



Sfumature



**Politecnico
di Torino**

POLITECNICO DI TORINO

Collegio di Design

Corso di Laurea Triennale
in Design e Comunicazione Visiva
a.a. 2021/2022
Sessione di Laurea Febbraio 2022

Tesi di Laurea Triennale

Sfumature

Ricerca e analisi nell'ambito di Urbanismo ed Eventi.
Proposta progettuale di un concept festival multitematico.

Relatore:
Prof. TAMBORRINI Paolo
Corelatore:
Prof. PIETRANTONIO Riccardo

Candidato:
Brunetti Nicolò
s246895

Indice

Abstract

8

Introduzione

10

Parte I

Urbanismo

12

Tactical Urbanism

18

Casi Studio

20_24

Città & Arte

25_29

Catalizzatori Urbani

30

Eventi

3
2

Aggregatori di eventi

3 4
6 5

Eventi & Territorio

4
6

Case History

4 6
9 9

Art|Basel 5
0

Ginzburg P.F. 5
2

Buskers 5
4

Eolie Music 5
6

Robot12 5
8

BienNoLo 6
0

Ferrara SLS 6
2

PianoCity 6
4

OpenHouse 6
6

BookCity Mi 6
7

Art Verona 6
8

Boutique Festival

7
0

Jazz :Re:Found

7
2

Collisioni

7
6

Parte 2

Progettazione

Concept

Obiettivo

Target

Territorio
& Venues

S. al Castello $\frac{9}{8}$ An. Pal. Com. $\frac{9}{9}$ La Castiglia $\frac{1}{00}$ Chostro S. G. $\frac{1}{20}$
Casa Cavassa $\frac{1}{4}$ Piazza S. G. $\frac{1}{5}$ G. B Powell $\frac{1}{6}$ Scuola APM $\frac{1}{7}$

Naming

Logotipo

Ambiti $\frac{1}{6}$ Area di rispetto & proporzioni $\frac{1}{7}$

Font

Palette

1
8

— 1
3

elementi

&

1
4

grafici

1
5

Programma

1
6

Ticketing e gestione

1
8

Campagna

1
8

Merch

1
7

Conclusioni

1
8

Bibliografia

1
4

Iconografia

1
4

Sitografia

1
2

Ringraziamenti

1
4

Abstract

I legami con i territori durante la vita di una persona sono molto importanti.
Ciò che un luogo riesce a donare all'individuo è, infatti, l'insieme delle esperienze che ha attraversato, assaporato e vissuto.

L'ispirazione è di fondamentale importanza per permettere alla mente di alimentare la creatività e alla persona di essere più produttiva e stimolata.

Il festival risulta essere un momento di riflessione, anche inconsciamente, per tematiche importanti per l'ambiente, per la vita delle persone ma anche un punto di partenza per "mettersi in gioco" e percepire quale possa essere la propria vocazione.

Intro- duzione

L'interazione tra l'uomo e il posto in cui vive è una determinante per capire come la città possa accogliere la vita umana. Le attrazioni temporanee e periodiche spesso possono comportare un interesse per il luogo che le ospita, potendo perciò rilanciare quartieri, zone, paesi, città e territori.

Visti i progetti portati a compimento più recentemente, è possibile notare come vi è la tendenza a partecipare attivamente agli eventi quando è presente più interazione con il territorio.

Eventi e Urbanismo, Persone e Territorio, sono determinanti per creare affinità ed engagement, senso di appartenenza a luoghi, culture e sub-culture.

Le manifestazioni fieristiche spesso e volentieri sono visti dagli individui esterni come un'occasione di svago e di divertimento, modo per poter uscire dall'ordinario, in realtà non devono essere considerate come tali, non solo. Questi eventi sono diventati col tempo il modo per gli artisti di farsi notare a livello più ampio dal pubblico e dal mercato di poter definire trend, ma il potenziale può essere sfruttato anche a livello delle organizzazioni, dei territori e della promozione del territorio.

Dunque verranno approfonditi, entro una fase di ricerca e analisi, i comportamenti nel territorio urbano, la struttura di un evento e le discipline più presenti. Dopo aver trattato la promozione del territorio, il prodotto finale risulterà essere quindi un concept festival con una commistione di elementi già presenti e novità introdotte per colmare un "buco di offerta".

Parte ¹

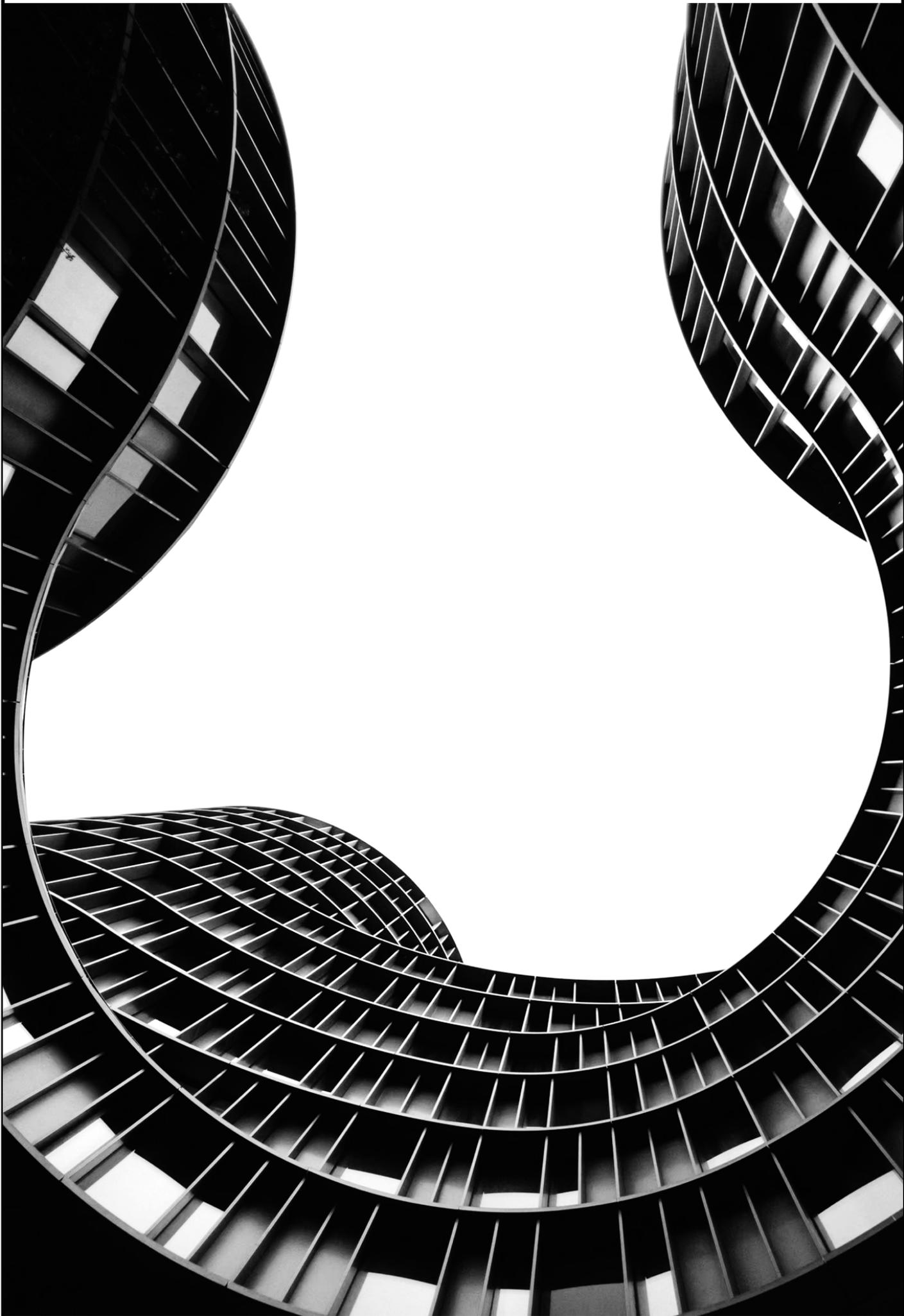
Analisi

&

Ricerca

1/2 Parte I

Urban ismo



L'Urbanistica è una disciplina che si occupa della vita all'interno dei centri cittadini, dell'amministrazione della città e dei suoi spazi pubblici. Inizialmente si poteva parlare di urbanistica specialmente riguardo alla progettazione preventiva di città, a partire dai primi insediamenti della storia in Anatolia e Mesopotamia fino ai giorni nostri, esempi molto famosi di queste azioni sono i vari CIAM -Congressi Internazionali di Architettura Moderna- a cui parteciparono i famosi Mies Van Der Rohe, LeCorbusier tra gli altri, o la progettazione del tessuto urbano di Brasilia nella seconda metà degli anni '50. Questo studio dell'architettura della città era finalizzato principalmente all'efficienza, a una visione di essa come strumento vivo per i cittadini, che potevano usufruirne per vivere in modo più comodo e funzionale. Quindi era la necessità di organizzazione e funzionalità a spingere gli esperti ad approfondire lo studio di questa materia.

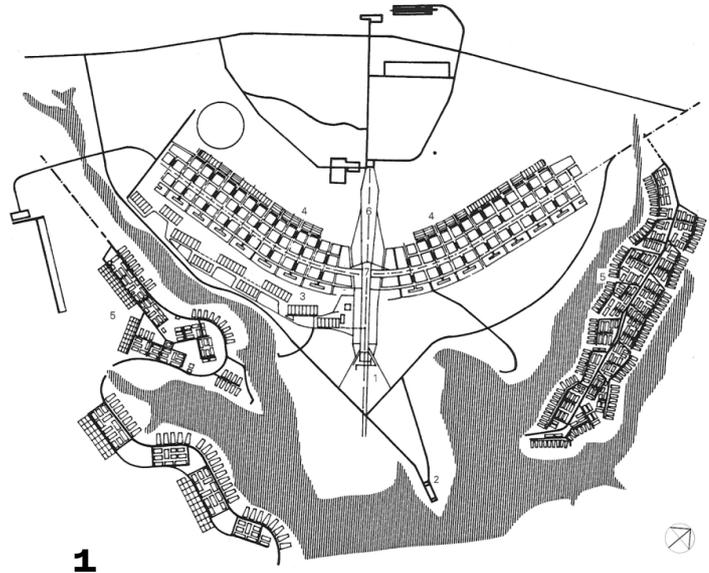
Col tempo però da questo ambito si formò una visione più distante dalla rigida e dritta Urbanistica dei tempi, e addirittura

urbanistica —

questa disciplina venne influenzata da altre con cui, si è potuto notare, dialoga alla perfezione in base alle necessità progettuali.

Dalla pianta di Brasilia
-1- si può notare come la funzionalità della struttura urbana è finalizzata alla definizione delle parti della città.

La posizione centrale riservata al potere e alle istituzioni sull'asse principale, dedicato ai ministeri, il teatro, la cattedrale -2- e tra gli altri monumenti il mausoleo del presidente Kubitschek.



1

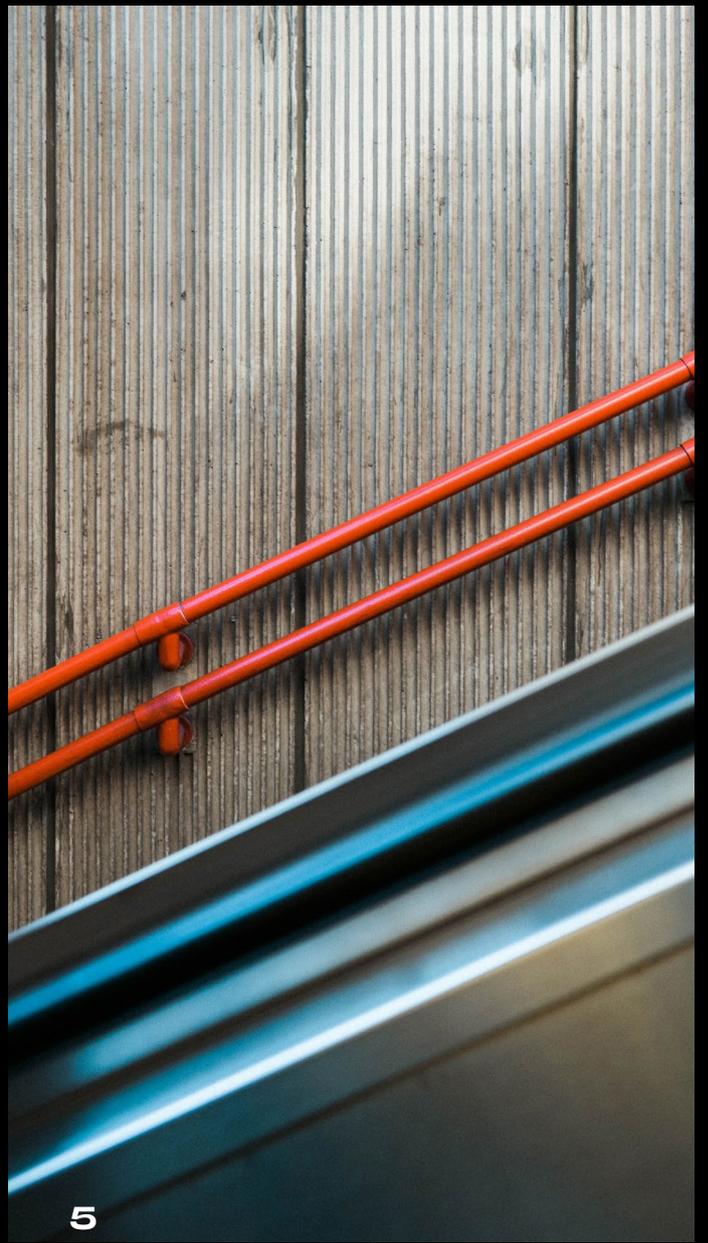
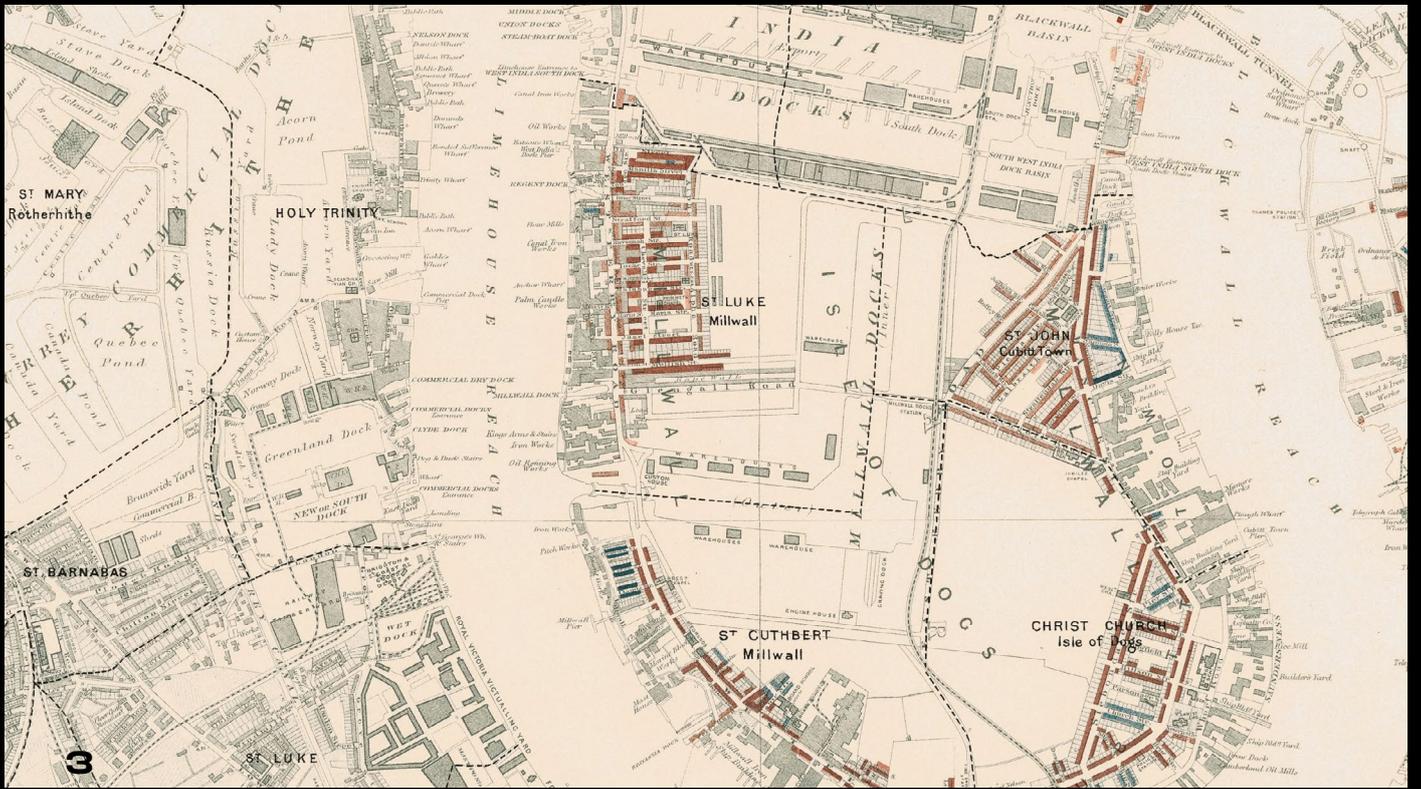


2

Analisi dei fenomeni urbani; progettazione dello spazio fisico del territorio cittadino; partecipazione ai processi politici e amministrativi riguardanti le trasformazioni urbane.

- Enciclopedia
Treccani.



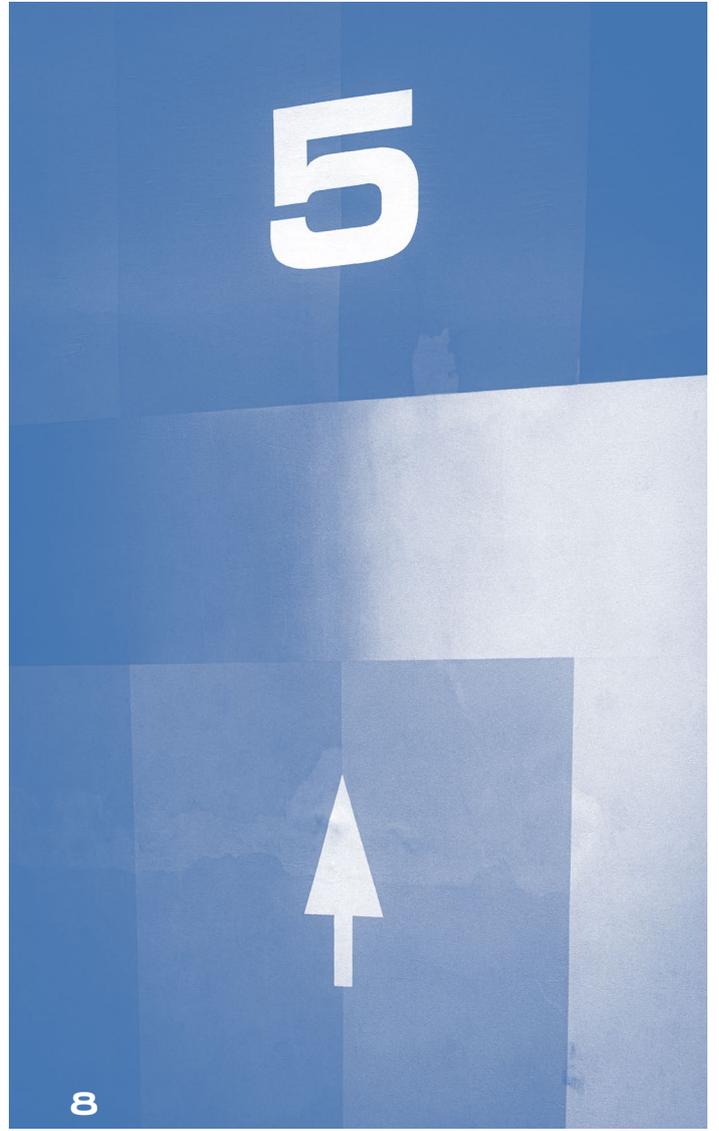


Tactical Urbanism



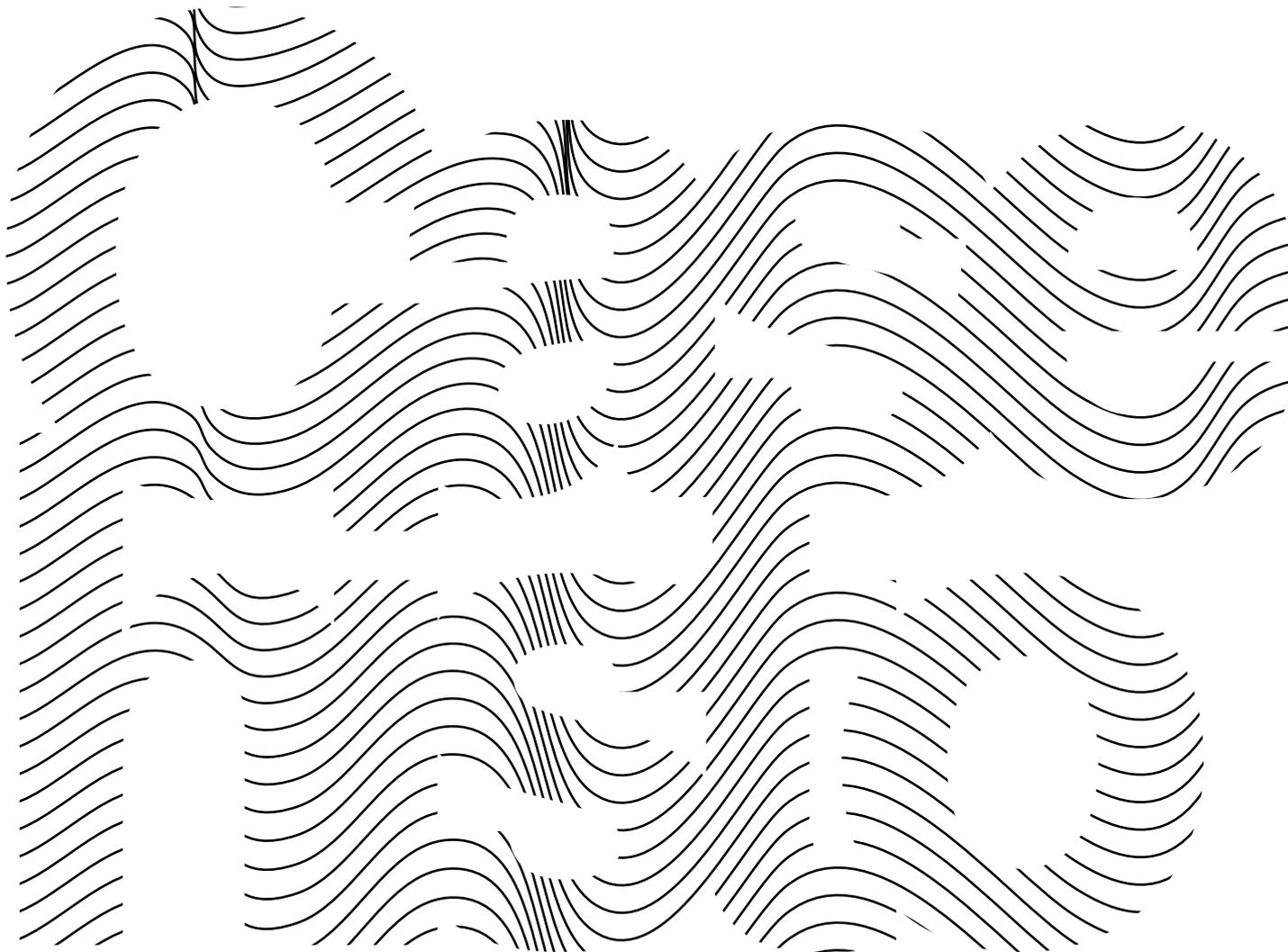
Una delle branche dell'urbanistica che più sta progredendo e più sta trovando spazio nei piani cittadini in tutto il mondo è l'**Urbanismo Tattico**. Il fine ultimo dell'urbanismo tattico è migliorare le abitudini della popolazione con dei progetti che modificano lo spazio pubblico e sfruttano le infrastrutture già presenti a proprio vantaggio. Inoltre permette di risolvere problemi alla scala di quartiere, prevede azioni temporanee e a basso costo. Questa tipologia di progetti può essere regolamentata dall'alto attraverso amministrazioni comunali e tecnici, dal basso quando non sono regolamentate affatto oppure possono coinvolgere amministrazioni locali in collaborazione con i cittadini. Esempi più comuni derivano dalla chiusura al traffico di un quartiere o una via, introducendo panchine, aiuole, elementi per lo svago dei bambini e per l'interazione tra le persone e ampliando gli spazi dedicati a bar, ristoranti e locali. In alcuni casi vengono organizzati programmi di attività che inducono i residenti della zona a partecipare creando un luogo di contatto, con le stesse funzioni di una piazza ma permettendo la riqualificazione del territorio, per questo l'urbanismo tattico viene anche definito Rigenerazione Urbana.



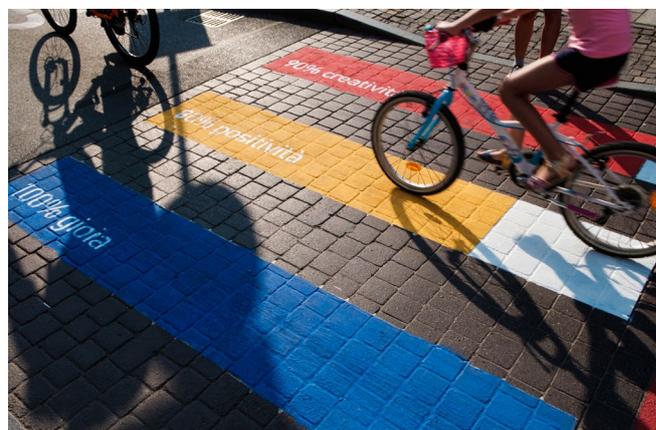


Oltre ad un aspetto di urbanismo quindi si può dire che viene introdotto per la prima volta in modo consistente la materia sociale che risulta essere il fulcro di ogni progetto. Se con la mera e tecnica urbanistica il soggetto era la funzionalità e fruibilità, per l'Urbanismo Tattico è l'essere umano che porta alla necessità di cambiamento ed evoluzione della città.





Come dichiarato da Graphic Days®, “posto giusto per” è un progetto situato in una via alle porte di Torino che ha subito negli ultimi venti anni un degrado non indifferente, anche per via di aperture di centri commerciali nel circondario. La sfida è stata progettare



un metodo per rendere pedonale questa via e per rilanciare anche le attività commerciali del posto. Il nome evoca la domanda che si pone chi passa per questa via, quindi è anche un modo per far intervenire persone che non sono a stretto contatto con il luogo. Il concept di rivitalizzare con colori sgargianti il tessuto urbano è immediato. È diventata una via di passeggio con un rinnovamento di arredo urbano.

Graphic Days 2020 posto giusto per - Settimo Torinese (TO)

Graphic Days 2021 via Durandi - Torino



Come dichiarato dal direttore creativo di Graphic Days® Fabio Guida, questo progetto nasce dalla volontà di una sperimentazione di pedonalizzazione di un tratto di via in un invito alla cittadinanza di riappropriarsi dei



luoghi. Questa composizione geometrica ricorda delle composizioni floreali destrutturate in stile liberty. Questo progetto è stato realizzato sia dallo staff, sia da studenti del Politecnico di Torino, sia da ragazzi del luogo; è temporaneo, anche se la percezione del territorio sarà permanente.



Paratissima & Tellas Il Cortile dell'Artigliera - Torino

Paratissima arriva alla sua 17esima edizione, e come sempre l'obiettivo principale è dedicarsi alla giovane arte. Come racconta il direttore creativo Francesca Canfora, Paratissima ha da sempre utilizzato edifici in disuso, dismessi e a volte in stato di degrado, cambiando location ogni due anni ne fa un evento nomade e itinerante, ultimo il complesso alle spalle della Cavallerizza -patrimonio UNESCO- che prima di essere passato a Cassa depositi e prestiti era sede dell'esercito. Il cortile interno



non era accessibile al pubblico, alla popolazione e quindi era in qualche modo trascurato e non noto. Attraverso questo progetto quindi si aveva l'intenzione di restituirlo alle persone permettendone la visita e l'apertura permanente. Nonostante sia situato nel centro storico era visualizzato come un "buco nero urbano" e quindi c'era la necessità di cambiare l'ideologia comune. Lo scopo dell'intervento è stato quindi rivoluzionare l'idea dell'edificio nel pubblico. È nata poi l'idea di creare il campo da gioco -basket- all'interno del cortile, con una collaborazione con PPG e Univer che hanno fornito il materiale, e la società di basket PMS che ha aiutato fornendo i canestri e tracciando il campo



con le misure. La presenza di due alberi di acero in mezzo a questa distesa di cemento stato l'elemento di partenza del progetto. Questo posto è accessibile anche per coloro che visitano il luogo e le mostre quindi viene rivoluzionato anche il modo in cui viene percepito.

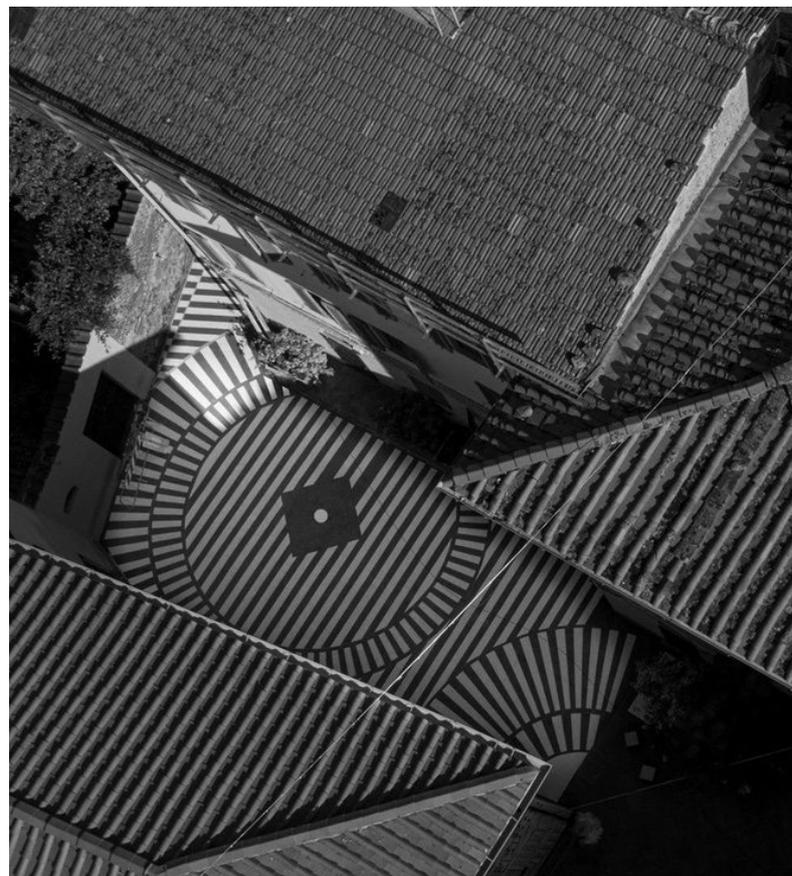
Ecòl Studio Romanico Automatico - Pistoia

Romanico Automatico è un progetto nato dall'esigenza di rafforzare l'identità di una zona nel centro storico di Pistoia che, nonostante la centralità all'interno della città, risultava essere poco frequentata e trascurata. Attraverso uno studio del territorio Ecòl Studio ha quindi permesso la massima integrazione tra il progetto e l'ambiente circostante progettando una segnaletica che rimandasse direttamente allo stile architettonico della zona, ovvero il caratteristico Romanico toscano.

Il brief progettuale si è focalizzato sulla funzione iniziale del sito in questione spiegando come dovesse inizialmente essere adibito a parcheggio, nonostante effettivamente poi non è stato mai trasformato in tale. Ad aggravare la situazione, le note e frequenti azioni illegali compiute all'interno delle due piccole piazze da anni hanno portato il quartiere a non essere considerato come il resto del centro storico. Il progetto quindi è stato in grado di sfruttare la struttura del luogo, asfaltato da poco tempo e in buone condizioni in quanto poco trafficato - o forse non trafficato affatto - attraverso la segnaletica orizzontale.

I mezzi adoperati per la realizzazione poi sono di facile reperibilità, è stata utilizzata solamente vernice bianca e la fase di lavoro è sempre stata aperta al pubblico, che essendo costituito principalmente dai residenti della zona, ha deciso di intervenire a favore del progetto aiutando Ecòl Studio - come riportato proprio sul sito dello studio (link a lato) -.

Questo ha permesso al progetto di avere un effetto tempestivo e istantaneo sulla zona, oltre ad ottenere funzione fin da subito di catalizzatore di socializzazione.



Compito della città è sicuramente permettere una fruizione di arte e cultura adeguata e costante. Allo stesso modo, per la salvaguardia culturale, sono fondamentali l'organizzazione di eventi e mostre e la manutenzione delle opere, dei monumenti e di tutte le fonti di attrazione culturale e artistica all'interno del territorio cittadino. La continua evoluzione in questo ambito permette agli utenti di essere partecipi in modo costante a questo aspetto della vita in città. Non solo a livello di città storiche veri e propri poli di turismo ma anche e soprattutto per centri meno conosciuti è importante creare engagement tra territorio e popolazione. In Italia è noto il fatto che gran parte del territorio è costellato da arte e cultura -con ben 58 patrimoni dell'umanità UNESCO e altri 37 candidati per le nuove iscrizioni- e da decenni ormai si è innescato un senso di appartenenza a queste tematiche, aumentato da organizzazione di mostre, aperture di musei, tutela dei monumenti e promozione di essi. Attraverso fiere e festival poi, in modi molto differenti tra loro, c'è stata una spinta da parte delle istituzioni per promuovere non solo i territori riconosciuti a livello mondiale come patrimonio storico, ma anche le zone e le biosfere che ancora devono essere scoperte dai più. Proprio a proposito di biosfere dal 1972 UNESCO pone attenzione al tema con il programma "Man and Biosphere - MAB" che non solo prevede la tutela e salvaguardia del territorio ma anche una "condivisione razionale e sostenibile delle risorse della biosfera" (Man and Biosphere - UNESCO).

arte



Rendere

i giovani & gli anziani

i protagonisti del cambiamento del centro storico

Secondo uno studio portato a termine da Simone D'Antonio -giornalista e membro dell'Associazione Nazionale Comuni Italiani ANCI, esperto in sviluppo urbano sostenibile e integrato- esistono programmi specifici affinché l'approccio al territorio possa essere ridefinito.

L'esperto, con l'operato di UrbAct - programma europeo per lo sviluppo sostenibile del territorio urbano- evidenzia come in base alle fasce d'età la popolazione possiede potere

influenzale per la realizzazione di progetti urbani. Si focalizza su due importanti tipologie di cittadino: "il giovane" e "l'anziano". Questi due gruppi sociali risultano essere per differenti motivi molto più legati al centro storico.

Per i primi le possibilità di svago sono determinanti affinché questi non desiderino alternative al centro in cui risiedono. È compito quindi della città organizzarsi in modo tale da rendere i ragazzi partecipi del centro. L'esperto cita poi un esempio in cui il sindaco di una città slovena -Idrja- riesce a integrare la fascia di popolazione dei ragazzi e adolescenti chiedendo loro di proporre delle

"I giovani sono coloro che davvero realizzano il cambiamento nei centri storici"

Wessel Badenhorst -fondatore di Urban Mode Ltd ed esperto mondiale in rilancio urbano-

azioni da attuare nella cittadina. La risposta si è dimostrata molto diversa dalle previsioni in quanto il desiderio principale non è stato l'apertura di più bar o locali ma l'organizzazione di più eventi che li rendessero partecipi, dedicati alla musica, allo sport, allo skateboard. Ciò che rende centrale la seconda fascia di popolazione all'interno di questo discorso invece è l'accessibilità ai servizi. L'esperto spiega come gli anziani infatti necessitano di accessi comodi e fruibili a tutti i servizi

urbani, e il problema che può scaturire dalla mancanza di fruibilità si estenderebbe anche ad altre fasce d'età, ovvero ai componenti delle famiglie. Questo porta quindi a far capire come in realtà tutta la popolazione può trarre beneficio ma in modo diretto o indiretto. Il giornalista conclude questa prima parte del suo articolo spiegando l'importanza della coesione tra categorie di popolazione e soprattutto del senso di appartenenza al territorio.



“Pensa a cosa dello spazio se vuoi un centro

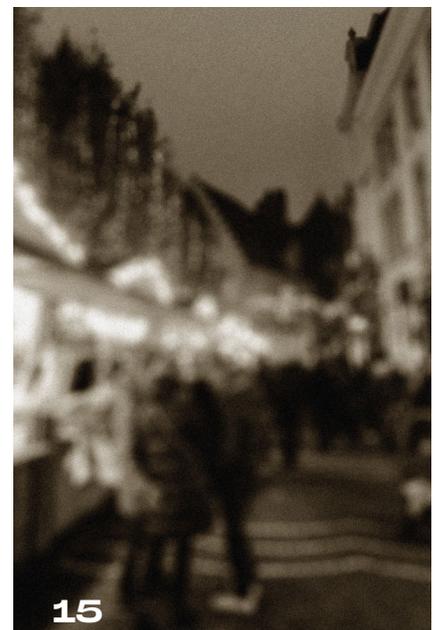
Nel suo articolo per *urbact.eu*, Simone D'Antonio, continua nei suoi cinque punti per rilanciare i piccoli centri storici analizzando delle pratiche effettuate in luoghi come Copenaghen e Amsterdam. Evidenza come il centro storico rappresenta il perno attorno cui la città si evolve e può avere potere di attrazione oltre che di vivibilità.

Per esempio la mobilità “slow” nei centri di molte città nordiche, su tutte Copenaghen, rende i centri dei luoghi in cui poter vivere serenamente e visitare in modo più attento e sicuro.

Non si parla solamente di mobilità ma soprattutto di come gli spazi urbani possano essere pensati e rivisitati in base a moltissime necessità della popolazione. L'utilizzo di piazze e parchi per

manifestazioni ed eventi risulterebbe infatti una pratica intelligente per portare un diretto effetto sia sull'armonia dei cittadini che sull'economia dedicata al turismo in quel determinato territorio. L'esperto continua focalizzandosi sui piccoli centri che, a differenza delle grandi aree urbane, possono mantenere l'ambiente della piazza aumentandone il valore attraverso iniziative come mercati a cielo aperto in varie città belghe o la chiusura della viabilità in tutto il centro di Medina del Campo in Spagna. Ci sono poi degli esempi di paesi che necessitano un intervento non solo nella parte storica, che dimostrano esigenze

particolari dettate principalmente dal degrado ambientale. È il caso di Quito, piccolo centro sudamericano in cui *UrbAct* e l'ONU hanno deciso di intervenire a favore della popolazione.



vuoi fare urbano rivitalizzare storico

Quito Habitat III



- Habitat III x United Nations, logo



Un esempio di collaborazione tra Enti come ONU e programmi come URBACT è rappresentato da Habitat, che nella sua terza declinazione

“HABITAT III” riesce a trasformare le abitudini della popolazione attraverso azioni di rigenerazione urbana. Nel quartiere di Quito, in Ecuador, in cui varie associazioni e aziende (Interquimec, Akzo Nobel, Philips) hanno deciso di creare vere e proprie squadre atte a rivoluzionare, o meglio riqualificare, un quartiere particolarmente problematico in quanto a sicurezza in strada, fiducia del vicinato, degrado pubblico e di conseguenza di condizioni di vita non adeguate. Con azioni di urbanismo tattico è stato possibile cambiare completamente il volto del quartiere, delle strade e con qualche azione temporanea è stato riscoperto anche il modo di vivere il territorio, addirittura dopo aver potuto notare quanto interesse pubblico si stava creando il sindaco e il comune hanno deciso di chiudere definitivamente al traffico una via che era stata chiusa temporaneamente per permettere le attività. Ciò a portato alla creazione di una vera e propria piazza adibita alla visione di film in strada (Ruta8), musica dal vivo, o anche sport per ogni fascia d'età.

Catalizzatori

Il rapporto tra città e arte non può più essere limitato esclusivamente alle figure di musei, gallerie e monumenti ma ha la necessità di espandersi in modo inclusivo e universale.

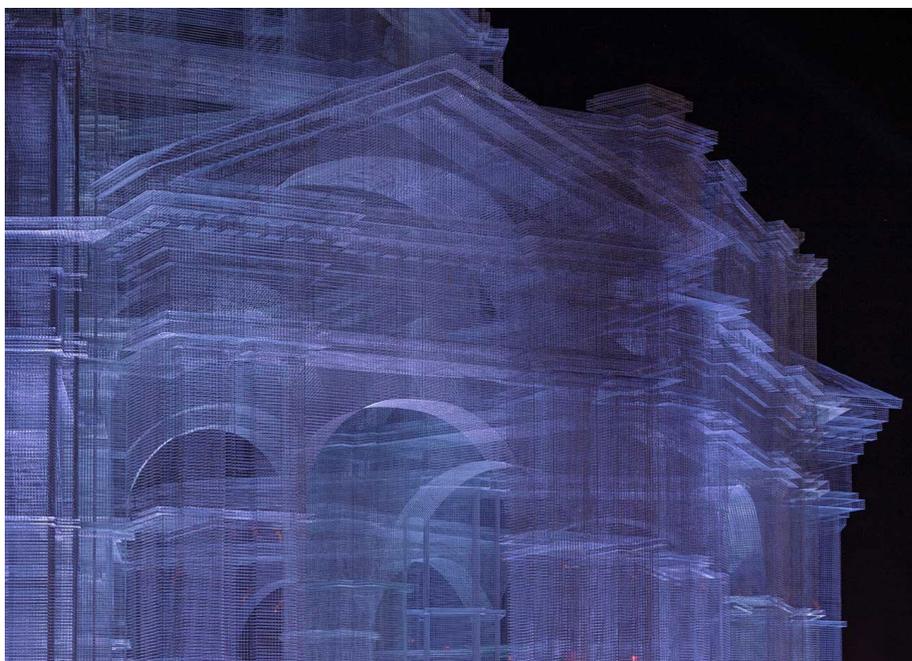
Istituzioni come i Musei, Fondazioni, Gallerie e Palazzi storici hanno dal canto loro però la responsabilità di mantenere alta l'attenzione dell'utente verso queste tematiche includendo quindi mostre ed eventi anche al di fuori delle istituzioni fisiche. Un esempio di questa rottura verso una tipologia di fruizione dell'arte in modo alternativo è rappresentata da Cosmo Digitale, iniziativa del Castello di Rivoli fortemente voluta dalla curatrice -nonché direttrice del Castello- Carolyn Christov-Bakargiev. Un vero e proprio museo virtuale con un vasto portale di episodi che possono mostrare l'arte e raccontare agli interessati le storie degli autori, Cosmo digitale vuole interfacciarsi con target di utenza differenti rispetto ai classici e assidui frequentatori dei musei. Ciò che ha portato alla grande diffusione di questo progetto è stato poi anche il periodo di lockdown iniziato nel 2020 a causa del COVID-19 che ne ha fatto anticipare l'inaugurazione e ha portato, in un momento in cui le uscite erano interdette, i contenuti direttamente nelle case delle persone.

Un modo differente e forse più indirizzato al territorio, in ottica pre e post-Covid, è al contrario spingere le persone verso una dimensione di fruizione "più facile" o più diretta di questi argomenti, attraverso dei catalizzatori urbani. Grazie ad essi è possibile creare interazione sociale oltre a interazione tra contesto storico e popolazione. Esempio già citato e analizzato in precedenza è "Romanico Automatico" di Ecòl Studio a Pistoia in cui viene rigenerata una zona centrale della città affinché possa ricevere più visibilità.

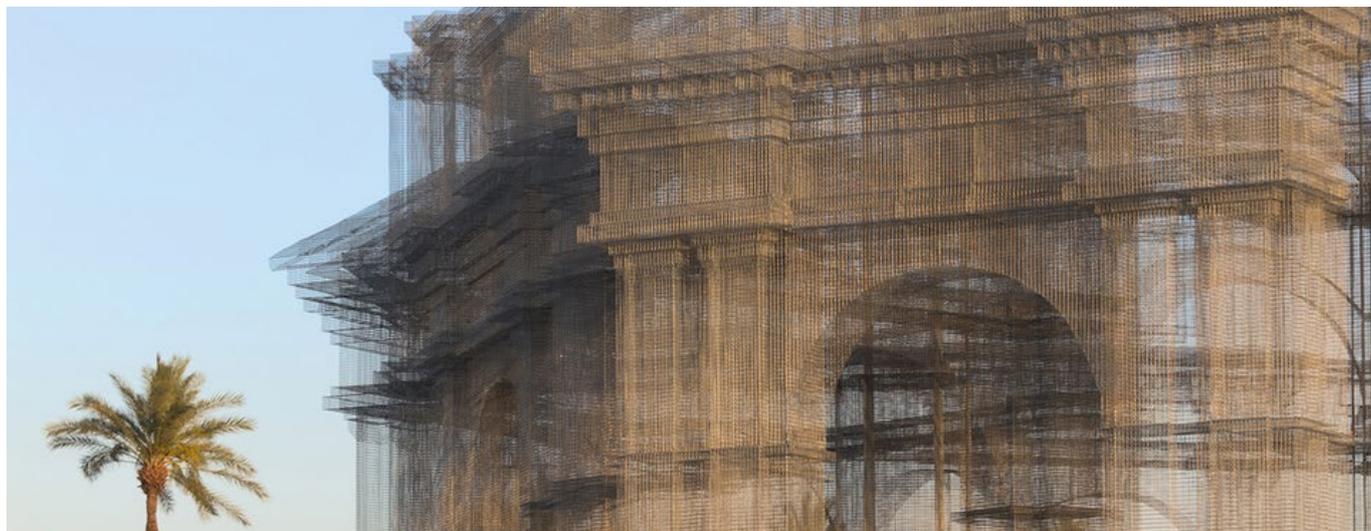


Urbani

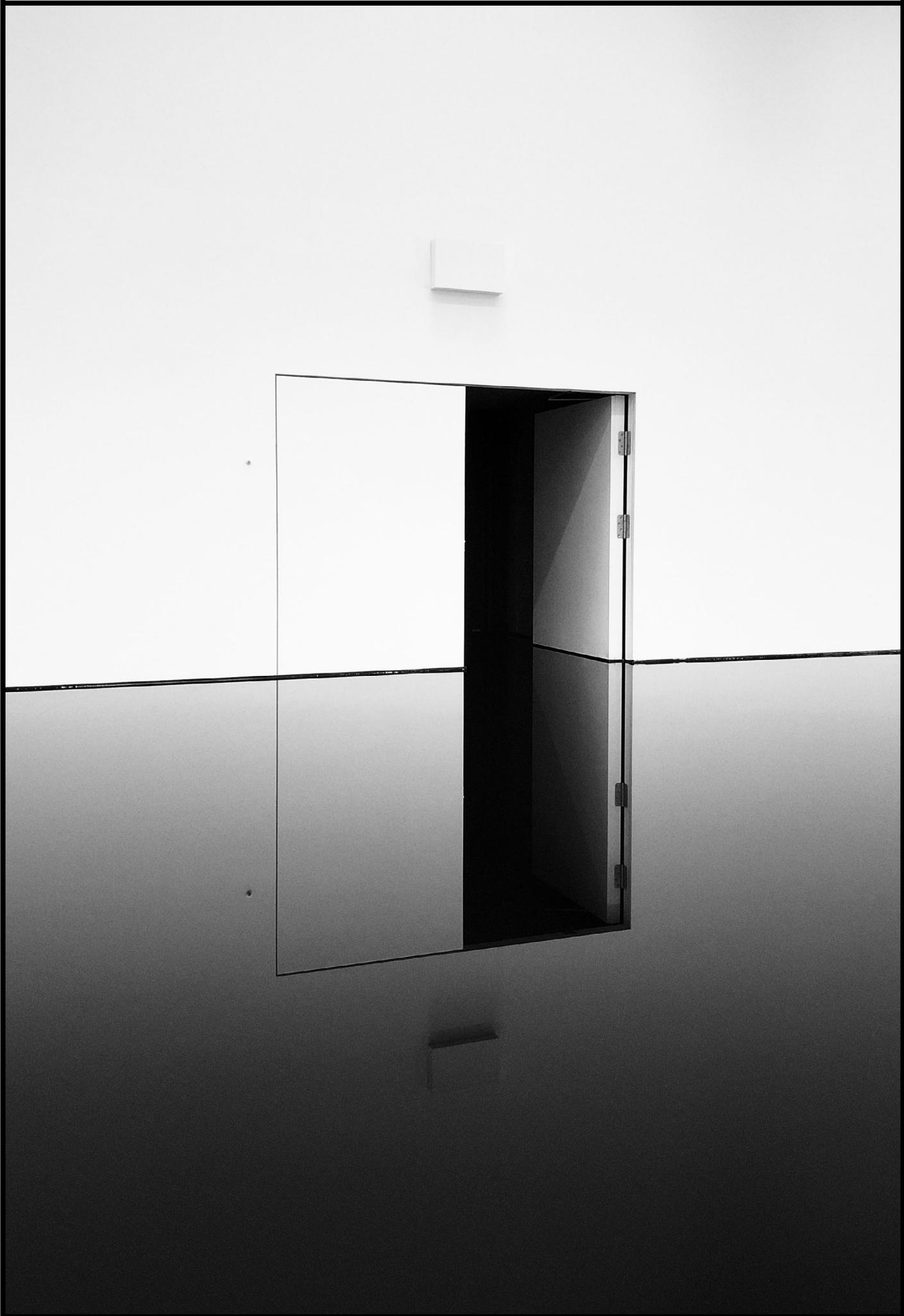
Altre tipologie di catalizzatori urbani sono le installazioni temporanee o permanenti nello spazio pubblico, molto frequenti e spesso collegate alla promozione di eventi e festival. Nello scenario italiano spicca tra gli altri l'operato di Edoardo Tresoldi, artista -e scultore- di vere e proprie ricreazioni architettoniche realizzate, attraverso materiali metallici, secondo un'ottica di



dematerializzazione. Nel 2016 realizza l'installazione all'interno del sito archeologico della Basilica Paleocristiana di Siponto che rappresenta il vero punto d'incontro tra l'archeologia e le varie sfumature di arte contemporanea, è stata poi premiata due anni dopo -2018- con la Medaglia d'Oro all'Architettura Italiana. Quello stesso anno realizza inoltre una delle sue più celebri opere: *Etherea*, installazione monumentale apparsa per la prima volta al Coachella Music and Arts Festival. *Etherea* è composta da tre strutture identiche realizzate con la tecnica del reticolato metallico, di cui varia solamente l'altezza complessiva, infatti le tre altezze sono rispettivamente di 11, 16,5 e 22 m. Dunque anche le installazioni, come i progetti di urbanismo tattico, permettono un'associazione diretta tra luoghi ed eventi, dando un valore artistico nuovo all'interno dello spazio pubblico, questo permette un beneficio reciproco da parte delle installazioni e dei monumenti e musei nel tessuto cittadino.



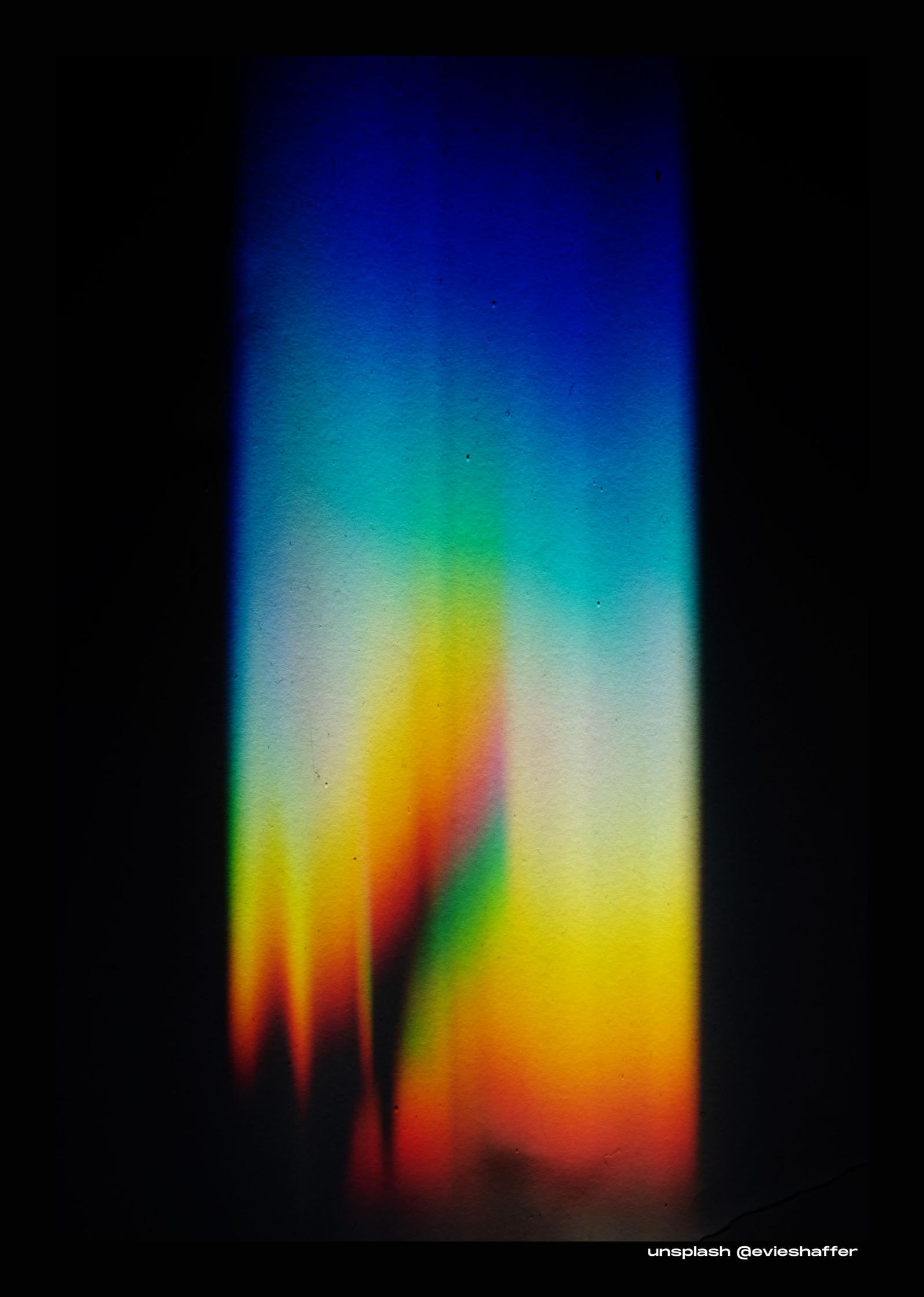
Eventi



Ci sono differenti tipologie di evento: artistici, cinematografici, fotografici, gastronomici, letterari, ludici, musicali, teatrali e anche multidisciplinari o “multi-arte”, definibili quasi “eclettici”. Spesso una serie di manifestazioni che si tengono entro un periodo specifico e in una zona circoscritta sono definiti festival o fiera. È quindi corretto definire il festival come una serie di esibizioni, mostre o spettacoli con un tema specifico su cui ruota ogni azione e interesse di chi assiste e di chi partecipa. L'intento di quest'ultimo è condividere passioni e gusti che accomunano i partecipanti. Questa può essere

definita come condizione necessaria ma non sufficiente affinché il festival possa essere definito tale, in quanto all'interno di un festival sono contenuti ulteriori manifestazioni, spettacoli e altri elementi che rendono il festival un insieme di momenti connessi al tema di cui prima. La

durata di un festival è quindi più estesa, ovviamente, e comprende più attività diverse tra loro e integrazioni tra pubblico e organizzazione. Gli “eventi” o manifestazioni che verranno trattati all'interno di questa analisi avranno in comune un'attenzione particolare verso la cultura, l'arte e la ricerca di evasione dalla vita ordinaria. Verranno analizzati così dei casi studio in cui il territorio riveste un ruolo da protagonista nei confronti delle manifestazioni, ed è avviata in modo diretto una vera e propria integrazione permettendo una simbiosi tra le parti.



Aggregatori

di

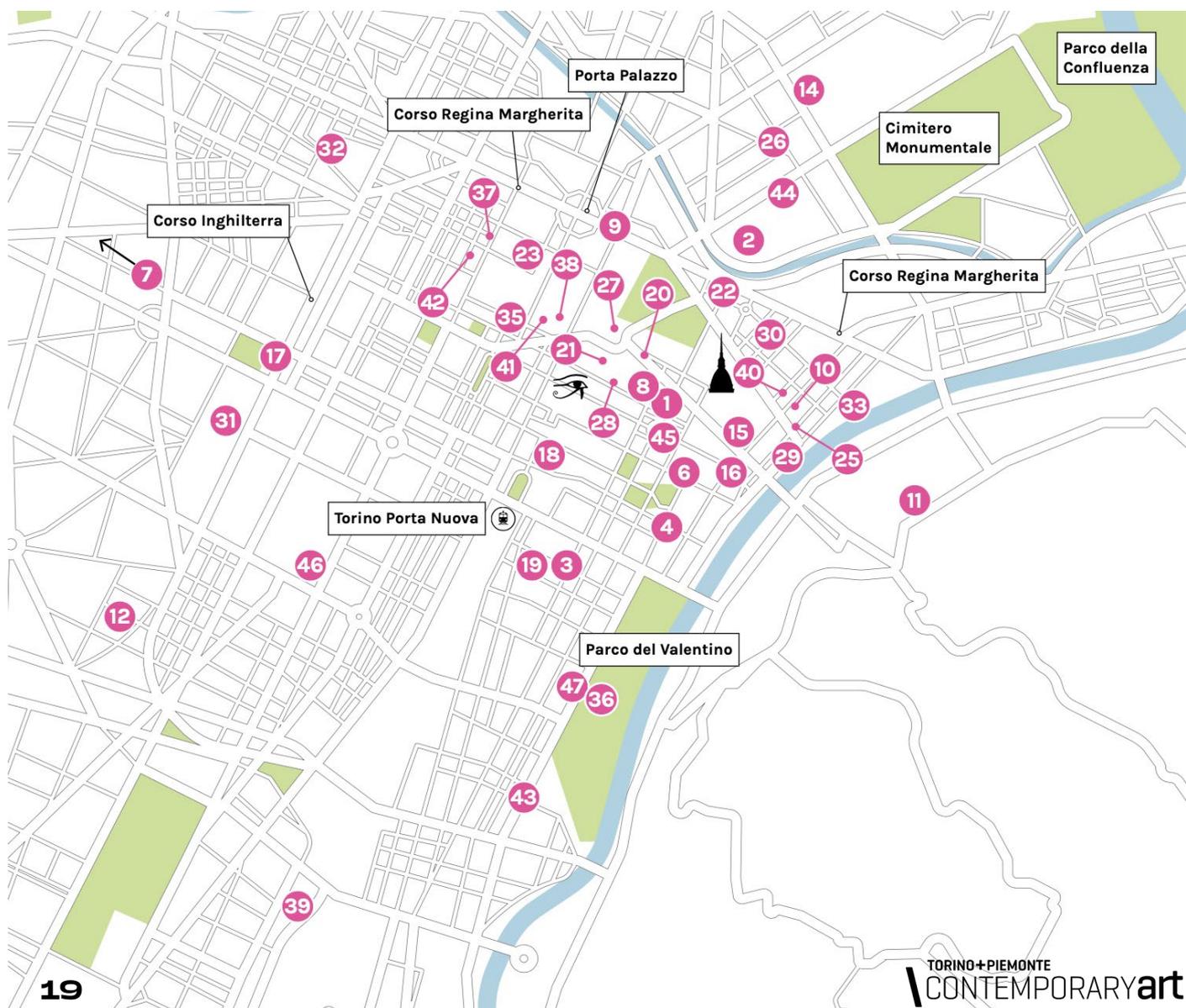
Con l'espressione
"Aggregatore
di eventi" si vuole
intendere quelle

organizzazioni particolarmente complesse ed ampie a livello espositivo per le quali si attiva un processo di visibilità differente rispetto a un festival di impostazione più classica. Una delle principali differenze rispetto a quest'ultima tipologia riguarda sicuramente le venues ospitanti, in genere nella forma classica sono molto più circoscritte e meno numerose, generalmente si crea più engagement in riferimento a uno stage o una location specifica in quanto è protagonista della manifestazione.

D'altro canto però è considerevole il fatto che un aggregatore di eventi può fornire un'offerta maggiore di luoghi ospitanti permettendo una relazione a livello più profondo con il territorio, mostrando quindi più sfaccettature di esso o permettendo la fruizione dell'evento a più target, anche in relazione alle arti offerte -dalle arti visive alla musica alle arti performative-, può succedere quindi che in uno stesso "festival" alcuni eventi dedicati ad arti in particolare possano attirare più persone di età ed

inclinazioni

totalmente differenti rispetto ad altri eventi dello stesso festival. Uno degli esempi più importanti di queste strutture fieristiche è sicuramente la "Torino+Piemonte \CONTEMPORARYart" -settimana dell'arte contemporanea torinese-, che negli anni ha ampliato il "parco di eventi" coinvolti arrivando a ricoprire tutto il centro della città.



eventi

Questa macro-manifestazione comprende al suo "interno" istituzioni come Artissima, Paratissima e molte altre -compresa The Others- per quanto riguarda le arti visive, include inoltre il clubtoclub, festival di musica avant-pop importante a livello nazionale. Tutte le manifestazioni, disseminate tra le vie, i musei e i palazzi del centro piemontese -figura sopra-, stravolgono la vita cittadina per una settimana, di giorno e di notte, permettendo ogni anno una visibilità di primo piano a livello nazionale per il capoluogo piemontese.

Artissima

ARTISSIMA

Artissima può considerarsi la fiera d'arte contemporanea più ampia in Italia. È divisa in sette sezioni, tre delle quali sono dedicate ad artisti di livello internazionale, come *Back to the Future* dedicata agli artisti più importanti dell'arte contemporanea, *Present Future* per gli artisti emergenti e *Disegni* che si occupa proprio di disegno.

Queste tre parti sono presenti a partire dal post Covid-19 del 2020 nella mostra digitale Artissima XYZ, concetto molto simile a *Cosmo Digitale* curato dal Castello di Rivoli, in cui si possono assistere lungo la durata della fiera ai contenuti direttamente dal web. Oltre alla sezione principale sono presenti *Dialogue/Monologue*, focalizzata principalmente su un approccio sperimentale delle gallerie, *New Entries* dedicata alle gallerie con meno di cinque anni di attività e infine *Art Spaces & Editions*, dedicata alle gallerie e agli spazi non-profit.

Artissima può considerarsi la parte più importante della settimana dell'arte torinese, è attiva dal 1994 e comprende artisti da tutto il mondo. Da anni ormai è il motore che ha avviato un processo di ampliamento in tutta la città permettendo l'espansione di questi progetti fieristici che hanno poi portato all'organizzazione corale di più associazioni dedicate a diversi aspetti dell'arte. Le principali "vetrine" di questa manifestazione sono delle pietre miliari della città, come la GAM -galleria d'arte moderna-, il Palazzo Madama, il Castello di Rivoli, il Museo Ettore Fico MEF e il Museo D'arte Orientale MAO, le Officine Grandi Riparazioni OGR e alcune fondazioni come la Fondazione Sandretto Re Rebaudengo, la Fondazione Merz. In aggiunta a questi luoghi si possono contare decine di altre mostre personali che vengono allestite durante la durata della fiera.



20



21



22



20



20



20

Scopri le location del circuito Paratissima art in the city

LEGENDA:

-  appuntamenti
-  esposizioni
-  appuntamenti / esposizioni

----- percorso ELDORADO STREET PARADE



23



Paratissima

Undici anni dopo la nascita di Artissima, ha visto la luce per la prima volta un progetto altrettanto interessante e con delle caratteristiche di inclusività maggiore, Paratissima. È evidente a partire dal nome che questa manifestazione debba per forza di cose dialogare con Artissima, è meno evidente il fatto che non si tratta di una parte o una sezione di essa, ma una vera e propria fiera a sé stante sia per ampiezza di contenuti sia per complessità di organizzazione. Paratissima risiede in altri spazi rispetto alla versione "maggiore" -Artissima-, e -come ha dichiarato il direttore creativo Francesca Canfora- può definirsi un evento nomade, itinerante, in quanto vengono utilizzati degli edifici che generalmente potrebbero considerarsi dismessi, in disuso, perciò la manifestazione non ha una sede fissa.

PARATISSIMA

Oltre a questo fattore bisogna considerare poi una componente di degrado dei luoghi scelti o della zona in cui sono collocati, una delle grandi sfide di Paratissima ogni volta è appunto una rigenerazione del territorio attraverso l'esposizione. Tratta di arte contemporanea, ma con una chiave di lettura differente, sicuramente più emergente. Nella versione del 2021 sono due le sezioni disponibili, "Exhibit and fair" e "Nice & Fair - Contemporary Visions". Fin dal 2016 invece è possibile aderire a "Art in the City", un vero e proprio circuito in cui ogni artista può allestire esposizioni temporanee nella città, facendo sì che si componga un vero e proprio circuito d'arte nelle vie di Torino, permettendo all'arte di venire a contatto con la quotidianità del tessuto urbano in ogni sfaccettatura.

The Others

Dopo sette anni dalla nascita di Paratissima, invece, si vede crescere l'esigenza di creare un'altra fiera dedicata a "gli altri", ovvero a quella tipologia specifica di artisti e fotografi emergenti, una commistione di arti visive e musica, che gioca un ruolo importante fin da subito, con eventi ed esposizioni a cui vengono alternate esibizioni musicali. Nell'edizione del 2021 infatti sono stati quattro i principali appuntamenti musicali della "Art Fair" torinese: *Concerto di Vinili, Circuiti, Ghetto e Mappamondo*.

Per l'edizione 2021 della sezione musicale è il padiglione 3 di Torino Esposizioni, l'area garden è dedicata agli eventi che si svolgono da Giovedì 4 a Domenica 7 Novembre.

Inoltre attraverso una vera e propria collaborazione con vari altri

festival, The Others è riuscita ad unire parti della città e organizzazione raggruppando la forza comunicativa della città entro dei veri e propri giorni artistici, includendo nell'ampio programma Graphic Days®, Festival delle Colline Torinesi, , Share Festival, e Torinostratosferica. Con il

The Others

supporto di questi organismi sono state allestite varie esposizioni ed eventi come "Abracadabra" e "Torino at its best" tra le altre.



25



26

C2C Festival

Più che un festival, clubtoclub è ormai un brand che è riuscito a mettere le radici in tutta europa, con una fama di tutto rispetto a livello mondiale. Con collaborazioni di alto profilo come Stone Island, Gucci e Marcelo Burlon ed eventi a Milano e Londra ha confermato le proprie potenzialità. Quello di C2C può considerarsi un format festival differente rispetto all'offerta italiana, a partire dall'attenzione prestata verso l'innovazione, si identifica infatti come il festival dell'avant-pop, quella serie di influenze di generi e sottogeneri sperimentali o in via di sviluppo che guardano al futuro e all'innovazione della musica.

Nell'ambito torinese sicuramente è identificabile con due principali luoghi, che oltre ad ospitare il festival creano ambientazioni suggestive e in linea con il concept di fondo della

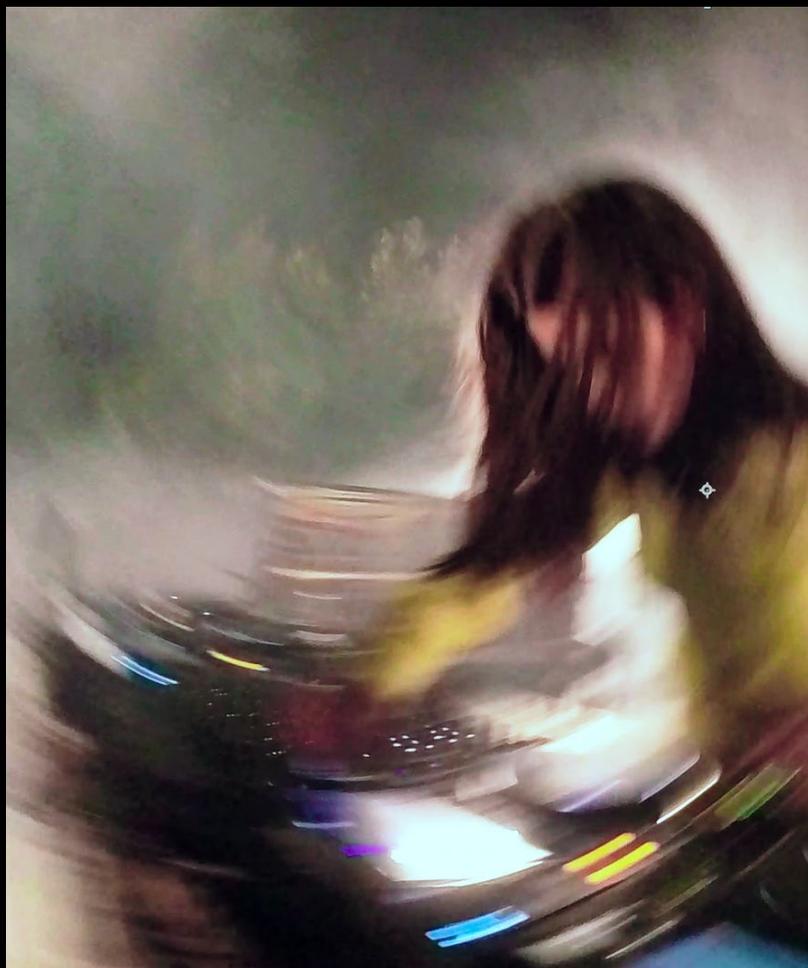
club to club

manifestazione: le OGR -Officine Grandi Riparazioni- e il Lingotto, due luoghi storici della città. Questa storicità delle venues scelte si contrappone all'aspetto moderno e all'avanguardia che comunica il C2C, che durante l'evento ricrea l'atmosfera "warehouse party" degna di altri eventi svolti da anni in Europa e oltreoceano -tra i tanti esempi si può pensare alle serate newyorkesi dell'organizzazione del Circoloco-.

OGR vanta più di cento anni di storia, nate inizialmente come officine per treni e locomotive tra le stazioni di Porta Nuova e Porta Susa subirono gravi danni in seguito ai bombardamenti durante la Seconda Guerra Mondiale. Dopo essere stati dismessi negli anni '90 del 900 numerose mostre vennero allestite al loro interno per poi essere riqualficati definitivamente grazie all'intervento della Fondazione →

→ CRT che decise di restaurare il complesso di edifici. Nel 2017 aprono quindi le nuove OGR, e da subito vengono utilizzate per eventi singoli e come sede secondaria del ClubtoClub che organizza eventi di apertura ed eventi stand alone. Si presenta quindi come un ambiente di 9000 metri quadri riadattato con gli ex binari in cui attualmente sono presenti mostre permanenti, e la cosiddetta “Sala delle Fucine” in cui si svolgono concerti ed eventi performativi.

La “casa” di C2C a tutti gli effetti si trova nel complesso Lingotto Fiere, location ampia approssimativamente 58'000 metri quadri nella parte coperta, suddivisa in tre principali padiglioni, che ospitano i tre principali stage del festival. Lingotto è sede di circa 50 eventi ogni anno.





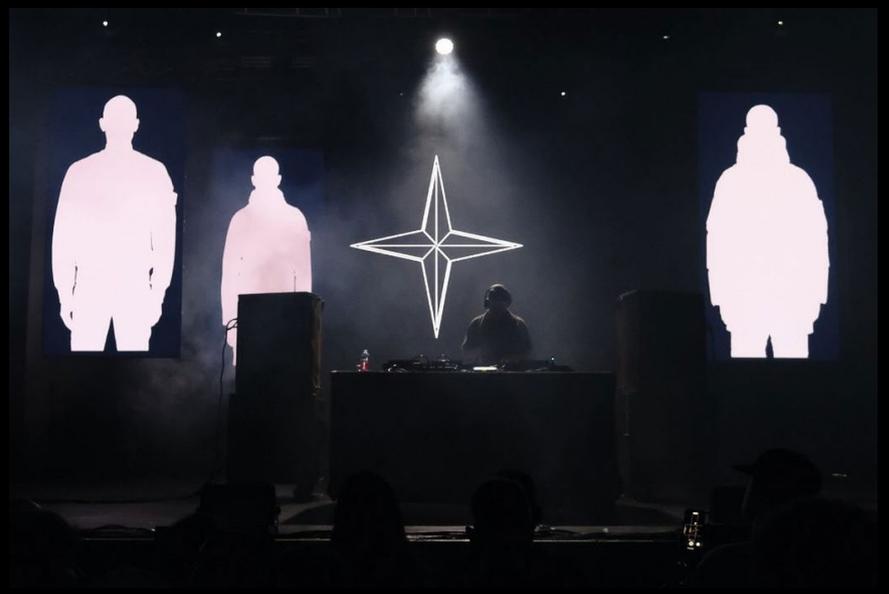
LA LUCE

APHEX TWIN BEACH HOUSE
 BLOOD ORANGE JAMIE XX
 AVALON EMERSON COURTESY DJ NIGGA FOX
 EQUIKNOXX ICEAGE JOSEY REBELLE
 LEON VYNEHALL OBONGJAYAR PEGGY GOU
 SERPENT WITH FEET SKEE MASK VESSEL
 THE ITALIAN NEW WAVE BIENOISE ELENA COLOMBI SILVIA KASTEL

club to club

1/4 NOVEMBER TORINO/ITALY #C2C18

AL BUIO



Il modello del Festival a partire dai primi anni '90 è stato il più scelto tra gli eventi culturali; viene visto come catalizzatore per un'evoluzione più ampia che interessa più livelli rispetto al semplice discorso culturale. In particolare il festival è stato visto come un'ottima soluzione per la rigenerazione territoriale e per l'attivazione di interesse culturale per il pubblico.

Il Festival instaura quindi un legame molto forte con il luogo in cui si svolge. Da questo legame il festival fruisce del luogo e delle attrazioni presenti, mentre i territori possono servirsi di una distinzione e riconoscibilità che deriva proprio dalla manifestazione.

Si può quindi definire questo processo di sviluppo come "culture-driven" che veicola quindi un accrescimento e una promozione della cultura. Questa tipologia di iniziative facilita perciò le dinamiche che permettono lo sviluppo comprendendo anche player locali attraverso una sorta di

economia di partecipazione. Per permettere a un festival di comunicare nel modo ottimale un territorio occorre sfruttare luoghi suggestivi che stimolino emotivamente i partecipanti, richiamare l'attenzione con nomi d'impatto e un'offerta artistica e/o culturale che possa comprendere target molto ampi in quanto ad età, interessi ed inclinazioni culturali. Per manifestazioni

di questo tipo è importante studiare il territorio affinché si possa veicolare una strategia adattata appositamente per le attrazioni, cercare di rafforzare o escludere le debolezze presenti; questo è possibile svolgendo, a volte in modo strutturato e su più livelli, altre in modo inconsapevole, una strategia di "place marketing". Questo processo si è diffuso in Italia negli ultimi anni ma è ormai radicato in moltissime culture

estere come negli Stati Uniti, in Inghilterra e nei paesi dell'America Meridionale. Numerosi studi dimostrano come il festival sia una fonte di attrazione "culture-based" per il turismo non solo nel periodo di eventi ma anche successivamente,

turisti e dei visitatori del luogo in considerazione, contando le spese nell'ambito della ristorazione, alberghi e del commercio al dettaglio. Queste spese portano poi a una maggiore richiesta che implica quindi maggiori spese da parte delle attività sopra citate, creando così un effetto indiretto.

Territorio

facendo sì che molte persone spesso prolunghino il loro pernottamento per godere della cultura locale al di fuori della manifestazione. Questo permette un risvolto non solo sociale ma anche economico rilanciando le imprese e le attività locali coinvolgendole o in modo indiretto.

Come detto da Guerzoni, autore di un'analisi sui festival e sul loro impatto socio-economico, in genere si ha un ritorno di tipo economico che arriva addirittura a sette volte gli investimenti effettuati per concretizzare l'evento. In particolare vengono identificate tre differenti tipologie di effetti. Il primo è di tipo diretto, ovvero riconducibile alle spese dei

Il terzo effetto individuato viene definito indotto, e si riferisce all'aumento del reddito e della spesa della popolazione del luogo interessato, portando a un aumento di richiesta di mano d'opera, tutto questo circolo trova il suo compimento dopo il termine della manifestazione, quando tutte le reazioni innescate da esso terminano o si esauriscono. Perciò il Festival è una formula che può trovare benefici per la zona ospitante anche per mesi o anni in seguito alla sua fine.

Articoli di Enrico Nicosia per Università di Macerata, Dipartimento di Scienze della Formazione, dei Beni Culturali e del Turismo;

Giulia Agosto per Tafter journal, rubrica "Gestire cultura" 02-01-2008.

Secondo una recente ricerca statistica dell'ISTAT, datata 2019 -quindi con dati che non sono influenzati dall'effetto del Covid-19- , il 64,6% della popolazione residente in Italia con più di sei anni ha partecipato a una qualsiasi forma di spettacolo o intrattenimento, mentre il 40% ha svolto al massimo tre attività di questo tipo durante l'anno. Il 24,7% invece ha superato le tre volte. In tutto il 2019 il 31,9% della popolazione ha visitato almeno una volta un museo o una mostra, con una maggiore affluenza al Nord-Est e poi al Nord-Ovest -rispettivamente 38% e 36,1%-. Di questo 31,9% però il 75% ha visitato fino a tre volte dei musei o delle mostre. Numero che scende vertiginosamente a 7,8% quando si considerano più di sette visite annuali. Per i siti archeologici e i monumenti i numeri variano leggermente, con un'affluenza minima del 27,4% sulla popolazione con più di sei anni, di cui 73,4% con al massimo 3 visite e 8,8% con più di sette visite. Per quanto riguarda invece i concerti è stata calcolata la partecipazione ad almeno un evento del 20% circa della popolazione dai sei anni in su, con un divario del 10% tra maschi e femmine, in favore del genere femminile.

(Fonte ISTAT ricerca anno 2019 -cultura e tempo libero-)

case

History

Art | Basel

Art | Basel

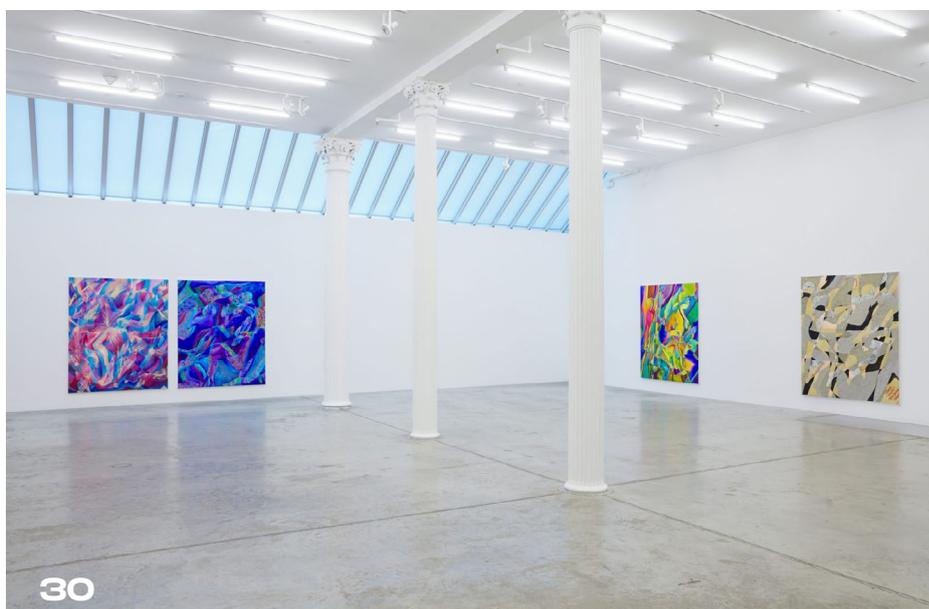
Art | Basel
Hong Kong

Art | Basel
Miami Beach



Art Basel è dal 1970 a Basilea il punto di ritrovo principale per l'arte non solo Svizzera ma internazionale. Vista come opportunità per numerosi artisti e per numerose attività locali: nell'edizione del 2021 si sono potute contare 272 gallerie provenienti da 33 diversi paesi includendo differenti tipologie di arte, ovvero da dipinti a sculture a fotografie.

Questo ha permesso la creazione di un focolare artistico e culturale che ha come epicentro proprio la fiera d'arte ma che si diffonde in lungo e in largo per tutta Basilea. Oltre alle esposizioni sono presenti dei progetti "lateralmente" come la creazione di un podcast "Intersections", una cooperazione per permettere i servizi maggiori in quanto ad Accomodations e Hotels, così come l'arricchimento dei servizi legati a musei e istituzioni culturali presenti nella città, e le conferenze "Art



Basel Conversations” che permettono talk tra l'organizzazione Art Basel e artisti, curatori e collezionisti partecipanti all'Art Fair. Molto ricco e vario, il programma dell'edizione 2021 comprende oltre 270 gallerie, solamente nella città sono presenti ben 37 musei, tra cui HEK ovvero la casa delle arti elettroniche, il Museo del Design Vitra. e la Fondazione Beyeler.

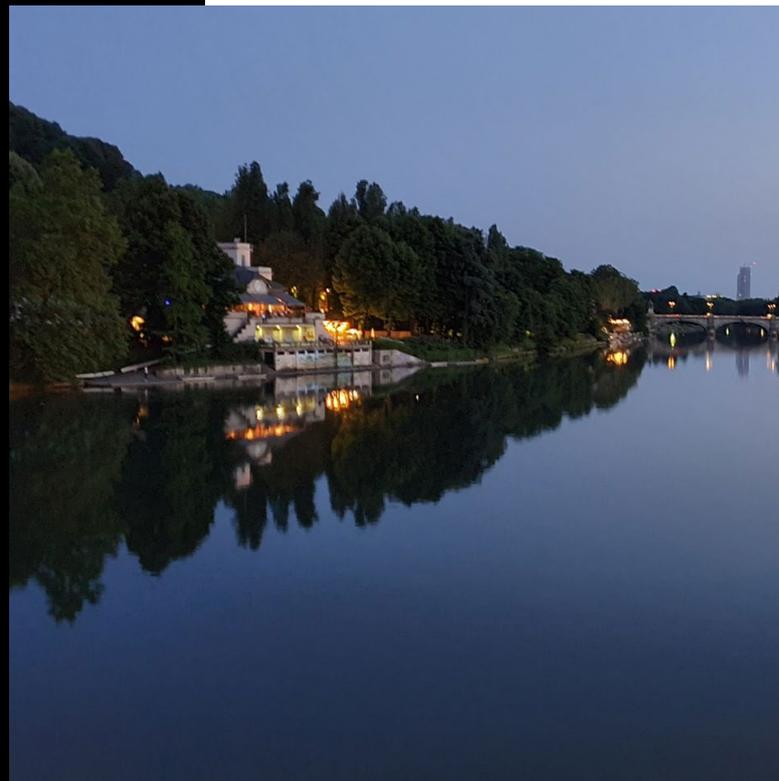
La manifestazione non si ferma però certo a Basilea, anzi, sono state organizzate delle manifestazioni collegate a Miami Beach e a Hong Kong, dando vita così a tre manifestazioni, due delle quali figlie dell'originale. La Miami Beach Edition poi riesce a riunire il mondo della musica con quello dell'arte per tutta Miami, eventi satellite del Circoloco Ibiza hanno luogo all'interno del tessuto urbano della città della Florida lungo quattro giorni della manifestazione, con sfilate di Fashion Brand e molto altro.

Ginzburg

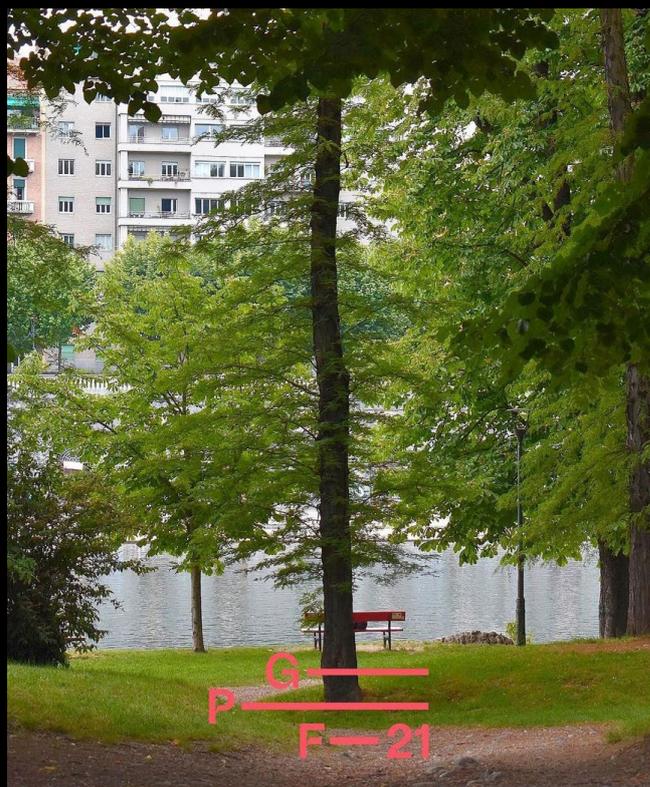
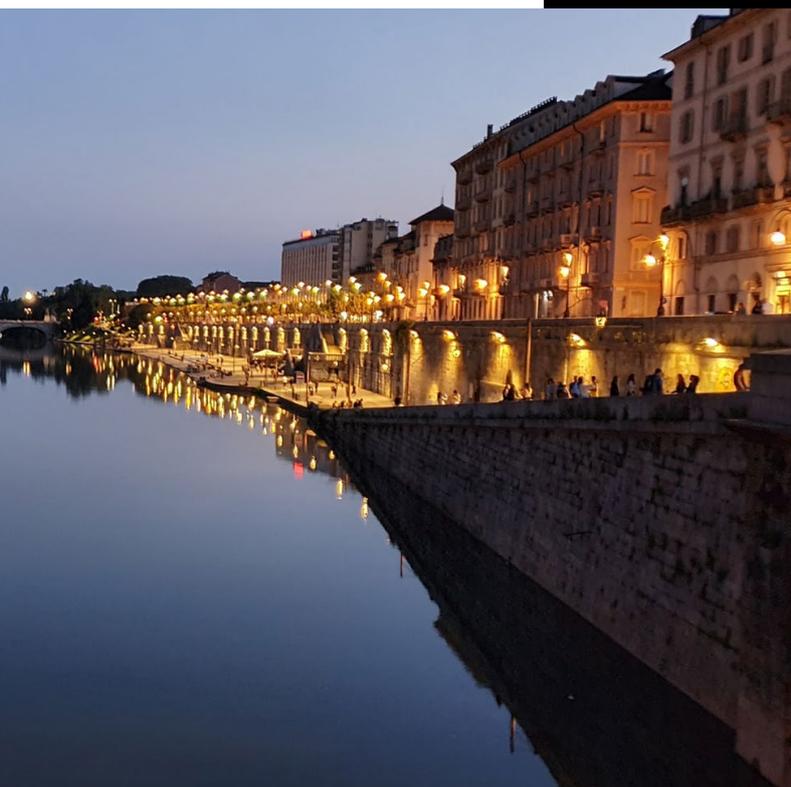
Park Fes

“AMA, ASCOLTA, VIVI” è la regola da seguire durante questo festival che si tiene nel caratteristico parco torinese. Fondamentale per la riuscita di questo festival è la produzione CAP10100, che più che un'organizzazione è il vero e proprio polo in cui si svolge il festival.

Proprio sulla sponda del fiume Po, è da considerarsi un luogo iconico per la città, ha ospitato progetti come Piemonte dal Vivo e Corto Circuito, ed è sul lato dei giardini Ginzburg, questa organizzazione è sempre stata attenta alla diffusione culturale. I giardini Ginzburg poi hanno potuto offrire il loro potenziale strutturale per gli anni del festival permettendo un'oasi nel centro di Torino.



Festival



Ferrara Buskers Festival



Ferrara Buskers Festival è considerato molto più di un festival, sia all'interno di Ferrara sia al di fuori. Chi ha partecipato lo ha descritto come unione di più culture, più arti, più mondi a volte anche molto distanti tra loro. La mission, descritta anche sul sito ufficiale, spiega come il festival vuole colmare il vuoto di arte nel mondo, dando spazio ad artisti emergenti. Buskers è un evento del tutto inclusivo, verso il pubblico che assiste ma soprattutto nel scegliere i partecipanti agli spettacoli e alle manifestazioni, è possibile infatti partecipare come artista aderendo all'iniziativa dell'evento attraverso un form d'accettazione sul sito web.





È inoltre notevole come questa manifestazione sia stata riconosciuta da Ecofeste e premiata con il Premio Cultura in Verde per essere un evento sostenibile, attraverso il progetto BGreen, distinguendosi per la pulizia delle aree utilizzate, il corretto smaltimento dei rifiuti più comuni come i mozziconi delle sigarette e altre pratiche come la raccolta differenziata e la distribuzione di bicchieri non usa e getta.



017
Eolie

Music Fest



**eolie
music
fest**

Con venues come le isole Eolie sicuramente non è facile gestire stage pubblico e organizzare una serie di eventi.

Nel 2021 però l'organizzazione di Eolie Music Fest è riuscita a creare un format speciale nel quale le esibizioni e i live avvengono in barca, sulle spiagge e tra

le vie dei borghi delle isole siciliane. Ed ecco come concerti e dj-set sono protagonisti dell'evento permettendo ai partecipanti di visitare e scoprire i luoghi naturali e i centri storici e artistici, con la perfetta sintonia tra location e musica. È permesso partecipare con la propria imbarcazione o sono messe a disposizione delle barche per ogni evento facendo sì che si possa creare un'esperienza del tutto unica e nuova di concerto.



eolie music fest

LINE UP

23 GIUGNO LIPARI - VALLE MURIA
SUBSONICA

24 GIUGNO VULCANO - GELSO
COLAPESCEDIMARTINO LIVE ACUSTICO
NU GUINEA DJSET + KEYS

26 GIUGNO SALINA - PUNTA SCARIO
WILLIE PEYOTE SAMUEL
BANDAKADABRA

27 GIUGNO SALINA - PUNTA SCARIO
NEGRITA ACOUSTIC TRIO
THE WISTONS

30 GIUGNO STROMBOLI - SCARI
COMA_COSE
FULMINACCI

23 → 30
GIUGNO
2021
ISOLE EOLIE



ROBOT

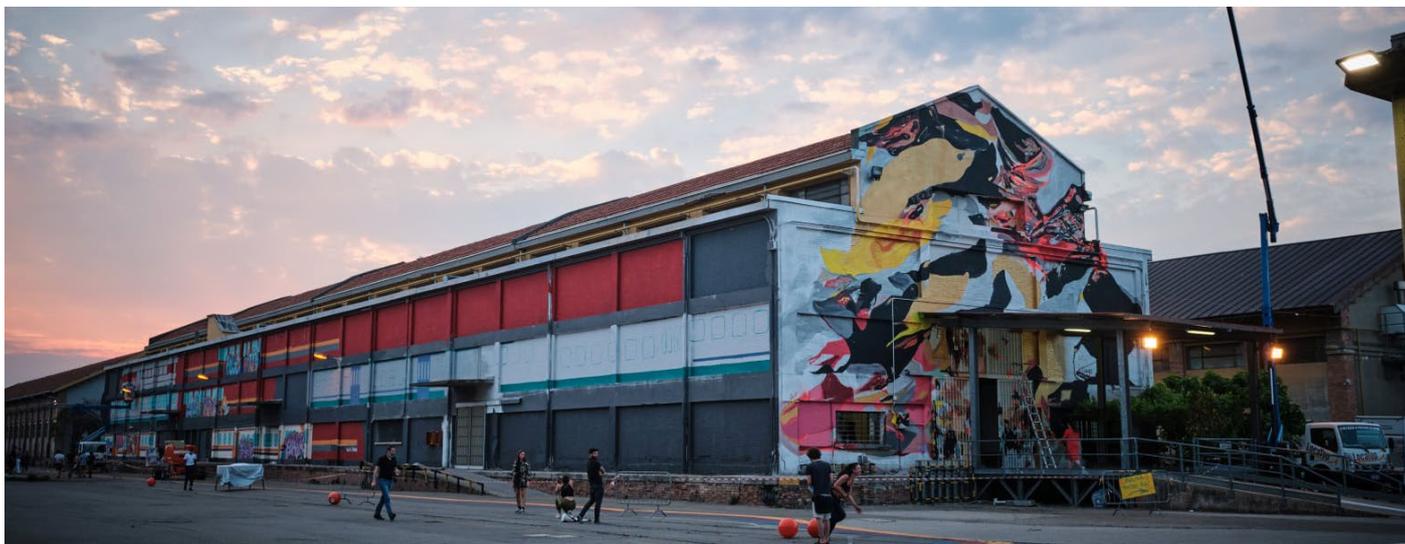
Festival RBT



RBT Lab
03.09.021 @DumBO
LNDFK (live)
RBT Sound System (dj)

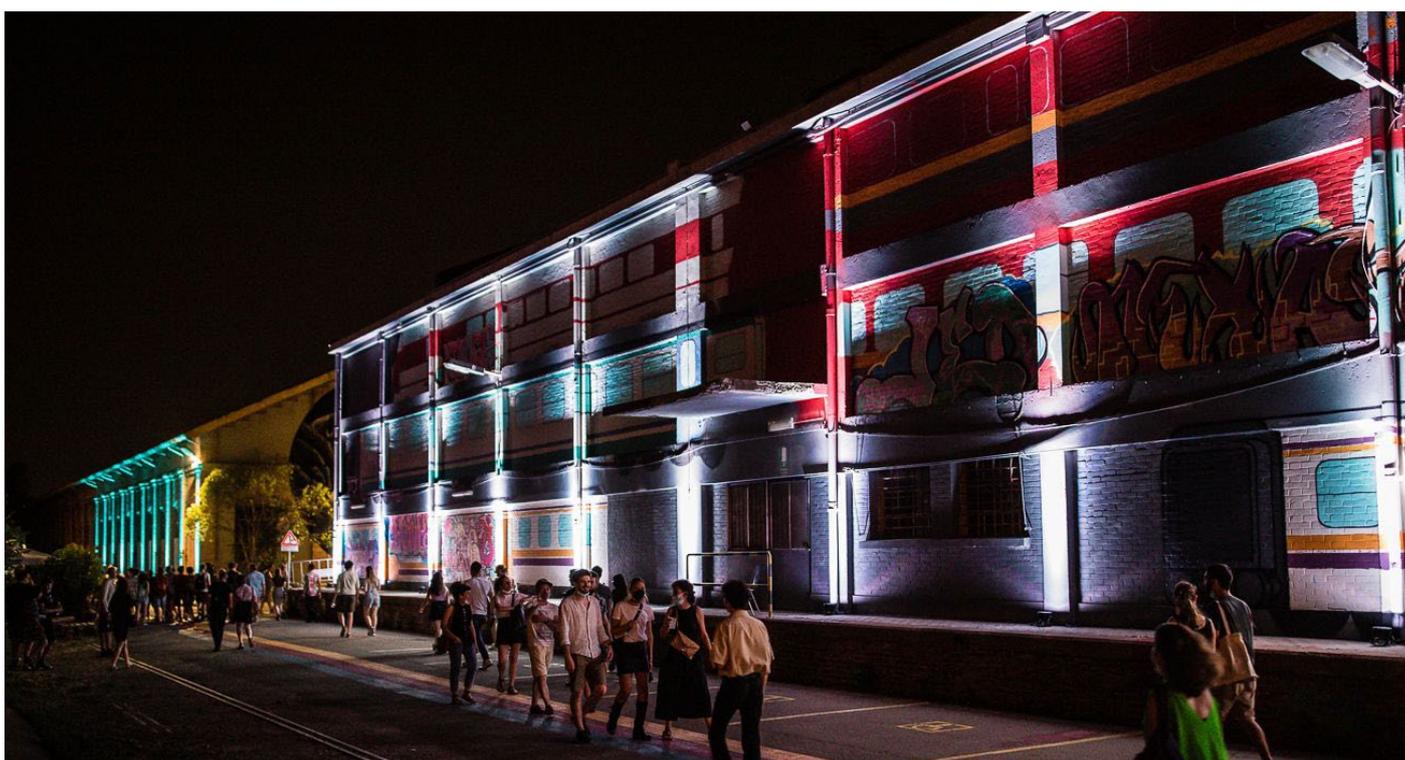
ROBOT presents
NU GENEVA
djset + keys (NG Records)
Warm up: DJ ROU
18.12.021



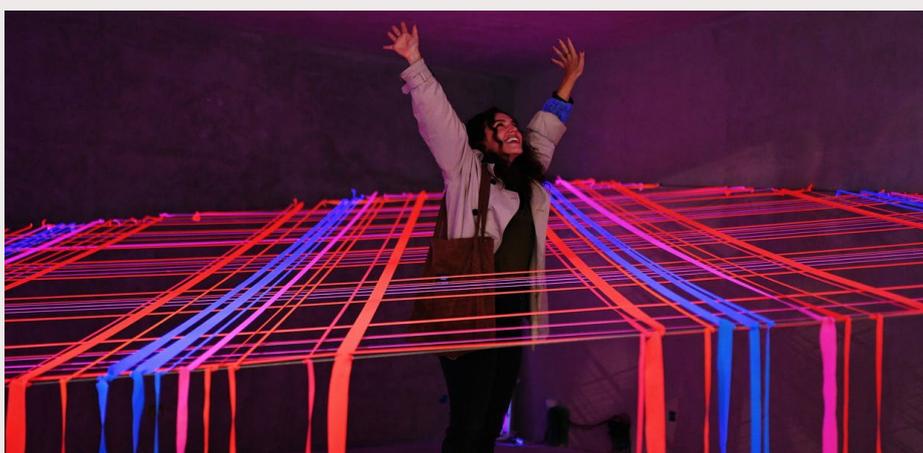


Robot festival sorge a Bologna in un luogo che fu storico, e che ha visto nel corso della sua storia alcuni cambiamenti, un po' come successe e sta succedendo per le OGR di Torino. DumBo è l'ex scalo merci Ravone, di proprietà di FS Sistemi Urbani, diventato poi il distretto urbano multifunzionale di Bologna. In questi spazi post industriali - quasi 40'000 metri quadrati- si svolge il Robot Festival, evento dedicato alla musica elettronica, alle arti visuali, alla tecnologia futura che, come definito dal festival stesso viene continuamente ridefinita.

L'unione dei generi musicali e dei filoni artistici con i luoghi in pieno stile "warehouse" dà vita a un'atmosfera unica che può essere motore di messaggi e suggestioni con un grande carico emotivo.



BienNoLo



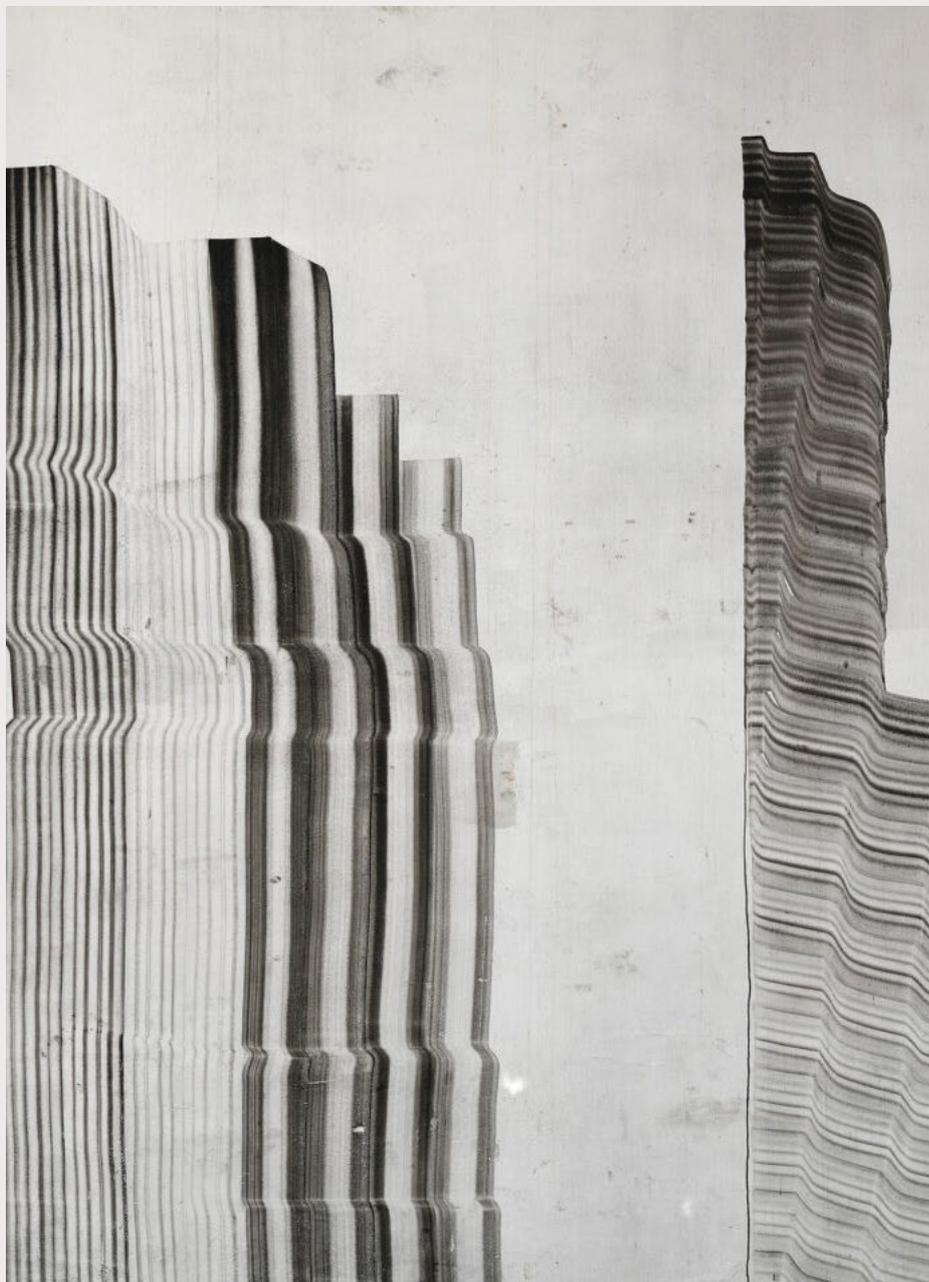
BienNoLo è la biennale d'arte contemporanea di NoLo, ovvero a Nord di piazzale Loreto, ufficialmente uno dei Nuclei di identità locale della città di Milano.

Alla sua seconda edizione nel 2021, proprio in un anno difficile per gli eventi a causa della situazione pandemica, Biennolo ha saputo riadattarsi al pubblico e alle sue esigenze permettendo la diffusione dell'arte nelle strade.

È quindi più vasta l'area ricoperta dalla Biennale rispetto all'edizione precedente, comprendendo gli spazi vicino alla Stazione Centrale in viale Monza, nelle

rive del Naviglio Martesana e nello spazio LoroMilano, nel quartiere Isola. Compreso nelle venues è il giardino di *h+*, nel quale sono organizzati degli incontri in cui si vuole avvicinare il pubblico agli argomenti e ai messaggi trattati nella manifestazione. Sono inclusi poi numerosi luoghi "privati" come cortili, garage e molte altre location non convenzionali che portano direttamente l'arte al pubblico, in modo diretto e pubblico.

Questo caso studio è perciò importante per il grado di innovazione apportato a un format di biennale, per il tone of voice rivolto a un target più ampio rispetto agli eventi del settore, e infine perché facilita la fruizione -proprio grazie al tone of voice- di argomenti e materie che potrebbero essere trascurati dalla maggior parte del pubblico. È inoltre importante capire come il festival ha contribuito alla creazione di un'identità chiara e netta del quartiere.





37



38



37



38

È stato possibile notare quanto Ferrara sia culturalmente attiva già con Ferrara Buskers Festival, ma con Ferrara Sotto le Stelle la città non solo si anima e si popola di artisti, integra le bellezze del centro storico a un'offerta musicale e museale in modo efficiente. È infatti la call to action dell'evento che invita i partecipanti a visitare e vivere la città durante la permanenza, coinvolgendo parco Massari e parco Pareschi per i concerti,

Ferrara

Sotto le Stelle

FERRARA SOTTO LE STELLE



invito che si estende lungo le mura storiche, il duomo e il Castello Estense e tutto il quartiere medievale. I due poli culturali esterni al concerto sono poi Palazzo dei Diamanti e il Padiglione d'Arte Contemporanea, con grande attenzione anche al Castello Schifanoia. Sono due gli aspetti fondamentali per prendere in considerazione questo festival tra i casi studio, il primo sicuramente è la realizzazione di un evento che è guidato dalle potenzialità offerte dall'ambiente circostante, il secondo è l'utilizzo del luogo per creare un'atmosfera che isola il partecipante dal mondo esterno, permettendogli un viaggio psicologico lungo la durata della manifestazione. È importante permettere al pubblico di incanalare l'attenzione sullo spettacolo piuttosto che sulla mostra, poiché lo rende attivo e interessato. Questa esperienza immersiva all'interno della natura dei parchi ha permesso quindi al pubblico di godersi lo spettacolo seduto direttamente per terra riducendo la distanza fisica e simbolica che c'è tra palco e artista e lo spettatore.

Piano City Milano



Svolta in due differenti città, lontane non solamente dal punto di vista geografico ma anche e soprattutto per costituzione, clima, paesaggio e stile di vita, Piano City è la manifestazione italiana dedicata all'interazione tra pianoforte e panorama urbano. Organizzato da Accapiù (h+, associazione già citata in Biennolo) e dai comuni di Milano e Palermo, vede la luce nella prima città in luoghi come la Triennale, la Galleria d'Arte Moderna, BASE Milano, i Giardini di Via Mosso e di San Faustino, e molti altri. Nell'edizione di Palermo invece protagonisti insieme al piano sono luoghi suggestivi tra cui il Teatro Massimo, il Nautoscopio, il cortile della Questura, la spiaggia di Mondello, i Cantieri alla Zisa.



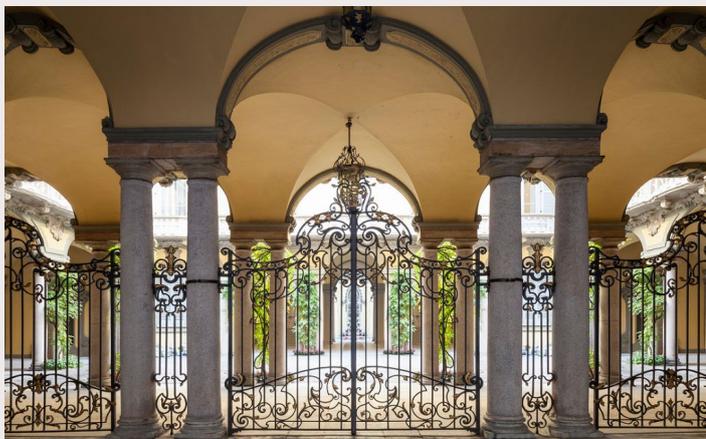
Piano City Palermo



Viene definito come Festival Diffuso, e infatti si può “vivere” attraverso la città. La particolarità principale riguardante questa manifestazione -sia Milano che Palermo- è il programma del tutto non convenzionale: decine di pianisti si esibiscono in posti iconici delle città permettendo la fruizione dello spettacolo a un pubblico aperto, infatti i concerti sono totalmente gratuiti -a causa della pandemia è stato necessario introdurre la prenotazione obbligatoria-.

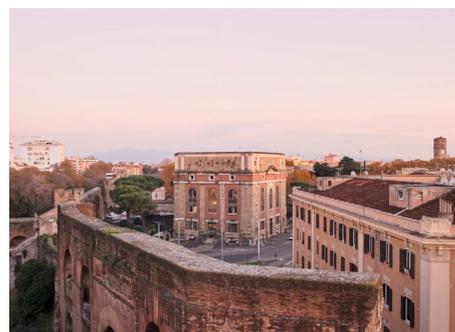


66 Open House



Open House è un evento completamente gratuito, nato a Londra e poi diffuso in molti stati europei. È organizzato anche in diverse città italiane -quattro dal 2012 al 2021, in ordine Roma, Milano, Torino e Napoli- che hanno dato vita insieme a Open House Italia, dando vita a progetti comuni permettendo un'organizzazione più ampia.

Questa manifestazione permette di visitare palazzi, case e luoghi di interesse privati che normalmente non sono accessibili al pubblico. Nella sua terza edizione del 2019, Open House Torino ha raggiunto quota 60000 visite e 25000 visitatori in tutta la città. Come confermato dai direttori delle quattro edizioni di Open House Italia, questo evento non riguarda solamente l'architettura ma è un percorso che può rendere ogni cittadino consapevole del valore urbanistico del luogo in cui vive. Quindi non si tratta solamente di residenza in una città, ma di senso di appartenenza.

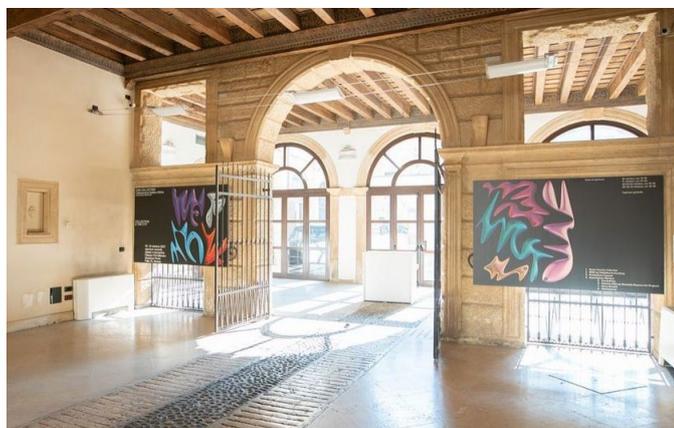




Fin dalla sua prima edizione nel 2012 Bookcity Milano desidera dare visibilità alla città di Milano come sede editoriale importante a livello nazionale e non solo. È un'iniziativa voluta dal comune e in collaborazione con tutte le più importanti fondazioni editoriali della città e dello Stato. Il taglio dato alla manifestazione risulta essere totalmente diverso da una semplice fiera del libro, non solo soddisfa quell'aspettativa di



evento, ma stimola l'interesse del pubblico a unire la passione per la lettura a un interesse rivolto al centro storico, ai monumenti e centri culturali della città. Ancora una volta quindi è fondamentale l'integrazione con il territorio, che viene comunicata in modo esplicito addirittura dal sito, evidenziando quanto la città abbia bisogno di una sua identità. Quindi nei tre giorni (più uno dedicato interamente alle scuole) si attiva il tessuto urbano organizzando incontri, seminari, letture collettive e presentazioni, realizzando una manifestazione che, nonostante abbia come fulcro un'attività individuale, sia anche collettiva.



Attraverso una stretta collaborazione tra le gallerie e la fiera, ArtVerona è riuscita nell'intento di creare un nuovo format di evento di tipo circolare, permanente e accessibile a una porzione molto più ampia di pubblico.

L'immagine coordinata, curata da StudioTemp, si dimostra quasi astratta, liquida, a dimostrazione di un tempo misterioso e disarmonico ma affascinante.

Attraverso una distorsione di immagini di molti luoghi iconici e culturalmente importanti dell'Italia si può percepire la pluralità di venues e atmosfere che la fiera riesce ad offrire all'utente.

Tra gli altri si possono notare l'Etna, le Rocce di Arbatax, il Dente del Gigante. Con la sezione Art & the City (suddivisa in Performance & The City e Collection & The City) la manifestazione si diffonde nella città all'interno di gallerie, castelli e musei integrandosi



Info e orari:
artverona.it/art-the-city/collection-the-city/



WWW.ARTVERONA.IT

PERFORMANCE & THE CITY

a cura di Claudia Santeroni e Maria Marzia Minelli

venerdì 15 ottobre

MARIJKE DE ROOVER

sabato 16 ottobre

SAGG NAPOLI

domenica 17 ottobre

SOPHIE JUNG

Museo di Castelvecchio, Verona



WWW.ARTVERONA.IT

perfettamente con il tessuto urbano e culturale. Attraverso la piattaforma online ArtVerona riesce poi a creare engagement lungo tutto l'anno coinvolgendo attivamente una community attraverso esposizioni a tema, giornate dedicate all'arte, podcast e molto altro. Importante quindi come esempio sia per la capillare diffusione sul territorio interessato sia per la gestione eccellente del brand ArtVerona sia online che offline.

ARTVERONA 16
ARTISTI SELEZIONATI DAI MUSEI PER LEVELO



Boutique



Questo format di evento fieristico vede l'unione tra il turismo e le manifestazioni culturali e artistiche.

Essi sono caratterizzati da location la cui capienza massima non supera solitamente qualche migliaio di persone, e per i quali la valorizzazione del territorio costituisce la propria cifra stilistica. Rispetto al format di festival classico è presente una differenza fondamentale, che riguarda l'attenzione dedicata principalmente alla qualità rispetto alla quantità, che non dimostra in questo caso il successo della manifestazione ma anzi fa sì che lo spettatore possa sentirsi all'interno di un ambiente intimo ed esclusivo, all'interno di location suggestive in cui viene curato ogni aspetto dell'esperienza con la stessa attenzione.

Si può quindi definire come aspetto centrale dell'esperienza l'empatia manifestatasi nello spettatore.

Questa formula preferisce quindi porre attenzione tanto alla line-up quanto alla cura dei servizi affiliati, allo studio di location e stage per manifestazioni musicali, culturali, artistiche o sportive unendole al territorio e alle esperienze che può offrire.

Il Boutique festival è un format che va alla ricerca di una nicchia presentando un'offerta selettiva piuttosto che una generica.

Festival

Questa formula preferisce porre attenzione tanto alla line-up quanto alla cura dei servizi affiliati, allo studio di location e stage per le manifestazioni musicali, culturali, artistiche o sportive, unendole al territorio e alle esperienze che può offrire.

Non è inusuale quindi trovare tra le attività di un boutique festival -oltre ai più classici eventi musicali come i concerti- sessioni di yoga, brunch tra gli alberi, mercatini. Musicalmente parlando invece è molto probabile trovare nelle line-up artisti emergenti, o che basano la loro esperienza artistica sul concerto, quindi con un rapporto più intimo con il pubblico.

Componente necessaria per far sì che un evento possa definirsi “Boutique” è determinato da un elemento di selettività, che varia tra la musica, l'arte, il concept, le venues o la struttura stessa del festival.

Jazz:Re:Found

*“Un Festival Panteista”,
considerato apripista per
l'esplorazione di generi jazz
e della black music .*



Pietra miliare nel
panorama fieristico
torinese per anni,
ha luogo da due
edizioni tra le colline
del Monferrato
patrimonio UNESCO.

Festival

Jazz:Re:Found si presenta fin da subito come un ***boutique festival***, innanzitutto per via dei generi e delle influenze musicali che propone. Perciò il target a cui è rivolto è molto specifico, sebbene poi col tempo si è fatto strada anche tra coloro che vogliono semplicemente assistere a un festival differente rispetto alla gran parte del panorama fieristico proposto sul territorio italiano, o almeno nel Nord-Italia.

Con un portfolio di più di 150 artisti dal 2008 al 2021, ha coinvolto e condiviso musica e artisti di livello europeo. Dal 2018 la venue della manifestazione è Cella Monte, un borgo medievale in provincia di Alessandria, nel bel mezzo del Monferrato che è riconosciuto territorio patrimonio dell'UNESCO. Location storica e inusuale per questo tipo di eventi in quanto si fonde la componente storica a ciò che si può definire il futuro, ovvero generi musicali di nicchia e ancora da scoprire ai più. L'integrazione con il territorio in questo caso è completa, il borgo viene chiuso al pubblico nella sua parte più alta -con il libero passaggio dei residenti- permettendo la sicurezza dell'evento, e gli stage (sono arrivati fino a otto in una sola

JZ:
BE

edizione) disseminati tra le vie e i palazzi storici, all'interno di una sala di una dimora, sul terrazzo di un monastero, nel cortile interno di un casolare medievale, tra gli alberi dei giardini storici. Le botteghe e i negozi del paese rimangono aperti in modo indipendente favorendo il commercio locale, in più i servizi di ristorazione organizzati dall'evento sono studiati in modo da collaborare con le realtà locali -immagine a lato-.

Non solo musica, una moltitudine di esperienze collaterali come workshop, food e wine tasting, il camping e il bed&breakfast che al risveglio accolgono i fruitori con colazione e una sessione di yoga. Non si tratta di un festival in senso stretto, ma viene percepito dal pubblico e concepito dall'organizzazione come un'esperienza completa, così come è stato definito dal magazine Collater.al è un "Festival Panteista".



45

JZ:
BE 02.09
— 05.09
2021 Cella Monte
MOTHER Monferrato
ITA





JZ:BE: MAP

- A TICKETS / TOKEN
- B BAR
- C COMUNE
- D PIAZZETTA DEL BOLLO
- E IL CARPINO
- F JAZZ:RE:FOOD — PRO LOCO
- G 385
- 1 MOLINARI STAGE
- 2 ECOMUSEO STAGE
- 3 SAN QUIRICO
- 4 CINQUE QUINTI
- 5 CASACCIA SELECTORS
- 6 SECRET GARDEN
- 7 CAMPING
- 8 PARCHEGGIO
- CONTROLLO ACCESSO AUTO
- CONTROLLO ACCESSO TICKET
- ★ ACCESSO RVSP

WALKING DISTANCE
STAGE TO STAGE = 2 min



Notevole l'attenzione data ai dettagli come la gestione dei pagamenti durante la manifestazione e quella legata ai rifiuti e alla distribuzione di bevande e cibo. Attraverso la collaborazione con Meccanismi è stato predisposto un sistema di pagamento basato su token che vengono caricati direttamente sul braccialetto fornito all'ingresso e con punti di ricarica in ogni cassa e angolo bar. per quanto riguarda i rifiuti invece si utilizza un sistema legato alle cauzioni per i bicchieri in plastica che, se riportati alla cassa o al bar, possono essere sostituiti o scambiati con una bottiglietta d'acqua, oppure viene restituita la cauzione, sempre in forma di token per altre consumazioni o acquisti. Attenzione anche all'immagine coordinata, molto pulita e lineare, si integra bene con immagini di paesaggi e luoghi che accolgono il festival, e con gestione di sponsor e eventi collaterali uniforme e unitaria.

76 Collisioni

Conosciuto per la crescita esponenziale che ha subito già a partire dalle sue prime edizioni, Collisioni ha luogo dal 2009 tra le colline delle Langhe, prima all'interno di un piccolo paese di poche centinaia di abitanti -Novello- poi evolvendosi si è spostato in altri centri del famigerato territorio piemontese, tra cui Alba e soprattutto Barolo.

Le ultime edizioni di Collisioni hanno visto la nascita di eventi collaterali come i Collisioni Talks, Collisioni Progetto Food e "Porte Aperte in Cantina"; i primi due, facilmente assimilabili alla sezione centrale del festival, avvengono all'interno della città ospitante mescolandosi ai live musicali all'interno delle piazze, facendo sì che gli artisti, gli scrittori e altre figure rilevanti possano esprimersi attraverso interviste, convention e talk nel primo, attraverso eventi di degustazione e presentazioni di realtà e aziende nel settore agroalimentare nel secondo -Progetto food-.

Il terzo invece riguarda più da vicino il territorio delle Langhe, permettendo la visita di cantine e vitigni, non è strettamente collegato al festival ma grazie ad esso gode di una maggiore visibilità, come del resto tutto il territorio e ciò che più ha da offrire a turisti, esperti in



Festival



materia di vino e cibo, anche in termini di cultura e storia del territorio Alba e tutto il territorio circostante rappresenta una meta importante a livello nazionale. Collisioni ha saputo comunicare il territorio, già di per sé caratteristico, in modo tale da contestualizzare il festival in un mondo riconoscibile fin da subito. Questo permette alla manifestazione di avere un target specifico nonostante sia molto ampio, elemento che non viene condiviso da altri boutique festival ma che ha comunque premiato negli anni senza minare la qualità dell'evento.

COLLISIONI

II Festival AgriRock

2019

BAROLO

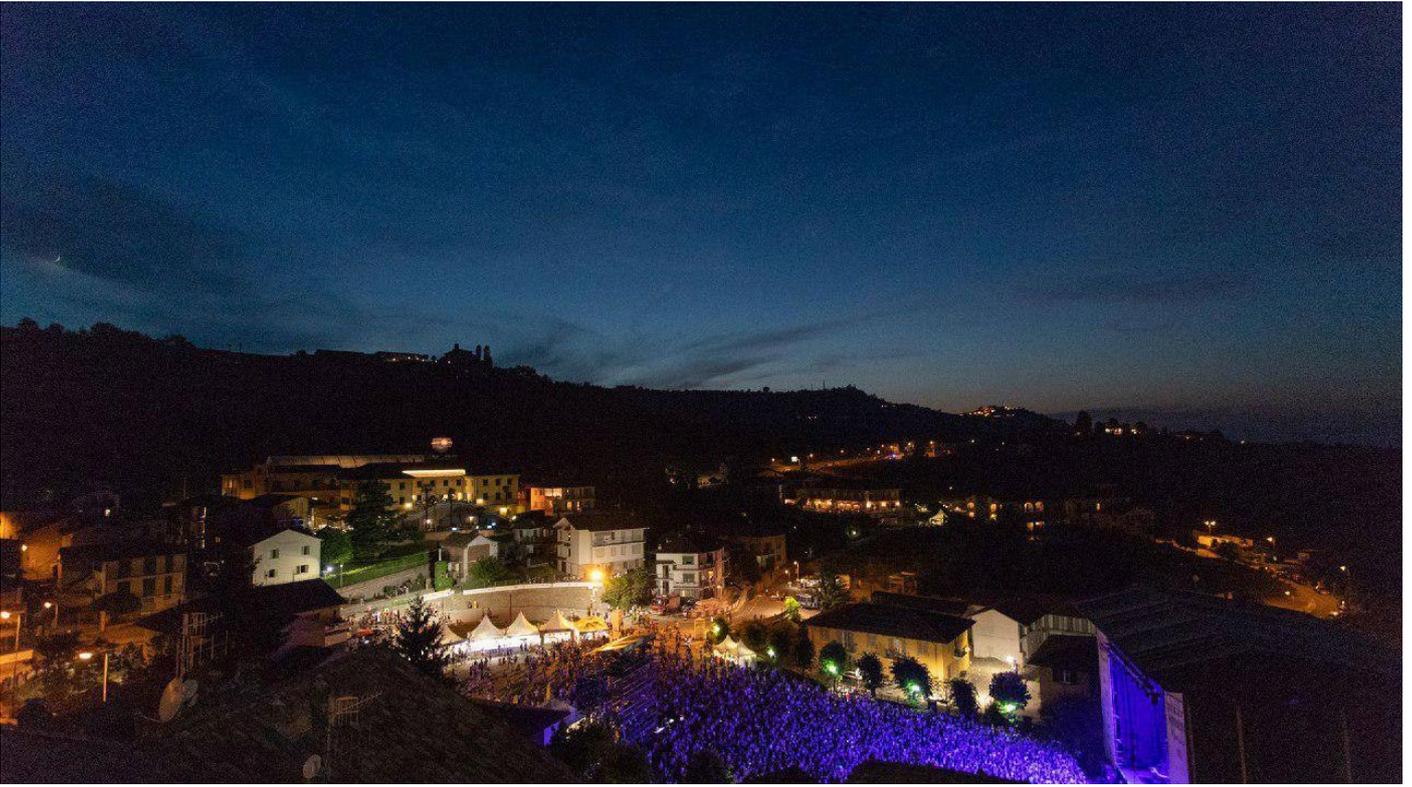
Il brand Collisioni manifesta però alcune criticità dal punto di vista dell'identità grafica.

Risulta essere sicuramente riconoscibile e il concept traspare già a partire dal logo.

Si viene subito introdotti in un ambiente vinicolo, la texture del logo ricorda infatti il legno delle botti marchiato a caldo e il logo risulta essere statico e molto irregolare, il peso del font e la texture applicatagli però non permettono una leggibilità ottimale, che diventa un punto critico rilevante quando viene riprodotto il logo in formati ridotti. La densità di caratteri è inoltre molto elevata facendo sì che non sia rapidamente assimilabile dallo spettatore.

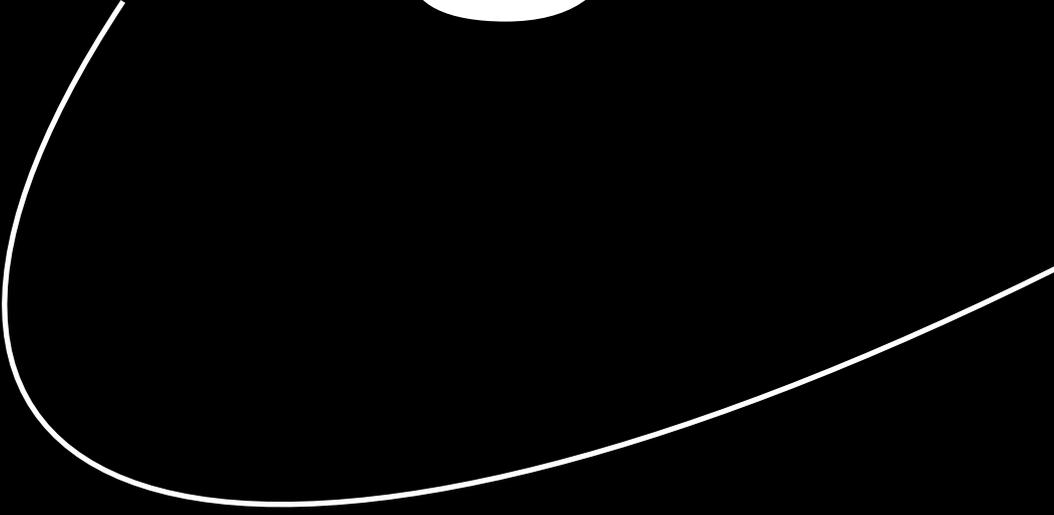
COLLISIONI

II Festival AgriRock



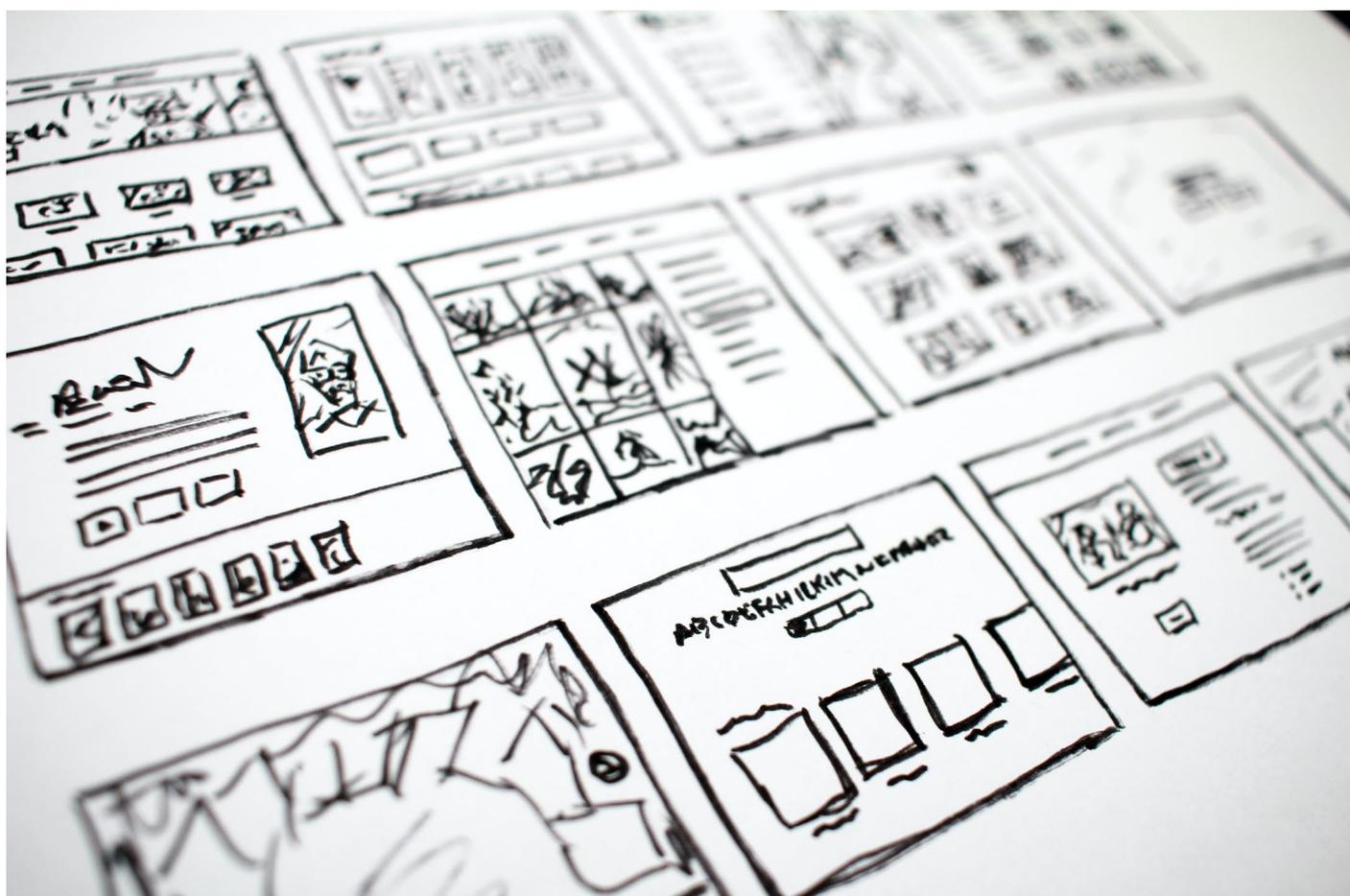
08 **Parte 2**

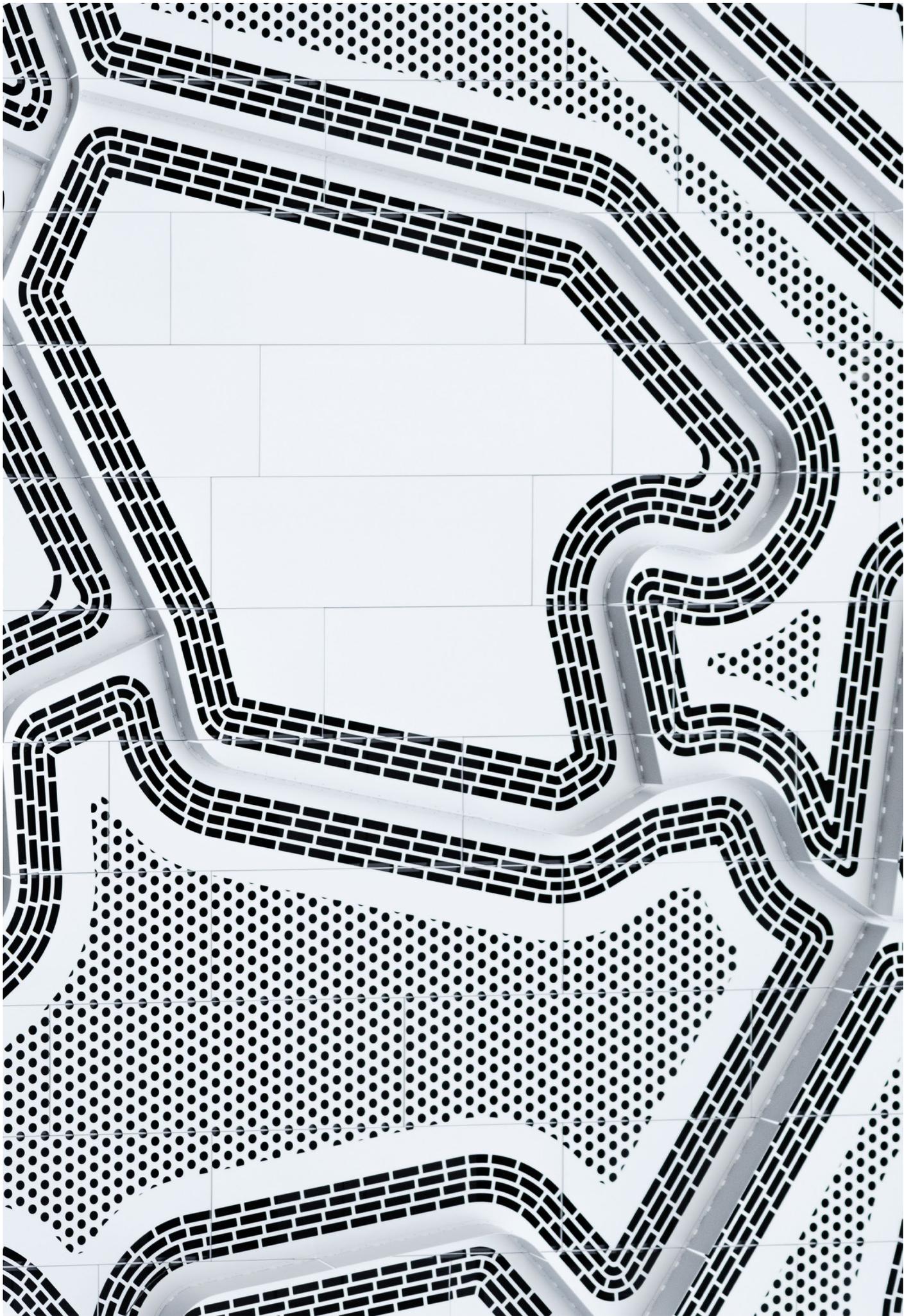
Progetta



zione

La proposta progettuale che verrà analizzata a partire da questo punto riguarda un concept di Boutique festival studiato per permettere una promozione del territorio e per unire l'idea di centro storico a materie -o forse meglio definirle "arti"- come la musica, la fotografia, l'arte, il cinema. L'utente prende parte a un'esperienza in cui può vivere il luogo attraverso manifestazioni culturali.





48 Concept

Valoriz

La **valorizzazione** non riguarda esclusivamente il lato economico di un territorio, le attività e le imprese locali, e non solo la questione turistica, nonostante però siano inclusi all'interno di questo grande concetto.

Il Concept del Festival si basa su **due principi chiave**, il primo dei quali riscontrabile nella fase di analisi e ricerca e poi rafforzato attraverso il programma del festival, il secondo visibile attraverso i metodi utilizzati per organizzare gli eventi, i messaggi trasmessi in essi e nella Brand Identity studiata appositamente.

• zazione

La Valorizzazione vuole essere il punto di partenza per differenti effetti che possono o meno crearsi in un territorio, la valorizzazione turistica, la visibilità di esso, la riconoscibilità verso target specifici e nell'esterno.

In questo caso si intende il territorio al di fuori del “raggio di influenza” che ha Saluzzo rispetto al territorio circostante.

Sfumature

Sfumature

Sfumature

Con “**Sfumature**” si intende una molteplicità di concetti.

Principalmente le sfumature a cui si vuole fare riferimento sono visive, come da significato letterale, riferendosi alle tonalità, del cielo, delle architetture, della natura, ma non solo, questo è significato più immediato ma anche il mezzo che porta poi agli altri concetti.

Le diverse gradazioni di colore rappresentano, a un livello più profondo, una pluralità di stili differenti, attribuibili alle persone, alle correnti artistico-filosofiche e a quelle musicali. Nondimeno il riferimento porta poi anche a una molteplicità di culture e sub-culture che possono interagire e comunicare tra loro.

Le tonalità e i gradienti, che si riferiscano a colori o a stili, portano poi a un modo diverso di comunicare, questo è visibile attraverso delle variazioni di mezzi espressivi, di strumenti per comunicare.

Obiettivi



Il progetto ruota attorno a delle esigenze che provengono direttamente dal territorio, che risulta essere il vero e proprio protagonista. Dopo un'analisi prestazionale è stato possibile stabilire i requisiti di un evento per attivare il processo di **rigenerazione urbana e territoriale**

e poter quindi rilanciare la zona interessata. Questo ha potuto poi portare alla definizione di un metaprogetto e successivamente lo studio di un target sulla base di casi studio -precedentemente analizzati- accomunati da aspetti riguardanti la tipologia di evento, di luogo o di idea progettuale.

Nell'ottica di uno sviluppo futuro, con l'aumentare dell'interesse del pubblico, il progetto deve sapersi adattare a cambiamenti, tra i quali la location. Ciò non significa che debba essere destinato a grandi location cittadine, può mantenere una sua impronta in località differenti e con una ampia gamma di contenuti.

È necessario poi definire degli obiettivi nel breve e lungo periodo, per poter capire appieno le intenzioni di un progetto di questa portata.

Sicuramente la vision di questo concept è essere un esempio positivo di promozione e comunicazione di un territorio, un metodo di rilancio e rigenerazione urbana ed economica, permettendo la crescita facilitata in un settore che post pandemia sta attraversando una forte crisi sociale e psicologica -oltre al discorso economico-. Per ciò che riguarda il lato umanistico invece l'obiettivo ultimo è innescare in tutti i partecipanti una spinta psicologica per ricercare le proprie passioni, i propri interessi, e alimentarli, questo è possibile soprattutto attraverso la possibilità di poter assistere all'evento in modo personalizzabile, ovvero attraverso la scelta tra più live e manifestazioni.

Tutto questo è raggiungibile attraverso la **mission**, gradualmente durante le attività, attraverso una campagna strutturata in fasi e differenziata per tipologia di evento e target, permette una visibilità mirata e un engagement con il festival più efficace. Oltre a questi aspetti si vuole raggiungere uno stato di ispirazione nelle persone dando loro materia di riflessione e di emozione con i contenuti delle mostre, dei live e degli eventi, e con l'esperienza cittadina immersa nella location.

Target

Il pubblico a cui si rivolge il progetto è vario e differenziato anche per le tipologie di evento, vengono quindi analizzati i differenti pubblici potenziali, classificati sulla base degli eventi a cui potrebbero assistere, attraverso una segmentazione socio-demografica.

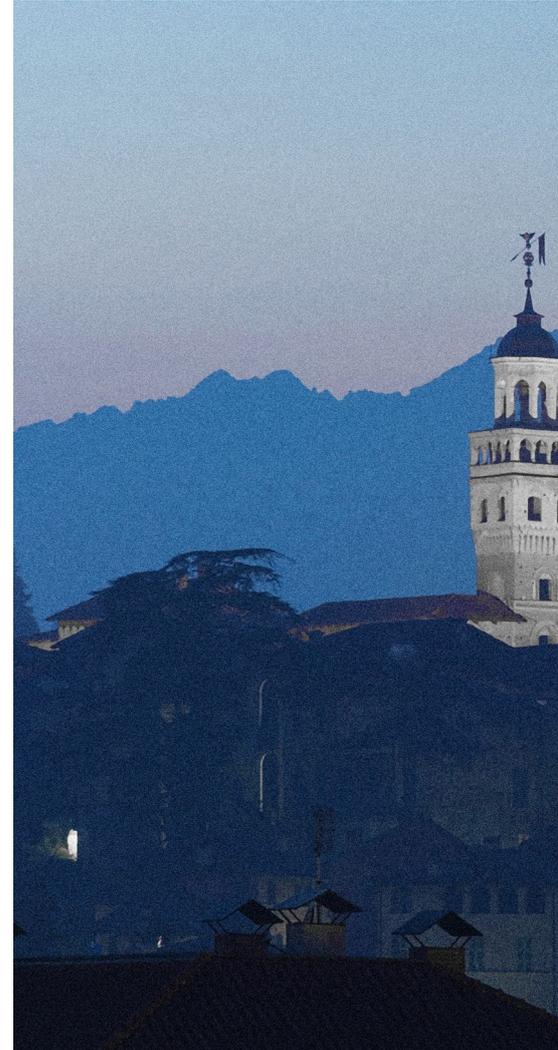
Si passa inoltre da un target più ampio per quanto riguarda la sezione musicale e concertistica a un pubblico più ristretto per quel che concerne le serate di cinema all'aperto, passando per tutta la sezione dedicata a mostre ed exhibit che si rivolge in modo più selettivo al pubblico.

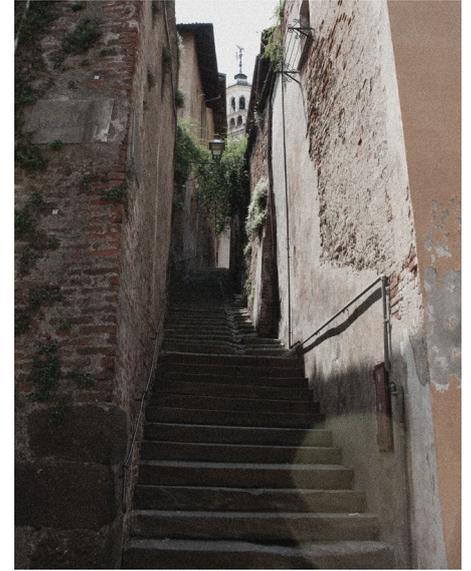
Il target, studiato anche dopo aver analizzato competitors sul suolo italiano, è stato definito seguendo delle linee guida estrapolate dal concept, determinando due ambiti. Il pubblico dell'evento quindi può essere divisibile in **due macro-categorie**, che non determinano l'età, la professione, la provenienza o il genere degli individui ma gli interessi. Il primo ambito è legato all'**Intrattenimento**, quindi il festival viene visto come momento ricreativo, ludico, ma che può portare l'interesse anche verso il territorio, l'arte e l'architettura locali, creando potenzialmente un turismo di ritorno. La seconda categoria invece riguarda la **Cultura**, è quindi la componente storica, artistico-culturale che fa da protagonista per gli appartenenti alla seconda categoria, questi partecipanti quindi vivono il festival attraverso -presumibilmente- gli eventi legati alle esposizioni e ai musei, ma possono godere di eventi e attività nuove, che portano a scoprire nuovi ambiti artistici. Le due categorie non sono però necessariamente slegate e distinte, ma anzi possono in parte coincidere.

Per la terza categoria di evento invece, quella riguardante il cinema all'aperto, il target sarà determinato in base alle proiezioni, perciò in relazione ai temi che saranno trattati con la visione di una "pellicola", si determinerà l'età del pubblico, dalle famiglie con i bambini a un pubblico di soli maggiorenni, queste serate tuttavia, per facilitare l'organizzazione, saranno aperte e gratuite. La copertura territoriale invece sarà ridotta al territorio circostante la città con una campagna pubblicitaria locale entro la provincia.

Il Territorio

Data la definizione di “boutique festival” e visto l'effetto che può creare un evento in merito a questioni di rigenerazione urbana è riscontrabile una predisposizione per venues caratterizzanti piuttosto che eventi slegati da un luogo. Questo aspetto però non è da fraintendere in quanto la storia recente dei festival dimostra come sia meglio usufruire di un luogo ma non legarsi in modo eccessivo ad esso, per esempio Collisioni ha virato verso centri leggermente più grandi per riuscire a contenere l'aumento di pubblico con il passare delle edizioni, pur restando all'interno del panorama delle Langhe. Questo significa che è opportuno usufruire della storia e della cultura di un territorio ma con alcune limitazioni. Come definito attraverso gli articoli di Simone D'Antonio -p. 28- è doveroso ricordare che per ogni intervento urbano a livello di interazione tra popolazione e territorio ci possono essere vantaggi reciproci a partire dal lato prettamente turistico fino a quello economico. Il territorio studiato per questo progetto è compreso tra le colline ai piedi del Monviso e lo sbocco di torrenti come il Varaita e Bronda nel fiume Po, comprende inoltre il Parco del Monviso, nella provincia di Cuneo, zona dove secoli fa sorgeva il Marchesato di Saluzzo, patria di Gian Battista Bodoni e Silvio Pellico tra gli altri.

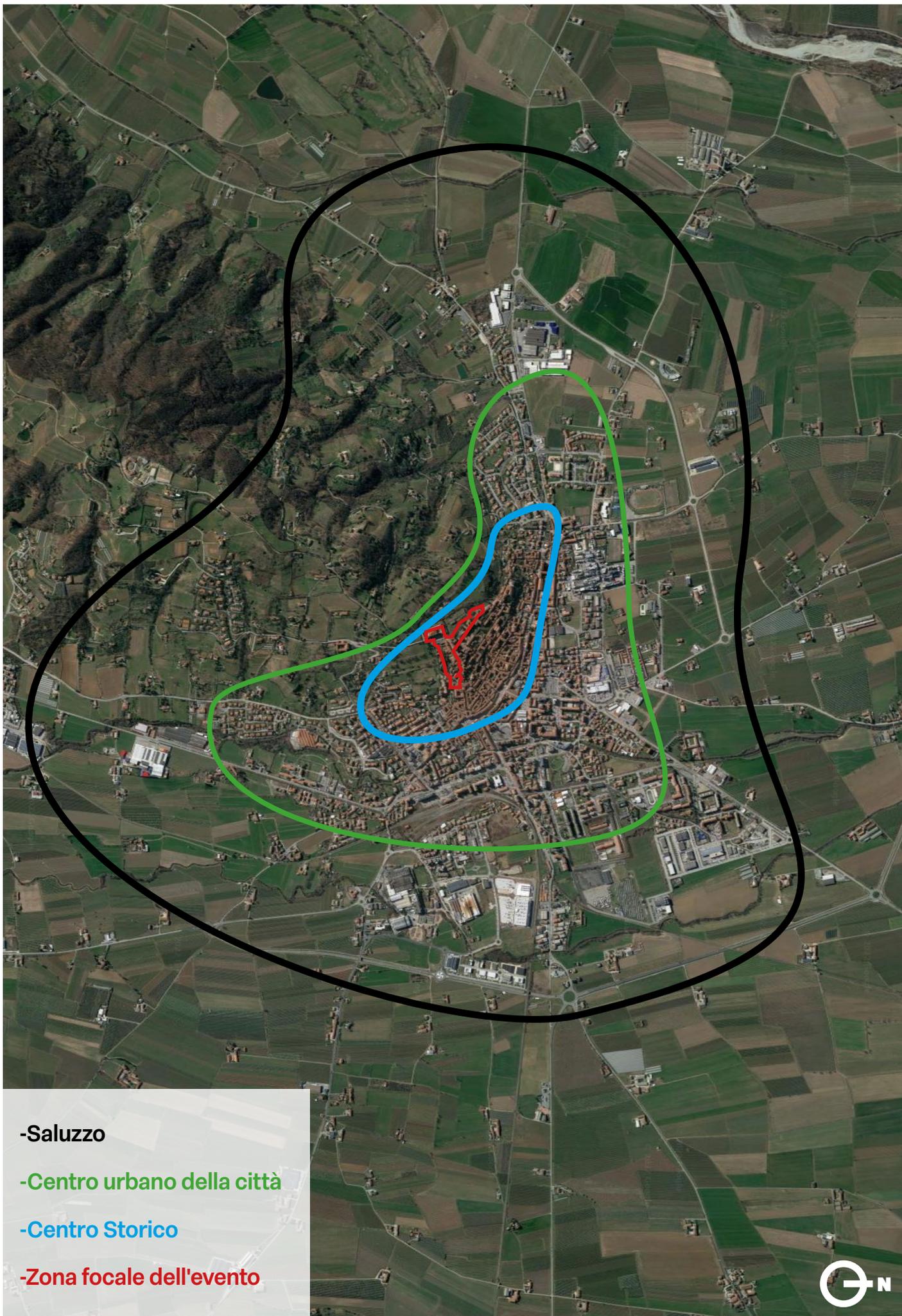




Questo paese di poco meno di 17 mila abitanti ha infatti una grande e lunga storia alle sue spalle, ma per diverse ragioni non ha potuto usufruirne in modo duraturo,

oppure comunicando solo a una parte di popolazione. Dagli inizi del 2000 si è diffusa una riscoperta di questi luoghi, che ha spinto le persone a progettare e comunicare attraverso eventi in molti borghi, centri storici e paesi, con un conseguente aumento del turismo. Per il territorio Saluzzese le possibilità di sviluppo sono però ancora molto elevate.

Questa cittadina sorge all'inizio della pianura, ai piedi delle catene montuose, il centro storico è quindi interamente compreso nella porzione collinare della città, e rappresenta la parte più ricca a livello di monumenti e interesse culturale. Sono state evidenziate quindi delle venues ideali per permettere la realizzazione di una serie di eventi collegati tra loro, coinvolgendo il pubblico in un'esperienza immersiva all'interno delle mura della città.



-Saluzzo

-Centro urbano della città

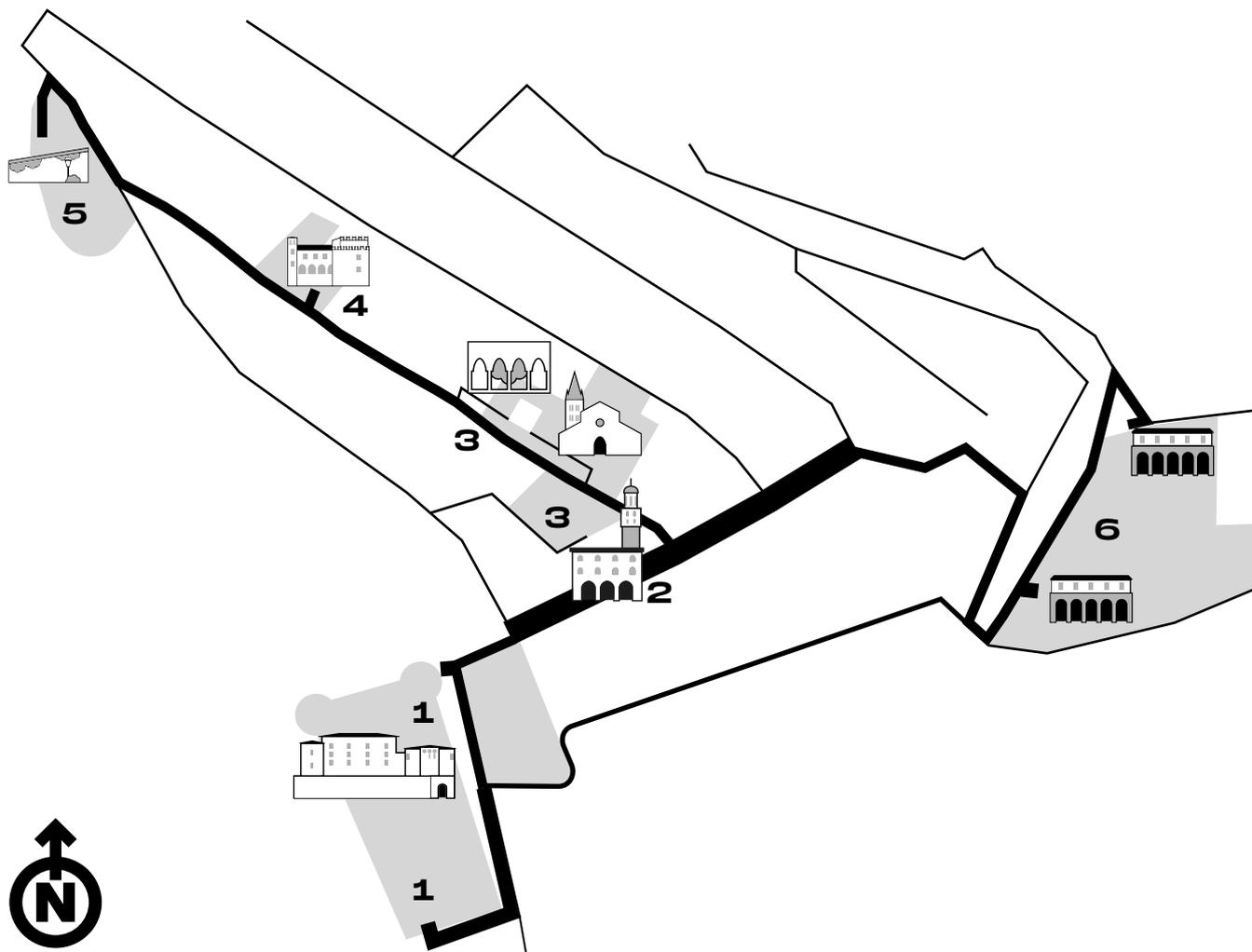
-Centro Storico

-Zona focale dell'evento





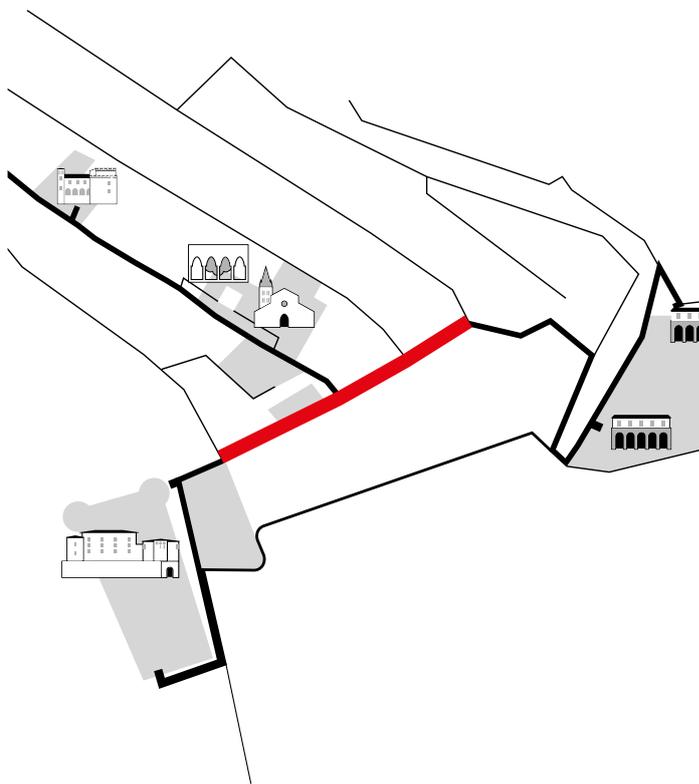
- (1)**La Castiglia; **(2)**Antico Palazzo Comunale;
(3)Piazza San Giovanni/Chiostro S. Giovanni;
(4)Casa Cavassa; **(5)**Giardini Baden-Powell;
(6)Antico Monastero dell'Annunziata- Scuola APM.

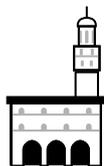


Salita al Castello

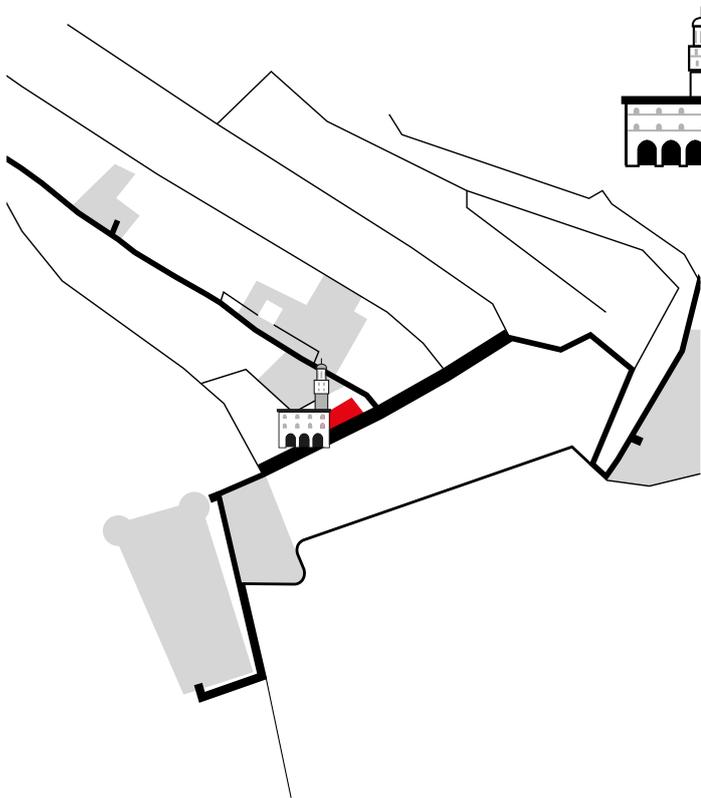
Salita al Castello è forse la via più iconica della “Saluzzo Vecchia” - come gergalmente viene definito il centro storico-, collega infatti la Castiglia -p. 98-99- con il centro storico e viene definita “salita” per la sua pendenza molto marcata soprattutto nella metà inferiore, lungo gran parte della metà superiore invece è possibile godere di una visuale molto interessante su gran parte della città e della pianura circostante.

Questa è sicuramente la zona di maggior affluenza per quanto riguarda il concept festival, in quanto è il corpo di esso, collegando quasi ogni venues e facendo sì che la zona compresa nella manifestazione sia unitaria. Può inoltre comprendere uno stage davanti al portico dell'Antico Palazzo Comunale.





Antico Palazzo Comunale



L'Antico Palazzo Comunale si affaccia nel lato destro -fronte verso la Castiglia- della Salita al Castello con un portico recentemente restaurato. Questo Palazzo offre al suo interno la **Pinacoteca Matteo Olivero**, ma mette a disposizione altri **spazi** che possono essere perfettamente integrabili con **eventi di carattere artistico-museale**.

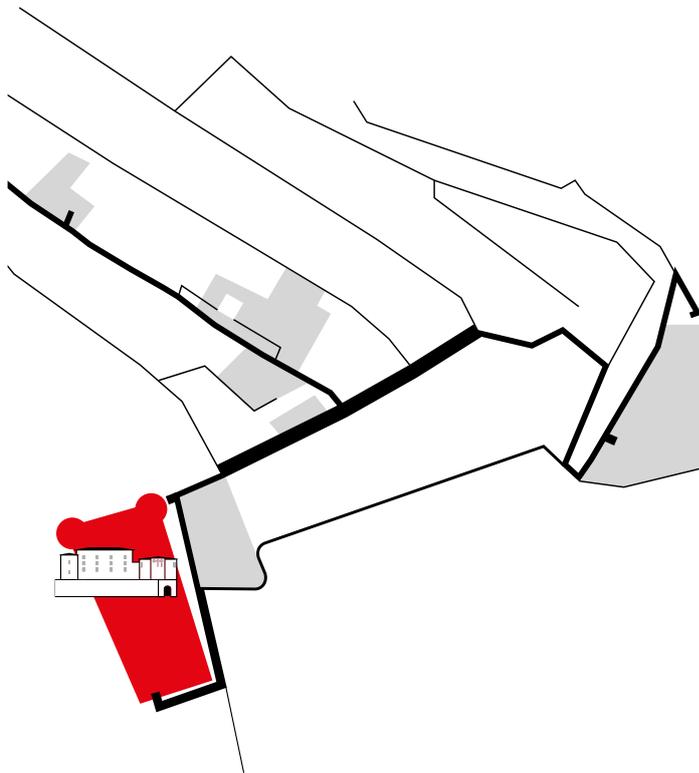
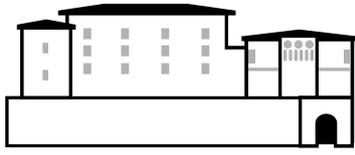
Sopra l'Antico Palazzo Museale si erge l'iconica Torre Civica, punto panoramico interessante on visuale su tutto il borgo, la pianura e le Alpi -Monviso compreso-. Il portico che si affaccia su Salita al Castello inoltre è una perfetta location sia per uno **stage di dimensioni ridotte**, sia per le **proiezioni serali**. La parte posteriore del palazzo costituisce uno dei quattro lati della Piazza San Giovanni, raggiungibile dal fianco dell'edificio.



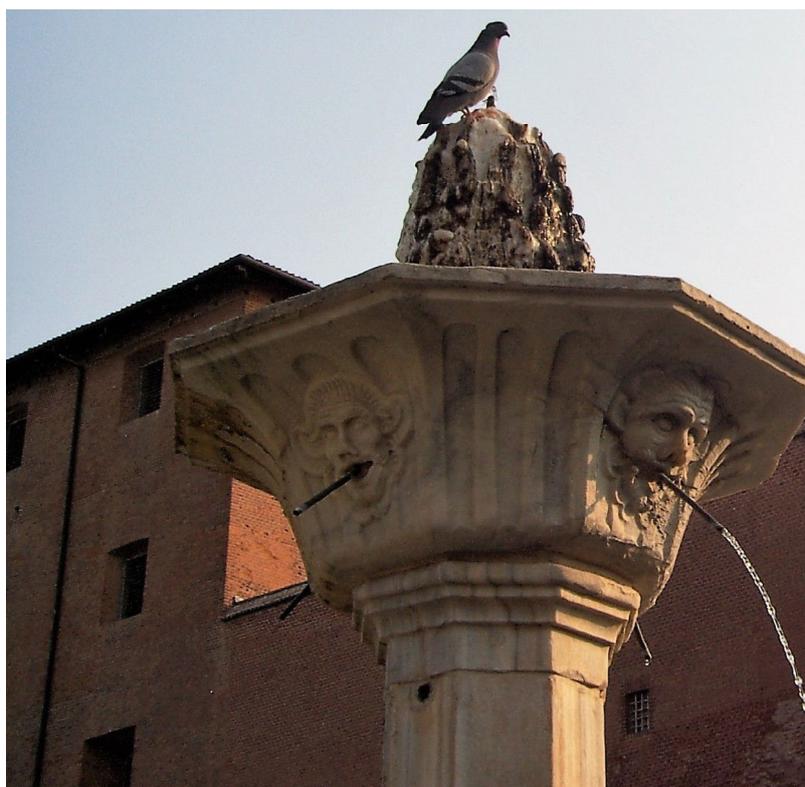
49



100 La Castiglia



Situata nella parte più alta del borgo, o almeno nella parte più alta del centro storico -presente una vasta parte collinare prettamente destinata all'agricoltura ai piedi di essa-. La Castiglia rappresenta forse il simbolo più importante del centro storico del borgo; questa fortezza è l'antico Castello dei Marchesi di Saluzzo e risale al XIII secolo -con modifiche e ampliamenti risalenti alla seconda metà del '400-. Venne poi adattata a carcere verso fine settecento fino al 1992. Restaurata a partire dal 2002, al suo interno sono presenti **due musei** -Museo della Civiltà Cavalleresca e Museo della Memoria Carceraria- e un'**esposizione permanente** gestita e organizzata da **IGAV**, l'Istituto Garuzzo per le Arti Visive, comprendente circa cento opere di quasi novanta artisti di arte contemporanea italiana di livello internazionale. L'edificio comprende numerosi **spazi aperti al pubblico**, e saloni e aree per **esposizioni temporanee**. Con i suoi cortili interni rappresenta una venues



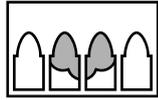


ideale per uno stage dedicato,
e come **infopoint** con **servizio
cassa e ticketing** nelle giornate
con più affluenza.

101

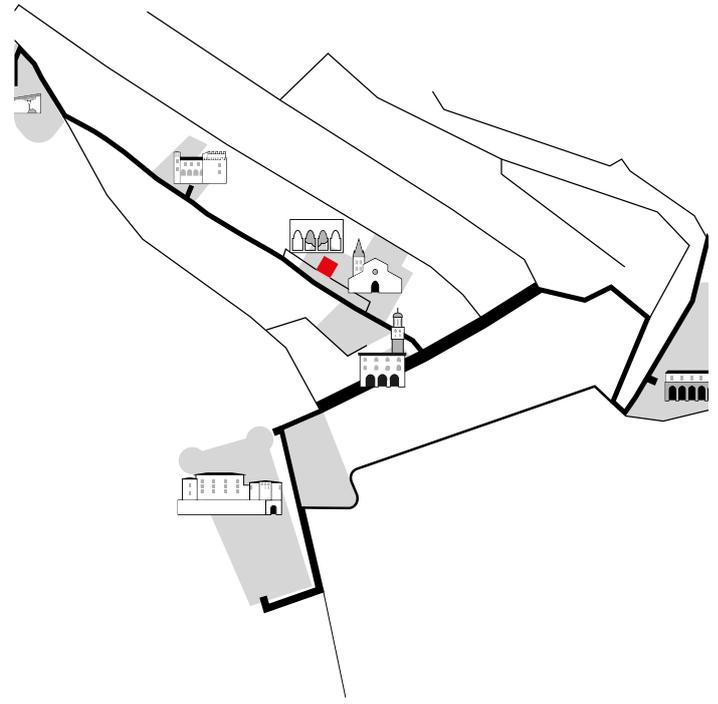


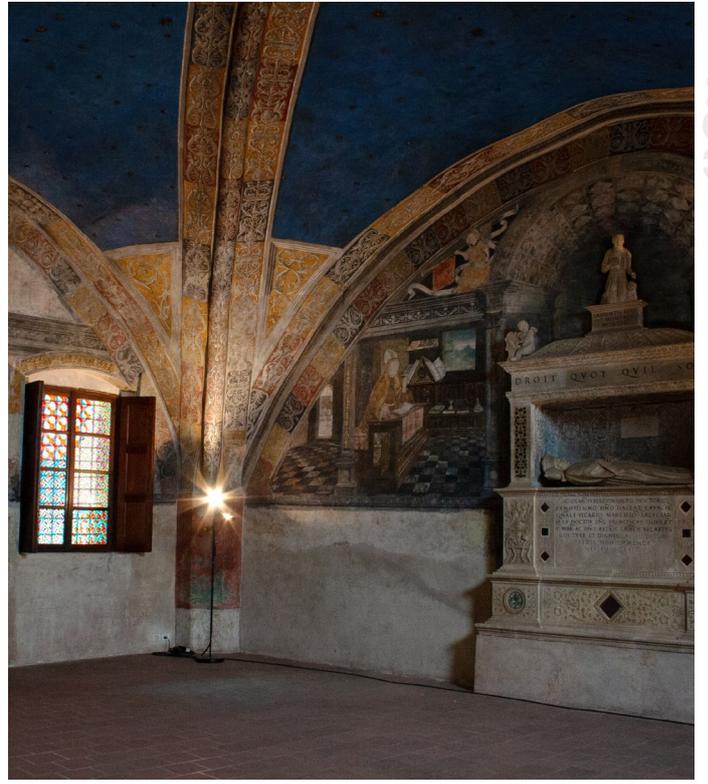
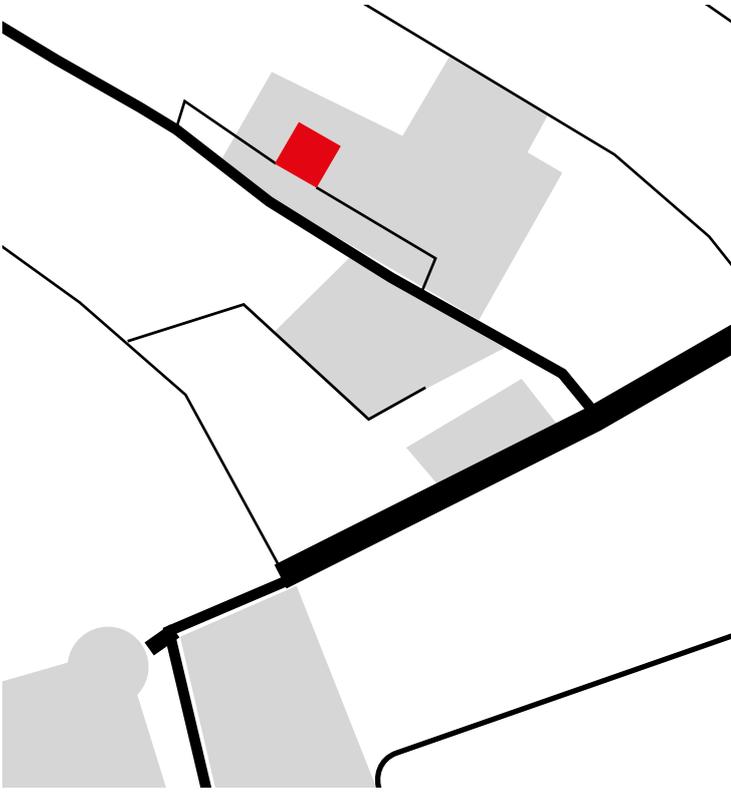
Chiostro San Giovanni



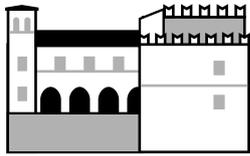
Posto tra la chiesa S. Giovanni -da cui è possibile accedervi-, il Resort San Giovanni e il Convento S. Giovanni questo chiostro è un luogo silenzioso e nascosto all'interno del tessuto urbano della Saluzzo Alta, appartenente al complesso della chiesa gotico-barocca, la sua costruzione risale alla seconda metà del 1400.

A pianta quadrata, il porticato offre lungo il perimetro la possibilità di **esposizione**, forse la venue che più immerge il pubblico, estraniandolo dal mondo esterno, può permettere un'esperienza focalizzata sull'oggetto esposto. È inoltre presente una cappella (Cappella Cavassa) -da cui si accede da uno dei quattro lati del chiostro- dedicata a Galeazzo Cavassa, sala a pianta quadrata quasi interamente affrescata con volta a crociera, particolare caratteristico di questa sala è l'acustica che permette **installazioni audiovisive** con effetti del tutto suggestivi.



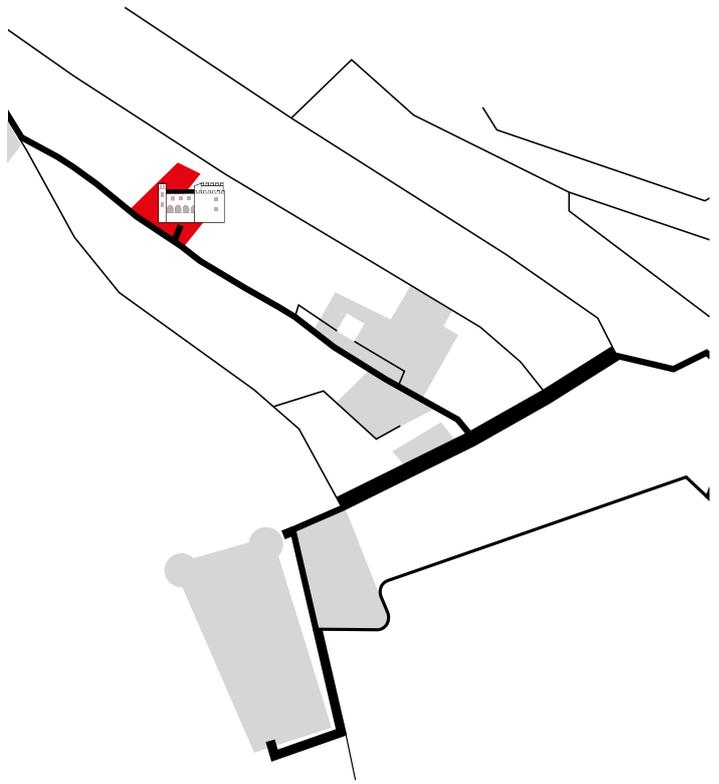


Casa Cavassa

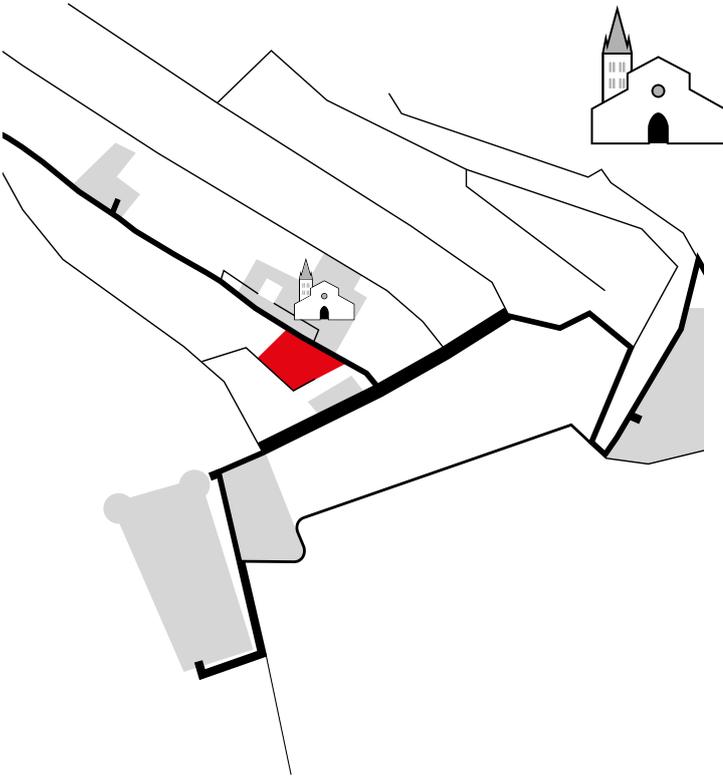


Simbolo del rinascimento saluzzese, è stata dimora della famiglia Cavassa dalla seconda metà del XV secolo, la struttura esterna invece risale a due secoli prima. Donata -contenuto compreso- alla Città di Saluzzo a fine '800 viene ben presto destinata ad uso museale. Oggi infatti è nota proprio per il percorso museale organizzato su due piani e ricco di opere ben conservate appartenenti all'epoca rinascimentale e a epoche più recenti.

Sono presenti inoltre spazi dedicati a mostre temporanee e attività didattiche nei sotterranei. Il giardino è delimitato da due parti dalla casa stessa, un ampio terrazzo sul piano terra si affaccia ad esso. Si può considerare una perfetta venue sia per **visite museali e installazioni artistiche e fotografiche**, sia per **eventi musicali** ma a gestione diretta di conservatori o istituti -per esempio la Scuola di Alto Perfezionamento Musicale APM-.

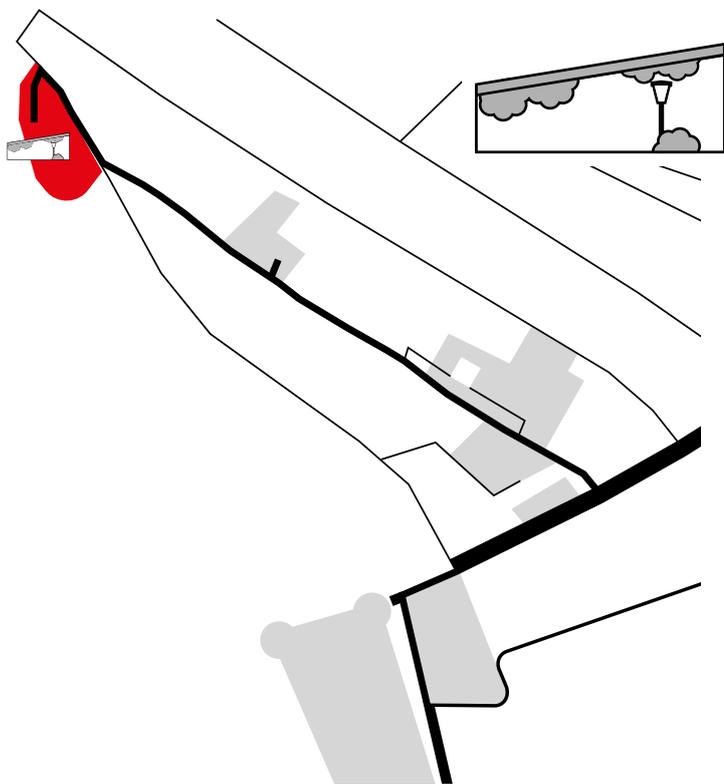


Piazza San Giovanni



Chiamata piazza S. Giovanni, è uno spazio chiuso da due lati dal complesso che comprende l'Antico Palazzo Comunale, da un lato il complesso comprendente il resort e la chiesa. È a forma pressoché triangolare e al suo interno è presente un piccolo giardino pubblico collegato a un sentiero che porta a via Santa Chiara, una delle vie più antiche del centro storico, che porta poi da una parte alla Castiglia, dall'altra ai giardini Baden- Powell. Proseguendo per via San Giovanni si può raggiungere invece casa Cavassa e l'ingresso ai musei. Questa zona ha sicuramente molte potenzialità in termini di utilizzo, può essere utile per la gestione del festival come **secondo punto cassa-ticket** e **infopoint** o riservarla a mercati in giornate festive.





Giardini Baden Powell

Situato lateralmente rispetto a via Santa Chiara e al Palazzo Marchesi del Carretto è un parco pubblico immerso nella natura in mezzo all'architettura medievale della collina saluzzese, infatti è delimitato da una zona verde per tre lati, di cui uno comprendente il giardino del Palazzo Marchesi del Carretto.

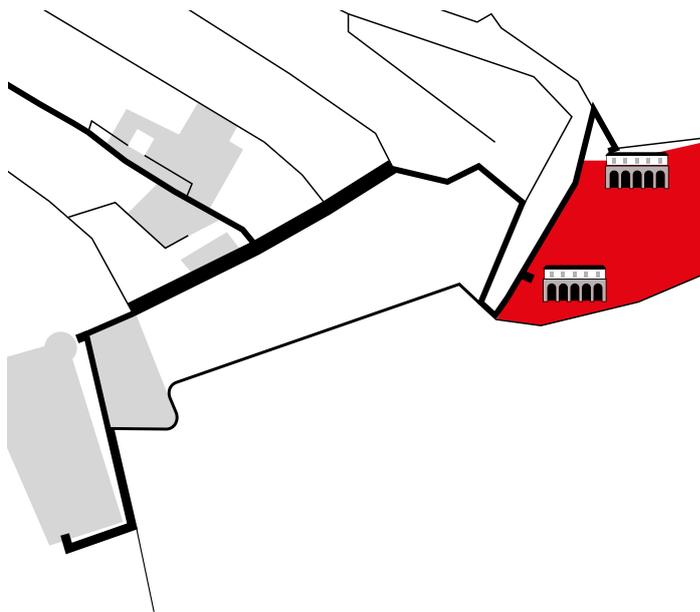
Si presenta come un giardino dalla folta vegetazione, e per la sua conformazione si presta bene per eventi musicali, delimitato nel "lato cittadino" da un muro alto più di 3 metri nel punto più alto riesce a indirizzare l'acustica verso il



pubblico in maniera pressoché naturale. La vasta superficie utilizzabile permette la presenza di un discreto numero di persone, anche con le norme di distanziamento sociale e di capienza limitata imposte in seguito alla pandemia.

Scuola di Alto Perfezionamento Musicale

Prestigiosa fondazione famosa a livello nazionale, oggi è un ente strumentale del comune di Saluzzo. Nasce nel 1986 grazie a un progetto pilota dell'Unione Europea, dopo pochi anni è stato reso attivo un sistema di corsi a cui è stato accostato poi un college in stile europeo, che vanta tra gli ex alunni artisti di spicco come Franco Battiato, Francesco De Gregori e Africa Unite. L'istituto offre inoltre l'Istituto per i Beni musicali del Piemonte, rilevante e importante nel settore a livello europeo. Questo Istituto opera all'interno dell'Antico Monastero dell'Annunziata, situato nella parte più bassa del centro medievale di Saluzzo. Ampi spazi interni ed esterni -si contano fino a 40000 metri quadri di superficie- permettono la gestione di concerti e manifestazioni musicali, e il patrocinio e le conoscenze delle figure di APM sicuramente sono importantissimi per la realizzazione di stage e la gestione di impianti e ambienti -e non solo-.



Naming

nuance

Il significato letterale -nonostante sia un termine utilizzato correntemente anche in italiano- di *nuance* è “*sfumatura*”. Questo termine trova un largo utilizzo nell'ambito del fashion e delle arti, principalmente quelle visive, ma ha diverse accezioni anche in altri contesti. Nel linguaggio della critica si intende con *nuance* ogni differente variazione intermedia di espressione e di stile. La parola “*Nuance*” deriva dalla versione popolare *nue* della parola latina *nuba*, questo probabilmente è dovuto all'immagine delle nuvole che presentano nei loro volumi differenti sfumature di colore, creando contrasto tra colore pur mantenendo una gradualità.

Proprio come l'origine del termine il festival si prefigge di analizzare e proporre l'arte, la musica e le culture attraverso varie sfaccettature, con tutte le sfumature del percorso di ispirazione degli artisti.

L'arte viene quindi visualizzata come qualcosa di non netto e definito ma come un flusso in continua evoluzione.

La definizione di una brand identity arriva quindi a dover definire un festival mutevole, variabile e per così dire non del tutto definito, anche per via del concept che lo rende sfumato e non netto. Tutto questo ha portato la progettazione verso una strada utilizzata raramente rispetto a degli asset più classici di logo più una identità “canonica”. Questa può definirsi una **identità dinamica -o più comunemente dynamic brand identity-**, ovvero che comprende alcuni elementi variabili sulla base di altri elementi fissi.

È stato quindi scelto un logotipo, senza comprendere alcun pittogramma oltre alla trasposizione del naming.

È stato perciò fondamentale definire un sistema di logotipi basati su un font, e una palette che per quanto ampia potesse comprendere tonalità coerenti con lo stile grafico scelto.

tipo

1
1
1

nuance

Nella sua forma “base” il contrasto tra i pesi non è massimo ma accennato e graduale, inoltre vengono utilizzati esclusivamente glifi minuscoli per rendere la parola più uniforme e più rapidamente leggibile. Grazie alla duttilità del font scelto e alle funzioni di OpenType, è stato possibile l'utilizzo di glifi alternativi in alcune circostanze, quali, non in ogni caso, il primo glifo “n” e il glifo “u”. È possibile però utilizzare questi glifi anche nelle versioni primarie.

nua

nua

nua

n c e

n c e

n c e

h u a n c e

п u a n c e

п u a п c e

n u a п c e

h п a п c e

n п a п c e

nuance nuance

nuance nuance

nuance nuance

nuance nuance

nuance nuance

nuance nuance

nuance nuance nuance nuance

Come già accennato in precedenza il festival si occuperà di offrire un contenuto emozionale, creativo, vario e in modo inclusivo seppur mantenendo di proposito numeri ridotti di persone. Oltre a potersi definire “Boutique Festival”, può definirsi anche multitematico, eclettico o più semplicemente offre campi artistici differenti. I tre campi artistici in cui si articola il festival sono la **musica**, sviscerata in forme dal vivo, dj set e concerti, l'**arte** considerando la scultura, la pittura e le altre arti visive affiliate, e la fotografia, presa in considerazione come musei, mostre già allestite tra le presenti sul territorio -quelle permanenti- e altre allestite ad hoc per l'evento; e il **cinema**, nella formula di cinema all'aperto, ma anche visioni presso location selezionate, utilizzando quindi un mezzo di comunicazione molto efficace sotto molti punti di vista, e molto spesso adattabile in base al target.

nuance
FESTIVAL

nuance
FESTIVAL
FILM

nuance
FESTIVAL
ART

nuance
FESTIVAL
MUSIC

Area di rispetto e proporzioni



L'area di rispetto si ricava dall'altezza del glifo “n” nella sua versione alternativa.

Per le proporzioni è stata utilizzata una griglia di quadrati, che hanno ricavato la proporzione tra altezza e lunghezza di “nuance” e il rapporto tra l'altezza di “nuance” e quella di “festival” permettendone una gerarchizzazione.



Grazie a un font variabile sono possibili svariate varianti, che si adattano bene ad animazioni e a differenti supporti.

Nello specifico è possibile utilizzare queste declinazioni del logo per i differenti settori del festival e in base alle evenienze.

Lo stesso si può dire per i differenti stili grafici che seguono comunque una linea comune in quanto deve essere riconoscibile il brand attraverso la sua identità.

Il font in questione è il **Kyiv Type** utilizzato nella versione **Sans** -per il logotipo- e in alcuni supporti nella versione **Serif**.

Disegnato appositamente per un progetto personale riguardante la città di Kiev dal typedesigner **Dmitry Rastvortsev** in collaborazione con **Bulanov Büro**, **Projector** e **Banda Agency**.

Il font appartiene a una "**Superfamily**", perciò sono esistenti la versione **Serif** e la versione **Sans** -in più il designer ha progettato anche la versione Titling, che non verrà però utilizzata in questo progetto-. Altra preziosa particolarità di questo font è il fatto che è variabile e non solamente per ciò che concerne il peso, ma anche in un'altra caratteristica: il **contrasto**. Per ogni peso ci sono quindi 4 livelli di contrasto nel Font in versione Sans, 3 per ciò che riguarda il Serif e il Titling.

KyivType **Superfamily**
 KyivType Superfamily
 KyivType Superfamily
KyivType Superfamily
KyivType Superfamily

Per alcuni glifi sono presenti inoltre delle versioni alternative lineari e decisamente più geometriche rispetto alle versioni standard, che sono però facilmente integrabili all'interno di un logotipo e risultano caratterizzanti per l'immagine coordinata.

**Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn
 Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz**

**Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn
 Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz**

Kyiv Type Sans

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg
Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn
Oo Pp Qq Rr Ss Tt
Uu Vv Ww Xx Yy Zz

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

**Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk
 Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu
 Vv Ww Xx Yy Zz
 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0**

**Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll
 Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv
 Ww Xx Yy Zz
 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0**

**Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll
 Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv
 Ww Xx Yy Zz
 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0**

**Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk
 Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu
 Vv Ww Xx Yy Zz
 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0**

Kyiv Type Serif

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg
Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn
Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu
Vv Ww Xx Yy Zz

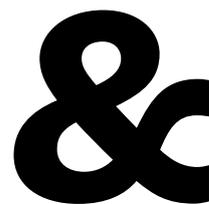
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

**Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll
Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv
Ww Xx Yy Zz
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0**

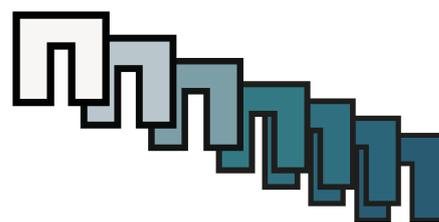
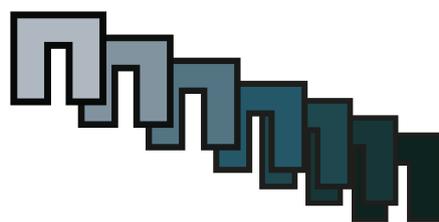
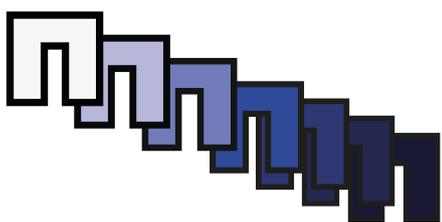
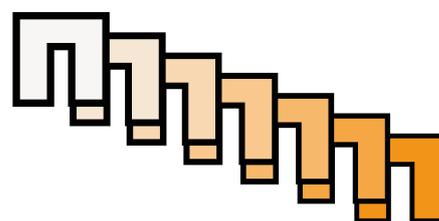
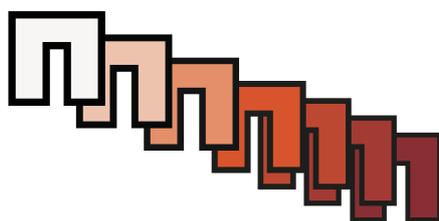
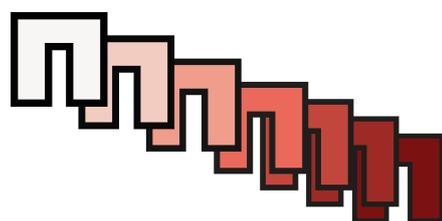
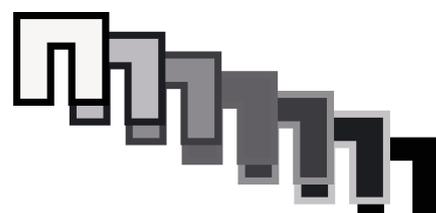
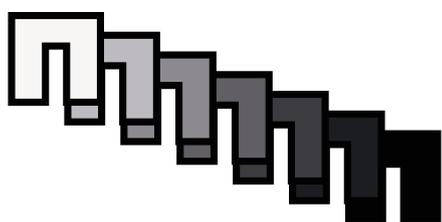
**Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll
Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv
Ww Xx Yy Zz
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0**

**Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk
Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu
Vv Ww Xx Yy Zz
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0**

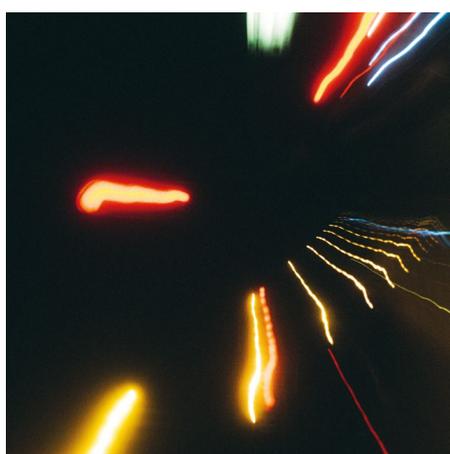
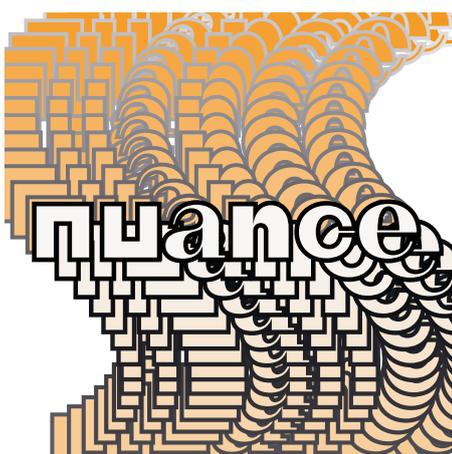
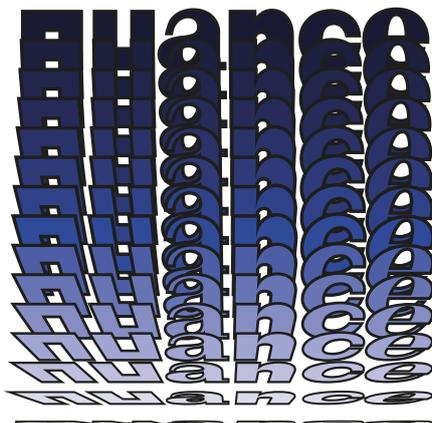
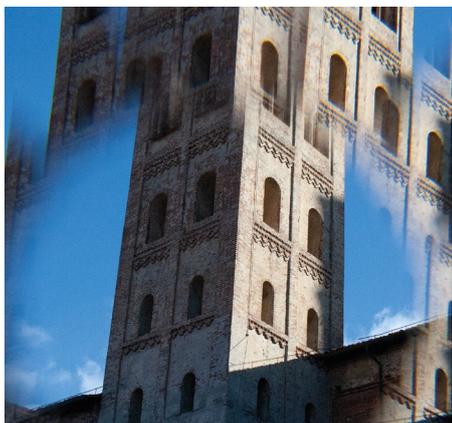
Palette



La palette utilizzata per la visual di nuance Festival è costituita non da schemi e colori fissi, eccezion fatta per la scala di grigi, ma piuttosto da suggestioni ricreate dai colori e dalla loro combinazione. In particolare sono le fotografie e gli scatti a guidare le palette dei colori. Sicuramente si può dire che di ogni colore viene utilizzata una tonalità non accesa e leggermente desaturata.



elementi grafici



L'identità visiva del brand prevede un largo utilizzo di tipografia, intesa non solo come elemento informativo ma anche come elemento grafico, perciò l'utilizzo del font *Kyiv Type Sans* in tutte le sue forme può portare a varie declinazioni della visual di nuance FESTIVAL.

Altro aspetto determinante è la **ripetizione**, unita all'utilizzo di outline con spessori medio-elevati.

Il comparto fotografico invece si suddivide in base alla tipologia di evento, si possono notare scatti di architettura e venues con utilizzo di color correction da toni caldi e/o desaturati e effetto Grana, o scatti con lunghe esposizioni, scie di luce e "astrattismo" per esprimere emozioni e suggestioni, indefinite e variabili.

Programma

Il programma del festival prevede un calendario ricco di appuntamenti concentrati durante il periodo estivo, ma in modo differente per le tre differenti sezioni. Questo festival è pensato per avere un corso ciclico **una volta all'anno**, permettendone così l'evoluzione, trattando temi differenti ogni anno e valorizzando in futuro più luoghi.

Nello specifico la sezione comprendente i **concerti** avrà una durata complessiva di **quattro giorni**, partendo dal giovedì sera e terminando la domenica sera, permettendone una visibilità di maggior rilievo.

La sezione dedicata alle **mostre** invece avrà un **periodo più esteso**, partendo **due settimane prima** dell'inizio dei concerti, durante il primo fine settimana gli orari di apertura permetteranno visite dal tardo pomeriggio fino a fine serata, e gli orari vedranno variazioni nei giorni dal lunedì al giovedì, con una apertura ridotta in quanto giorni feriali. Durante i quattro giorni di concerti invece saranno aperti durante il pomeriggio con chiusura prevista a inizio serata, permettendo la visita anche ai partecipanti della sezione dei live.

Per quanto riguarda il **cinema** all'aperto invece gli appuntamenti saranno due a settimana, il **mercoledì** e il **giovedì** sera, per tutto il mese, saltando solamente l'appuntamento del giovedì nella settimana di concerti.

LUGLIO

LUN	MAR	MER	GIO	VEN	SAB	DOM
27	28	29	30	01	02	03
04	05	06	07	08	09	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	31
01	02	03	04	05	06	07

-  Mostre & Arte
-  Concerti e Musica
-  Cinema

Con il programma bisogna definire aspetti tecnici che spesso e volentieri non rappresentano soltanto dei dettagli, se non gestiti in maniera adeguata possono portare l'intero programma a non funzionare, o a rendere l'intero progetto fallimentare. Si tratta della gestione di vendita dei ticket, e di ciò che comprende la gestione di casse, token e pass durante i festival.

La digitalizzazione ha portato nel campo dei festival, dei concerti e degli eventi più in generale un grado di innovazione non indifferente, sia per la gestione di casse che possono considerarsi più sostenibili, sia per quel che riguarda il servizio ticketing, in questo caso ci sono numerose piattaforme che si occupano di questo aspetto, ma solo alcune risultano essere efficienti e complete anche per quanto riguarda gli aspetti forse secondari come il cambio di biglietto, o la questione di secondary ticketing che ha creato non pochi problemi a organizzazioni e associazioni a causa di bagarinaggio nel passato - e purtroppo ci sono episodi ancora oggi-.



Ticketing e

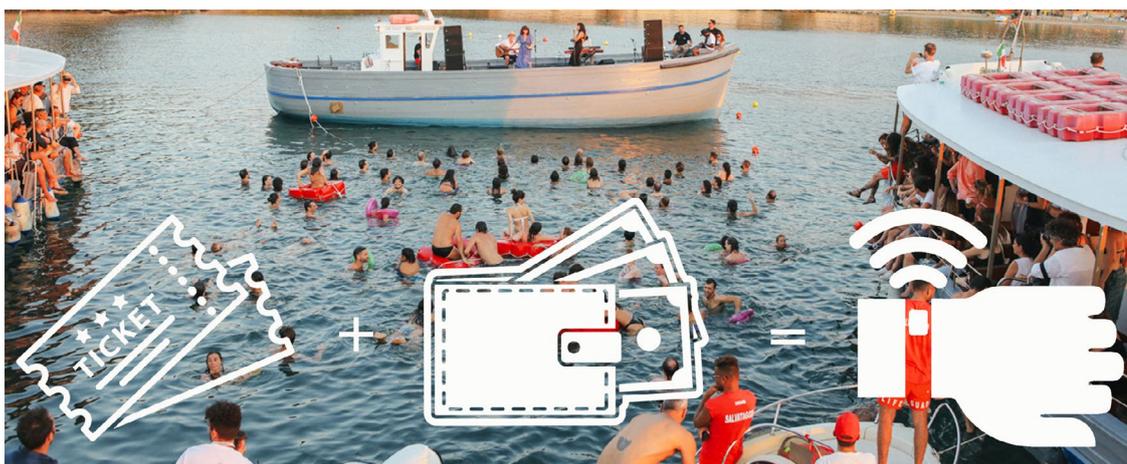
Una piattaforma che è cresciuta in modo esponenziale tra gli eventi e i live di tutta Europa, -in realtà si potrebbe parlare a livello mondiale di questo successo- è **DICE.Fm**, disponibile in app per iOS, Android, e comprensiva di sito molto completo ed efficiente non solo per l'acquisto di biglietti ma fonte di informazione attraverso la sezione "naviga" del mondo fieristico e musicale. Riconosciuta come piattaforma di gestione ticketing, DICE.Fm, sarebbe uno strumento ideale da affiancare alla pagina Instagram, attraverso i più noti "link in bio" o i "link.tree" con un collegamento rapido al servizio sarebbe quindi possibile assicurarsi una prenotazione al festival, e sarebbe molto rapido anche grazie ai vari metodi di pagamento che l'app accetta. Inoltre questo sistema risulterebbe più sostenibile anche per quanto riguarda un discorso legato al trasporto di biglietti e al materiale per produrli; in quanto digitali e con un codice QR tridimensionale (ovvero che varia in base allo strumento che lo mostra e perciò non riproducibile attraverso foto, ergo più sicuro) sarebbero anche più rapidi da consultare durante l'ingresso, evitando spiacevoli code e punti di stazionamento che potrebbero solamente creare disagi al pubblico e agli addetti ai lavori.

Sistema di ticketing e token, pagamenti cashless integrati in dispositivi RFID
facilmente indossabili come braccialetti. →

gestione

Altra piattaforma molto importante è **Meccanismi**, sul web “meccanismi.cloud”, che si definisce come smart event optimizer, e in effetti riesce a ottimizzare e potenziare diversi aspetti della gestione di eventi e festival. Nella case history dei festival che si affidano a Meccanismi sono presenti il Jazz:re:Found Festival e Ortigia Sound System.

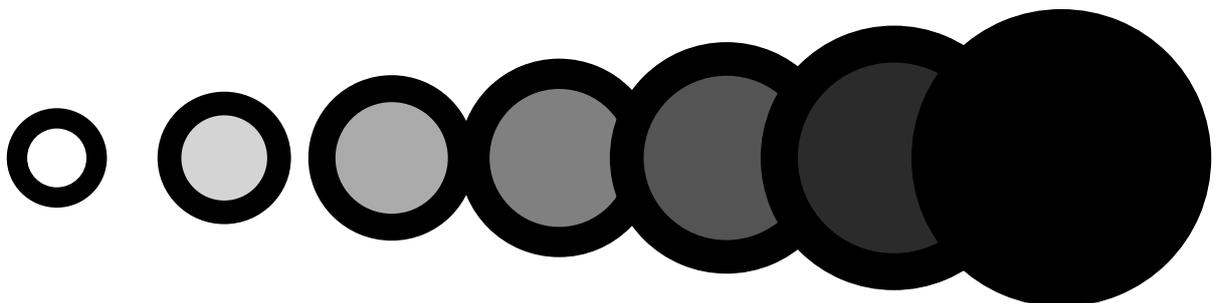
Meccanismi permette agli organizzatori di introdurre un sistema cashless che funziona attraverso tecnologia QR Code o RFID, gli accessi e gli spostamenti sono facilmente gestibili attraverso touchpoint, i biglietti e i token per le consumazioni sono integrati all'interno di un chip-bracelet rendendo il servizio più agile sia per gli organizzatori che per i partecipanti, che possono caricare i crediti in modo autonomo attraverso casse e apposite posizionate in modo strategico vicino a infopoint e punti vendita. È una piattaforma personalizzabile e adattabile a ogni singolo aspetto dell'evento, regolando addirittura i flussi di persone in base alle aree e alle affluenze. Inoltre è possibile raccogliere i dati dalla piattaforma e da ogni dispositivo periferico, analizzarli permettendo migliorie per le edizioni successive la prima, o per migliorare il servizio durante le giornate di festival.



Campagna

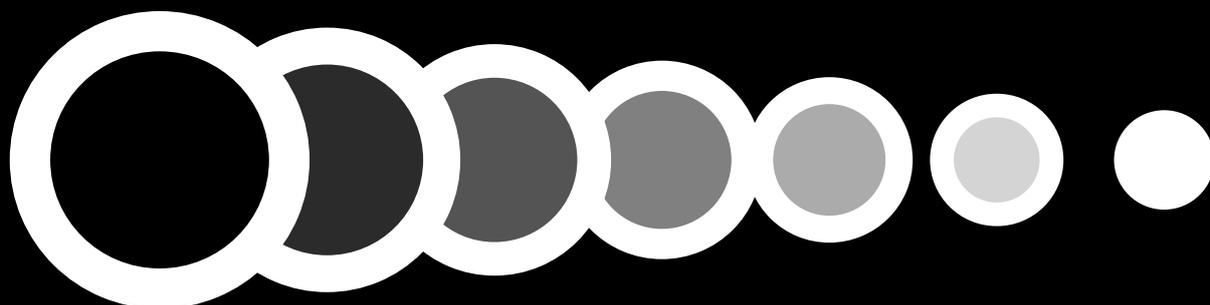
Per raggiungere le persone e creare interesse per il festival verranno utilizzati strumenti per una comunicazione “**Above the line**”, ovvero mirata - non generica- a un pubblico specifico attraverso strumenti per ampliare visibilità, utile principalmente alla creazione di brand, o alla visibilità di essi.

Questo può essere possibile attraverso inserzioni su riviste del settore musicale, advertisement mirati, post sponsorizzati sui canali social, -principalmente Instagram-, e anche attraverso i profili degli artisti presenti all'interno della line-up che con hashtag, post o stories creano visibilità alla pagina Instagram ufficiale dell'evento, che rilascia informazioni riguardo alle uscite dei biglietti, i differenti pacchetti e offerte per comprarli, la line-up ufficiale e altre informazioni utili riguardo a “nuance festival” e alla città di Saluzzo.



Per ciò che concerne la sezione di cinema all'aperto e esposizioni artistiche invece si sfrutterà principalmente la comunicazione territoriale -per così dire “analogica”-, ovvero riguardante billboard e affissioni sul territorio circostante e nel comune, oltre a pubblicità mirata su quotidiani e riviste provinciali.

Queste sezioni saranno poi gestite in collaborazione stretta con le associazioni e gli enti presenti nel comune di Saluzzo, come la **Fondazione Amleto Bertoni**, importante figura nella città di Saluzzo per gestione di eventi e organizzazione di esposizioni, la **Associazione Ratatoj** che rappresenta la fonte di gran parte degli eventi legati al teatro, al cinema d'autore e di eventi musicali del comune di Saluzzo, legata al Teatro Cinema Magda Olivero, presente a Saluzzo, e **UR-Ca**, associazione di promozione territoriale che gestisce l'Antico Palazzo Comunale.

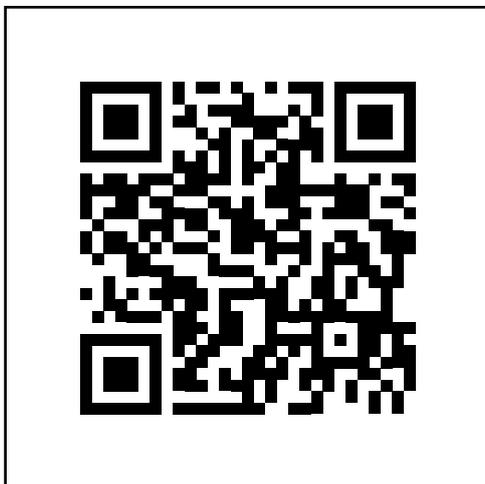




Il Festival avrà luogo nel mese di Luglio, perciò la visibilità dovrà crescere a partire dall'inizio dell'anno, catturando l'attenzione e creando desiderio e interesse nel possibile pubblico, perciò il piano editoriale sulla pagina Instagram avrà inizio a partire da Gennaio con post che permettano di scoprire in modo graduale più dettagli al riguardo, con una cadenza settimanale, fino a inizio Marzo, quando verrà svelato il programma senza comprendere la lista di artisti partecipanti, con un focus sulle location interessate.

Il Festival avrà luogo nel mese di Luglio, perciò la visibilità dovrà crescere a partire dall'inizio dell'anno, catturando l'attenzione e creando desiderio e interesse nel possibile pubblico, perciò il piano editoriale sulla pagina Instagram avrà inizio a partire da Gennaio con post che permettano di scoprire in modo graduale più dettagli al riguardo, con una cadenza settimanale, fino a inizio Marzo, quando verrà svelato il programma senza comprendere la lista di artisti partecipanti, con un focus sulle location interessate.





Pagina Instagram di nuance Festival con i sample post della campagna precedente il Festival.



Playlist Spotify dedicata creata dal festival prima dell'inizio della settimana di dj-set e concerti.

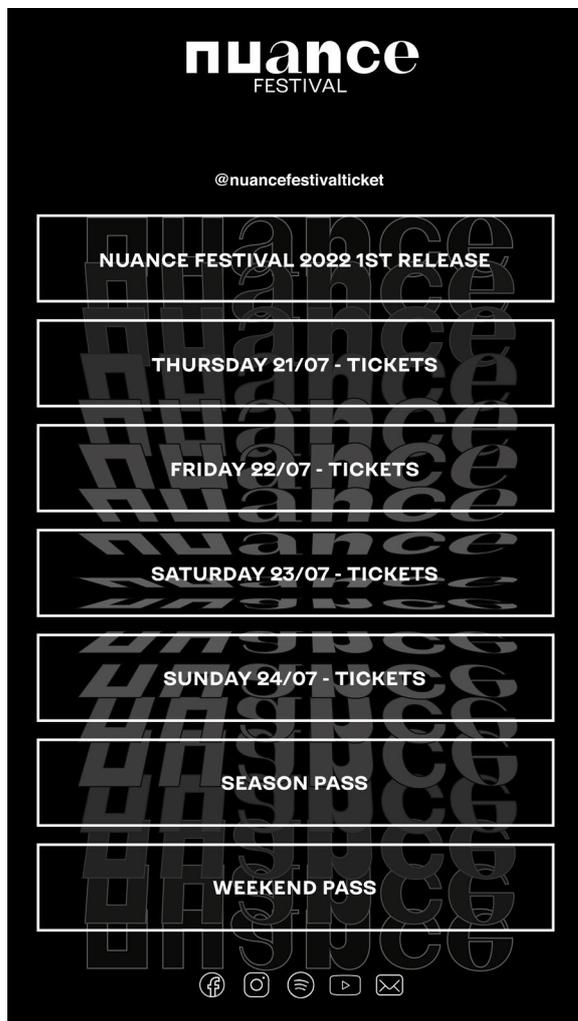
Perciò potrà partire la prima vendita di biglietti, anche chiamato **Primo Tier**, con dei prezzi vantaggiosi in quanto i dettagli saranno ridotti e l'acquisto sarà previsto

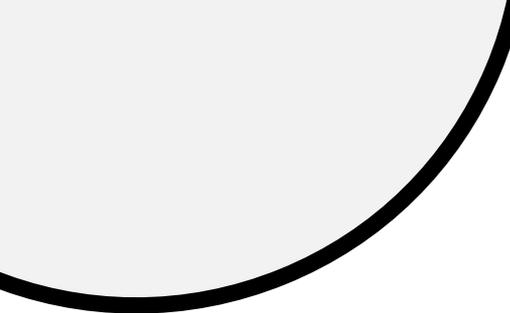
con largo anticipo, questa vendita avrà numeri ridotti e sarà disponibile solo fino all'ultima settimana di Marzo, dopodiché si proseguirà fino all'ultima settimana di Aprile con altri dettagli inclusa la line-up, che, svelata gradualmente si completerà poco prima del **Secondo Tier**.

Con questa seconda sessione di vendita verranno introdotti anche i **pacchetti con pernottamento**, questi ultimi molto limitati, sia nell'**area camper**, sia negli **hotel convenzionati** nel comune di Saluzzo.

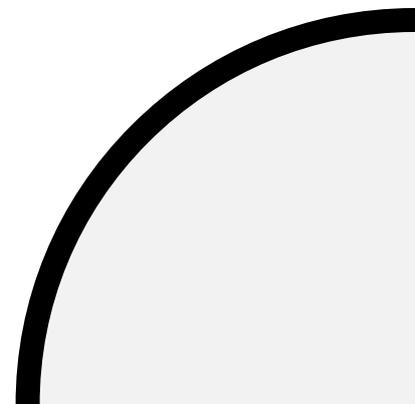
Il piano editoriale continuerà invariato con tre pubblicazioni ogni due settimane, di cui una informativa riguardo a ticket disponibili e dettagli tecnici sul programma, due descrittive che creano

visibilità a location, line-up e attività che riguardano le sezioni di cinema all'aperto e di esposizioni nei musei del comune. Verrà integrata la campagna con elementi di merchandising e verranno pubblicate playlist musicali.





Il Merchandising è costituito principalmente dalle magliette che riprendono, con grafiche, stampe e il logo, la brand identity del festival, coerente rispetto al piano editoriale della pagina Instagram e ai supporti fisici come poster e brochure. Vista l'attenzione verso l'ambiente è necessario pensare al merchandising in chiave più sostenibile rispetto al solito, per cui attraverso una piattaforma esterna quale **Everpress**, che si occupa sia di vendita che di stampaggio e gestione, generalmente poi si usa una tecnica di vendita sostenibile in quanto non prevede scarti di produzione, purtroppo però questo metodo non è compatibile con un format di festival o evento in quanto è necessario possedere preventivamente delle scorte pronte alla vendita durante le giornate di live e mostre. Perciò la collaborazione può comunque prendere forma ma attraverso una produzione preventiva in base al numero di biglietti venduti durante il primo tier e le prime due settimane del secondo tier. Oltre a T-Shirt e long sleeve saranno presenti posacenere tascabili e tote-bag.



Merch



Conclusioni

Questo progetto è stato pensato per essere elaborato e gestito attraverso l'organizzazione congiunta tra associazioni ed enti e attività locali. Oltre ad un bisogno di rigenerazione territoriale è stato possibile notare anche la necessità di rigenerazione della popolazione più che del territorio, e quindi l'esigenza di intrattenimento e di fruire della cultura. Il format del Boutique Festival è la formula più adatta e si adegua alla perfezione a queste esigenze e allo scopo ultimo di questo progetto.

Attraverso la prima parte, dedicata all'analisi in primis dell'urbanismo, e poi degli eventi e di come si declinano, è stato possibile ottenere degli elementi adeguati per lo studio di un territorio, svolto poi nella seconda parte.

Nella seconda metà è stato possibile proseguire con le scelte progettuali e la progettazione di un concept e infine di un festival legato al territorio di Saluzzo.

Questo progetto però non è necessariamente legato al luogo proposto, anzi è stato studiato appositamente per poter essere variabile in relazione alle venues scelte, al target scelto e al messaggio proposto.



Bibliografia

- 1** Baroni D., Vitta M. Storia del design grafico, Longanesi, Milano.
- 2** R. De Fusco, Storia del design, Laterza, Bari.
- 3** F. Bulegato, E. Dellapiana, Il design degli architetti italiani 1920-2000, Mondadori Electa spa, Milano.
- 4** Alina Wheeler, Designing Brand Identity, John Wiley & Sons Inc; 5th ed., London.
- 5** M. Evamy, Logotype: (Corporate Identity Book), Laurence King Pub; London.
- 6** Massimo Vignelli, The Vignelli Canon, Lars Muller Publishers, Zurich.

Iconografia

- 1 <https://annalucianidotcom.files.wordpress.com/2019/01/foto0004.jpg?w=940>
- 2 [unsplash @g_leighton](#)
- 3 [unsplash @londonschoolofeconomics](#)
- 4 [unsplash @ryoji__iwata](#)
- 5 [unsplash @arthurver](#)
- 6 [Giacomo Martini per Graphic Days](#)
- 7 <https://ecol.studio/drawing-public-space>
- 8 [unsplash @matreding](#)
- 9 <https://ecol.studio/romanico-automatico>
- 10 [Giacomo Martini per Graphic Days](#)
- 11 [Giacomo Martini per Graphic Days](#)
- 12 <https://steller.co/amp/s/blooming-tellas-playground-BBkrwsbFnP5>
- 13 <https://ecol.studio/romanico-automatico>
- 14 [instagram @daja.anton.io](#)
- 15 [unsplash @mattseymour](#)
- 16 https://www.edoardotresoldi.com/wp-content/uploads/2020/09/Edoardo-Tresoldi_Opera-%C2%A9-Roberto-Conte_2
- 17 [unsplash @sawyerbengtson](#)
- 18 [unsplash @evaieshaffer](#)
- 19 <http://www.contemporarytorinopiemonte.it/>
- 20 https://s3.amazonaws.com/artissima/wp-content/uploads/2021/11/09160712/Artissima21-Oval-Esterni-022_GPC2821
- 21 <https://s3.amazonaws.com/artissima/wp-content/uploads/2021/11/09160600/Artissima21-Colore-GP-057>
- 22 https://s3.amazonaws.com/artissima/wp-content/uploads/2021/11/09160446/Artissima21-Colore-EP_117
- 23 <https://paratissima.it/wp-content/uploads/2020/05/>
- 24 <https://doc-00-5c-docs.googleusercontent.com/docs/securesc/ve0elboscdfbbam9akpp4odi8h8peq8/9cudjg1v2qvv2irdtn5obu19mpjbquc1/163837500000/11860688739438398956/02674665567397748873/1XJGNPaF-QFCSDKQjSUfc1SRqYKjS0zuAP?e=download&authuser=0>
- 25 https://www.graphicdays.it/2021/wp-content/uploads/2021/10/Abracadabra_museoEgizio-61-scaled
- 26 <https://cdn-img.vidra.io/beta-bi-box/1620752229637-mlr-2021-carta02-JORDAN2.jpg?w=1040&auto=compress>
- 27 <https://www.artribune.com/wp-content/uploads/2021/11/C2C-Festival-0-Torino-Ripatti-ph-Claudia-Giraud->
- 28 [instagram @artbasel](#)
- 29 <https://www.artbasel.com/>
- 30 <https://www.artbasel.com/>
- 31 <https://www.ginzburgfestival.it/>
- 32 <https://www.ferrarabuskers.com/pages/area-stampa>
- 33 https://ucb8ce266a54c82c79961f737632.dl.dropboxusercontent.com/cd/0/get/Bb-dLnzL24eSETak_XdH7ieoJcxu7Us6_4eIcheUveDx8na2mzlc5mC_90CdyRIU8_a0Je-xpB4AgZ9t0AokM0ZHPiqKf1crka0HK4ZBMwgN-zsZepIU6_lhaQw4TuXQaAKQ1g6u5AG-be-o0G5n2v70ft/file?_download_id=56663310942344386795967280394344624676899573601286076640258381096_notify_domain=www.dropbox.com&dl=1
- 34 <https://zero-media.s3.amazonaws.com/uploads/2021/06/dumbo-6>
- 35 https://www.biennolo.org/wp-content/uploads/2020/07/2019-05-06-BienNoLo-Ph-F_Stipari-0389-press-1536x1024
- 36 <https://www.ferrarasottolestelle.it/wp-content/uploads/2021/10/Benedetta-Stefani-x-FILO-Magazine-05-1024x689>
- 37 <https://www.ferrarasottolestelle.it/wp-content/uploads/2021/10/Benedetta-Stefani-x-FILO-Magazine-06-1024x689>
- 38 <https://www.ferrarasottolestelle.it/wp-content/uploads/2021/10/ColapesceDi-martino-8-1024x683>
- 39 <https://www.pianocitymilano.it/gallery>
- 40 [instagram @pianocitypalermo](#)
- 41 <https://www.internimagazine.it/content/uploads/2018/04/Nuvola-Lavazza-Latrio-dellHeadquarter-%C2%A9AndreaMartiradonna-2>
- 42 <https://bookcitymilano.it/themes/bookcity/assets/images/progetto-bookcity/offerta-culturale>
- 43 [instagram @artverona](#)
- 44 <https://jazzrefund.it/public/images>
- 45 https://hips.hearstapps.com/hmg-prod.s3.amazonaws.com/images/241560024-6330256326992454-1150644196890194054-n-1632576970.jpeg?crop=1.00xw:1.00xh;0,0&resize=640:*
- 46 <https://static.winenews.it/2021/07/CollisioniPattySmith2021-1-825x550>
- 47 [Scatti di Antonio Dajani - @daja.anton.io](#)
- 48 <https://www.google.com/maps/@44.6441358,7.4879323,17.43z>
- 49 [@daja.anton.io](#)
- 50 <http://www.meccanismi.cloud/cose/moneta/>
- 51 <http://www.meccanismi.cloud/cose/moneta/>
- 52 <http://www.meccanismi.cloud/cose/moneta/>

Tutte le immagini Unsplash - indicate con didascalia o presenti in iconografia - presentano il nome del profilo del proprietario/fotografo corrispondente sul sito.

Sito grafia

Pagina

- 24** <https://ecol.studio/romanico-automatico>
- 25** <http://www.unesco.it/it/italianellunesco/detail/186>
- 26** <https://urbact.eu/cinque-modi-infallibili-rilanciare-i-piccoli-centri-storici>
- 28** <https://urbact.eu/cinque-modi-infallibili-rilanciare-i-piccoli-centri-storici>
- 29** <https://www.urbanos.nl/en/programma-ruta-de-la-experiencia-tijdens-habitat-iii-in-quito>
- 29** <https://www.urbanos.nl/en/portfolio-items/un-habitat-village-ruta-de-la-experienica>
- 30** <https://urbact.eu/cinque-modi-infallibili-rilanciare-i-piccoli-centri-storici>
- 31** <https://www.edoardotresoldi.com>
- 46** <https://www.tafterjournal.it/2008/01/16/i-festival-tra-impatto-sul-territorio-e-luogo-di-espressione-per-limmaginario-collettivo/>
- 47** https://u-pad.unimc.it/retrieve/handle/11393/189817/2746/Art_festival_naicosia.pdf
- 47** <http://dspace.unive.it/bitstream/handle/10579/12133/833999-1203879.pdf?sequence=2>
- 48** <https://www.istat.it/it/files/2020/12/C10.pdf>
- 70** <https://www.ypsigrock.it/festival/ypsigrock-breve-presentazione/>
- 71** <https://www.italianmusicfestivals.com/ricci-weekender>

Consultati regolarmente

[behance.com](https://www.behance.com)

[facebook.com](https://www.facebook.com)

[instagram.com](https://www.instagram.com)

[youtube.com/c/GeorgieYana](https://www.youtube.com/c/GeorgieYana)

[repubblica.it](https://www.repubblica.it)

[artribune.com](https://www.artribune.com)

[urbact.eu](https://www.urbact.eu)

[esquire.com/it](https://www.esquire.com/it)

[rollinstone.it](https://www.rollinstone.it)

[zero.eu](https://www.zero.eu)

[dribbble.com](https://www.dribbble.com)

[accapiu.com](https://www.accapiu.com)

[artbonus.gov.it](https://www.artbonus.gov.it)

[dribbble.com](https://www.dribbble.com)

Ringraziamenti

Un ringraziamento particolare va al prof. Pietrantonio Riccardo che è fonte costante di ispirazione e grazie al quale sono stato in grado di proseguire in questo percorso lungo e faticoso ma pieno di soddisfazioni. Grazie anche alle sue lezioni nel corso di Communication I e Communication II, e a tutti i professori che negli anni al Politecnico mi hanno formato come progettista e come uomo.

Ringrazio tutte le persone che in questi anni mi hanno ispirato, incoraggiato e spinto verso ciò che sono ora, da chi c'è stato qualche giorno a chi c'è stato per svariati mesi.

Un grazie enorme va ai miei genitori, che mi hanno sostenuto in ogni modo, ci sono sempre stati e soprattutto mi hanno sopportato anche nelle giornate più difficili. Ringrazio mia sorella, i miei due fratelli e la mia numerosa famiglia, fanno sempre il tifo per me e ne sono immensamente grato, insieme formiamo una grande squadra di cui sono sempre andato molto fiero.



Ringrazio tutti i “colleghi” di Design con cui ho stretto un’amicizia che sta durando nonostante la notevole distanza, ho passato bellissimi momenti (e non parlo solo della briscola in pausa pranzo) e insieme abbiamo affrontato gli ostacoli più difficili di questo percorso di laurea.

Grazie a Giorgio e al tuo studio, è stato un maestro non solo a livello professionale, mi ha insegnato molto in poco tempo, con grande fierezza posso dire di averti conosciuto.

Grazie a Cape, amico e compagno di viaggio (e di disavventure con i pullman), a Richi, il personal guru per quanto riguarda la grafica, a Valerio, compagno di fumetti e discorsi filosofici, e a Leo con cui ho condiviso una malata ossessione per le sneakers, sono persone che definirei Mental Coach perché mi hanno sempre spronato a fare meglio anche quando pensavo di non farcela.

Grazie a Francesca che mi ha aiutato molto in moltissime occasioni, ad Antonio che mi ha supportato nei mesi di lockdown, siamo riusciti a non impazzire nonostante tutto, a Max e Simo per le fatiche e le risate tra culle e amplificatori. →



Grazie a Daja, che con la sua visione del mondo e le sue capacità è riuscito a rappresentare al meglio Saluzzo (sarebbe il fotografo ufficiale di nuance Festival).

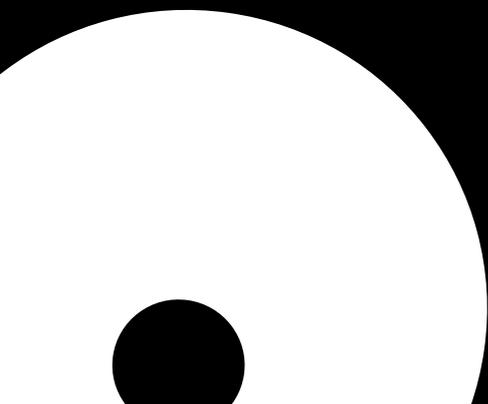
Grazie ad Ama, Bob, Vincio, Elena, ci siamo visti crescere in questi otto anni, siete come fratelli e spero di restare legato a voi per tantissimo tempo. Grazie a Rove, Marco, Elena (sono due e non hanno soprannomi, dovrò rimediare) e Saimon, con loro (e altri già citati) ho alimentato a dismisura il mio amore per la musica, qualunque essa sia,

insieme riusciamo a coltivare la creatività.

Grazie a tutto il gruppo di Moretta per farmi evitare la routine e per aver reso questi anni meno impegnativi di quanto non fossero effettivamente.

Ringrazio mio nonno per avermi appassionato a molte cose e per mantenermi focalizzato su chi voglio essere e chi voglio diventare.

Ringrazio me stesso, mi sono messo alla prova e col tempo sto prendendo consapevolezza dei miei mezzi e mi devo prendere del tempo per godermi questo momento, sicuramente per il futuro “mi prometto” costanza e forza d’animo (e soprattutto serenità).



Dopo tante persone, devo ringraziare
“un’entità”, un “elemento”, qualcosa che
per me ha un aspetto soprannaturale: la
Musica.

Questo lavoro è anche il frutto di ciò che
la Musica ha significato e significa per me,
pur non suonando o cantando è una parte
fondamentale della mia esistenza e riesce a
far emergere sempre il lato migliore di ogni
situazione.

**“Devi credere nel valore della
poesia”**

.. in ogni sua forma.

