formato digitale). I pubblici si rivelano particolarmente fedeli e affezionati (oltre l'80% ha partecipato allo stesso festival altre volte), e percepiscono la manifestazione come un evento sociale da condividere con amici e parenti (più del 70%).

I festival attirano i pubblici grazie alla possibilità di approfondire la conoscenza di temi conosciuti e approcciare argomenti nuovi e stimolanti. Inoltre, influenzano gli interessi personali e professionali (99%) e stimolano la lettura (94%), in particolare di saggi.

Quand'è pensato, accolto e organizzato con lungimiranza, è ben vero che un festival può essere considerato a tutti gli effetti come un importante strumento di comunicazione e promozione territoriale in grado di veicolare messaggi che attivano per così dire "naturalmente" modalità di place marketing, dal più superficiale che stimola l'interesse dei visitatori/turisti per le location, al più profondo che genera il desiderio di conoscere un territorio.

Una valutazione ben documentata [rapporto Effetto Festival], evidenzia come il ritorno economico sul territorio risulti essere pari a 7 volte gli investimenti, ovvero i costi sostenuti per la sua realizzazione. [...].

Fare un censimento qualitativo dei festival che hanno animato negli scorsi anni, e animano oggi per domani, il panorama turistico-culturale in Liguria (dallo "storico" Festival Internazionale di Poesia di Genova, alla Festa dell'inquietudine di Finale, al Festival della Comunicazione di Camogli) [...] servirebbe fra l'altro a dimostrare una cosa importante. E questa cosa, con buona pace di quelle Cassandre tendenziose e/o malinformate che sono sempre pronte a sparare a zero sulla supposta "improduttività" della cultura, è che anche la cultura in senso ampio "performativa" ha una sua rilevante dimensione economica, che crea posti di lavoro e mette in moto sistemi di consumo legati al tempo libero e alla percezione della qualità della vita che senza di essa non esisterebbero.

Confindustria Genova, "Genova Impresa. Dossier Turismo e Cultura" luglio/agosto 2019, pp.32-33

Il turismo culturale, del resto, come dimostra il Rapporto del Ciset del febbraio 2018, di cui qui riportiamo una tabella riassuntiva, è molto più redditizio e incisivo del mero turismo balneare, montano o lacuale.

Quanto spendono i turisti culturali e del paesaggio culturale?

Motivazioni/ destinazioni	Spesa media per presenza (euro)	Dimensione Economica: % spesa su totale vacanza		
		Italia	Toscana	Veneto
Balneare	89,00 €	20,5%	11,4%	19%
Montano	96,50 €	4,8%	1,6%	4%
Lacuale	77,60 €	9,3%	0,8%	13,5%
Culturale	133,00 €	57,8%	78,5%	57,7%
Paesaggio culturale	117,00 €	7,7%	7,7%	5,8%
TOTALE (su vacanza)	112,00 €	100%	100%	100%

Fonte: Ciset su dati Banca d'Italia



www.unive.it/ciset @ilCISSET

Ciset, Rapporto "Il turismo culturale in Italia. Spesa, trend e comportamento dei visitatori" (febbraio 2018)

Il paniere di spesa del turista culturale e del paesaggio culturale tende a essere mediamente più differenziato. Importanti sono infatti le componenti riferite alla ristorazione e agli acquisti, spesso di prodotti tipici artigianali ed enogastronomici locali.

Gli Italiani stanno dimostrando quindi di avere della cultura una percezione molto meno aerea e metafisica di quanto si pensi, e di credere nella cultura come asset strategico molto più di quanto stiano dimostrando di crederci le attuali politiche di governo.



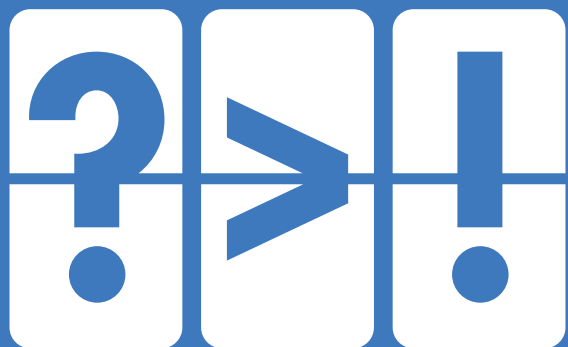
Genova Impresa, "Dossier Turismo e Cultura" (luglio/agosto 2019).

E non da ultimo è da rilevare anche che la cultura, solitamente concepita come priorità precipua dell'azione pubblica, è motivo di interesse anche da parte dei privati. L'indagine Rsm-Makno *Investire in cultura*, realizzata per Impresa Cultura Italia-Confcommercio nel luglio 2019, e riportata da Forbes, conferma una crescita spiccata dell'interesse delle imprese nella cultura, perché "cultura e spettacolo stimolano l'economia e creano ricchezza nel territorio".

Cresce l'interesse e l'investimento in cultura da parte degli imprenditori: per oltre il 70% il sostegno a progetti ed eventi culturali è strategico. [...] I maggiori benefici si riflettono sulla reputazione aziendale (33%), sul brand (29%) e in chiave commerciale (27%); oltre un terzo delle imprese equipara gli investimenti in cultura alla pubblicità.

Impresa Cultura Italiana-Confcommercio, "Investire in cultura" (luglio 2019)

La Fondazione Città Identitarie, che si occupa di turismo culturale, ha indagato prospettive e principali motori del turismo culturale nel 2023 e nei prossimi anni. La sua ricerca, pubblicata sul portale GlobeNewswire, conclude che l'asset del cultural tourism raggiungerà quota 12 miliardi di dollari di fatturato entro il 2028, dopo essersi attestato poco sotto i 5 miliardi nel 2021.



IL FESTIVAL DELLA COMUNICAZIONE

Il Festival della Comunicazione di Camogli fin dall'inizio è stato considerato uno dei festival più rilevanti in Italia, un festival che "alla prima edizione, s'è iscritto direttamente nella serie A degli incontri culturali italiani" (*Beppe Severgnini, Corriere della Sera, 18 settembre 2014*), e nel 2019 è stato segnalato da *Sette del Corriere della Sera* tra i primi 8 festival in Italia.

Dopo un anno di studio e progettazione, ha preso la sua prima forma nel 2013 a un caffè di Milano.

Come a volte capita, le decisioni importanti nascono intorno a un tavolo, non di lavoro, bensì di un bar o di un ristorante. Così accadde nell'estate del 2013, quando al Caffè Sforzesco di via Dante a Milano Danco Singer e Rosangela Bonsignorio illustrarono a Umberto Eco il loro progetto su un nascente Festival della Comunicazione. Al professore, tra un

sorso di Martini cocktail e una risata, quel progetto piacque. Al punto da diventarne il padrino.

Helmut Failoni

Corriere della Sera, 9 maggio 2019

Oggi il Festival della Comunicazione rappresenta il perno di un network che collega centri di innovazione, aziende, politica, spettacolo, organi di informazione, media tradizionali e di nuova generazione e alimenta un circolo virtuoso, che favorisce la circolazione di idee, soluzioni e proposte attorno a temi concreti e di attualità che interessano da vicino noi e il nostro Paese.

Al centro di ogni edizione, vi è sempre un grande tema, che coglie un aspetto nodale della stagione storica che stiamo vivendo, su cui i grandi ospiti offrono il loro particolare punto di vista e stimolano insoliti confronti: nel 2014 la **Comunicazione**, nel 2015 il **Linguaggio**, nel 2016 il **Web**, nel 2017 le **Conessioni**, nel 2018 le **Visioni**, nel 2019 la **Civiltà**, nel 2020 la **Socialità**, nel 2021 la **Conoscenza**, nel 2022 la **Libertà** e nel 2023 la **Memoria**.

I relatori del Festival della Comunicazione non sono solo "conferenzieri". La loro presenza, infatti, lungi dal limitarsi all'atto pubblico sul palco, li vede ospiti per la durata dell'intera manifestazione e offre loro la possibilità di seguire interventi di amici, colleghi o

giovani personalità emergenti, e di incontrarsi per le vie di Camogli scambiandosi idee, spunti, riflessioni. Il Festival della Comunicazione è anche questo: partecipazione, dibattito, coinvolgimento. Un'**atmosfera accogliente** e ricca di stimoli. Per tutti.

Le quattro giornate comprendono un fitto calendario di eventi tutti **gratuiti**: non solo incontri dedicati alla cultura, alla tecnologia e alla formazione, ma anche tanti momenti di intrattenimento con laboratori, workshop, mostre, spettacoli, concerti, colazioni e aperitivi con gli autori, i giornali del mattino in diretta dal festival, rassegne cinematografiche ed escursioni culturali alla scoperta dell'**Area Marina Protetta** e del **Parco di Portofino**. Non manca poi uno spazio dedicato alle aziende che fanno della comunicazione uno strumento per raccontarsi, promuoversi e innovarsi, creando valore e stabilendo un dialogo diretto con soci, collaboratori, dipendenti, azionisti e clienti.

Il Festival della Comunicazione ha un pubblico **trasversale e transgenerazionale**. Il tema della comunicazione, infatti, per sua natura multidisciplinare, coinvolge persone **diverse per età, formazione e interessi**. L'approccio del Festival è proprio questo: incentivare gli spettatori ad affrontare tematiche sociali condivise; aiutarli a leggere la situazione in cui il mondo si trova, con le diverse variabili in gioco e le loro dinamiche; far compren-

dere come le nuove idee – specie le più intriganti e originali – si annidino nel “substrato” del nostro presente, pronte a saltare lo steccato delle cose che riteniamo possibili.

Quello della Comunicazione è un festival ancora relativamente nuovo. I direttori Danco Singer e Rosangela Bonsignorio l’hanno inventato insieme a Umberto Eco nel 2013, il sindaco l’ha ospitato, io l’ho visto nascere sin dalla prima edizione e ho assistito a quanto idee azzeccate come formula e luogo riescano ad attecchire, e attecchiscano con una forza tale da superare anche tutte le difficoltà degli ultimi anni.

*Alessandro Barbero
Robinson, La Repubblica, settembre 2022*

VERSO LA X EDIZIONE DAL 7 AL 10 SETTEMBRE 2023

Nel 2023 il Festival della Comunicazione celebra il suo primo decennio di storia e avrà come *fil rouge* il tema **Memoria**: quella straordinaria attitudine della mente, del corpo e dello spirito che è parte integrante del nostro essere, nonché strumento indispensabile per costruire l’identità delle persone e dei popoli. Dalla memoria storica a quella biologica, da quella della natura fino alle sue forme digitali, il Festival della Comunicazione guarderà alla memo-

ria non solo in senso retrospettivo ma anche come fondamento di ciò che non è ancora, tra consapevolezza civile, connessioni tra discipline e la capacità delle arti e delle letterature di eternare il pensiero e arricchire le nostre memorie collettive. Fondandosi e manifestandosi attraverso le più svariate forme di comunicazione.

IL FESTIVAL DELLA COMUNICAZIONE E IL TERRITORIO

Fin dalla sua nascita, il Festival della Comunicazione ha stabilito una speciale sinergia con il territorio, valorizzandone tutti gli aspetti e le risorse, anche quelle meno note, che poteva offrire. Un festival che avesse respiro nazionale e internazionale, aperto e plurale, ma che andasse al contempo a dare rilievo alle specificità territoriali, ai tratti unici che connotano Camogli e la Liguria: le sue bellezze paesaggistiche, le sue tradizioni culinarie, le sue architetture, il Teatro Sociale, la sua gente, il suo accento e le coloriture della sua lingua. Perché il territorio non fosse solo una cornice, ma un contesto, un ambiente vivo e parlante, parte integrante della manifestazione.

Si è scelto di affidare l’immagine coordinata (diventa ormai un brand riconosciuto in tutta Italia) allo

studio genovese *Arteprima* di Luigi Berio, che vanta collaborazioni di prestigio per la valorizzazione dei maggiori siti storici e istituzioni culturali della Liguria, da Palazzo Ducale di Genova alla Lanterna.

Si sono attivate partnership con i maggiori centri di formazione e ricerca della regione – come l'**Università di Genova** e l'**Istituto Italiano di Tecnologia** – connettendoli a una più ampia rete di relazioni nazionali e internazionali che hanno visto coinvolti l'**Università degli Studi e il Politecnico di Torino**, lo **Human Technopole di Milano**, l'**Istituto Nazionale di Fisica Nucleare**, l'**Università di Toronto**, l'**Istituto Italiano di Cultura di Parigi** e l'**Istituto Italiano di Cultura di Madrid**.

Entusiasta è la partecipazione dei cittadini e degli esercizi commerciali: la libreria *Ultima Spiaggia* di Camogli che è diventata la libreria ufficiale della manifestazione, l'*Ascot*, gli albergatori, i bar e i ristoratori, e soprattutto gli affezionati volontari che assistono con professionalità e gentilezza le migliaia di visitatori che affollano i quattro giorni del Festival della Comunicazione.

RILEVANZA INTERNAZIONALE

La celerità con cui il Festival della Comunicazione si

è affermato è già indice di una regia efficace, di una solida organizzazione e di una qualità del prodotto confermate dall'immediata e vasta risposta di pubblico. La rilevanza della manifestazione si palesa fin dai numeri relativi alla sua articolazione:

- > 160 ospiti in più di 100 incontri nell'edizione del '22
- > 40.000 presenze dal vivo
- > 400.000 visualizzazioni via streaming
- > 16.400 iscritti al canale YouTube
- > 365.000 views delle pagine del sito
- > 200.000 persone raggiunte dalla copertura social

La manifestazione ha ricevuto il Patrocinio del Presidente della Repubblica e negli anni 2018, 2019, 2020 e 2021 è stata insignita della Medaglia del Presidente della Repubblica.

La fama e il prestigio che ha acquisito in così breve tempo ha portato il Festival della Comunicazione al di là dei confini locali e nazionali e lo ha visto ospite nelle principali sedi della cultura: il **Salone Internazionale del Libro di Torino**, l'**Estate Romana**, **Milano Bookcity**, **Tempo di Libri Milano**, **Circolo dei Lettori** di Torino; nel 2017 il direttore dell'Istituto Italiano di Cultura di Parigi, Fabio Gambaro, ha invitato il Festival della Comunicazione nella rassegna **Italissimo** a Parigi, in compagnia degli esponenti del panorama culturale italiano e francese, mentre nel 2019 il Festival del-

la Comunicazione ha ricevuto l'invito dalla Direttrice dell'Istituto Italiano di Cultura di Madrid a partecipare al **Forum del Libro Italia Spagna** nella sede di *Palacio de Abrantes*, importante appuntamento annuale sulla cultura italiana nel mondo.

Proprio per la rilevanza che ha ormai assunto nell'opinione pubblica e nel dibattito culturale italiano, la Rai nel 2018 ha dedicato al Festival della Comunicazione una parte del documentario *L'Alter Eco* a cura di Giovanni Paolo Fontana, introdotto da Paolo Mieli, e ha realizzato uno Speciale **Comunicare a Camogli** sul Festival della Comunicazione, con interviste e racconti.

MEDIA EXPOSURE

La copertura mediatica del Festival della Comunicazione si distingue in primo luogo per la sua multicanalità e capillarità, in crescita di anno in anno, con risultati importanti su tutti i principali canali: **stampa cartacea e online, tv, radio, Youtube, Facebook, Instagram, Twitter, sito web**.

Conta uscite stampa su tutti i principali quotidiani, agenzie, settimanali, mensili, online, servizi tv e radio, raggiungendo quotidiani nazionali (**la Repubblica, il Corriere della Sera, Il Secolo XIX, Il Fatto Quotidiano, La Stampa, La Gazzetta**

dello Sport, Il Giorno, Il Resto del Carlino, Il Manifesto, Il Giornale, Libero); settimanali di alta tiratura (**Robinson, L'Espresso, Il Venerdì** (la Repubblica), **La Lettura, Sette, Io Donna, Panorama, Nova 24, Domenica** (Il Sole 24 Ore), **Vanity Fair, Viversani e belli, Famiglia Cristiana**, le principali radio (**Rai Radio 1, Rai Radio 3, Radio Montecarlo, Radio Vaticana, Radio Number One, Radio Capital, Radio Popolare, Radio 24**) e canali tv (**Rai 1, Tg Com 24, Italia 1-Tiki Taka, TGR Liguria, Rai News 24, Rai 3, La7, SkyTg24**).

Gli incontri sono trasmessi in diretta streaming su 3 canali in simultanea per 4 giorni e sono disponibili on demand sul sito www.festivalcomunicazione.it e sul canale Youtube del Festival, attivo tutto l'anno.

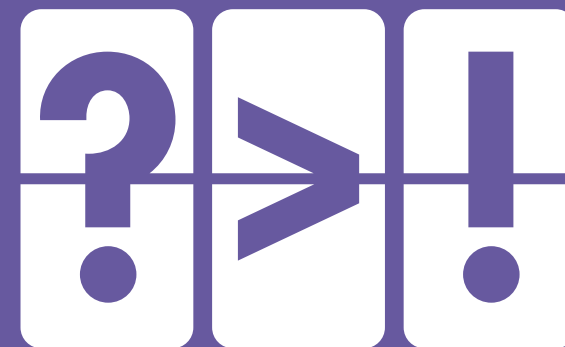
La comunicazione sito e social, curata da un team dedicato, ha sempre un ampio seguito, coinvolgendo un pubblico attivo e più giovane. I post sono particolarmente apprezzati anche per la cura redazionale con cui sono realizzati, arricchiti con copertine animate, pillole video, vlog e presentazioni animate.

Come si evince da questo spaccato, oltre a registrare delle importanti ricadute sui diversi pubblici, sul territorio, sul contesto socio-culturale in cui si inserisce, e oltre agli influssi che i suoi messaggi e temi hanno sull'opinione pubblica e sul dibattito storico, scienti-

fico e letterario, il Festival della Comunicazione ha portato interessanti ritorni alle aziende partner, alla città e al territorio ospitante, agendo da catalizzatore dei processi di attrazione turistica e sviluppo economico-commerciale.

Con le sue ricadute comunicazionali e reputazionali ha determinato un indotto economico molto significativo (largamente superiore al budget di produzione), i cui maggiori beneficiari sono proprio le aziende che vi investono in qualità di sponsor e il territorio, con gli organi pubblici e privati che vi operano.

Il Festival della Comunicazione ha svolto in questi anni e continua a svolgere una funzione di promozione territoriale decisiva per gli enti locali, ma anche un valido strumento complementare alle strategie di marketing delle aziende direttamente o indirettamente coinvolte nel Festival.



**MONDO
FESTIVAL**

Il Festival della Comunicazione non solo ha trasformato Camogli in un **innovation hub**, centro di un network internazionale e interdisciplinare, ma è diventato motivo di interesse per i principali attori delle trasformazioni sociali, economiche, politiche, culturali e tecnologiche del presente: esperti di comunicazione mediale, giornalisti del web e della carta stampata, youtuber e divulgatori informatici; noti esponenti del mondo finanziario e imprenditoriale; economisti, giuristi e avvocati di prestigio; fotografi, pubblicitari, illustratori e designer di fama mondiale; i maggiori studiosi della filosofia, della storia e dell'antropologia; linguisti e semiologi; nomi di primo piano del mondo fisica, della matematica, della bioingegneria e della robotica. E ne ha fatto **uno spazio ideale dove crescere talenti ed esplorare nuove idee**.

Dalle suggestioni e dalle spinte innovative del Festival della Comunicazione sono fioriti negli ultimi anni interessanti **spin off**, ciascuno con una propria identità ma tra loro interrelati e tutti espressione inconfondibile dell'anima poliedrica del Festival e dell'eredità del suo padrino Umberto Eco. Questi *spin off* hanno portato avanti progetti e linee di sviluppo particolarmente significativi, intercettando le novità sul piano dell'informazione, dell'education, della trasformazione delle abitudini di consumo mediale e della produzione di contenuti.

PAROLE E VOCI SUL MARE

Estate 2021 ed estate 2022

Una rassegna dedicata ai libri, alla lettura e alla passione per il racconto nella suggestiva terrazza sul mare nel centro di Camogli, organizzata insieme all'Assessorato alla cultura. Presentazioni, interviste, dialoghi con al centro le ultime uscite in collaborazione con le più prestigiose case editrici. Giornalisti e scrittori raccontano e si raccontano, esplorando le idee che generano l'urgenza della scrittura. E sullo sfondo il mare, entità antichissima e vivifica nonché spazio di incontro tra civiltà diverse, luogo di misteri e di storie, che evoca e suggestiona a sua volta.

CUCINA D'EPOCA

I edizione a Genova dal 20 al 22 settembre 2019,

II edizione a Camogli dal 23 al 25 settembre 2022

Un grande evento dedicato alla cucina attraverso i suoi riflessi culturali, politici e sociali. Un viaggio nella Storia passando per la tavola, dove ai sapori si intrecciano le vite e i gusti dei popoli, le pratiche sociali, le scoperte scientifiche, la letteratura, le correnti artistiche e filosofiche, le strategie politiche e militari e le innovazioni. Tre giorni di incontri, spettacoli, insolite performance e lezioni di cucina, fra cibo di strada e alta gastronomia, tradizione storica e reinterpretazione contemporanea, dall'Italia

all'Europa. Protagonisti dell'evento sono scienziati, cuochi, scrittori, storici, letterati, filosofi, musicisti, giornalisti, divulgatori, imprenditori, produttori, sotto la sapiente regia e l'estro creativo di uno storico dell'alimentazione tra i più amati e stimati: **Massimo Montanari**.

FORUM EDUCATION

I edizione 1-2 febbraio 2020

Un Forum che pone al centro la scuola, dalla Primaria all'Università, nel senso più completo del termine; un tavolo di lavoro con alcuni dei maggiori esponenti del mondo scientifico, economico, istituzionale e culturale, che mira a tradursi in una proposta di sviluppo e riorganizzazione del sistema della formazione e dell'apprendimento. Un evento plurale di grande impatto, che risponde alla necessità di ripensare l'attuale conformazione del sistema educativo, perché ciò che sarà dell'Italia nei prossimi anni dipende dall'efficacia della scuola di oggi e di domani.

Il modello d'istruzione tradizionale, basato sull'apprendimento passivo di nozioni lungo un arco pre-determinato di tempo, riflette l'organizzazione del lavoro altamente standardizzato della prima rivoluzione industriale. Ma è sempre più inadeguato in un'economia nella quale l'accelerazione dell'obsolescenza della conoscenza (5 anni) e la riduzione della permanenza sul posto di lavoro (5-7 anni) imporranno

no un continuo "ritorno alla scuola".

Se dunque in questo secolo ogni scelta politica dovrà avere come fine la cura del pianeta e delle persone, del benessere collettivo e della giustizia sociale (planet, people and prosperity, secondo il principio costitutivo dell'Agenda 2030 dell'ONU), l'educazione deve diventare l'oggetto primario di attenzione.

PODCAST FESTIVAL

I edizione in assoluto in Italia nel 2019,
poi diventato Mondo Podcast all'interno del Festival della Comunicazione

Il primo festival in assoluto in Italia dedicato al mondo del podcast, dalla prima edizione in collaborazione con Audible-Amazon, la maggiore piattaforma podcast su scala globale, e Rai Radio 3, da anni impegnata nell'ideare, sperimentare e realizzare prodotti innovativi, come i radio documentari pluripremiati in Italia e in Europa, e il Comune di Camogli. Il Podcast Festival è un'occasione unica per conoscere questa nuova sorprendente frontiera del racconto, che si sta affermando anche come un diverso modo di fare e trasmettere informazione, conoscenza, intrattenimento, esperienze. Come confermano gli ultimi dati Nielsen, presentati ogni anno in anteprima proprio al Festival della Comunicazione, il podcast ha ormai conquistato un'ampia parte del pubblico italiano, raggiungendo un pubblico di oltre

15 milioni di utenti nel 2022 (+1 milione rispetto al 2021), un pubblico giovane e attento, aperto alle più diverse possibilità e situazioni d'ascolto, che ha fame di novità, sperimentazione e contenuti di qualità. E il Podcast Festival è stato anticipatore e promotore di questo fermento, trasformandosi negli anni e diventando poi noto in tutta Italia come Mondo Podcast.

SUMMER SCHOOL IN MEDIA ECOLOGY E COMUNICAZIONE DIGITALE

Giugno 2019 e settembre 2021

Un corso di formazione intensivo e residenziale a Camogli altamente professionalizzante, dedicato a giovani laureati, organizzato in collaborazione con l'Università degli Studi di Genova, l'Università degli Studi di Torino, l'Istituto Italiano di Tecnologia (IIT), l'Università di Toronto e il Comune di Camogli, che mira a fornire tutti gli strumenti cognitivi, tecnici e interpretativi per leggere l'ecosistema mediale in cui siamo immersi, aprire spazi di nuova comunicazione, sfruttare l'intelligenza collettiva, riprogrammare le interfacce trasformare i dati in informazione, generando valore per sé e per la propria impresa, impostare strategie di comunicazione sui new media distintive e di impatto.

CACCIA AL TESORO DI MILANO

I edizione nel 2020 e II edizione nel 2021

Una speciale iniziativa online, che coinvolge ragazzi, famiglie e gruppi di amici di ogni età e provenienza, realizzata su richiesta del **Comune di Milano**, che stimola azione, cooperazione e spirito d'avventura, ma soprattutto un nuovo sguardo sulla realtà che ci circonda. Con due edizioni all'attivo, la Caccia al Tesoro ha visto oltre 500 squadre, per 5 giornate, sfidarsi su una piattaforma coinvolgente e di design e arrovellarsi tra enigmi, iscrizioni da decifrare, indovinelli, quiz e indizi nascosti nei luoghi più insospettati di Milano, del centro e della periferia, navigando nelle mappe web e collaborando in chat coi compagni di squadra.

Le prove sono animate ogni anno da una diversa missione: dopo **la Milano segreta**, accompagnati da 18 celebri personaggi del mondo della cultura, dello sport, della musica e dello spettacolo, è stata la volta della **Milano verde**, nell'ambito del progetto Forestami, all'insegna dell'interdisciplinarietà, con inaspettate connessioni tra natura, storia, arte, design, scienze e geografia, dalle grandi città del mondo al nostro territorio più prossimo con le vie d'acqua, le cascate, le campagne lombarde e il paesaggio.

IL CAMPIDOGLIO E LE SUE STORIE

Roma, domenica 26 giugno 2022

Stefano Massini, ideatore dell'evento insieme a Danco Singer, propone con il suo stile unico un insolito e originale "monologo-dialogico" capace di ammalianare il pubblico e di dar voce alla storica piazza romana: la "vecchia signora" - con le sue architetture e le sue sculture che si prestano non solo come perfette quinte teatrali, ma che diventano protagoniste e interlocutrici - si racconta, fiera di ricostruire fatti e misfatti di cui nei secoli è stata scenario. Si dipana così una matassa di aneddoti curiosi che coinvolgono gente comune e grandi personaggi, eventi epocali e quotidianità verace; un racconto animato dalla voce di Stefano Massini e accompagnato dalle note dell'arpa celtica di Stefano Corsi, in cui si intrecciano eventi storici noti e particolari sconosciuti, in un susseguirsi di suoni, colori e colpi di scena.

TRANSIZIONI

Roma, dal 14 al 16 ottobre 2022

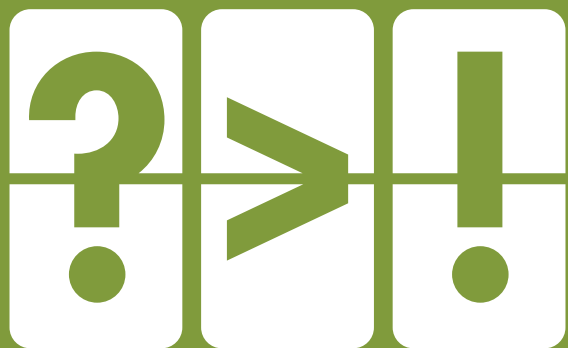
È il festival dedicato alla cultura della sostenibilità, sotto la cura scientifica di **Mario Tozzi** - geologo CNR, divulgatore scientifico e saggista - ideato insieme a Danco Singer. Transizioni promuove il dibattito e il confronto sulle tematiche ecologiche con eventi capaci di sensibilizzare il pubblico e diffonde-

re la cultura necessaria alla sostenibilità ambientale grazie a richiami alla letteratura, all'archeologia e alla filosofia e a uno stretto legame con il territorio. In questo scenario Roma, la città che fin dalla notte dei tempi tiene insieme cultura e ambiente, diventa il contesto ideale per un festival di scritture, racconti e musica in cui il *fil rouge* dell'ambiente arriva a legare tematiche storico-archeologiche, filosofiche, sociali e identitarie.

MITI ED EROI. LA NASCITA DI ROMA

Roma, dal 25 al 27 novembre 2022

Un ciclo di tre *reading* per raccontare Roma, che fu per molti secoli "la" città per eccellenza, recuperando storie, leggende, narrazioni sulle quali si è fondata l'identità di una comunità, di una istituzione capace di dominare il mondo, di un crogiuolo di civiltà e di cultura. **Maurizio Bettini**, con la sua viva capacità narrativa, incalzato dalle letture di **Jacopo Rampini** che portano alla luce aneddoti, curiosità, leggende del passato, dà voce ogni sera a un personaggio diverso: Enea, Romolo, Numa, tre eroi della Roma delle origini che prendono la parola per raccontare in prima persona le vicende che sono state loro attribuite dalla tradizione. Storie antichissime e leggendarie, alcune affidate alla tradizione orale, altre documentate e trascritte in opere che ancora oggi leggiamo.



MONDO PODCAST

Dal 2020 il Festival della Comunicazione idea e realizza **serie podcast originali distribuite sulle principali piattaforme** di podcasting, collaborando con i protagonisti del settore: un'ampia varietà di serie che sviluppa in tutte le fasi di produzione, dal contenuto all'esperienza sonora.

Alcune serie podcast sono dedicate alla divulgazione storica (*Grandi Battaglie della Storia* di Alessandro Barbero, *Cadaveri eccellenti* di Miguel Gotor, *Lo stato parallelo* di Gherardo Colombo, *Rivoluzione culturale* di Lorenzo Baglioni), scientifica (*La nostra grande storia* di Guido Barbujani e Mario Tozzi, *La scorticatoia - Come le macchine sono diventate intelligenti* di Nello Cristianini) ed economica (*L'Economia e La porta sbagliata. Controstoria dell'economia italiana dal fascismo ad oggi* di Federico Fubini).

Altre nascono in sinergia con importanti istituzioni artistiche come *Meraviglia senza tempo* prodotto in collaborazione con Galleria Borghese di Roma e Patrimoni da custodire. Brera racconta in collaborazione con la Pinacoteca di Brera e Intesa Sanpaolo.

E ancora la serie sui *Perché* del nostro tempo e gli *Speciali - Umberto Eco*, che hanno visto la partecipazione tra gli altri di Gianrico Carofiglio, Valentina Pisanty e Francesco Pannofino.

È l'insieme di questi elementi che rende il Festival della Comunicazione un motore capace di intercettare in anticipo le grandi trasformazioni in atto in ambito sociale e culturale, promuovere nelle persone dialogo, confronto e consapevolezza critica, e creare il terreno e il contesto migliore per la crescita di talenti e lo sviluppo di idee.

Il Festival della Comunicazione vive tutto l'anno anche sul tuo smartphone: **un universo di contenuti e creatività, in continua sperimentazione, che viene con te ovunque tu sia.**



Inquadra il QRcode e porta con te l'anima podcast del Festival: un universo di contenuti gratuiti con i protagonisti di cultura, spettacolo, economia, design, innovazione.

Non perderti le novità di Frame-Festival della Comunicazione, con le sue tre anime:

MONDO FESTIVAL

eventi culturali di grande coinvolgimento con i personaggi più amati e stimati del nostro tempo

MONDO EDUCATION

forum, corsi e iniziative di edutainment, che guardano alla formazione con un approccio innovativo

MONDO PODCAST

podcast capaci di arrivare alla mente e al cuore con formati e storie sempre originali



Segui il Festival sui social per vedere e condividere i momenti più interessanti e iscriviti alla newsletter per non perdere nulla!

2014 Comunicazione

2015 Linguaggio

2016 Web

2017 Connessioni

2018 Visioni

2020 Socialità

2021 Conoscenza

2022 Libertà

2023 Memoria

Il Festival della Comunicazione è ideato e diretto da Rosangela Bonsignorio e Danco Singer - FRAME s.r.l.

www.festivalcomunicazione.it