



Appunti da un festival sui festival: i premi, l'Osservatorio e i ricavi alternativi

Un tempo si chiamavano manifestazioni. Ora sono un *format* camaleontico, una parola magica capace di spostare consensi, idee, quattrini, personalità e ore di sonno. Sono i (nuovi) festival culturali. Questa rivista – nel suo piccolo – porta avanti [da tempi non sospetti](#) un percorso di riflessione sull'opportunità su un evento del genere anche nel nostro territorio. Ultima tappa, la *Beta Night* del 15 ottobre, da cui è scaturita la mezza idea di un [Folk Festival monzese](#). Siamo pur sempre celti, dopo tutto.

E perciò – dopo l'esempio riuscito del [Biografilm bolognese di qualche mese fa](#) – **pare giusto tornare a rendere conto dell'interessante attività de *The Culture Business***. Vera e proprio istituzione emergente del settore, attiva all'ombra della Garisenda ma anche a Milano, Venezia e Torino, la società offre servizi e competenze a chi voglia cimentarsi nel campo dell'organizzazione festivaliera (e non solo). In particolare, attraverso la sezione *Fanatic about Festivals*, il *general manager* Andrea Romeo ha da poco condotto in porto l'edizione 2009 di [Festival of Festivals](#). Il salto di grado nel pensiero del festival, verrebbe da dire.

Nel suggestivo scenario bolognese di Palazzo Re Enzo, la manifestazione appena conclusa (5-8 novembre) si è proposta e si propone in effetti come una sorta di meta-festival, in cui gli operatori del settore e il pubblico si incontrano per discutere e riflettere sulle modalità con cui questi eventi vengono realizzati e gestiti, senza rinunciare del tutto alla componente festivaliera. La *lineup* della manifestazione ha perciò alternato i dibattiti da convegno a *workshops* partecipativi di approfondimento, spettacoli di intrattenimento, e perfino un concorso a premi, riservato – ovviamente – ad altre manifestazioni. Sfogliando l'elenco dei vincitori scopriamo così che, nel 2009, il Molise è la regione che ha investito di più in eventi culturali, mentre *Il Milione – Festival di Viaggio* è la manifestazione (veneziana) che più si è distinta per innovatività di linguaggi e organizzazione. C'è poi il *Blog Fest*, a cui va il riconoscimento per la migliore promozione via web (e un po' ce lo potevamo aspettare, insomma). Ma queste sono solo alcune: ce n'è per almeno una decina di categorie. Forse troppe?

Forse. **Ma il proliferare di questi premi rende conto dell'effettiva attenzione del FoF a tutti gli aspetti implicati dalla pratica del fare festival**. Un vero e proprio sapere complesso, a cui ormai è tempo di dare una teoria, o almeno una politica. E' in questa prospettiva che da

quest'anno i promotori hanno istituito anche un «Osservatorio sugli Eventi Culturali e Festival», della cui attività cercheremo di tenere traccia in futuro. Interessante è anche la promozione attiva dei «Patrocini», attraverso cui manifestazioni sostengono (e in qualche modo etichettano) eventi minori, esterni alla loro durata istituzionale. Qualcosa di simile a quanto è emerso nel secondo *panel* dedicato alla sostenibilità finanziaria dei festival. Oltre all'abbattimento dei costi attraverso tecniche migliori di gestione del bilancio, **è emersa infatti una seconda possibilità, rappresentata dall'opportunità di «individuare nuove forme di ricavi, svincolate dalla durata dell'evento live, ma derivanti da una concezione dei festival come editori/media company».**

Che dire, riportiamo e prendiamo atto. Va detto però che tutto questo sfoggio di sapere manageriale lascia in bocca un sapore strano. Sarà che ormai anche i grandi colossi come Venezia si reggono solo grazie al contributo di decine e decine di **giovani volontari**, i quali – intendiamoci – **non prestano la loro opera per amor di cultura, ma nella speranza (il più delle volte vana) di poter prima o poi entrare nell'aureo mondo dell'organizzazione culturale.** O sarà che in fin dei conti, per organizzare la cultura (e ottimizzare i costi), si dovrebbe prima lasciare che questa viva e si sviluppi in pace, servendo a quello che serve da sempre: capire noi stessi e il mondo, immaginare futuri e raccontare storie. Senza cartella stampa, magari.