

INTESA  SANPAOLO

 BVA Doxa

Fruizione culturale: i giovani tra festival e social media

Premessa

- ❑ L'obiettivo della ricerca è stato quello di **comprendere il rapporto tra i giovani e la cultura**, col fine di individuare **le leve per parlare loro di temi culturali e in che modo realizzare Festival Culturali sempre più in linea con le loro aspettative.**
- ❑ Abbiamo indagato **il significato e il vissuto del concetto di «cultura» tra i giovani sensibili ai temi culturali e esplorato i canali e i contenuti attraverso i quali ne fruiscono** (internet, social networks, podcast, festival...)
- ❑ Per fare questo abbiamo integrato nello studio varie metodologie:

FOCUS GROUP

Per indagare come i giovani **si avvicinano alla cultura e la loro vicinanza ai Festival culturali**, sono stati realizzati **dei Focus Group**, sia al Nord che al Centro Sud del Paese, coinvolgendo giovani (24-35 anni) con buona esposizione ai contenuti culturali

WEB LISTENING

Per approfondire **contenuti e format digitali e social di riferimento dei giovani**, sono stati analizzati più di **160 Touch Point online** menzionati durante i Focus Group

SURVEY

Per misurare e analizzare la **fruizione dei Festival Culturali in Italia** sono state poste alcune domande a **un campione rappresentativo di 1.000 italiani** (18-74 anni)

1.
**Che cos'è
la cultura per i
giovani d'oggi**



La cultura è strumento per comprendere il presente, la società, il mondo che viviamo, ma anche crescita personale e intrattenimento

PRINCIPALI DEFINIZIONI DI CULTURA EMERSE DAI GIOVANI DURANTE I FOCUS GROUP

LA CULTURA NON È

SHOW OFF

CELEBRAZIONE DEL PASSATO

NOZIONISMO

IDEOLOGIA

PESANTEZZA

LA CULTURA È

CRESCITA PERSONALE

INTERPRETAZIONE DEL PRESENTE

COMPRENSIONE

VISIONE SUPER PARTES

LEGGEREZZA E SVAGO

Da un approccio **più intellettuale e nozionistico**
a un approccio **più democratico e concreto, con una componente di leggerezza e intrattenimento**

La cultura per i giovani non è «status», ma strumento per navigare nella contemporaneità

→ Cultura come conoscenza del mondo

→ Cultura come comprensione dell'oggi e del domani

→ Cultura come arricchimento, crescita personale

→ Cultura come intrattenimento attivo e generativo

→ Cultura come base per il cambiamento verso una società migliore



“

*...elemento essenziale che ci arricchisce come individui e ci consente di **capire il mondo** che ci circonda...*

...tutto ciò che arricchisce il vissuto di una persona..

*...tutte le **piccole cose** che ci hanno portati ad essere gli **esseri umani che siamo** oggi...*

*...per me è sapere, la **sete di conoscere** qualsiasi cosa..*

Fonte: Focus Group

*...la competenza principale che permette all'uomo di **interfacciarsi con ogni circostanza** e confrontarsi cor ogni **individuo**...*

*...conoscere il **passato**, per capire il **presente** e costruire il **futuro**...*

”

La cultura come strumento per comprendere il presente

Se un tempo il **bagaglio culturale** era sinonimo di **status**, oggi, in un mondo iperconnesso e iper-complesso, **la cultura diventa un appiglio per non perdersi.**

Cultura significa oggi **acquisire strumenti per meglio comprendere il presente, la società, il mondo che viviamo.** Una preparazione che permette di leggere i fenomeni, i mutamenti, i costumi.

→ Cultura come **conoscenza del mondo**



«*imparare a stare al mondo, attraverso la cultura impariamo a stare al mondo*»

«*La cultura è uno strumento per costruirsi un'opinione, un modo per vedere la realtà*»

La cultura come proiezione, apertura verso il futuro

La visione tradizionale e scolastica tende a identificare la cultura con **i grandi pensatori** e **i classici del passato**. Ma la cultura non si ferma lì, anzi, da lì **evolve**.

Lo studio del passato diviene di fatto funzionale alla comprensione dei fenomeni che riguardano la contemporaneità.

Cultura significa pertanto **leggere il presente e anticipare il futuro grazie anche alla storia e al passato**. I nuovi trend, i nuovi modi di vivere, la **contaminazione tra discipline** diverse o la nascita di nuove forme di espressione **sono a tutti gli effetti cultura**.

→ Cultura come comprensione dell'oggi e del domani



La cultura come arricchimento personale e sociale

Ciascuno segue un **percorso culturale** in base ai propri **interessi** e alla propria **sensibilità**, spesso saltando da una disciplina all'altra. Cultura come **scoperta continua e crescita personale**.

Cultura che è anche **occasione di socialità**: ti **permette di trasmettere, acquisire e creare nuova cultura**, attraverso l'attivazione di un **meccanismo di scambio** con altre persone.

Differenti soggetti offrono di fatto **prospettive diverse** sullo stesso tema e **arricchiscono la dialettica** e il contenuto esperienziale

→ Cultura come arricchimento, crescita personale



“

*...tutto quello che può **arricchire il mio sapere** riguardante sia conoscenze mie personali utili alla mia figura personale e mestiere sia per essere **aggiornato** su quelli che **accade** nel mondo..*

*«La cultura ti permette anche di **essere in connessione con gli altri**: è un dare e ricevere continuo»*

Fonte: Focus Group

”

La cultura oggi è viva, dinamica, stimolante: le materie si contaminano tra loro in un circolo virtuoso tra discipline diverse

Se un tempo la cultura era legata all'**impegno**, oggi, **non è solo ciò che si studia a scuola o all'università**, ma nasce dalla **quotidianità**, dalla curiosità che genera un interesse ad approfondire **un tema**, che spesso indirettamente **ne apre altri**, in **un circolo virtuoso fluido** tra discipline diverse. Gli approfondimenti culturali seguono le **ispirazioni del momento**, percorsi inattesi in **una logica random**.

Ai testi si uniscono immagini, video o infografiche, che **rendono il contenuto più coinvolgente, più pieno e vivo**.

Interessarsi alla cultura **non significa rinunciare al divertimento o all'intrattenimento**.

→ Cultura come **intrattenimento attivo e generativo**



*«cronaca, stimolo per approfondire, prendo spunto da quello che succede nell'attualità e **faccio un'interconnessione** tra i vari argomenti»*

*«alla fine sono tutti collegati, **la cultura è tutto un collegamento** tra i diversi ambiti»*

Fonte: Focus Group



*«Rey Sciotto promuove la storia dell'arte a modo suo, anche lui è cultura, **anche se non nel senso tradizionale** del termine»*



La cultura come base su cui costruire il cambiamento

La **cultura** diviene forza rigenerativa per la trasformazione della società, motore per **migliorare** e **superare gli assetti non soddisfacenti del passato**.

Un **driver per ripensare** nuovi metodi, nuovi valori, nuovi sistemi di «**essere al mondo**».

→ Cultura come base per il **cambiamento** verso una società migliore



*«Acculturarsi significa darsi la possibilità di **vivere in un mondo migliore**»*



I giovani si percepiscono più capaci e anche paradossalmente più saggi nella fruizione culturale per interpretare la realtà

Sentono di essere **più saggi nella fruizione della cultura perché mettono in competizione più canali e fonti informative** per avere **una rappresentazione più completa**, sfaccettata e **quindi fedele della realtà**, a differenza delle generazioni più mature, le quali si affidano ancora ad una **visione unica e già elaborata della realtà**, ancorata spesso ad una linea editoriale fornita da TV e giornali a cui sono ancora affezionati.

I giovani sono consapevoli di vivere l'epoca attuale con **maggiore competenza**, paragonandosi alle generazioni precedenti



miei genitori sono abituati alla tv, noi siamo i più informati, ci informiamo con tutto, anche con i social»

«a noi arriva una informazione più completa, da altre parti del mondo»

«mia mamma si informava con tv e riviste, la nostra generazione diversifica anche con l'informazione on line, noi abbiamo canali più dinamici»

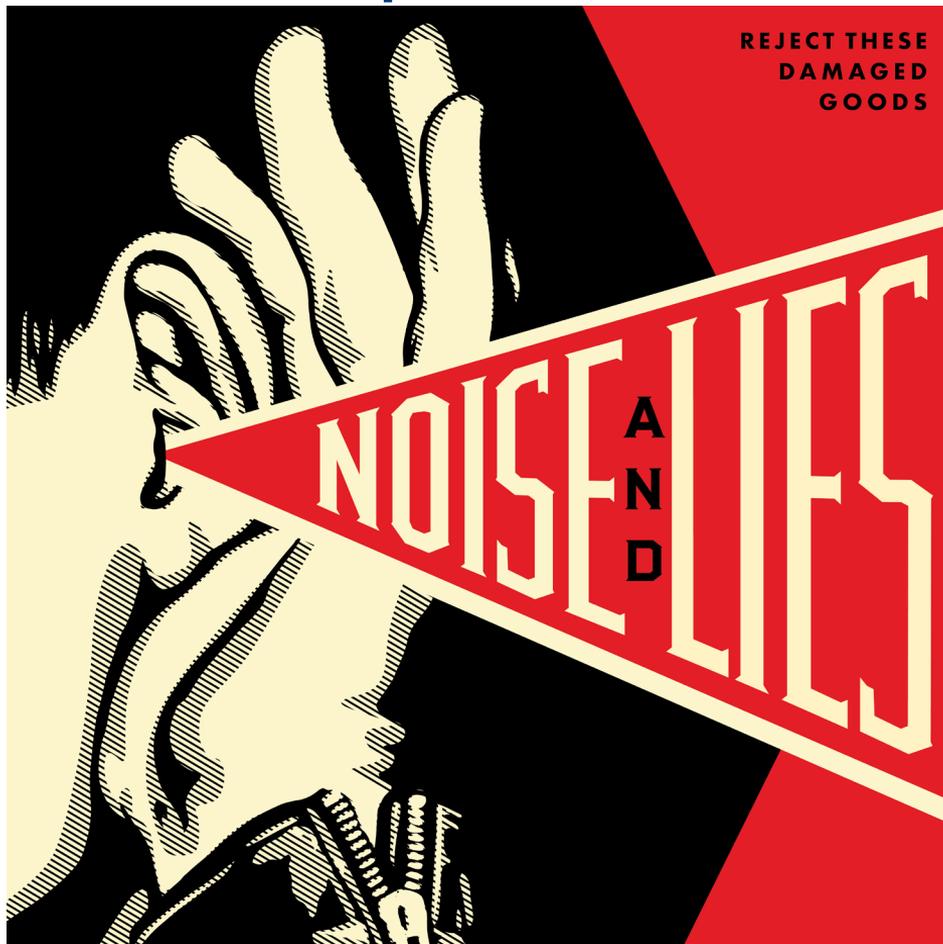
*«le generazioni più adulte **pensano che il nostro modo di apprendere e acculturarci sia superficiale...** in realtà **siamo molto più competenti e colti di quanto immaginano!**»*



Emerge il desiderio dei giovani di migliorare il mondo e la società, rispetto a un modello passato in cui si riconoscono sempre meno

Hanno la percezione di aver ereditato un mondo «sbagliato», un mondo da ripensare e da ricostruire, in alcuni casi, addirittura, da salvare dagli errori commessi dalle generazioni che li hanno preceduti.

Fonte: Web Listening



2.

La dieta culturale dei giovani



Per fruire della cultura, i giovani considerano sia il canale Online che quello Offline, spesso integrandoli, anche se con pesi differenti

ONLINE



È il canale più facile e accessibile dove fruire di contenuti culturali in maniera autonoma: le informazioni si ottengono direttamente dai social, selezionando i contenuti di interesse a proprio piacimento.

- ✓ Sempre a **portata di mano**,
- ✓ **Linguaggio** più affine ai **giovani**,
- ✓ **Fruizione** più **veloce**, senza attese
- ✓ Permette di scegliere il proprio **contenuto elettivo** (una cultura più selettiva e scelta)

OFFLINE



Per l'offline occorre **attivarsi**, dedicare appositamente del **tempo**, **programmare**, effettuare una **prenotazione**, insomma **l'impegno è maggiore...**

- ✓ Offre una **immersione** completa e più intensa
- ✓ Rende **tangibile la cultura** entrando in contatto con le sue diverse forme e i suoi protagonisti
- ✓ Strumento di **relazione e scambio** di cultura tra pari e generazioni

L'offerta culturale dei giovani passa in primis dai Social: strumenti in linea con le loro esigenze e stile comunicativo

PER UNA QUESTIONE DI...

SOSTANZA

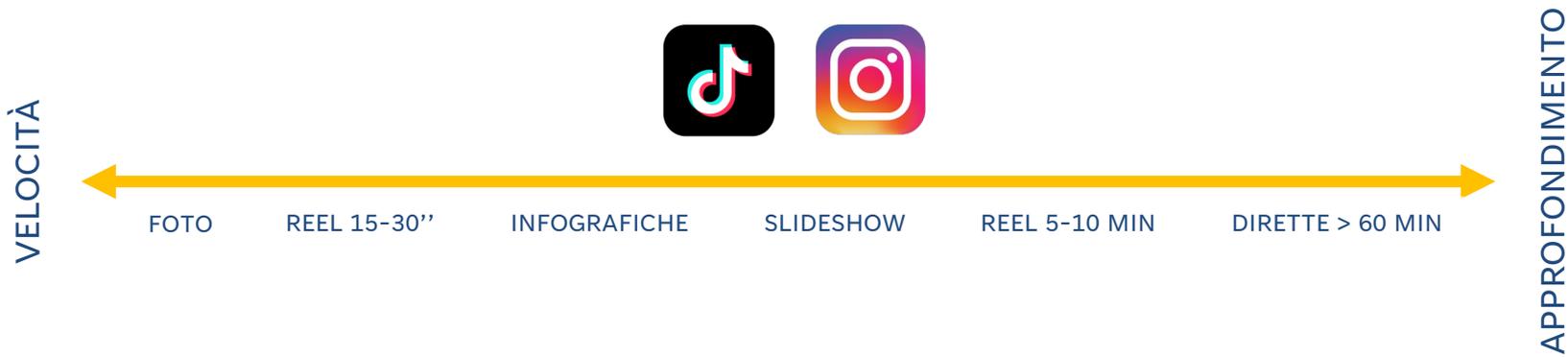
- ❑ Sui social la **notizia** è «**calda**», perché aggiornata in tempo reale, ma è anche «**approfondimento a freddo**» (analisi, spiegazioni, tutorial...)
- ❑ Si distinguono in modo netto i **fatti** dalle **opinioni**, permettendo un **approccio imparziale** alle notizie vs. le **testate giornalistiche**, viste invece come **ideologicamente schierate**
- ❑ È anche **live**, con possibilità di **interazione** e **senso di community**

FORMA

- ❑ Contenuti e video sono spesso **brevi, immediati, leggeri, dritti al punto**.
- ❑ I **divulgatori** scientifici sono spesso **giovani, il dialogo è alla pari, creando** maggiore **identificazione** e **credibilità**
- ❑ Il linguaggio è accessibile, non istituzionale né formale
- ❑ L'approccio è «**for dummies**»

Emerge un uso delle diverse piattaforme legato alle loro specificità di funzionamento e alle caratteristiche tecniche





In questo contesto generale, se **YouTube e Google** si configurano come **strumenti** ormai **consolidati legati a ricerche e approfondimento**, viceversa **Instagram e TikTok**, nati per un consumo effimero e veloce, **ospitano sempre più di frequente al loro interno contenuti e formati più lunghi di approfondimento**

3.
**Quali gli
elementi di
successo di
questi account?**

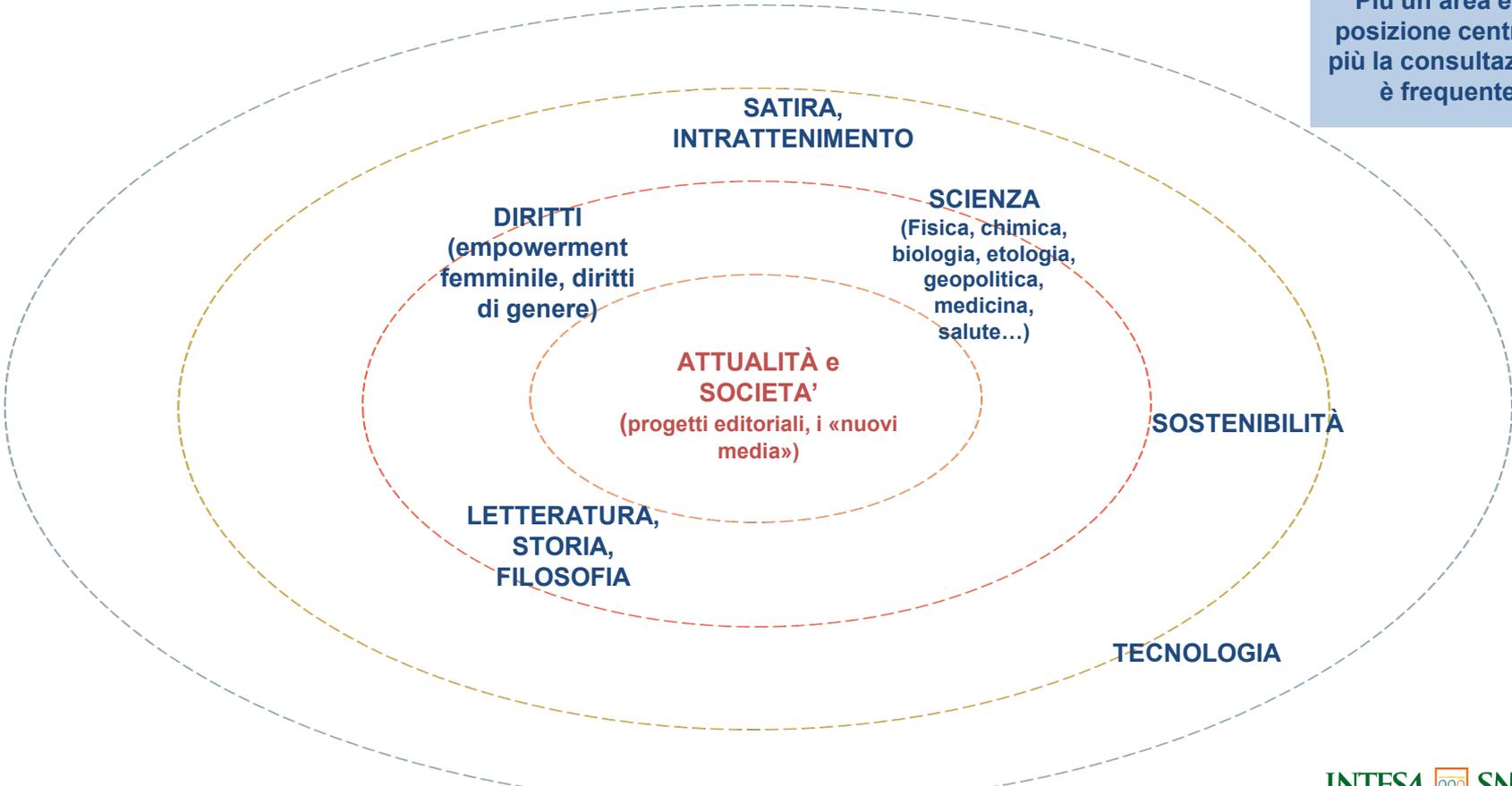


I giovani apprezzano alcune modalità e stili di comunicazione

- ✓ Essere fonte affidabile e credibile NO ad un'informazione fake
- ✓ Promuovere lo sviluppo di un senso critico, indipendente dalle ideologie ✗ NO ad essere di parte
- ✓ Spingere al cambiamento ✗ NO ai vecchi modelli
- ✓ Adottare un registro leggero ✗ NO al prendersi troppo sul serio
- ✓ Parlare in modo semplice ✗ NO ai troppi giri di parole e ai tecnicismi
- ✓ Parlare anche di temi scomodi ✗ NO al silenzio, all'omertà, alla connivenza
- ✓ Fornire informazioni utili e consigli pratici relativi alla vita di tutti i giorni ✗ NO alle chiacchiere
- ✓ Incentivare la relazione attraverso canali diretti e di facile accesso ✗ NO alle barriere all'ingresso
- ✓ Far leva sulla familiarità e sulla riconoscibilità dei volti ✗ NO ai contesti impersonali
- ✓ Avere un approccio pop, lontano da snobismi ed elitarismi ✗ NO a chi teme la contaminazione

Il contesto online per i giovani in ambito culturale è variegato, incentrato soprattutto sull'attualità

Più un'area è in posizione centrale, più la consultazione è frequente



Fonte: Focus Group

Emerge un universo di riferimento molto ampio che va oltre il concetto tradizionale di cultura. L'approccio è semplice e non ideologico

PROGETTI EDITORIALI

Al netto di rare eccezioni si tratta in prevalenza di progetti editoriali recenti e nativi digitali, che costruiscono la propria mission sul voler supportare gli utenti nella creazione di un pensiero critico



FANPAGE



WILL



FACTANZA



FREEDA



GEOPOP ...

OPINION LEADER

Un'età media che non supera i 40, per lo più esperti o giornalisti indipendenti, slegati da testate o gruppi editoriali, che si distinguono per un uso molto consapevole, smalizzato dei social



ALESSANDRO MASALA



GIOIZZI



FRANCESCO COSTA



RICK DUFER



BARBASOPHIA



BARBASCURA

LI SEGUONO PERCHÉ...

- Sono **indipendenti**, non hanno un «fine», **non ci sono ideologie** alla base, sono imparziali, autorevoli, credibili
- Prestano attenzione alla **selezione delle fonti**
- Trattano temi interessanti
- Fanno **riflettere** ma anche **sorridere**
- Curano molto l'**aspetto visivo**
- Si esprimono in modo semplice e mi spiegano

Gli account più citati dai giovani nei focus group, mostrano un seguito importante e, in alcuni casi, anche paragonabile a quello d'importanti testate giornalistiche

KPI DEGLI ACCOUNT SOCIAL CON IL MAGGIOR DI FAN E FOLLOWER MENZIONATI DAI RAGAZZI NEI FOCUS GROUP



FANPAGE

8.5 ML



INSANITY PAGE

3.3 ML



GEOPOP

2.2 ML



FREEDA

1.7 ML



WILL ITA

1.5 ML



ANDREA GALEAZZI

1.3 ML



CARTONI MORTI

1.3 ML



ZEROCALCARE

1.2 ML



LA FISICA
che ci piace

1.1 ML



BARBASCURA

900 K



NOVA LECTIO

951 K



BREAKING ITALY

812 K

Teniamo
conto che..



REPUBBLICA

4.1 ML



CORRIERE

3.5 ML

Ogni giorno su questi account si rilevano in media...

3 MILIONI
DI VIEWS TOTALI

10
POST MEDI PUBBLICATI AL GIORNO

1 MILIONE
DI ENGAGEMENT

Tale seguito è dovuto alla **rilevanza e alla cura dei contenuti**, ma anche ad **un'intesa attività di pubblicazione**, cui fa seguito una risposta significativa degli utenti, i quali si mostrano coinvolti e ingaggiati



MEDIA PER GIORNO SUL TOTALE DEGLI ACCOUNT ANALIZZATI

Fonte: Web Listening

4.
Come si
inseriscono i
festival culturali
in questo contesto?



Molti i Festival culturali conosciuti e citati spontaneamente dai giovani

FESTIVAL CULTURALI CITATI



Festivaletteratura

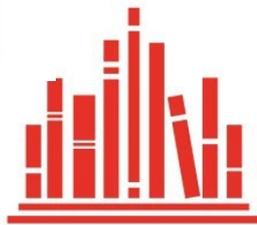
FESTIVAL
DELLE IDEE



Festival della Scienza



PIÙ LIBRI
PIÙ LIBERI



BOOKCITY
MILANO



BOOK
PRIDE



FESTIVAL
DELL'ORIENTE



SALONE
INTERNAZIONALE
DEL LIBRO TORINO

COMICON



I Festival culturali sono momento di SCAMBIO del sapere, un'occasione per CONFRONTARSI, un LUOGO DI CONDIVISIONE

WORD CLOUD delle parole più usate nei Focus Group in riferimento alle prime associazioni spontanee ai Festival Culturali



Cosa vuol dire per loro partecipare a un festival culturale?

Partecipare a un festival è **un'esperienza, un'occasione di confronto, di scambio, di aggregazione con persone che hanno i tuoi stessi interessi.**

È un momento di **arricchimento personale**, c'è condivisione, dibattito e confronto; si può interagire con gli speaker e confrontarsi con altri individui con gli stessi interessi.

È anche **un impegno**, perché significa **ritagliarsi** uno spazio, un **tempo da dedicare a tale attività.**

I più soddisfatti sono coloro che hanno partecipato a un festival in virtù della **presenza di un personaggio/influencer**: poterlo vedere e ascoltare **dal vivo**, magari avere un **autografo**, rivolgergli una **domanda** o instaurare un **breve dialogo** non ha prezzo!

«Noi avevamo un incontro con un autore di cui avevamo letto il libro e abbiamo potuto fargli domande, è stato interessante»
«lì ho incontrato persone che conoscevo, blogger, ho fatto amicizia con altri amanti dei libri, ho sentito un senso di comunione delle passioni»

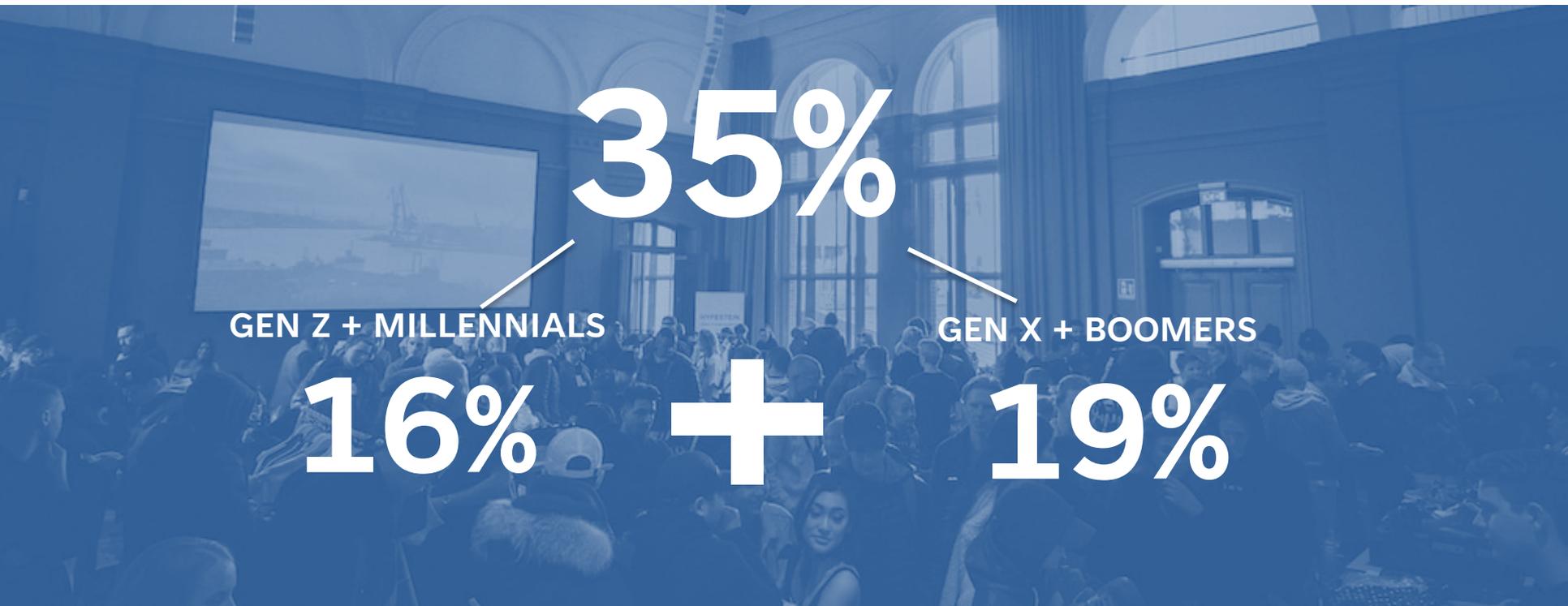
«è la persona, il nome che fa da traino, ho seguito Barbero, alcuni professori influencer, come D'Avenia, Galiano, poi Tlon che sono dei filosofi»

«Un festival è qualcosa che arricchisce!»

«Un festival è ascolto, ma anche dialogo e workshop»

«non è una coltivazione individuale dell'interesse ma sei lì con persone che lo condividono»

Negli ultimi cinque anni il 35% degli italiani ha partecipato ad almeno un festival culturale: il 16% sono giovani



I giovani, pur meno in termini numerici, partecipano ai festival culturali in misura maggiore degli over 40

16%

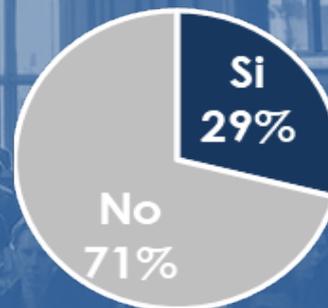
GEN Z + MILLENNIALS



Quasi la metà dei giovani ha partecipato ad almeno 1 festival culturale negli ultimi 3-5 anni

19%

GEN X + BOOMERS



Circa un terzo degli Over40 ha partecipato ad almeno 1 festival culturale negli ultimi 3-5 anni

Quali sono le motivazioni che portano i giovani a partecipare ai festival culturali?

✔ L'interesse verso le tematiche

✔ Il suggerimento di scuola/Università

✔ L'interesse verso gli ospiti e speaker

✔ Il suggerimento di amici/conoscenti

La partecipazione ai festival mostra un forte coinvolgimento di giovani, interessati soprattutto a tematiche ambientali e scientifiche

Negli ultimi 3-5 anni ti è capitato di partecipare di persona a un festival ...

Hanno partecipato ad almeno un festival...	TOTALE	Gen Z	Millennials	Gen X	Boomers	Uomo	Donna	Titolo di studio	
								Alto	Medio-Basso
tematiche ambientali	20%	32%	26%	16%	14%	20%	20%	28%	16%
tematiche scientifiche /tecnologiche	19%	23%	22%	17%	17%	21%	16%	32%	13%
narrativa/letteratura	16%	21%	21%	16%	10%	13%	19%	27%	11%
tematiche di attualità/ sociali/economiche	13%	14%	17%	14%	10%	13%	14%	23%	8%

Tematica e speaker d'interesse sono gli elementi che trainano maggiormente la partecipazione ai Festival

Quali sono state le motivazioni che ti hanno spinto a partecipare di persona ad un festival?

Ho partecipato perché...	TOTALE	narrativa/ letteratura	tematiche ambientali	tematiche scientifiche/ tecnologiche	attualità/ sociali/ economiche
Trattavano tematiche interessanti	46%	42%	51%	47%	44%
Sono festival pensati per una persona come me	22%	22%	18%	30%	20%
Mi interessavano gli ospiti / gli speaker	21%	32%	11%	17%	24%
Sono festival ben organizzati	20%	30%	15%	15%	18%
Erano vicino a casa mia	20%	20%	23%	16%	22%
Erano gratuiti	19%	22%	18%	11%	23%
Andavano degli amici e mi hanno convinto/a	13%	12%	12%	11%	15%
Sono promossi dall'università/circolo culturale che frequento	11%	14%	14%	11%	7%
C'erano eventi collaterali che mi piacevano	9%	14%	8%	6%	8%
Sono festival divertenti	9%	11%	8%	7%	10%
Sono festival poco affollati	5%	6%	4%	5%	6%
Avrei preferito seguirli online ma non era possibile	6%	4%	4%	9%	8%

Il festival culturale ideale del futuro nel mindset dei giovani

Dalle prefigurazioni dei giovani, si possono cogliere **tre dimensioni chiave** che caratterizzano il format del festival culturale del futuro.

PERSONAGGI DI SPICCO

È importante che siano presenti **influencer di riferimento**, ovviamente legati all'area culturale di cui si parla.

La motivazione a frequentare il festival è direttamente proporzionale alla concreta possibilità di **vedere il personaggio live**, ancora meglio se **all'interno del proprio setting**, come fosse una puntata del proprio show preferito.

«Luis Sal, Rey Sciutto, fa divulgazione artistica su Tik Tok, invece Luis è un creativo. Anche Barbascura, o Zerocalcare»

FORMULE BREVI E FOCALIZZATE

Meglio **tanti interventi brevi**, che pochi e di lunga durata. È importante tenere in mente l'abitudine a **fruire della cultura in modo rapido, diretto, coinvolgente**.

Partecipare a un festival deve risultare contemporaneo, in questo senso.

«seguirei il modello americano dei Ted Talk: pochi minuti per ciascuno, con l'obbligo di risultare efficaci e coinvolgenti»

INTERAZIONE E PERSONALIZZAZIONE

Si pensa ad eventi sempre meno in stile conferenza, ma sempre più come **workshop**, in cui **chi partecipa abbia un ruolo attivo**. Inoltre, il festival ideale dovrebbe essere **customizzabile, su misura**, permettendo di partecipare anche **solo a ciò che davvero interessa**.

«lo immagino su YouTube con le stanze, che puoi aprire e seguire in diretta, così cambiare le varie stanze ed entrare dove si vuole»

Il format del festival culturale ideale del futuro/1



CANALE

A livello di canali, **ibrido**.

Online (live) ed offline potrebbero convivere, per rendere **l'evento più visibile ed «inclusivo»**, frequentabile anche da chi è distante (magari anche nel **metaverso**). Dal vivo, piacerebbe che fosse **itinerante**, in modo da toccare varie parti d'Italia



CONTENUTO

A livello di contenuto, **sostenibile e inclusivo**.

Si tratta di **aspetti fondamentali per i giovani**, anche se il festival non dovesse essere centrato su questi temi. Indirettamente, a livello di organizzazione, partecipazione, ospiti... dovrebbero essere garantite **l'uguaglianza, l'inclusività, ma anche l'attenzione all'ambiente, la novità e soprattutto il confronto**.

Magari con **aziende sponsor affini a tali tematiche**.

Il format del festival culturale ideale del futuro/2



MOOD

A livello di mood, **coinvolgente**.

I giovani vogliono sentirsi coinvolti, partecipanti e attivi; desiderano la presenza di **laboratori, workshop, tavoli di lavoro** al quale prendere parte per poter **condividere** il proprio sapere/opinione ed **arricchirsi** con il confronto.



SPEAKER

A livello di speaker/influencer, **per i giovani**.

Dovrebbe emergere **un buon livello di identificazione** con **i valori, i personaggi, il linguaggio degli ospiti** che non dovrebbero essere solo ultra 40enni, ma **anche loro coetanei**, come del resto sono buona parte dei personaggi che fanno cultura e che sono attualmente seguiti sui social.



COSTO

A livello di costo, **accessibile, o gratuito**.

Per attrarre i giovani, dovrebbe avere un **costo simbolico** o essere gratuito, grazie alla **sponsorizzazione di vari partner**.

In sintesi, pensando al futuro il festival ideale dei giovani dovrebbe...

Perché...



ESSERE ITINERANTE, SU TUTTO IL TERRITORIO NAZIONALE



PREVEDERE SPEAKER CONOSCIUTI PROVENIENTI DAL WEB



AVERE TANTI INTERVENTI E BREVI, MODELLO TED TALK



CONTENERE AL SUO INTERNO LABORATORI TEMATICI E WORKSHOP



PERMETTERE DI INTERAGIRE FISICAMENTE CON GLI SPEAKER



INSERIRE ANCHE EVENTI COLLATERALI (DJ SET, CONCERTI...)

Bypassa il problema della lontananza e accessibilità

È in linea con i riferimenti culturali

La cultura è per loro qualcosa di leggero, dinamico, stimolante

Consente di «portarsi a casa» più facilmente qualcosa, imparare

È occasione per vederli finalmente di persona e parlarci

Soddisfa la componente di svago

Principali highlight

- ❑ Dai Focus Group tra giovani (24-35 anni) sensibili ai temi culturali, emerge un **vissuto** molto **positivo** dei giovani rispetto alla cultura, incentrato sulla **curiosità del sapere e del conoscere**.
- ❑ La cultura rappresenta per loro uno **strumento** per comprendere il **mondo** di oggi, il contesto in cui vivono e interpretare il futuro, ma è anche strumento **di crescita personale** e al contempo di **intrattenimento**, libero da qualsiasi elemento di status ed élitarismo che connotava la cultura in passato.
- ❑ La **fruizione** della cultura per i giovani **passa sia dal canale Online che Offline**, ma con pesi differenti:
 - **L'online** è **privilegiato** perché è sempre a **portata di mano**, ha un linguaggio più affine ai giovani, consente una **fruizione** più **veloce**, senza attese e attivazioni particolari e permette di **scegliere il contenuto** che più interessa (una cultura più selettiva)
 - Per **l'offline** **occorre invece attivarsi**, dedicare del tempo (es. programmare, ed effettuare una prenotazione), usare un **impegno maggiore**, ma è una modalità di fruizione che offre un'**immersione completa** e più intensa, rende **tangibile la cultura** entrando in contatto con le sue diverse forme e i suoi protagonisti, nonché strumento di **relazione** e scambio
- ❑ La **fruizione online** passa in primis **dai Social**, dove si trova sia la **notizia «calda»**, aggiornata in tempo reale, sia **l'approfondimento «a freddo»** (analisi, spiegazioni) e dove si distinguono in modo netto i fatti dalle opinioni, in un **approccio più imparziale alle notizie** rispetto alle testate giornalistiche, viste dai giovani come più schierate ideologicamente. I Social inoltre **creano** con gli **eventi live** un senso di **community**. Il linguaggio infine è semplice, né istituzionale, né formale.

Principali highlight

- ❑ I **riferimenti culturali** dei giovani sul web sono sia **progetti editoriali** nativi digitali (es. Factanza, Will Media, Torcha, Funpage ecc.), sia **influencer** che ottengono notevole seguito e riscontro grazie:
 - alla **rilevanza e cura dei contenuti** («trattano temi interessanti, prestano attenzione alla selezione delle fonti, curano molto l'aspetto visivo, fanno riflettere ma anche sorridere»)
 - **all'approccio non ideologico** («sono imparziali, autorevoli, credibili»)
 - al **registro semplice e accessibile** («si esprimono in modo semplice e mi spiegano»)
 - ma anche a un'**intesa attività di pubblicazione** (10 post medi al giorno)
- ❑ I giovani sono alla ricerca quindi di **nuovo modello culturale**, che porti a un mondo e a una società migliori, come evoluzione di un passato in cui tendono a riconoscersi sempre meno.
- ❑ Come si inseriscono i **Festival Culturali** in questo contesto? Per i giovani i Festival culturali sono un **luogo di condivisione** dei propri interessi, un momento di **scambio del sapere** un'occasione per **confrontarsi**. Partecipano spinti **dall'interesse verso le tematiche e gli speaker** e consigliati da **suggerimenti di amici o professori**.
- ❑ Il **35% degli italiani ha partecipato ad almeno un Festival Culturale** (Narrativa, Ambiente, Scientifici, Attualità) **negli ultimi 3-5 anni**: il 16% sono giovani. **I giovani, pur meno in termini numerici, partecipano ai festival culturali in misura maggiore degli over 40: quasi 1 giovane su 2 vi ha partecipato almeno una volta negli ultimi 3-5 anni, rispetto a quasi 1 su 3 degli over 40**, evidenziando una buona propensione da parte dei giovani a frequentare i Festival Culturali.

Principali highlight

- ❑ Pensando al futuro, il Festival ideale possiamo immaginarlo:
 - ❑ **itinerante**, su tutto il territorio nazionale, in modo da bypassare il problema della lontananza e accessibilità
 - ❑ **con speaker conosciuti provenienti dal web** per vederli finalmente di persona e parlarci
 - ❑ caratterizzato da **tanti interventi e brevi**, modello Ted Talk, in linea con la loro concezione di cultura che è per loro qualcosa di leggero, dinamico, stimolante
 - ❑ con al suo interno **laboratori tematici e workshop** per imparare più facilmente qualcosa
 - ❑ ravvivato da **eventi collaterali di svago** (es. dj set, concerti) per soddisfare anche la componente di entertainment

GRAZIE