

CORSO IN ANALISI DEL PUBBLICO E PERCORSI DI AUDIENCE DEVELOPMENT

Torino, 16 - 17 - 18 ottobre 2014

Le organizzazioni culturali, indipendentemente dalla natura, dalle dimensioni e dal posizionamento, **condividono il problema di raggiungere, aumentare e diversificare il proprio pubblico**. L'Audience Development tenta di dare risposte a questa richiesta, affinché l'ampliamento del pubblico si trasformi da generica aspirazione a un processo strutturato in grado di coinvolgere in maniera continuativa e trasversale le organizzazioni culturali: non solo marketing e comunicazione, ma anche direzione artistica, programmazione e organizzazione. Un processo che va affrontato con consapevolezza delle implicazioni e disponendo di strumenti adeguati, partendo dalla conoscenza del pubblico e dalla identificazione di obiettivi concreti e misurabili, integrandosi non solo con gli strumenti del marketing innovativo ma anche con gli approcci partecipativi che sempre più caratterizzano le pratiche culturali contemporanee. Il corso si rivolge in particolare a organizzazioni e freelance che operano nella gestione e valorizzazione di beni culturali e performing arts.

OBIETTIVI DIDATTICI E PROGRAMMA

Il workshop è destinato a fornire un quadro concettuale (cos'è, come funziona, quali i vantaggi e le implicazioni) e operativo per l'audience development. Nell'ambito del workshop saranno quindi forniti gli **strumenti per conoscere il pubblico reale e potenziale, impostare un processo di audience development** nella propria organizzazione, identificare obiettivi ed elaborare gli strumenti per raggiungerli. Attraverso esercitazioni di gruppo, i partecipanti saranno chiamati **a verificare e sperimentare soluzioni e approcci per entrare in contatto, coinvolgere e fidelizzare nuovi pubblici**.

GIORNO I - DEFINIZIONI E IMPLICAZIONI DELL'AUDIENCE DEVELOPMENT

Obiettivo: comprendere l'Audience Development nelle sue implicazioni teoriche e pratiche, orientarsi nel contesto italiano ed europeo

10.00 – 13.30

- Il contesto: perché si parla di audience development
- Audience Development: definizione, obiettivi, caratteristiche
- L'Audience Development in Europa Creativa: istruzioni per l'uso

13.30 – 14.30 pausa pranzo

14.30 – 18.00

- Impostare l'audience development: step operativi
- Conoscere il pubblico: metodologia e strumenti
- Applicare l'analisi dei pubblici al proprio contesto

GIORNO II - GLI STRUMENTI DI ANALISI

Obiettivo: conoscere e sperimentare strumenti per l'analisi e la conoscenza del pubblico e del non pubblico

9.30 – 13.30

- Gli strumenti standard
- Come scegliere gli strumenti adeguati
- Esercitazione

13.30 – 14.30 pausa pranzo

14.30 – 17.30

- Il non pubblico: chi è, come conoscerlo
- Gli strumenti non standard

GIORNO III - L'AUDIENCE DEVELOPMENT IN PRATICA

Obiettivo: confrontarsi con esperienze nazionali e internazionali, capire cosa fa per noi

9.30 – 11.30

- Incontro con Carlotta Margarone - il caso di Palazzo Madama: ruolo dei social media nell'audience development
- Q&A

11.30 – 13.30

- I casi di studio e noi: gli step operativi in pratica

Al termine del corso sarà consegnato **l'attestato di partecipazione.**

DOCENTI E MODALITÀ DIDATTICA

Alessandra Gariboldi (Coordinatrice dell'Area Ricerca e Consulenza presso Fondazione Fitzcarraldo). E' responsabile scientifica della ricerca nel progetto ADESTE (Audience Development Skills and Training in Europe) e da oltre 10 anni di occupa di processi di ampliamento del pubblico e di valutazione di progetti culturali. Integrerà momenti di docenza frontale con esercitazioni di gruppo ed individuali, momenti di brainstorming, riflessioni condivise e partecipate. È prevista la testimonianza di **Carlotta Margarone**, direttore Marketing e Comunicazione della Fondazione Torino Musei, che porterà la sua esperienza professionale con Palazzo Madama, che rappresenta uno dei pochissimi casi italiani di approccio strategico all'audience development.

L'aula didattica è dotata di connessione wifi.

DOVE E QUANDO

Il corso si svolgerà presso [Fitzlab](#), in Via Aosta 8 a Torino, e durerà 3 giorni:

- giovedì 16 ottobre 2014 (10.00 – 13.30; 14.30 – 18.00)
- venerdì 17 ottobre 2014 (09.30 – 13.30; 14.30 – 17.30)
- sabato 18 ottobre 2014 (09.30 – 13.30)

COSTO E ISCRIZIONI

Corso in Analisi del pubblico e percorsi di audience development: 390 € + iva 22%.

Per iscriversi è necessario compilare il [modulo di iscrizione on line](#).

È possibile iscriversi fino ad esaurimento posti.

Numero posti disponibili: 20

Per maggiori informazioni

Lucia Zanetta
Fondazione Fitzcarraldo
tel. + 39 011 5099317
e-mail: training@fitzcarraldo.it

<http://www.fitzcarraldo.it>