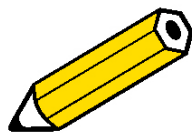




PORDENONELEGG**E** 2000 - 2019



**i tuoi vent'anni
di pordenonelegge**

Settembre 2019

**Indagine sulla legacy del festival a vent'anni dalla sua
nascita**

A cura di Margherita Bocchi e Marina Mussapi

Con il coordinamento scientifico del Prof. Guido Guerzoni

Indice

Prefazione

1. Introduzione	1
1.1. Il Festival	1
1.2. La Fondazione	1
1.3. L'edizione 2018	2
1.4. L'analisi d'impatto del 2014	2
1.5. I tuoi vent'anni di pordenonelegge. Scopo e metodo della ricerca	3
2. Principali evidenze	6
2.1. pordenonelegge volano per la città	6
2.2. L'unicità del festival: il rapporto con il territorio	9
2.3. Empowerment dei giovani e cittadinanza attiva: pordenonelegge per formare, per unire, per crescere	11
2.3.1. Gli Angeli di pordenonelegge	12
2.3.2. Competenze e obiettivi formativi	14
2.3.3. Il rapporto con le scuole	16
3. Approfondimenti per singoli stakeholder	18
3.1. Gli Angeli	18
3.2. Gli editori	23
3.3. Gli autori	26
3.4. Gli insegnanti	29
3.5. Gli studenti	32
3.6. I giornalisti	34
3.7. I partner/sponsor	36
3.8. I commercianti	39
3.9. Gli imprenditori	43
3.10. Le associazioni	46

1. INTRODUZIONE

1.1. Il Festival

Il festival pordenonelegge nasce nel 2000 dalla volontà di attirare l'attenzione sul territorio ed esprimerne le grandi potenzialità turistiche e culturali. Questo obiettivo si rafforza con la decisione di affidare il programma a curatori locali, fortemente radicati in ambito editoriale ma anche nel tessuto di Pordenone.

La missione del festival è quella di raccontare il mondo, sentire le sue voci, orientare in una realtà a volte sfuggente se non incomprensibile, con l'idea di fondo che i libri siano il luogo dove il sapere si stratifica e si intreccia. pordenonelegge è un luogo di confronto ampio, vario e senza pregiudiziali.

La regola di fondo del festival è molto semplice: un autore, un libro. Da questa formula, edizione dopo edizione, diamo vita a momenti significativi che toccano diverse tematiche: narrativa, poesia, cinema, fumetto, musica, spettacolo, sport, politica, ricerca scientifica, economia...

In due decenni di attività pordenonelegge è diventata la Festa del Libro con gli Autori, occasione di incontro e confronto per tutti gli attori della realtà editoriale e letteraria del Nord-Est d'Italia e non solo: negli ultimi anni il festival è cresciuto fino a diventare una tra le più attese manifestazioni dell'agenda culturale italiana, vantando importanti relazioni con altri festival nazionali e collaborazioni con eventi internazionali, confermandosi come palcoscenico per autori famosi e scrittori emergenti.

pordenonelegge è un festival che vuole continuare a crescere in qualità e per farlo ha bisogno della partecipazione di tutti i suoi affezionati protagonisti, primi tra tutti il suo pubblico.

1.2. La Fondazione

La Fondazione Pordenonelegge.it è nata nel 2013 con l'obiettivo di gestire il festival, cresciuto negli anni per dimensioni e complessità, per far fronte alle nuove esigenze con una soluzione che perseguisse maggiore flessibilità, efficacia ed economicità, rendendola autonoma dai sempre più stringenti vincoli di gestione delle pubbliche amministrazioni.

Sebbene il festival sia la principale attività della Fondazione, nel corso degli anni pordenonelegge ha dato vita a molte altre iniziative che si sono consolidate sul territorio in ambito formativo, promozionale, editoriale e come agenzia culturale.

La fondazione propone numerose attività dedicate alla poesia, all'editoria, alla formazione, alla valorizzazione turistica e al coinvolgimento delle scuole e dei giovani. La missione della Fondazione è, infatti, quella di diffondere cultura a tutti i livelli e promuovere il territorio per contribuire alla crescita sociale e al benessere di chi vive e lavora a Pordenone e di chi partecipa alle iniziative culturali promosse durante l'anno.

La Fondazione ha il patrocinio del Mibact, dell'Enit, del Parlamento Europeo, e negli anni ha ottenuto numerosi riconoscimenti, tra cui il premio Modena Buk Festival, il premio Fedeltà al Lavoro e al Progresso Economico della Camera di Commercio di Pordenone e

Udine per “Eccellenza per la divulgazione del sapere”, e l’inserimento del festival tra le iniziative per l’Anno europeo del patrimonio culturale 2018.

1.3. L’edizione 2018

L’edizione 2018 ha ottenuto grandi risultati confermando la crescita esponenziale di questa manifestazione: 130 mila persone hanno raggiunto e visitato Pordenone nell’arco delle 5 giornate del festival, con un notevole incremento di pubblico e di turisti. Un ampio pubblico di *millennials* (1 spettatore su 5 aveva 30 anni o meno) ha partecipato ai 340 appuntamenti in 43 sedi del centro storico, assistendo così a racconti e presentazioni di 630 protagonisti internazionali.

Anche i numeri dei *supporters* di pordenonelegge sono sempre più elevati: 1859 Amici, 233 “Angeli”, 47 partner e 28 sponsor tecnici.

Infine, è da sottolineare la ricaduta sul territorio e sull’economia locale di questa manifestazione: la sola Fondazione ha prenotato 620 notti in città, acquistato 370 i biglietti dei treni, 110 i voli aerei, pianificato 148 transfer da e per gli aeroporti e contattato le strutture ristorative di Pordenone stringendo 21 convenzioni per i menù legati all’accoglienza degli autori. Le strutture ricettive di Pordenone hanno registrato *sold out* in città la notte di sabato 22 settembre.

L’organizzazione ha inoltre dedicato una sezione del suo sito web al pubblico che ha voluto soggiornare a Pordenone e provincia per il festival, rendendo fruibile la proposta turistica del Consorzio Pordenone Turismo.

1.4. L’analisi d’impatto del 2014

In occasione della quindicesima edizione del festival, la Fondazione ha commissionato a un gruppo di studiosi esterni coordinati dal prof. Guido Guerzoni dell’Università Bocconi di Milano, massimo esperto degli “effetti” dei festival, un’analisi di impatto del festival sul territorio. Dopo la costituzione della Fondazione Pordenonelegge.it avvenuta nel 2013, l’edizione del 2014 è stata la prima a essere organizzata con il nuovo assetto istituzionale. In quell’anno il festival è cresciuto in termini di visibilità e pubblico, registrando le 130.000 presenze, cifra che lo colloca tra i più seguiti in Italia. Per un soggetto così legato al territorio la valutazione dell’impatto delle proprie attività diviene imprescindibile nel momento in cui viene sposata convintamente la causa dell’*accountability*, massimizzata l’efficacia dell’uso delle risorse pubbliche e resa manifesta la funzione sociale dell’impiego di quelle private.

Lo studio si è focalizzato sull’impatto economico, occupazionale, fiscale e sociale, con l’obiettivo di misurare l’indotto di pordenonelegge sul territorio. I risultati hanno fatto emergere un quadro estremamente positivo che fa del festival pordenonese un’azienda culturale di straordinaria efficacia: l’impatto economico complessivo di pordenonelegge si è attestato per l’anno 2014 a oltre sei milioni, con un moltiplicatore complessivo pari a 7,27

(il che significa che per ogni euro investito sul festival ne sono ritornati, nella provincia di Pordenone, altri 7,27).

Positiva anche la risposta legata alla misurazione dell'impatto sociale: è emerso infatti che la presenza del festival contribuisce a rendere i cittadini più orgogliosi e migliorare il proprio modo di vivere la città e il territorio.

Infine, l'indagine ha messo in luce una delle anime di pordenonelegge: il suo essere un lavoro corale, frutto di legami, sinergie e scambi virtuosi tra idee, persone, aziende, realtà associative, che si stringono intorno all'evento, impegnando le proprie risorse economiche e umane per un interesse comune.

1.5. I tuoi vent'anni di pordenonelegge. Scopo e metodo della ricerca

In occasione di questa ventesima edizione, la Fondazione ha deciso di indagare gli impatti di lungo periodo del festival ascoltando e instaurando un dialogo con tutti coloro che vi partecipano, al fine di comprendere quanto le attività culturali e promozionali della Fondazione abbiano caratterizzato il contesto sociale ed economico del territorio, così come esercitato un'influenza duratura sulle opinioni, le percezioni e le decisioni di diversi *stakeholder* della manifestazione.

Nasce così "I tuoi vent'anni di pordenonelegge", uno studio condotto dalle progettiste culturali Margherita Bocchi e Marina Mussapi con la direzione scientifica di Guido Guerzoni e la collaborazione di Vittoria Ravagnolo. Quanto pordenonelegge ha influito sulla percezione della città di Pordenone? Quanto l'esperienza di "Angelo" ha influenzato le scelte di studio e di carriera dei giovani pordenonesi? Come le attività commerciali hanno cambiato le loro proposte per il pubblico e per gli ospiti di pordenonelegge? Com'è cambiato il modo in cui i media raccontano il festival e la città di Pordenone? Queste sono alcune delle domande a cui abbiamo provato a rispondere grazie al supporto di tutti coloro che hanno partecipato ai questionari d'indagine.

Si tratta di un'occasione per celebrare vent'anni di emozioni, idee, esperimenti, partecipazioni, inclusioni, successi e fallimenti, amicizie e inimicizie, freddezze ed entusiasmi, sostegni e opposizioni, indagando in profondità la *legacy* di questa manifestazione culturale che non dura solo una settimana all'anno, ma è entrata per sempre nella vita, nei ricordi, nel gusto e nelle decisioni di migliaia di persone.

Ai fini della ricerca sono state indagate tramite questionari e interviste diverse esperienze e visioni appartenenti alle molteplici categorie di *stakeholder*, andando ad analizzare in modo quantitativo e qualitativo come il festival abbia impattato su diversi gruppi coinvolti. La ricerca ha avuto come obiettivo quello di restituire un quadro completo degli effetti di 20 anni di Pordenonelegge, evidenziandone gli aspetti più significativi.

Il metodo di analisi principale è stato la somministrazione di questionari *online* dedicati a ciascun *stakeholder*, comprendenti domande sia chiuse che aperte. Nel complesso sono state contattate oltre **5.500 persone, con un tasso di risposta del 20%**. I gruppi considerati per l'indagine sono:

- 1) **I volontari (gli Angeli):** per capire se e in quale misura la partecipazione al festival, in età scolare e reiterata per più edizioni, abbia influito sulle loro scelte di indirizzo universitario e/o professionali, e più in generale sulle scelte di vita, sugli interessi culturali e sugli obiettivi di crescita personale che a distanza di 20 anni dalla prima edizione consentono di correlare lo sviluppo del festival alla crescita del Capitale umano e sociale del territorio pordenonese.
- 2) **Gli editori:** per analizzare come negli anni sia cambiato il loro approccio in termini di organizzazione e vendita, come il festival abbia influenzato sul loro *network* professionale, come è cambiato il rapporto con l'organizzazione e con il pubblico.
- 3) **Gli autori:** indagando come è cambiato il loro rapporto con il festival negli anni, come la loro produzione o la loro carriera sia stata influenzata dal festival, quali incontri hanno cambiato la loro vita.
- 4) **Gli insegnanti e gli studenti:** gruppi d'interesse centrali vista la natura del festival, questa parte di indagine, tramite diversi questionari specifici, ha indagato quali collaborazioni e spunti gli insegnanti abbiano utilizzato per arricchire il programma scolastico e, quindi, come il lato esperienziale del festival abbia influenzato gli studenti nelle loro scelte di vita.
- 5) **I giornalisti:** per comprendere come il festival abbia influito sulla loro conoscenza del territorio e sulle modalità con cui è stato raccontato e comunicato a livello nazionale e internazionale.
- 6) **I partner/sponsor:** con l'obiettivo di capire come sia cambiata negli anni la relazione tra i privati sostenitori e il festival, in termini di progettualità condivise e di aspettative reciproche.
- 7) **Gli operatori economici del territorio:** per misurare in quale misura siano cambiati nel tempo i loro atteggiamenti e i loro giudizi sull'evento, per cogliere con la massima sincerità le osservazioni sul contributo che il festival ha offerto al posizionamento delle loro attività, alle scelte imprenditoriali, alla partecipazione ad altre iniziative culturali, ecc.
- 8) **Gli imprenditori:** differenziandolo dal gruppo di attività commerciali, questa parte ha cercato di indagare come il festival e la percezione della città/provincia di Pordenone scaturita da tale manifestazione abbiano influito sulle scelte imprenditoriali del territorio.
- 9) **Le associazioni:** per analizzare la relazione tra le associazioni e il territorio e le reti che si sono create nel tempo, e capire se la presenza del festival ha influenzato il mondo dell'associazionismo a Pordenone durante tutto l'anno.

La somministrazione dei questionari alle associazioni è stata affiancata da un lavoro di approfondimento grazie al *focus sui Quartieri*, un progetto specifico dedicato all'ascolto del territorio promosso dal Comune di Pordenone - Assessorato alla Cultura e la Fondazione Pordenonelegge.it, quest'anno legato al ventennale del festival.

“Che si fa stasera? Le attività delle associazioni nei quartieri. Gli ultimi vent'anni e oggi” titola il progetto, che si è articolato in otto confronti aperti con le associazioni dei quartieri

di Pordenone realizzati tra maggio e giugno 2019. L'obiettivo è stato quello di mappare, attraverso interviste guidate, i cambiamenti sociali e culturali avvenuti negli ultimi vent'anni, e le prospettive del futuro immediato.

Gli incontri hanno coinvolto i rappresentanti delle associazioni di ogni quartiere della città, identificati dalla Fondazione con l'aiuto del Comune di Pordenone e di personalità attive nelle singole realtà. Spesso alle associazioni si sono aggiunti altri rappresentanti del quartiere, "memorie storiche", che hanno aiutato la discussione inquadrando la realtà associativa nella storia del luogo. In totale, sono state intervistate **43 associazioni**, di cui:

- 18 attive nell'assistenza e volontariato
- 11 nella cultura
- 8 nello sport
- 6 legate alla natura e all'ambiente

Si è trattato quindi di un campione leggermente diverso da quello dei questionari, dove la maggioranza era composta da associazioni culturali.

Il dialogo è stato condotto seguendo una traccia definita dalla Fondazione, incentrata su sei temi principali:

1. Le ragioni della nascita delle associazioni proprio in questo quartiere
2. I momenti fondamentali, le esperienze cruciali della vita dell'associazione
3. La situazione attuale dell'associazione in termini di criticità e punti di forza
4. I progetti di sviluppo futuro
5. La risposta del quartiere all'associazione: adesioni, partecipazione, capacità di richiamo, ricambio generazionale
6. Il rapporto con il festival

Il risultato di questi confronti ha arricchito e approfondito gli aspetti emersi dall'analisi dei questionari.

Infine, a conclusione della ricerca la Fondazione ha voluto ascoltare anche il pubblico più generico, che pur vivendo direttamente la manifestazione non rientrava nelle categorie di target precedenti, per rilevare la sua percezione in termini di cambiamento del festival e di Pordenone in questi ultimi vent'anni.

2. PRINCIPALI EVIDENZE

2.1. pordenonelegge volano per la città

L'edizione 2018 del festival ha ottenuto una **forte attenzione dei media**: oltre 250 giornalisti accreditati e 100 pernotti solo per la stampa proveniente da fuori città, 40 incontri stampa in 5 giorni e oltre 150 interviste, ottenendo così centinaia di articoli delle testate extra regionali di carta stampata, radio e tv in diretta dal festival. In totale sono state oltre 3500 uscite sulla stampa in un anno consultabili su www.pordenonelegge.it.

Nel campo dei media si sono discussi e adottati diversi metodi per misurare e valutare in modo oggettivo l'efficacia delle attività della comunicazione. Uno dei metodi più utilizzati in questo ambito è l'AVE – *Advertising Media Equivalent*, ovvero l'attribuzione di un valore alla copertura mediatica in termini monetari, in base al costo pubblicitario della quantità equivalente di spazio assegnato a ciascuna voce di copertura mediatica.

In altre parole, la domanda che ci si pone è: quanto la fondazione/il comune/la regione avrebbero dovuto investire in pubblicità per ottenere la stessa visibilità?

Durante il 2018 pordenonelegge ha creato un **AVE di oltre € 21 milioni**, come evidenziato nella Tabella 2.1.

Tabella 2.1. AVE generato dall'edizione 2018 di pordenonelegge.

	Anno 2018	Trimestre (luglio-settembre)	Festival (19-23 settembre)
Volume uscite	4,18 mila	2,4 mila	665
AVE (€)	21,3 milioni	15,2 milioni	3,79 milioni
OTS	237 milioni	174 milioni	36 milioni

Il metodo di valutazione AVE, nonostante sia diffusamente usato e utile per la valutazione, non riporta la “qualità” della comunicazione e soprattutto quali segmenti di pubblico sono stati raggiunti. Per tale motivo abbiamo voluto indagare più a fondo come pordenonelegge sia percepita dal suo pubblico e soprattutto dai cittadini. Infatti, come lo stesso nome del festival dimostra, non è possibile scindere questa manifestazione culturale dalla città che l'ha fatto nascere e che lo ospita ogni anno.

Uno dei risultati più rilevanti emersi grazie all'indagine “I tuoi vent'anni di pordenonelegge”, e soprattutto trasversale a tutte le categorie di *stakeholder* coinvolti, è il **forte impatto** che il festival ha esercitato e continua a esercitare sulla comunicazione e percezione della città e del territorio.

Quello che emerge è che pordenonelegge ha **migliorato l'immagine che i visitatori esterni hanno di Pordenone e ha fortemente contribuito a far conoscere la città in Italia e all'estero**. L'impatto è importante anche per gli stessi cittadini: la loro percezione di Pordenone è molto migliorata, così come il senso di appartenenza alla città. Questo risultato è ben esemplificato dalle risposte alla domanda “*Secondo lei, quanto pordenonelegge ha contribuito a far conoscere Pordenone in Italia e non solo?*”, la quale ha

generato riscontri che rinforzano questo giudizio, con una media dell'81% di affermazioni molto positive (Tabella 2.2).

Tabella 2.2. Percentuale di rispondenti che hanno dato una risposta positiva alla domanda: "Secondo lei, quanto pordenonelegge ha contribuito a far conoscere Pordenone in Italia e non solo?"

Stakeholder	% di risposte positive (molto-abbastanza)
Angeli	88%
Editori	93%
Autori	89%
Studenti	56%
Insegnanti	74%
Giornalisti	88%
Partner	89%
Attività commerciali	83%
Imprese	75%
Associazioni	78%
Media complessiva	81%

Valutazioni analoghe emergono anche nelle riflessioni rispetto a come è cambiata Pordenone negli ultimi anni: moltissimi parlano di una **città più aperta, viva e con un'offerta culturale più ricca**. In particolare, si registra maggiore accoglienza da parte del territorio e una **maggiore visibilità della città a livello nazionale e internazionale**. Emerge un legame tra la città e il festival sempre più forte, una crescente interazione tra evento culturale e tessuto cittadino, e in molti mettono in relazione la crescita della città, che sembra essersi "ridestata come la *Bella addormentata*", a pordenonelegge.

"Pordenone è diventata più conosciuta, più vivace e dinamica"

"La città vive con ancora maggiore intensità il rapporto con il festival"

"È una città più viva e attenta, stimolata a reagire anche quando si differenzia dalle scelte del festival, più conosciuta in Italia, forse più aperta alle differenze"

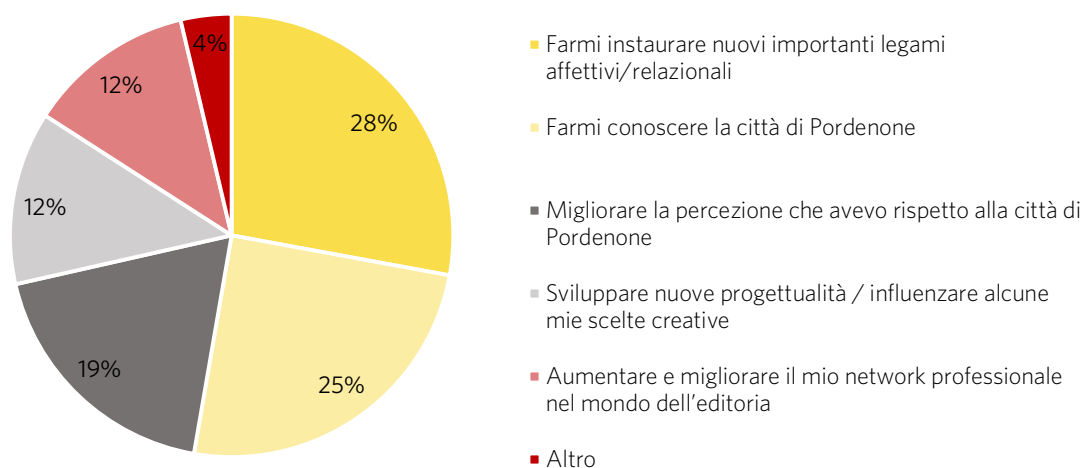
"Its profile as a city of culture has gone from zero to 100 in twenty years"

"L'impressione è che sia progressivamente cresciuta la consapevolezza dei residenti che la manifestazione è importante, che la città (gli abitanti) abbia fatto propria la festa, che gli esercizi commerciali si siano impegnati in prima persona per la motivazione positiva creata dall'organizzazione"

"Negli ultimi 20 anni la città di Pordenone è riuscita a emanciparsi dalla sua naturale condizione di piccola e quieta cittadina provinciale, facendosi conoscere nel mondo come centro culturale alquanto propositivo, pur mantenendo le proprie caratteristiche di vivibilità a dimensione umana. Un equilibrio che forse sembra passare inosservato nel competitivo e aggressivo mondo di oggi, ma che credo sia, invece, molto apprezzato da chi vive o visita oggi questa città."

Andando a vedere i risultati per singoli target di rispondenti, è interessante notare come uno dei maggiori contributi che gli autori attribuiscono ad aver partecipato al festival è proprio il fatto di aver permesso una maggiore conoscenza di Pordenone e una migliore **percezione** della città rispetto alla loro esperienza pregressa (Grafico 2.1). Questi due impatti sono ancora più rilevanti per gli autori rispetto al contributo del festival allo sviluppo di progettualità o allo sviluppo del proprio *network* professionale.

Grafico 2.1 (Autori)
Partecipare a Pordenonelegge ha contribuito a



Anche il tessuto imprenditoriale del territorio, che offre un punto di vista più interno, restituisce una fotografia molto positiva dell'impatto del festival sulla città, come riportato nella Tabella 2.3.

Tabella 2.3. Percentuale di risposte positive (molto-abbastanza) alla domanda sull'impatto del festival rispetto all'immagine di Pordenone nei confronti dei cittadini e dei visitatori esterni.

Stakeholder locali	La presenza di pordenonelegge migliora l'immagine della città da parte dei propri cittadini	La presenza di pordenonelegge migliora l'immagine della città da parte dei visitatori extra locali
Attività commerciali	91%	93%
Imprese	90%	95%
Partner/sponsor	95%	97%
Media complessiva	92%	95%

Infine, è dai giornalisti e dal loro lavoro di monitoraggio sulla stampa e sulla percezione esterna del festival e del territorio che emerge una fotografia molto chiara rispetto a quanto pordenonelegge abbia influito sull'immagine della città. **Il 98% dei giornalisti infatti sostiene che il festival abbia contribuito a migliorare l'immagine di**

Pordenone (Grafico 2.2), e che allo stesso tempo abbia fatto da traino rispetto all'emergere sul territorio di altre iniziative culturali di interesse per i media (Grafico 2.3).

Grafico 2.2 (Giornalisti)
Il festival ha contribuito a cambiare in positivo l'immagine di Pordenone?

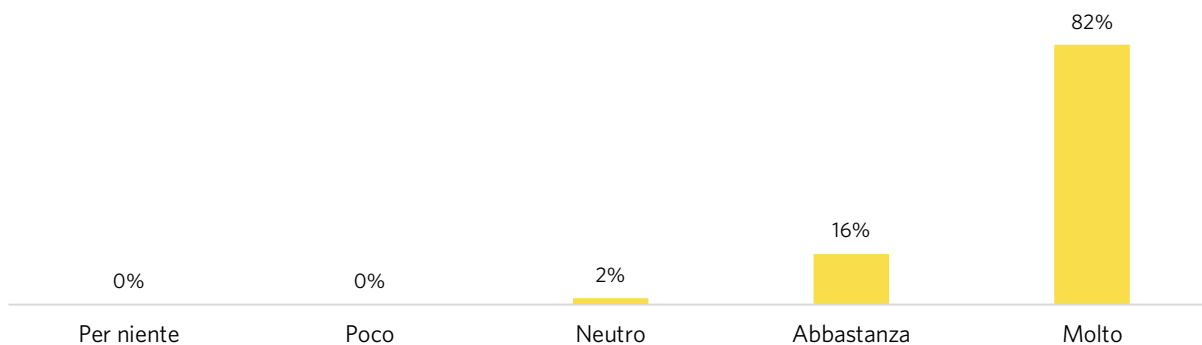
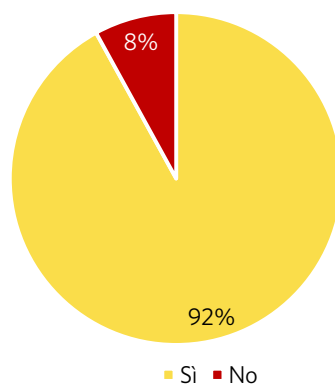


Grafico 2.3 (Giornalisti)
Ritiene che il festival abbia fatto da traino rispetto all'emergere sul territorio di altre iniziative culturali di interesse per i media?



2.2. L'unicità del festival: il rapporto con il territorio

L'indagine ha permesso di evidenziare un altro elemento importante per il festival: pordenonelegge infatti presenta, secondo la maggioranza degli intervistati (84% degli autori, 90% degli editori), fattori di **unicità rispetto ad altri festival di settore**. L'aspetto più interessante è che questo elemento di unicità è determinato soprattutto dalla **relazione con il territorio** e con la città, che offre una dimensione allo stesso tempo raccolta e aperta allo scambio, un luogo che permette la costruzione di relazioni e progetti.

Emerge anche un forte apprezzamento per l'**alto livello di preparazione artistica** degli organizzatori, capaci di scegliere come conoscitori profondi del panorama e delle urgenze che lo stato dell'arte della prosa e della poesia hanno in quel dato momento storico. Alcuni evidenziano come la riflessione e l'esperienza diretta del libro e dei suoi contenuti vengano ancora prima dell'urgenza della sua vendita.

Il grande coinvolgimento della città, insieme alla qualità della programmazione, rappresentano quindi i principali elementi distintivi di pordenonelegge. È molto apprezzato anche il fatto che si tratti di una **manifestazione “a misura d’uomo”** che riesce sempre a garantire una programmazione ampia, diversificata e allo stesso tempo accessibile a un largo pubblico.

Pordenonelegge è quindi vista come una vera festa del libro e dei lettori, un momento unico in cui la città diventa il festival, in un'atmosfera coinvolgente e stimolante.

Questa **dimensione relazionale** emerge anche nel racconto dei protagonisti del festival rispetto agli incontri che hanno segnato la propria esperienza: pordenonelegge offre spazi di dialogo con il pubblico e con gli studenti, rappresenta un'occasione importante per ritrovare amici e colleghi, ma anche per intrecciare nuove amicizie e collaborazioni professionali durature. È interessante notare come in molti ricordino con piacere, accanto a singoli incontri con colleghi e/o professionisti del settore, i tanti momenti nati da situazioni più informali.

Grafico 2.4 (Autori)
Gli elementi di unicità di pordenonelegge rispetto ad altri festival di settore

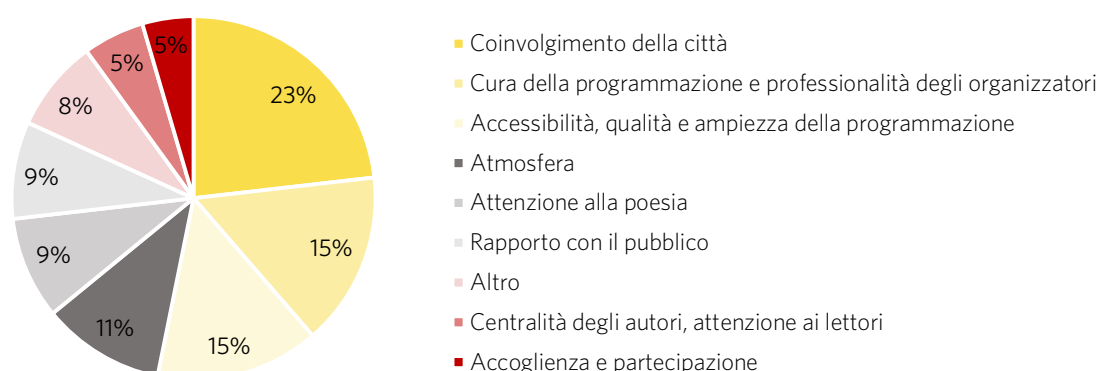


Grafico 2.5 (Editori)
Gli elementi di unicità di Pordenonelegge rispetto ad altri festival di settore



“È un festival che ha un'anima.”

“Credo sia l'unico festival che riesce ad essere un luogo da vivere. È nello stesso tempo un festival dei lettori e degli addetti ai lavori, il fatto che condividano lo stesso percorso crea una magia, li mette davvero insieme. (...) Ci sono grandi manifestazioni che sembrano funzionare come un ingranaggio, altre che costruiscono piccole isole, tutti si sfiorano senza uscire dalla propria traccia e dal proprio ruolo. Pordenonelegge invece ha la bellezza di assomigliare alle sue stesse strade, che sono fatte per incrociarsi e convergere a un punto comune. La cosa che sta al centro qui è la letteratura, forse è questa chiarezza di fondo che tiene tutto insieme con una strana armonia.”

“Una perfetta integrazione tra territorio e festival e la capacità di fare le cose in grande ma con senso della misura”

“È una manifestazione fresca, aperta anche ai giovani e alla contemporaneità, coraggiosa, sempre ricca di curiosità culturali mai banali, sa leggere il presente con leggerezza e competenza”

“È il festival ad andare in mezzo alla gente”

2.3. Empowerment dei giovani e cittadinanza attiva: pordenonelegge per formare, per unire, per crescere.

“The way we engage young people today will determine the prospects for sustainable development and peace. Young people, who represent a majority of the population in most developing countries, are today visibly contributing as political actors, innovators, entrepreneurs and peacebuilders.”

Empowering Youth – United Nations Development Programme

Se la missione della Fondazione è quella di “diffondere cultura a tutti i livelli e promuovere il territorio per contribuire alla crescita sociale e al benessere di chi vive e lavora a Pordenone”, sono diverse le evidenze raccolte dai questionari che confermano il lavoro di pordenonelegge in questa direzione.

Prima di procedere ai risultati, è importante ricordare alcuni concetti: crescita sociale e benessere personale si fondano sul senso di appartenenza e sulla possibilità di partecipare alla società di cui si fa parte, e per raggiungere questo scopo è necessario crearsi un bagaglio di esperienze e competenze trasversali, che coinvolgano le nostre strutture emotive e sociali.

Queste competenze, fortemente richieste e riconosciute dal mondo del lavoro¹, rimandano anche alla costruzione della cittadinanza attiva e allo sviluppo del capitale umano del

¹ Lo studio del Progetto Excelsior, che ha l'obiettivo di monitorare le prospettive dell'occupazione nelle imprese e la relativa richiesta di profili professionali, rileva una forte tendenza in crescita: la sempre maggiore richiesta di competenze trasversali e non cognitive, quali la flessibilità, la capacità di lavorare in gruppo, la capacità di risolvere problemi, ma anche gli aspetti più personali come la decisione, la socievolezza, la coscienziosità, la stabilità emotiva, l'apertura all'esperienza. Questi ultimi aspetti vengono plasmati nei giovani individui da famiglia, scuola e prime esperienze comunitarie. Il progetto Excelsior è realizzato dall'Unione Italiana delle Camere di Commercio, industria, artigianato e agricoltura (Unioncamere), in accordo con l'Agenzia Nazionale Politiche Attive del Lavoro (ANPAL) e alla Camera di Commercio di Sondrio, lo studio interroga decine di migliaia di imprese sui piani di assunzioni, con particolare attenzione alle competenze richieste.

territorio, i quali non giovano solo all'ambiente lavorativo ed economico, ma soprattutto sociale e relazionale, aumentando la qualità della vita dei membri della comunità.

Nel nostro paese, il compito di sviluppare tali competenze è dato alla scuola: come recitano le Indicazioni nazionali, il mandato della scuola è legato all'acquisizione degli apprendimenti ma anche della capacità di "stare al mondo".

Nei documenti della pubblica istruzione² si parla di formazione come processo di costruzione del sé (Bildung), in cui il soggetto è "attore" della sua crescita professionale e umana", approccio che conferma la necessità e volontà di una progettazione che prenda a soggetto i processi di diversa natura e che l'individuo attua nel campo lavorativo (cognitivi, emotivi, relazionali e motori).

L'unicità delle *soft skill* non risiede solo nella loro importanza, ma anche nell'impossibilità di svilupparle unicamente in classe³: devono essere allenate e vissute in diversi ambiti della vita. Tra le diverse strategie per sviluppare le competenze "sottili" emerge l'importanza di allenare tali competenze al di fuori del posto di lavoro, applicandole ad attività di volontariato. Il concentrarsi su un'attività comune e sull'aiutare gli altri aumenta notevolmente le capacità comunicative, di lavoro in un team e soprattutto di leadership. Quest'ultima competenza, infatti, può essere sviluppata e affinata solo tramite il coordinamento di team ed eventi, risolvendo problemi e imprevisti, meglio se applicato a una passione.

È chiaro quindi che la scuola non può essere lasciata sola in questo compito: territorio, famiglia, istituzioni sociali e iniziative culturali devono essere presente, ed è in questa cornice che pordenonelegge dimostra il suo ruolo e la sua efficacia.

Con l'indagine "I tuoi vent'anni di pordenonelegge" abbiamo voluto studiare e evidenziare il ruolo che le nuove generazioni hanno per la società e come il festival abbia supportato il loro sviluppo professionale e personale, e il bisogno di sentirsi protagonisti della scena sociale: le esperienze raccolte hanno riportato il senso di riconoscimento sviluppato e il senso di appartenenza e di *empowerment* derivati, che sia oggi che un domani saranno utilizzati a servizio della comunità.

2.3.1. Gli Angeli di pordenonelegge

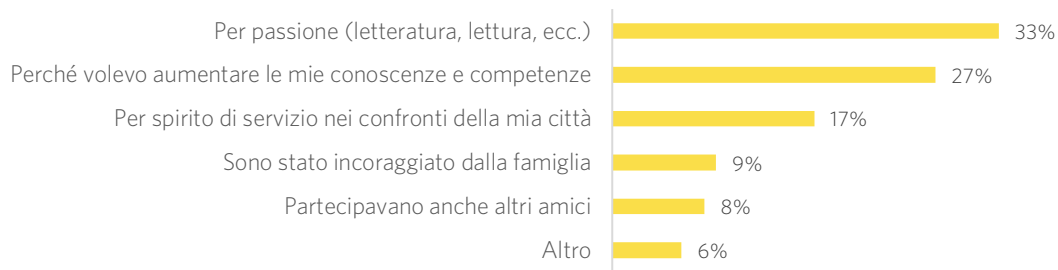
Come emerso già dall'edizione 2018, il legame tra giovani e pordenonelegge è da sempre molto stretto. Questa relazione trova in gran parte la sua espressione nel programma "Angeli di pordenonelegge", che dà la possibilità a ragazzi tra i 16 e i 25 anni di far parte della macchina organizzativa del festival, entrare a contatto con gli autori che amano, creare o consolidare competenze professionali e civili.

Un primo dato emerso riguarda **le motivazioni principali** che hanno spinto a diventare Angelo: uno su tre ha deciso di far parte del gruppo per passione (32,5%), uno su quattro per aumentare conoscenze e competenze (27%) e circa uno su sei per spirito di servizio nei confronti della propria città (17%).

² http://archivio.pubblica.istruzione.it/dg_post_secondaria/allegati/comp_trasversali.pdf

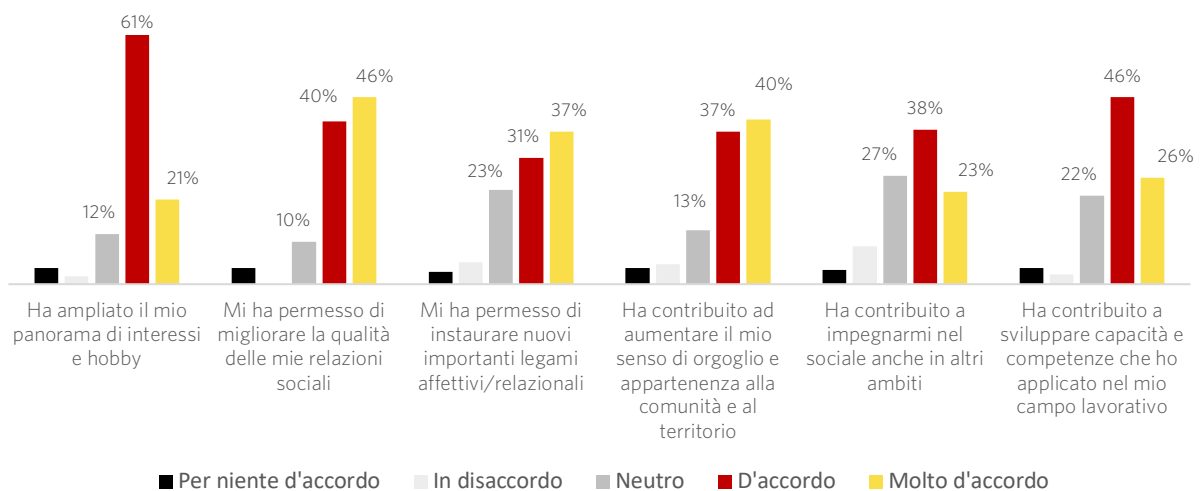
³ <https://www.forbes.com/sites/forbescoachescouncil/2019/07/01/above-the-competition-13-ways-to-effectively-improve-your-soft-skills-at-work/#362955454725>

Grafico 2.6 (Angeli)
Qual è la motivazione principale per diventare un Angelo?



Un secondo aspetto interessante da indagare è stato capire meglio cosa l'esperienza del festival gli avesse lasciato. Gli intervistati sostengono che il festival abbia permesso di **migliorare la qualità delle relazioni sociali**, instaurare nuovi e importanti **legami affettivi** e a creare/fortificare il **senso di orgoglio e appartenenza alla comunità**

Grafico 2.7 La partecipazione al festival come Angelo:



Il festival non solo ha impattato sulle relazioni, ma ha anche **inciso sulle scelte formative/professionali**, principalmente attraverso incontri con gli autori che hanno stimolato nuovi punti di vista e approfondimenti su determinati temi, o più in generale attraverso l'instaurazione di relazioni personali.

Infine, il 73% degli Angeli intervistati pensa che il festival abbia modificato positivamente la propria attività di lettura e il 45% che abbia stimolato l'attività di scrittura. **Il festival, però, non ha solo incentivato la scrittura e la lettura, bensì il consumo culturale più in generale:** il 35% segue di più le altre attività culturali sul territorio, per il 22% pordenonelegge ha influenzato nella scelta di partecipare ad altri festival, il 17% visita più musei e gallerie, il 16% segue più spettacoli teatrali e musicali e il 14% accede più frequentemente a canali (blog, siti, tv, radio, ecc.) a taglio culturale.

Grafico 2.8 Da quando ha fatto l'Angelo al festival dedica più tempo a:



La mia edizione preferita...

“2015, avevo una grande squadra con cui siamo riusciti a gestire tutto al meglio”

“Ogni edizione è speciale, la più bella è stata la 2017 perché ho ricoperto per la prima volta il ruolo di angelo capo”

“2018, dal punto di vista lavorativo nel festival, è stato quello più soddisfacente perché sono riuscita a utilizzare appieno le mie conoscenze e quello che ho studiato all'università. Ho inoltre avuto l'opportunità di conoscere molti autori stranieri, un'esperienza che mi ha arricchito dal punto di vista umano, e perché questo è l'ambito lavorativo a cui sono interessata”

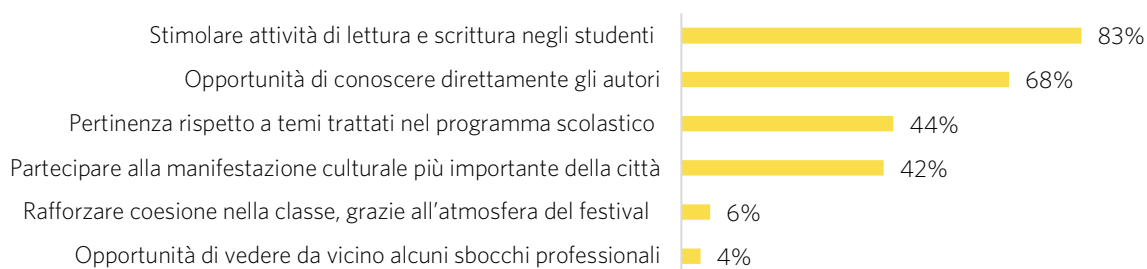
2.3.2. Competenze e obiettivi formativi

Come già sottolineato nell'introduzione di questo capitolo, l'interconnessione tra il festival e le scuole è un elemento cruciale per la creazione di esperienze formanti e uniche per i ragazzi.

Dalle domande rivolte agli insegnanti abbiamo visto che le principali ragioni dietro alla scelta di far partecipare le proprie classi a pordenonelegge sono: la pertinenza del programma del festival con il programma scolastico (44%), la capacità del festival di stimolare lettura e scrittura (83%), la possibilità di conoscere gli autori (68%), il desiderio di partecipare alla manifestazione più importante della città (42%).

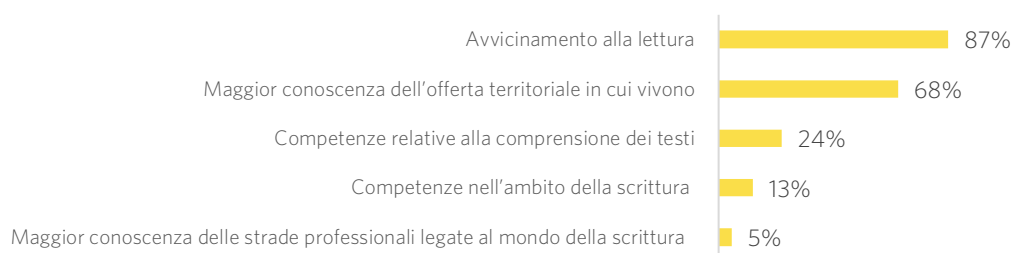
Sono invece pochi gli insegnanti che affermano di aver portato i propri studenti al festival col fine di rafforzare la coesione all'interno della classe grazie alla particolare atmosfera del festival.

Grafico 2.9 (Insegnanti) Qual è la principale ragione che l'ha spinto a scegliere pordenonelegge come uscita didattica?



In tanti hanno risposto che tra gli obiettivi raggiunti dalla gita scolastica c'è stato un **avvicinamento alla lettura** (87%) e una maggiore conoscenza dell'offerta territoriale (68%). Meno educatori, invece, hanno percepito un incremento delle competenze di scrittura (13%), di comprensione del testo (24%) e nella consapevolezza delle future strade professionali (5%)

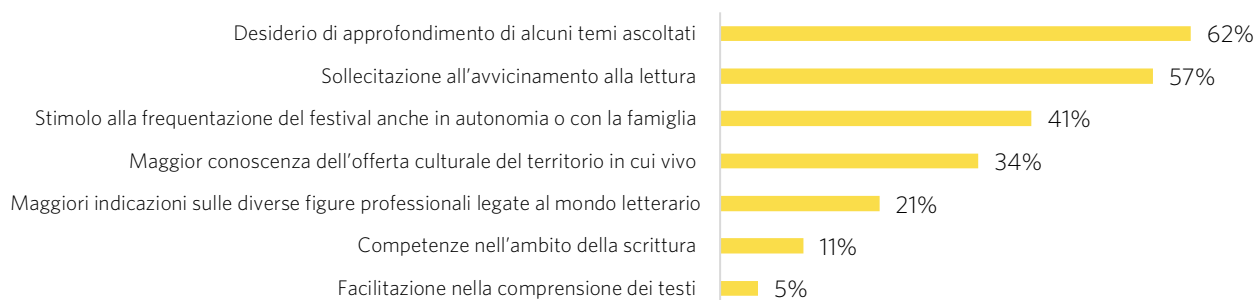
Grafico 2.10 (Insegnanti) Cosa crede abbiano imparato i suoi studenti?



A fronte delle risposte degli insegnanti, sono state analizzate le percezioni degli studenti, i quali hanno in parte confermato gli obiettivi raggiunti percepiti dagli insegnanti: avvicinamento alla lettura (57%), **spinta all'approfondimento dei temi ascoltati** (62%) e conoscenza dell'offerta territoriale (34%). Solo l'11% ha affermato che ha acquisito competenze nella scrittura e il 5% nella comprensione del testo.

A differenza di quanto affermato dagli insegnanti, il 21% ha acquisito informazioni sulle figure professionali del settore.

Grafico 2.11 (Studenti) Cosa ti ha lasciato pordenonelegge?



L'episodio che mi è rimasto più impresso:

“L'alunno: «Ma prof. Allora gli scrittori sono come noi!»”

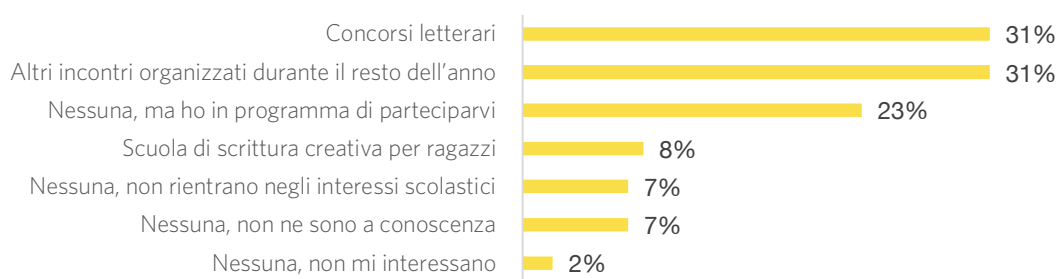
“In generale vedere la partecipazione e l'entusiasmo negli occhi dei bambini...”

“È costruttivo per gli alunni conoscere il processo di costruzione e di pubblicazione di un libro, il passaggio e la collaborazione tra un editore e uno scrittore.”

2.3.3. Il rapporto con le scuole

Com'è emerso dai questionari, le **attività complementari** oltre al festival alle quali le scuole hanno partecipato sono state i diversi incontri durante l'anno (31%) e i concorsi letterari (31%). Solo l'8% ha partecipato alle attività di scrittura per ragazzi.

Grafico 2.12 (Insegnanti)
A quali altre attività complementari al festival ha fatto partecipare i suoi studenti?



Come riportato nel Grafico 2.12, il 23% non ha partecipato a nessuna delle attività ma ha intenzione di parteciparvi, mentre il 7% a nessuna perché non rientrano negli interessi scolastici. Questo indica un grosso potenziale di crescita e miglioramento nella *partnership* tra il festival e le scuole, per creare programmi di valore per studenti e la città.

Abbiamo quindi chiesto agli insegnanti come pordenonelegge potrebbe essere più utile alla scuola. Le principali richieste sono riferite a un maggior numero di presentazioni nelle scuole (43%), più formazione agli insegnanti su temi attinenti al mondo letterario (56%) e incontri con gli autori anche durante l'anno (60%) e a scuola (55%).

Grafico 2.13 (Insegnanti) Con quali altre attività l'organizzazione di Pordenonelegge potrebbe essere ulteriormente utile alla scuola anche extra festival?



In parallelo, l'indagine ha voluto raccogliere le aspettative degli insegnanti per le prossime edizioni: emerge il desiderio di un **più ampio accesso per le scuole e una maggiore**

facilità d'iscrizione, oltre che una richiesta di **più laboratori**, un'offerta sempre più varia e di qualità (lectio magistrali, incontri scientifici, ecc.) e l'aumento del numero degli autori e della loro permanenza.

La Fondazione Pordenonelegge.it ha raccolto queste richieste e cominciato a lavorarci per sviluppare un'offerta sempre più ricca per le scuole e per gli studenti. Tale attenzione è cresciuta parallelamente all'indagine, andando a lanciare un importante nuovo progetto con la Fondazione Friuli: VIAGGIO DENTRO AL LIBRO, un'iniziativa per il coinvolgimento di scuole e ragazzi che avverrà tra ottobre e marzo 2019 e che vede la lettura come percorso formativo e di educazione sentimentale. Un progetto composto da sette incontri con scrittori e operatori della filiera del libro per entrare nel cuore dell'opera letteraria per ragazzi e imparare a trasmettere il piacere del libro.

*“Scrivere per ragazzi è come scrivere per gli adulti,
solo molto più difficile.”*

Dino Buzzati

3. APPROFONDIMENTI PER SINGOLI STAKEHOLDER

3.1. Gli Angeli

Carta di identità

- Dati demografici (Grafici 3.1-3.6): 68% donne, 83% nato a Pordenone (74% ancora risiede in città). 50% con diploma e 36% laureato. Il 70% è attualmente studente, il 14% impiegato e il 6% libero professionista, e il 27% lavora nel settore culturale-creativo o nella formazione.
- Il 73% ha partecipato come Angelo a 1-4 edizioni, mentre il 26% da 5 a 10 (Grafico 3.8).
- Le motivazioni principali che hanno portato a partecipare come Angelo (Grafico 3.9): per passione (32,5%) per aumentare conoscenze e competenze (27%) e per spirito di servizio nei confronti della propria città (17%)

Grafico 3.1 Anno di nascita

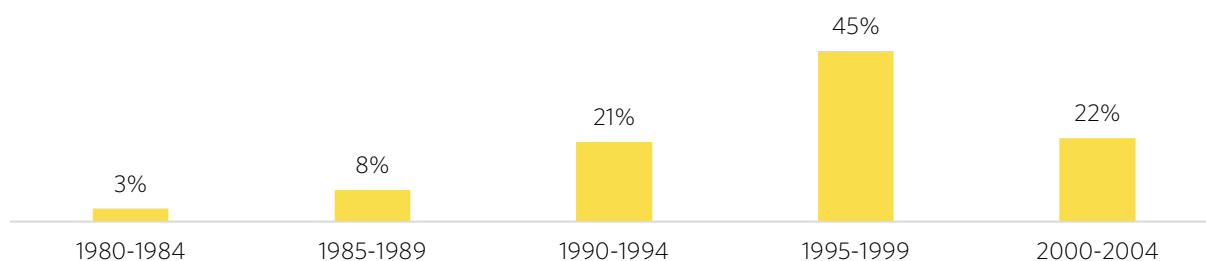


Grafico 3.2 Luogo di nascita

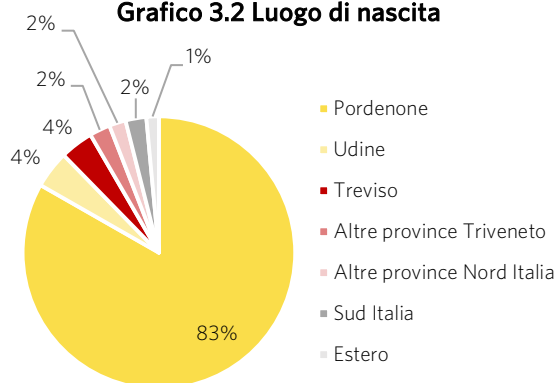


Grafico 3.3 Residenza attuale

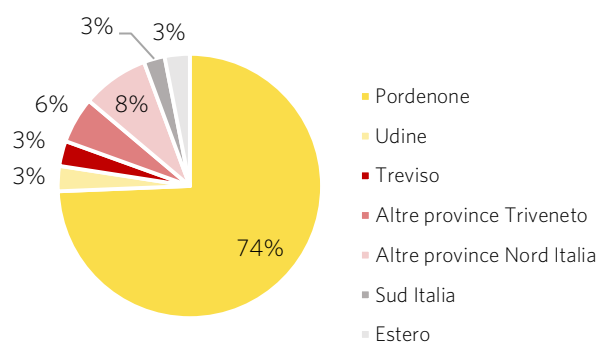


Grafico 3.4 Titolo di studio

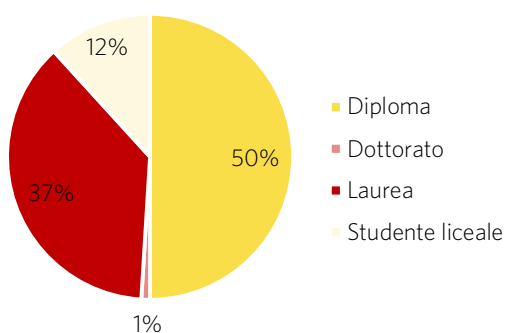


Grafico 3.5 Occupazione

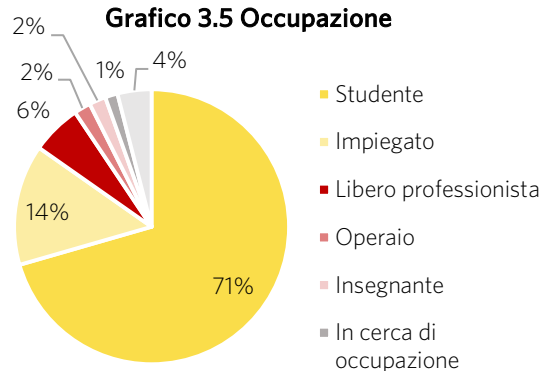


Grafico 3.6 Settore professionale

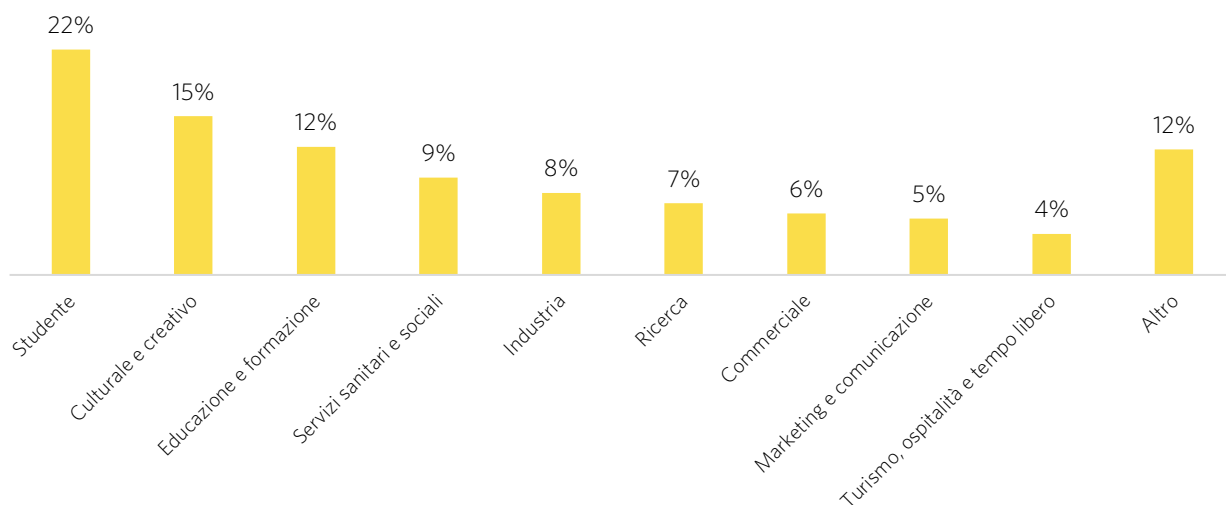


Grafico 3.7 A quante edizioni ha partecipato come pubblico?

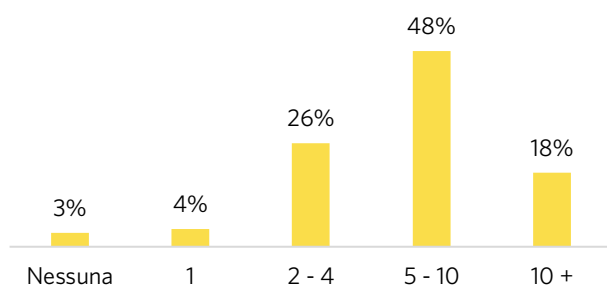


Grafico 3.8 A quante edizioni ha partecipato come Angelo?

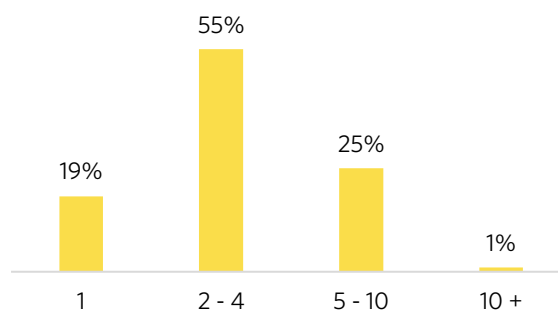
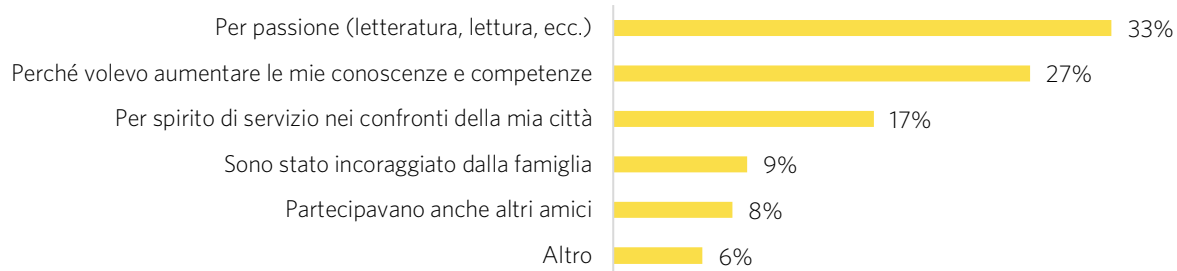


Grafico 3.9 Qual è la motivazione principale per diventare un Angelo?

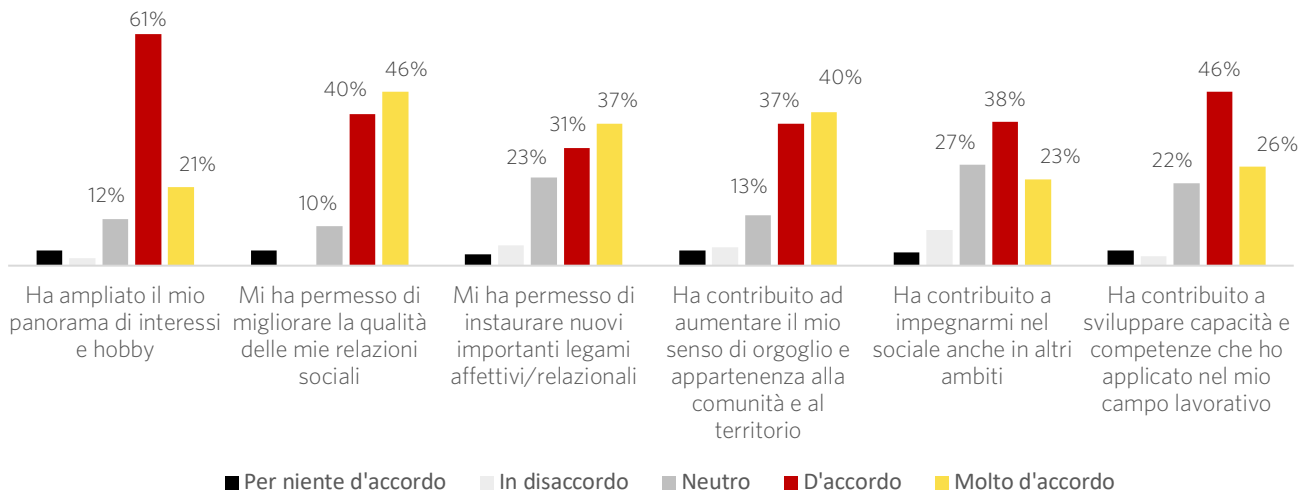


NOTA: In "Altro" emerge la reputazione del festival e come molti giovani vogliono farne parte.

Principali highlights

- Gli intervistati pensano che il festival abbia permesso di migliorare la qualità delle relazioni sociali, instaurare nuovi e importanti legami affettivi e di creare/fortificare il senso di orgoglio e appartenenza alla comunità (Grafico 3.10).

Grafico 3.10 La partecipazione al festival come Angelo:



- È interessante notare come secondo gli intervistati, il festival abbia inciso sulle proprie scelte formative/professionali, principalmente attraverso incontri con gli autori che hanno stimolato nuovi punti di vista e approfondimenti su determinati temi, o più in generale attraverso l'instaurazione di relazioni personali.

“Partecipare come Angelo mi ha aiutato molto a credere nelle mie capacità e soprattutto a imparare a relazionarmi meglio con le persone che non conosco.”

“Essendo stata la mia prima esperienza di volontariato mi ha fatto capire cosa significasse, tanto che qualche anno dopo ho gestito una NGO di scala nazionale a Milano. Probabilmente non mi sarei avvicinata all'ambiente senza l'esperienza positiva a pordenonelegge”

- Il 73% degli Angeli intervistati pensa che il festival abbia modificato positivamente la propria attività di lettura e il 45% che abbia stimolato l'attività di scrittura (Grafici 3.11 e 3.12).

Grafico 3.11
Quanto il festival ha influito sulle abitudini di lettura?

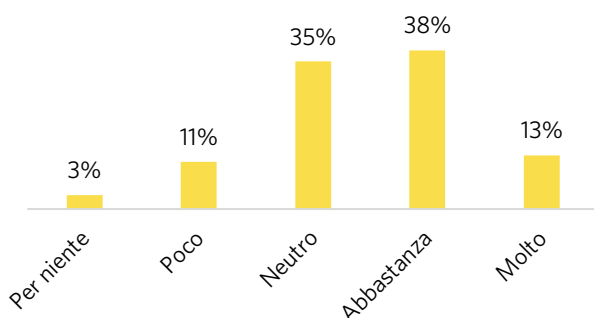
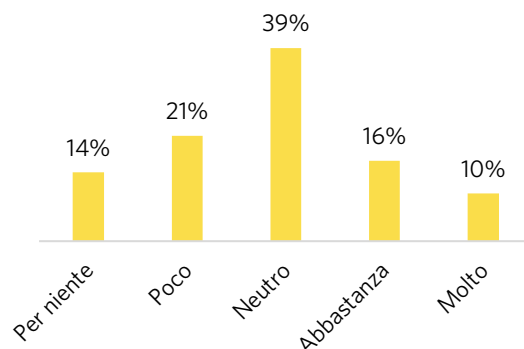
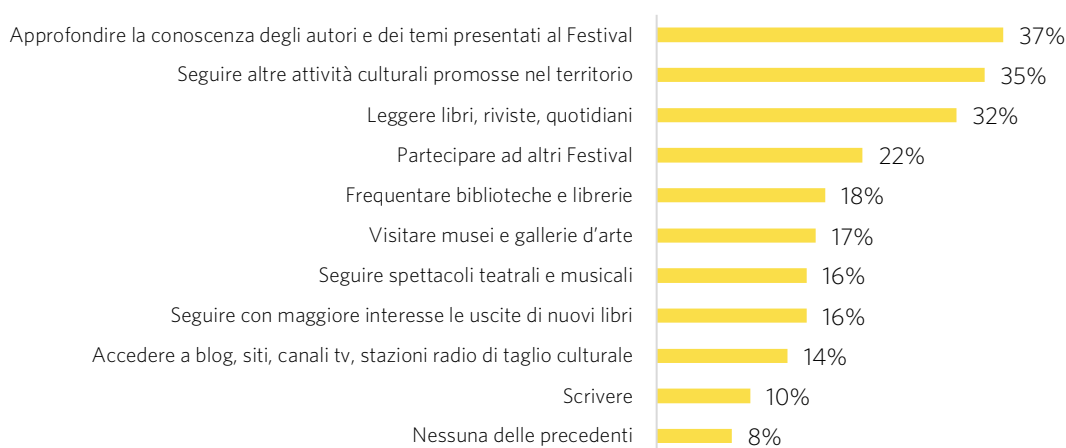


Grafico 3.12
Quanto il festival ha influito sulle abitudini di scrittura?



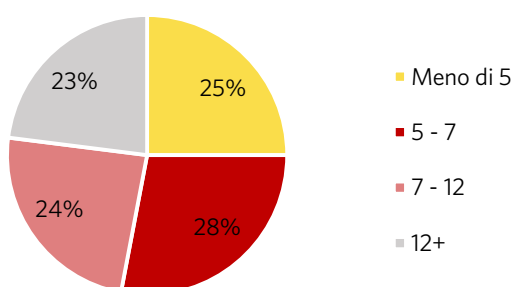
- Da quando hanno fatto i volontari al festival infatti, il 32% degli Angeli legge più libri/riviste/quotidiani, mentre il 18% frequenta di più biblioteche e librerie (Grafico 3.13). Inoltre, il festival porta a un forte aumento del consumo culturale: il 35% segue di più le altre attività culturali sul territorio, per il 22% pordenonelegge ha influenzato nella scelta di partecipare ad altri festival, il 17% visita più musei e gallerie, il 16% segue più spettacoli teatrali e musicali e il 14% accede più frequentemente a canali (blog, siti, tv, radio, ecc.) a taglio culturale.

Grafico 3.13 Da quando ha fatto l'Angelo al festival dedica più tempo a:



- Gli Angeli di pordenonelegge mostrano **abitudini di lettura** superiori alla media nazionale, con una media di lettori forti (quelli che leggono ca. 1 libro al mese) pari al 23% contro il 17% su 29,8 milioni di lettori italiani (Grafico 3.14).

Grafico 3.14 Quanti libri leggi all'anno?



- Secondo la maggioranza degli intervistati l'organizzazione del festival negli anni è migliorata, diventando più precisa ed efficace nella responsabilizzazione dei volontari, mostrando una miglior capacità di attrarre sponsor, e sviluppando una maggiore varietà di temi e offerta. In pochi (1%) notano un peggioramento rispetto a un maggiore irrigidimento della struttura.
- La città di Pordenone secondo molti rispondenti è cambiata in meglio, divenendo più aperta, viva e come maggiore offerta culturale, e soprattutto con un legame col festival sempre più

3.2. Gli editori

Carta di identità

- Il 46% delle case editrici sono nate negli ultimi 20 anni; 85% sono case editrici indipendenti; il 60% ha partecipato a più di 5 edizioni del festival; la maggior parte si occupa di narrativa, saggistica, poesia, libri d'artista/illustrazione e libri per l'infanzia.
- Il 40% ha scelto di partecipare al festival per il rilievo e il prestigio della manifestazione, il 25% per il rapporto di stima con gli organizzatori/curatori.

Grafico 3.15 Tipologia di casa editrice

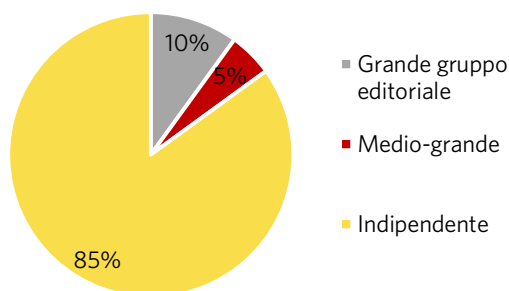


Grafico 3.16 A quante edizioni del festival ha partecipato come editore?

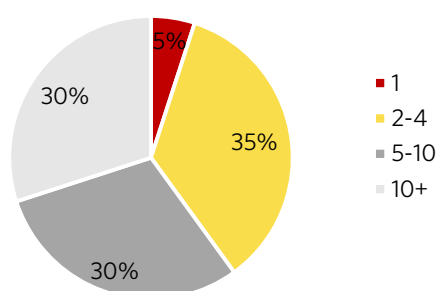


Grafico 3.17 Con quale modalità è stato coinvolto/a nel festival?

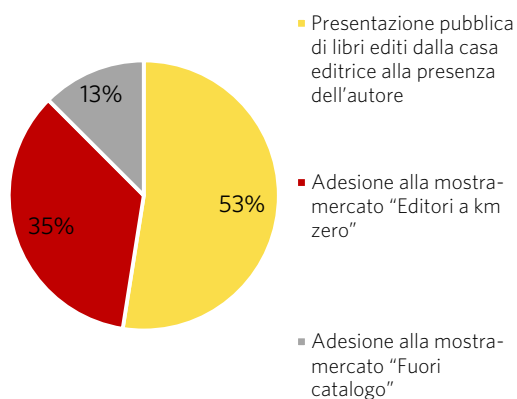
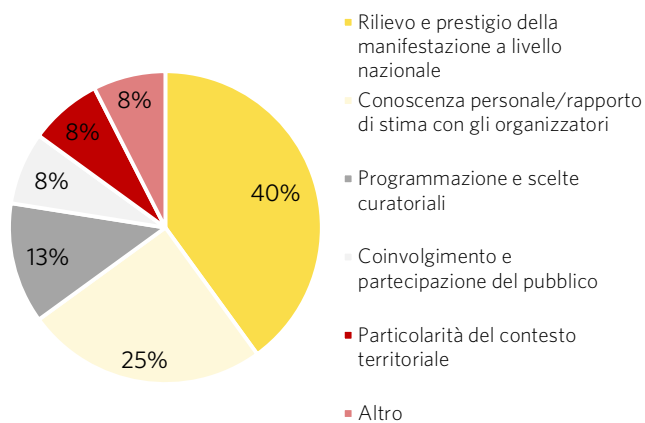


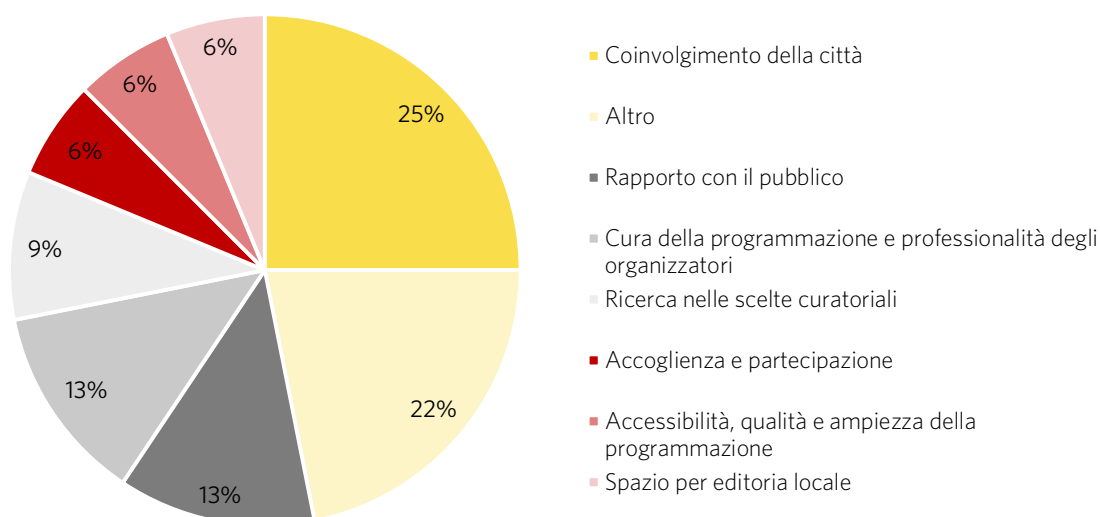
Grafico 3.18 Perché ha accettato di essere coinvolto nelle iniziative di pordenonelegge?



Principali highlights

- Il 58% registra un incremento delle vendite grazie alla partecipazione al festival (10% no, 33% non ha gli elementi per valutare).
- C'è una generale percezione di costante miglioramento dell'organizzazione del festival, soprattutto in termini di cura ed efficienza nell'organizzazione, apertura a una maggiore diversità di esperienze editoriali, crescita della manifestazione intesa come aumento del pubblico e dei luoghi di incontro del festival.
- Uno degli aspetti più rilevanti è che il 90% degli editori ritiene che pordenonelegge presenti fattori di unicità rispetto ad altri festival di settore, con riferimento al particolare rapporto e coinvolgimento con la città di Pordenone e alle scelte curatoriali degli organizzatori del festival, rispetto a una percepita chiarezza d'intenti molto forte nella programmazione (Grafico 3.19).

Grafico 3.19 Gli elementi di unicità di pordenonelegge rispetto ad altri festival di settore



Nota: nella categoria "altro" sono incluse diversi elementi distintivi di pordenonelegge, cui la capacità di suscitare entusiasmo, la dimensione raccolta del festival a fronte di una grande visibilità sul territorio nazionale, la partecipazione di un pubblico molto giovane.

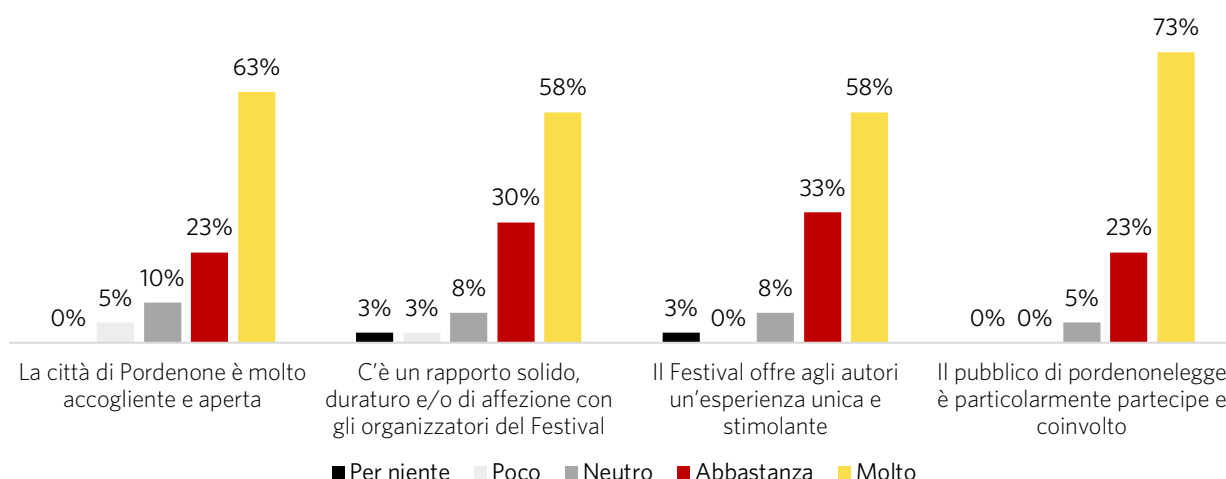
“È il festival ad andare in mezzo alla gente”

“È una manifestazione fresca, aperta anche ai giovani e alla contemporaneità, coraggiosa, sempre ricca di curiosità culturali mai banali, sa leggere il presente con leggerezza e competenza”

“È un festival capace di mescolare alta letteratura ad autori più commerciali non cadendo mai nel banale”

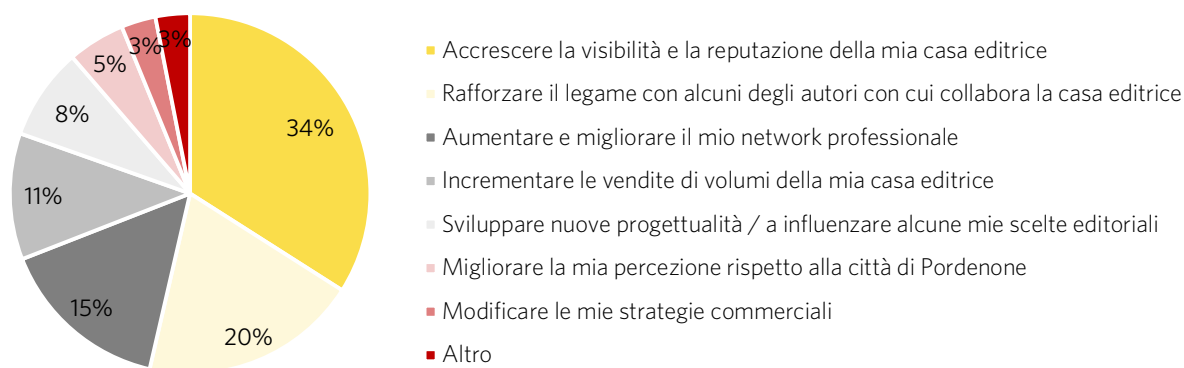
- Il 90% degli editori si sente affezionato a pordenonelegge.
- I giudizi sull'accoglienza della città, l'esperienza del festival e la partecipazione del pubblico sono molto positivi, come dimostrato dal grafico 3.20.

Grafico 3.20 Quanto è d'accordo con le seguenti affermazioni?



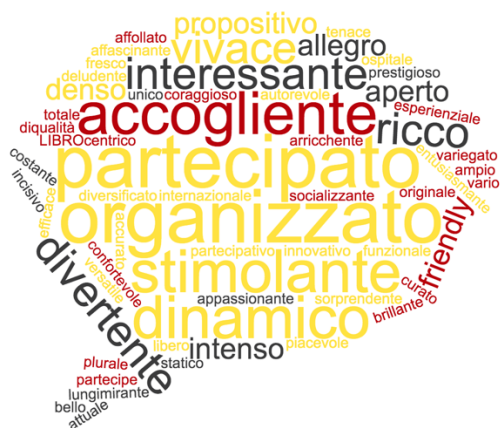
- La partecipazione al festival ha contribuito soprattutto ad accrescere la visibilità e la reputazione della casa editrice (34%), rafforzare il legame con gli autori (20%), e migliorare il proprio network professionale (15%) (Grafico 3.21).

Grafico 3.21 Partecipare a Pordenonelegge ha contribuito a



- Il 93% degli editori ritiene che il festival abbia contribuito molto a far conoscere Pordenone.
- Le loro aspettative sono: continuità, maggiore attenzione alla piccola editoria, maggior coinvolgimento delle realtà locali.

Tre aggettivi per descrivere il festival



3.3. Gli autori

Carta di identità

- La maggioranza dei rispondenti ha partecipato a poche edizioni del festival, come riportato nel Grafico 3.22. Alcuni di questi autori (45%) hanno partecipato anche in qualità di pubblico o intendono tornarci (16%).

Grafico 3.22 A quante edizioni del festival ha partecipato come autore?

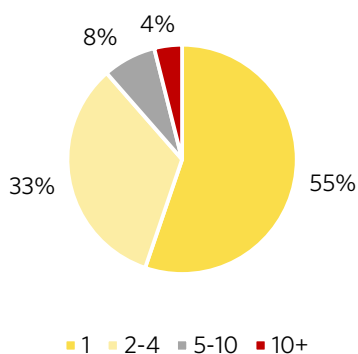
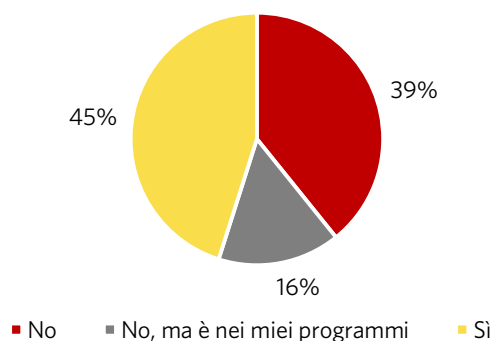


Grafico 3.23 Le è capitato di partecipare in veste di visitatore/pubblico?



- Diverse le motivazioni che hanno spinto a partecipare a pordenonelegge, ma la maggior parte afferenti al prestigio della manifestazione, al rapporto di stima con gli organizzatori del festival e alle loro scelte curatoriali.

3.24 Perché la prima volta ha deciso di accettare l'invito a prendere parte a pordenonelegge?



Principali highlights

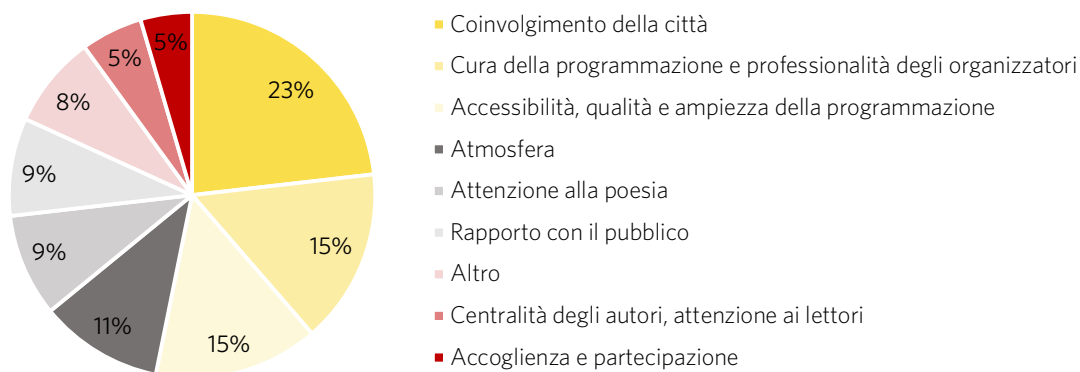
- C'è una generale percezione di costante miglioramento dell'organizzazione del festival. È riconosciuta l'espansione della manifestazione sia come numero di appuntamenti e ospiti sia come rilevanza a livello nazionale e internazionale. In rari casi sono riscontrate alcune piccole criticità fisiologiche di questa crescita, dettate dal fatto che la manifestazione si è ingrandita ed è diventata più complessa.

“L'aumento dello staff, dei collaboratori, degli sponsor della manifestazione, non ha impedito che l'organizzazione del festival rimanesse a diretto contatto con il sentire dei cittadini e con le aspettative dei turisti o degli ospiti. L'appuntamento di settembre, pur rivelandosi sempre più ampio e complesso, riesce tutt'oggi a "far sentire a casa" e a proprio agio gli appassionati della scrittura e della lettura che vi partecipano. Questo risultato credo sia proprio il frutto di grande esperienza organizzativa, maturata e distillata in 20 anni di fortunate e accurate edizioni.”

“Scelte sempre più insolite, a volte spiazzanti, nell'accostamento tra autori o autore-presentatore, e uno sguardo anticipatore sono due caratteristiche sempre più forti e peculiari di un festival che non si accontenta di fotografare la realtà letteraria ma suggerisce percorsi incrociati e intuisce il talento.”

- Il giudizio sul cambiamento della città è meno sicuro (20% “non so”, 34% senza risposta), ma la netta maggioranza di quelli che esprimono un giudizio afferma di aver visto un miglioramento. Pordenone è percepita come più vivace, dinamica, accogliente e aperta. L'impressione è che sia progressivamente cresciuta la consapevolezza dei residenti dell'importanza della manifestazione, e che la città abbia fatto propria la festa. Nel complesso si evidenzia una crescente interazione tra evento culturale e tessuto cittadino.
- Uno degli aspetti più rilevanti è che l'84% degli autori ritiene che pordenonelegge presenti fattori di unicità rispetto ad altri festival di settore. In particolare, il grande coinvolgimento della città e la cura e qualità della programmazione sono i principali elementi distintivi di pordenonelegge. È molto apprezzato anche il fatto che sia una manifestazione “a misura d'uomo” che allo stesso tempo riesce a garantire una programmazione ampia, diversificata e accessibile a un largo pubblico.

3.25 Gli elementi di unicità di pordenonelegge rispetto ad altri festival di settore



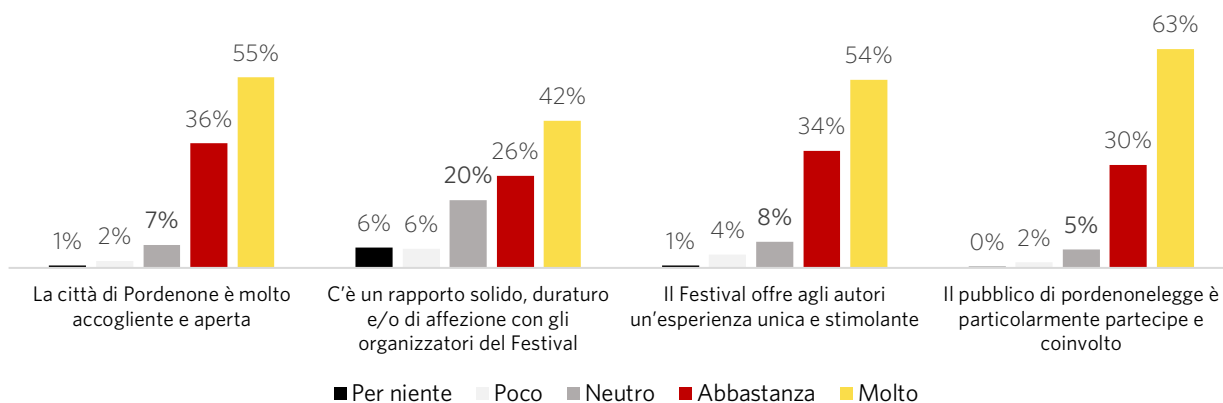
“La cura per il territorio, l'impegno a stimolare la poesia come capacità di astrazione umana, il coinvolgimento delle giovani generazioni a "tutto tondo”

“La città diventa il festival, l'atmosfera è straordinaria, unica, coinvolgente e stimolante.”

“Ci sono grandi manifestazioni che sembrano funzionare come un ingranaggio, altre che costruiscono piccole isole, tutti si sfiorano senza uscire dalla propria traccia e dal proprio ruolo. Pordenonelegge invece ha la bellezza di assomigliare alle sue stesse strade, che sono fatte per incrociarsi e convergere a un punto comune. La cosa che sta al centro qui è la letteratura, forse è questa chiarezza di fondo che tiene tutto insieme con una strana armonia.”

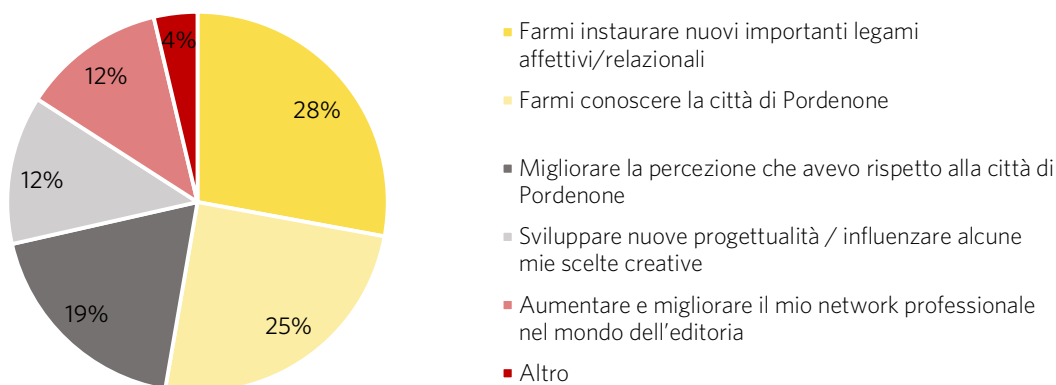
- L'86% degli autori si sente affezionato a Pordenone.
- I giudizi sull'accoglienza della città, l'esperienza del festival e la partecipazione del pubblico sono molto positivi, come evidenziato nel Grafico 3.26.

Grafico 3.26 Quanto è d'accordo con le seguenti affermazioni?



- La partecipazione al festival ha contribuito soprattutto a far instaurare nuovi legami affettivi e relazionali (28%), a far conoscere meglio Pordenone (25%) e a migliorare la percezione che si aveva della città (19%).

3.27 Partecipare a Pordenonelegge ha contribuito a



Nota: nella categoria "altro" rientrano diverse risposte tra cui si segnalano: "Aver fatto conoscere la mia storia e la possibilità di trasmettere un messaggio di speranza a un pubblico ampio di persone"; "Credere ancora nella poesia"; "Favorire la conoscenza della mia terra (Città e Regione) in contesti internazionali".

- Il festival offre spazi di dialogo con il pubblico e gli studenti, rappresenta un'occasione importante per ritrovare amici e colleghi, ma anche di intrecciare nuove amicizie e collaborazioni professionali durature. Per la maggioranza degli autori il momento più memorabile resta quello dove hanno presentato il proprio primo libro. L'aspetto più interessante forse è che in molti ricordano, accanto a singoli incontri con colleghi e professionisti del settore che hanno offerto stimoli dal punto di vista intellettuale, i tanti momenti nati da situazioni più informali.
- L'89% degli autori ritiene che il festival abbia contribuito considerevolmente a far conoscere Pordenone.

Grafico 3.30 Qual è la prima edizione del festival a cui ha fatto partecipare i suoi studenti?

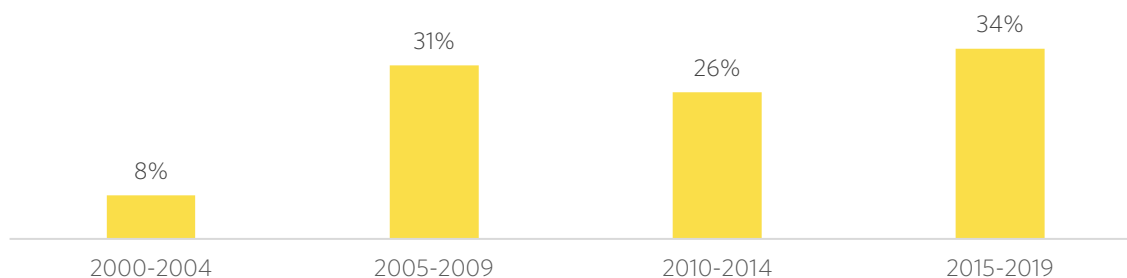
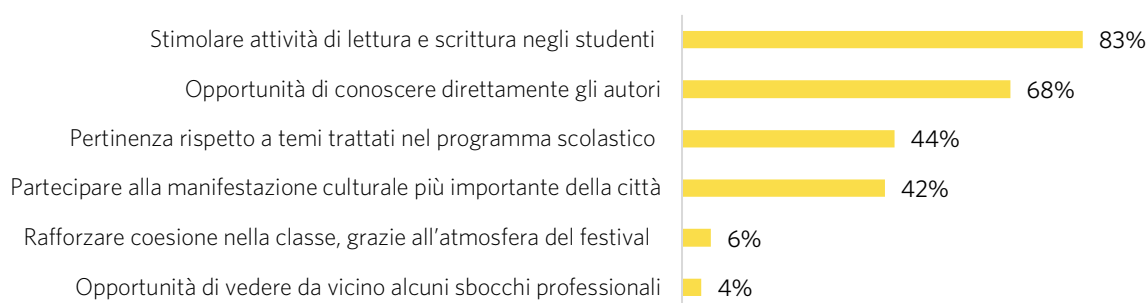


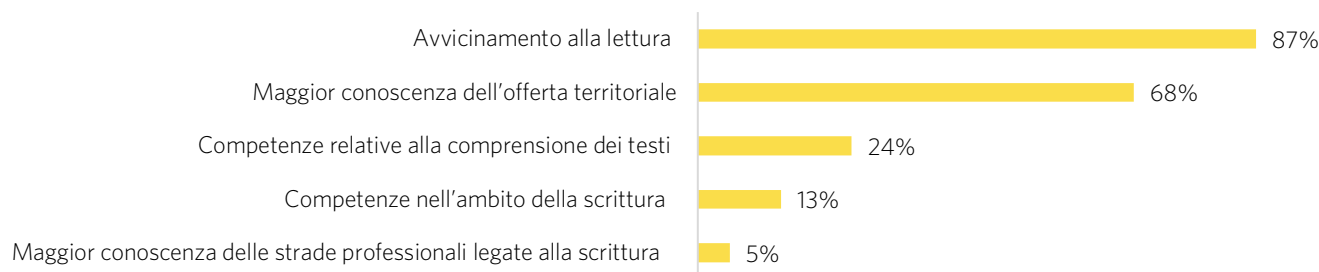
Grafico 3.31 Qual è la principale ragione che l'ha spinto a scegliere pordenonelegge come uscita didattica?



Principali highlights

- Rispetto agli obiettivi raggiunti percepiti: in tanti hanno risposto che c'è stato un avvicinamento alla lettura (87%) e una maggiore conoscenza dell'offerta territoriale (68%). Meno educatori, invece, hanno percepito un incremento delle competenze di scrittura (13%), di comprensione testi (24%) e della consapevolezza delle strade professionali (5%).

Grafico 3.32 Cosa crede abbiano imparato i suoi studenti?



- A quali attività complementari hanno partecipato oltre al festival: incontri durante l'anno (31%) e concorsi letterari (31%). Solo l'8% alla scrittura per ragazzi. Il 23% a nessuna, ma ha intenzione di parteciparvi (possibilità di crescita per i programmi esistenti), mentre il 7% a nessuna perché non rientrano negli interessi scolastici (da qui emerge una riflessione rispetto al potenziale di creazione di nuovi percorsi più allineati ai programmi scolastici). Gli insegnanti esprimono un parere anche su come pordenonelegge potrebbe essere più utile

alla scuola (Grafico 3.33): attraverso l'organizzazione di presentazioni nelle scuole (43%), attività di formazione agli insegnanti su temi attinenti al mondo letterario (56%), incontri con gli autori anche durante l'anno (60%) e nelle scuole (55%).

Grafico 3.33 Con quali altre attività l'organizzazione di pordenonelegge potrebbe essere ulteriormente utile alla scuola anche extra festival?



- Il 74% sostiene che il festival abbia contribuito a far conoscere Pordenone in Italia e all'estero.
- Le aspettative degli insegnanti per le prossime edizioni sono: maggiore accesso per le scuole e facilità d'iscrizione, oltre che maggior numero di laboratori; offerta sempre più varia e di qualità (lectio magistrali, incontri scientifici, ecc.); aumento del numero degli autori e della loro permanenza

Il festival in parole



L'esperienza del festival a parole



3.5. Gli studenti

Carta di identità

- La quasi totalità dei partecipanti al questionario frequenta la scuola secondaria di secondo grado e il 74% è femmina. Metà degli intervistati è venuto a conoscenza del festival tramite la scuola, ma poi è tornato indipendentemente dagli impegni scolastici.

Grafico 3.34 Anno di nascita

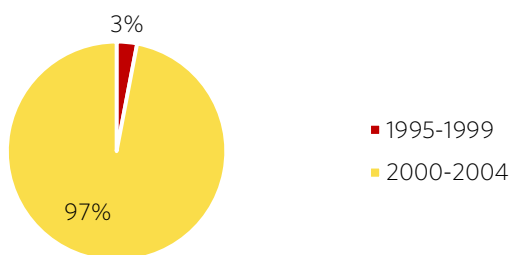


Grafico 3.35 Residenza

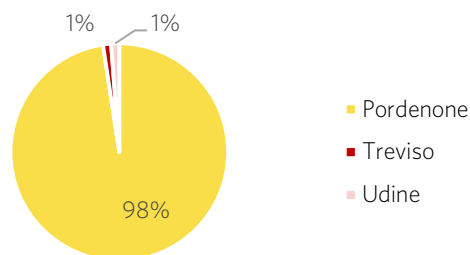


Grafico 3.36 Quante volte hai partecipato al festival?

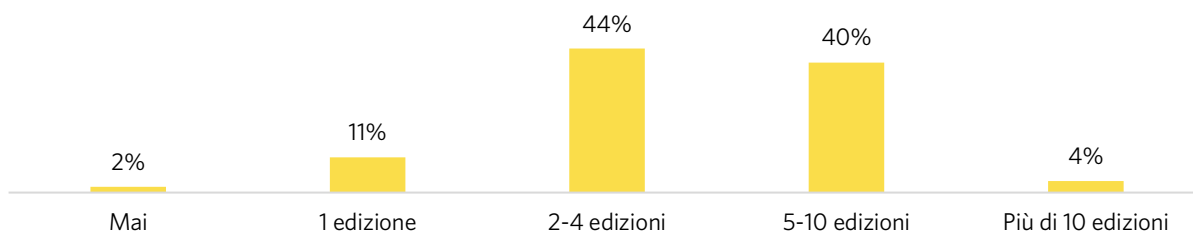


Grafico 3.37 Sei venuto a conoscenza del festival grazie alla scuola?

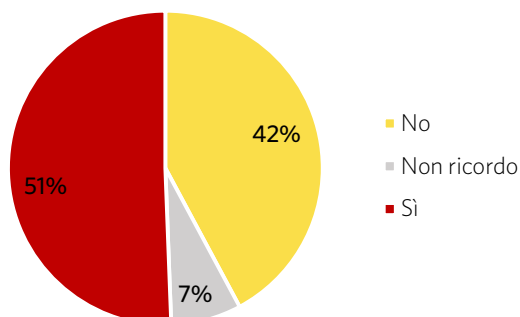
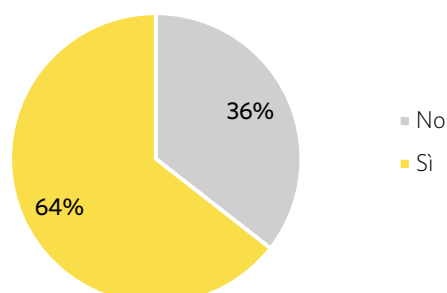
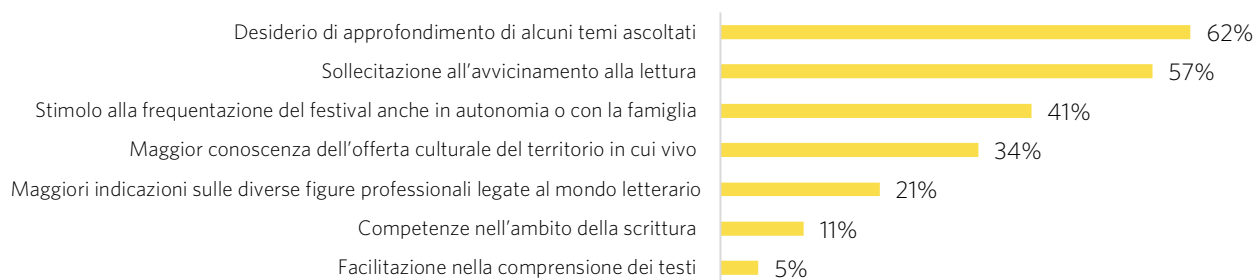


Grafico 3.38 Sei tornato indipendentemente dalla scuola?



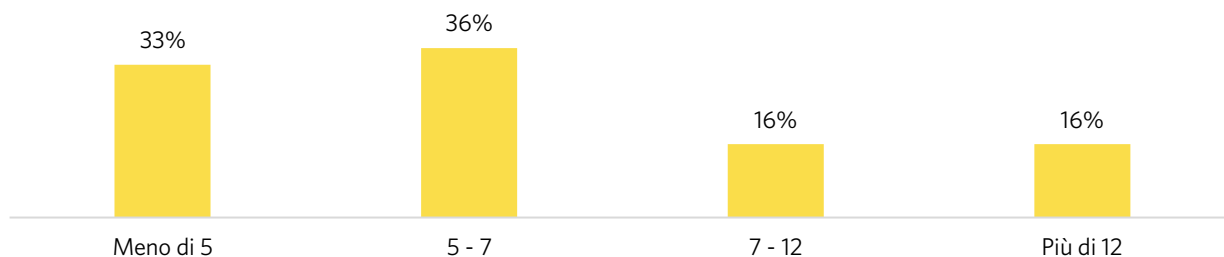
- Obiettivi raggiunti, confermando quelli percepiti dagli insegnanti (Grafico 3.39): avvicinamento alla lettura (57%), spinta all'approfondimento dei temi ascoltati (62%) e conoscenza dell'offerta territoriale (34%). Il 41% ha affermato che ha avuto stimolo a tornarci indipendentemente dalla scuola. Solo l'11% ha affermato che ha acquisito competenze nella scrittura e il 5% nella comprensione del testo. A differenza di quanto affermato dagli insegnanti, il 21% ha acquisito informazioni sulle figure professionali del settore.

Grafico 3.39 Cosa ti ha lasciato pordenonelegge?



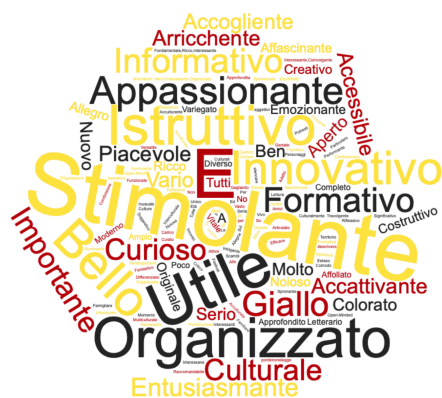
- Rispetto alle attività organizzate dalla Fondazione durante l'anno, solo il 18% afferma di avervi partecipato, il 12,5% di avere intenzione, l'11% di non essere interessato e il 54% di non aver avuto tempo/occasione.
- Abitudini di lettura (Grafico 3.40): il 32% legge meno di 5 libri l'anno, il 36% da 5 a 7, il 16% da 7 a 12 e il 16% più di 12. Il 77% reperisce i libri in librerie generaliste, il 53% da rivenditori online e il 33% in biblioteca. Percentuali più basse in librerie specializzate (11%), bancarelle dell'usato (11%), download gratuiti (13%) e prestiti da conoscenti (17%).

Grafico 3.40 Quanti libri leggi all'anno?



- Il 56% degli intervistati sostiene che pordenonelegge abbia contribuito a far conoscere Pordenone in Italia e all'estero.
- Le aspettative e le richieste degli studenti per le prossime edizioni sono tutte molto direzionate verso l'attualità, l'integrazione, il coinvolgimento di autori stranieri ed emergenti, o proposte settoriali come ad esempio dibattiti politici, conferenze scientifiche e temi di forte rilevanza sociale e globale.

Il festival in parole



L'esperienza del festival a parole



3.6. I giornalisti

Carta di identità

- Il 60% dei giornalisti esercita la professione da oltre vent'anni; la maggior parte lavora per stampa (56%) online (18%) e radio (12%) su media generalisti (76%) che hanno copertura prevalentemente locale (54%) o comunque nazionale (40%).
- Il motivo principale che ha portato inizialmente a scrivere di pordenonelegge è legato alla specializzazione su rubriche di approfondimento culturale (46%), l'appartenenza a un media locale (20%) ma anche la rilevanza del festival (14%).

Grafico 3.41 Da quanti anni esercita la professione?

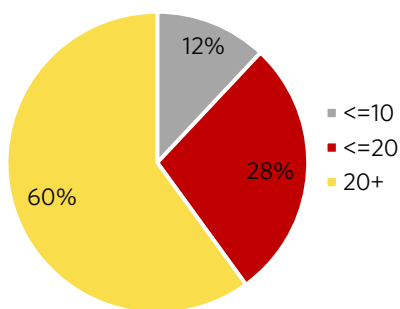


Grafico 3.42 Tipologia di media

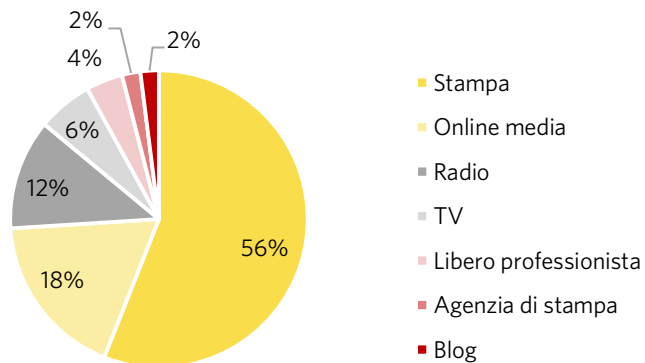


Grafico 3.43 Specializzazione del media

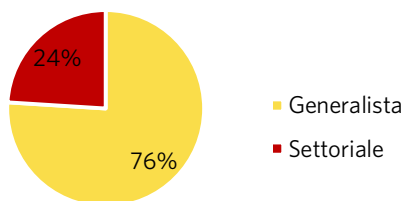


Grafico 3.44 Raggio di azione del media

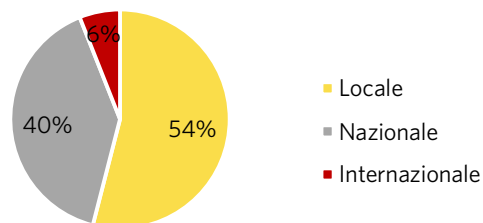


Grafico 3.45 Quante edizioni ha raccontato come giornalista?

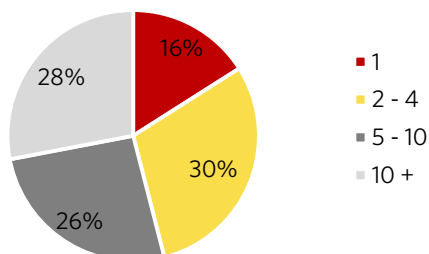
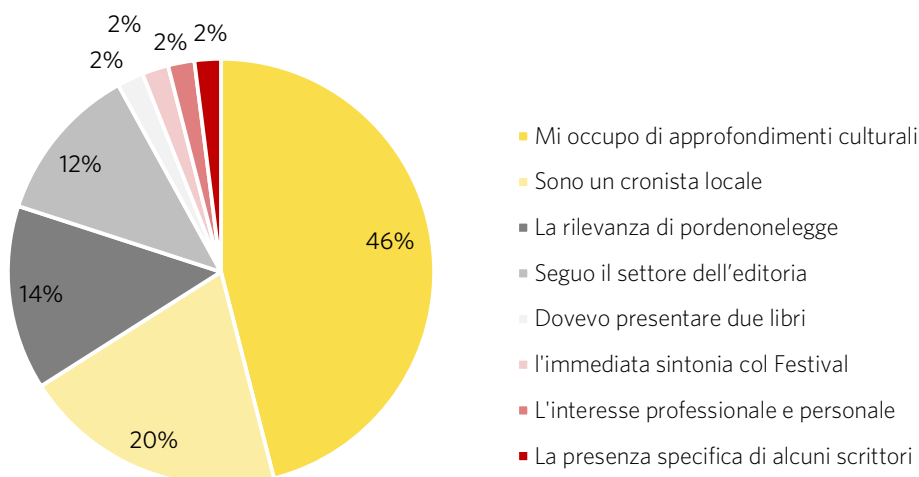


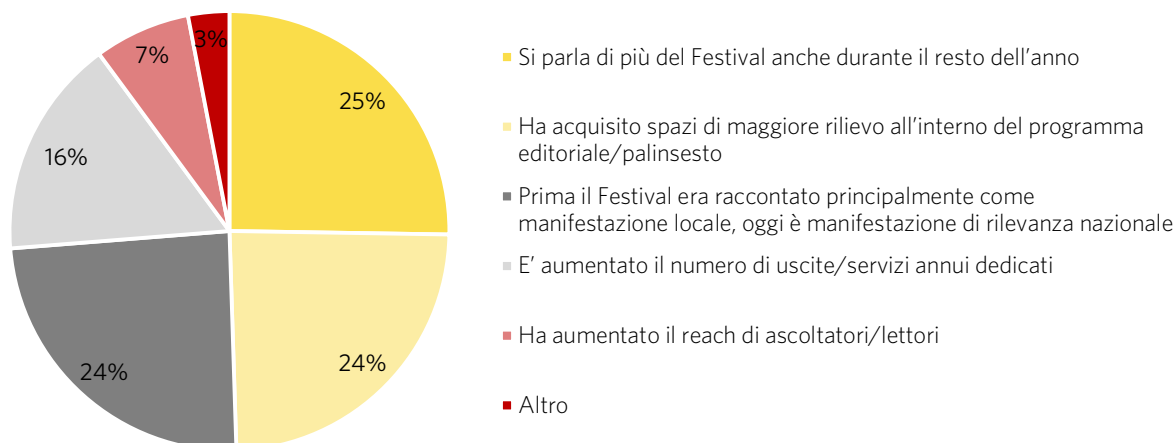
Grafico 3.46 Cosa l'ha portata inizialmente a scrivere su pordenonelegge?



Principali highlights

- Dal punto di vista dei giornalisti, il racconto di pordenonelegge si è evoluto negli anni portando a una maggiore copertura anche durante il resto dell'anno. Il festival ha inoltre acquisito sempre più spazio nella stampa e viene rappresentato come una manifestazione di rilevanza nazionale e non più solo locale.

Grafico 3.47 Come si è evoluto il racconto di pordenonelegge negli anni?



- Uno dei dati più interessanti è l'ampio consenso sul fatto che il festival abbia contribuito considerevolmente a migliorare l'immagine di Pordenone e a far conoscere la città in Italia e all'estero.
- Inoltre, il 92% dei giornalisti ritiene che il festival abbia fatto da traino rispetto all'emergere sul territorio di altre iniziative culturali di interesse per i media.
- I giornalisti si aspettano in generale continuità, con maggiore attenzione all'editoria digitale, più legami e collaborazioni con altre iniziative sul territorio, un'intensificazione delle attività extra festival, e infine maggiore attenzione ad altri linguaggi e discipline.

3.7. I partner/sponsor

Carta di identità

- Il campione è composto da piccole-medie imprese (75% sotto i 50 dipendenti) radicate nel territorio (75% con sede a Pordenone). Si tratta di un campione affezionato, poiché il 61% è partner del festival più di 5 anni, anche se il 64% stanziava un budget inferiore a 5 mila euro, e solo il 14% tra 25 e 50 mila euro.

Grafico 3.48 Numero di dipendenti

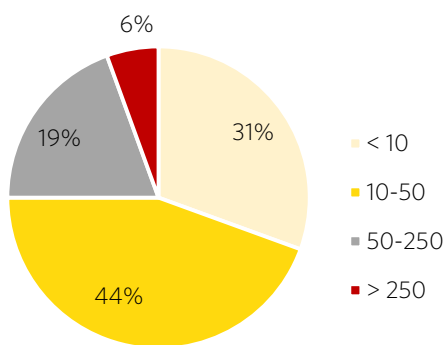


Grafico 3.49 Anno di apertura

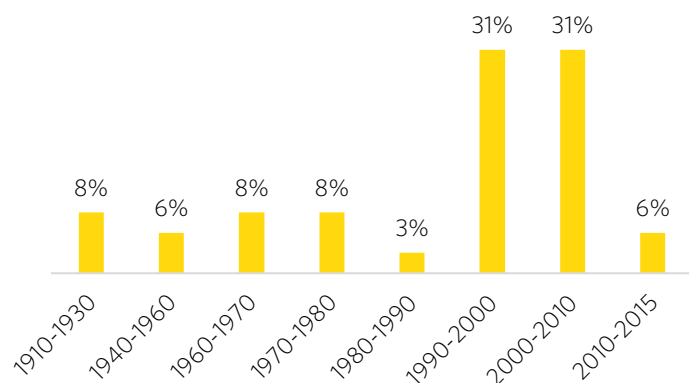


Grafico 3.50 Sede

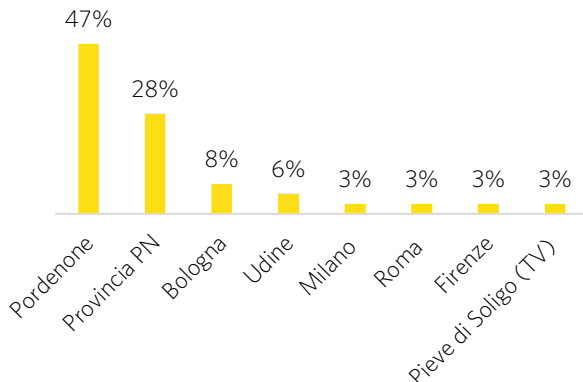
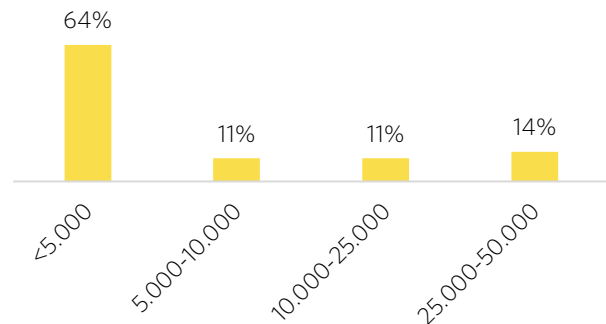


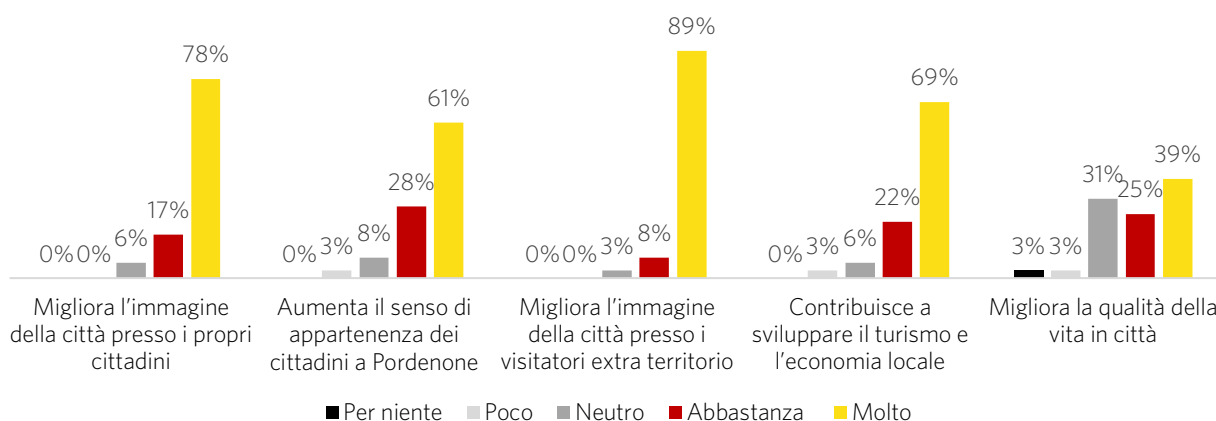
Grafico 3.51 A quanto ammonta il budget di partnership per il festival?



Principali highlights

- Per quanto riguarda l'impatto del festival sulla città (immagine interna ed esterna, turismo ed economia, qualità vita) (Grafico 3.52), rispetto ai campioni dell'economia locale, i partner registrano in assoluto il numero più alto di giudizi "molto" positivi. Al campione veniva inoltre chiesto l'impatto del festival sul senso di appartenenza dei cittadini (89% risposte positive, tra molto e abbastanza). Questo dato può essere spiegato dal maggiore livello di coinvolgimento rispetto agli attori commerciali e alle imprese.

Grafico 3.52 La presenza del festival pordenonelegge in città



- Il questionario voleva determinare lo stato della relazione tra partner e festival. Ne emerge una situazione molto positiva: il 75% si ritiene partner piuttosto che sponsor, elemento che evidenzia un forte coinvolgimento nel festival; l'83% è molto orgoglioso di esserlo, e ritiene la collaborazione con il festival motivo di orgoglio per i dipendenti/collaboratori (91%) e per i clienti (80%); il 58% ritiene che il rapporto con il festival sia evoluto negli anni, evidenziando un coinvolgimento maggiore, e un'organizzazione sempre più professionale e attenta alle necessità dei partner. I commenti evidenziano il passaggio da sponsor a partner, giungendo ad una condivisione degli obiettivi e ad una collaborazione attiva e costante tutto l'anno.

“Il lavoro in sinergia con lo splendido staff del festival è diventato di anno in anno sempre più profondo, sia da un punto di vista professionale che personale. Questo ha permesso una continua evoluzione, una condivisione di obiettivi e di intenti in positivo.”

Grafico 3.53 Si sente orgoglioso di essere sponsor/partner del festival?

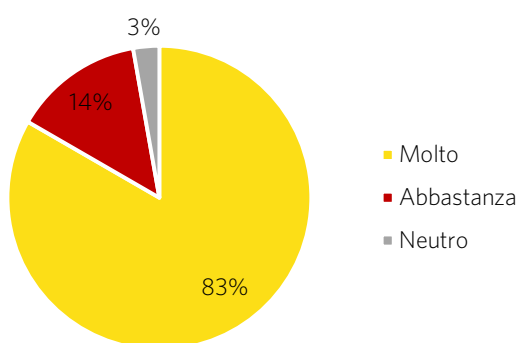
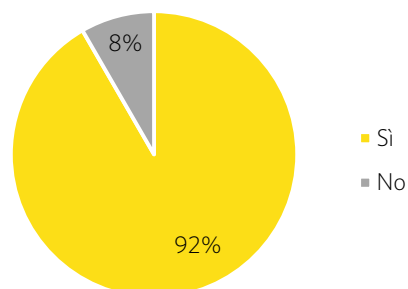
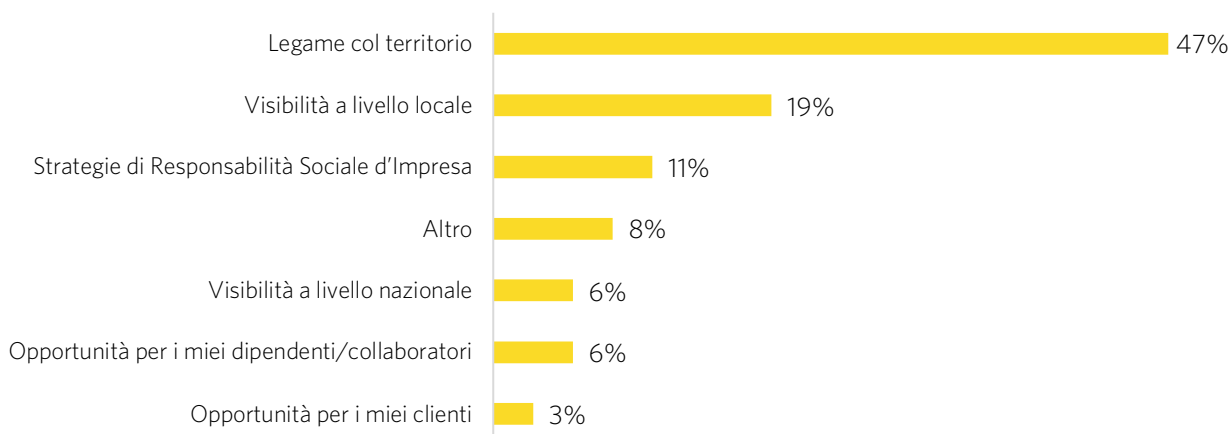


Grafico 3.54 Pensa che il supporto al festival rappresenti un'occasione di coinvolgimento/motivo di orgoglio per i suoi dipendenti/collaboratori?



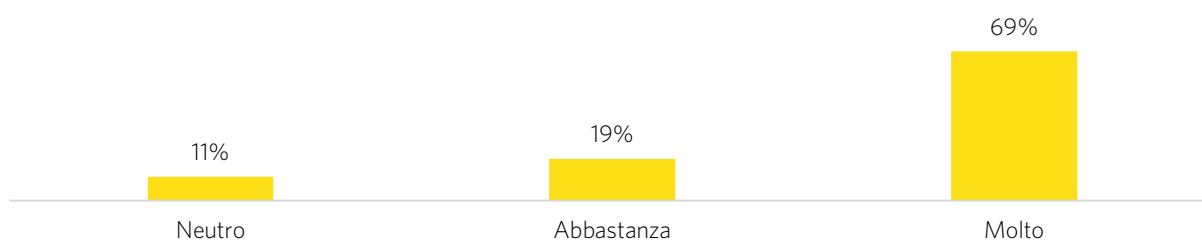
- Tra i motivi che hanno spinto a diventare partner emerge molto il legame territoriale: il 47% parla infatti di legame con il territorio, mentre il 19% adduce la “visibilità a livello locale” come causa primaria della scelta. Sotto “altro”, compaiono come ragioni l'importanza del festival a livello culturale e sociale, la diffusione della lettura, l'importanza di creare una “sinergia culturale”, in linea con i principi della responsabilità sociale e di impresa.

Grafico 3.55 Qual è il motivo principale che l'ha spinto a diventare sponsor/partner di pordenonelegge?



- Anche il livello di affezione è molto alto (Grafico 3.56): la maggioranza delle risposte è molto positiva (69%), raggiungendo l'89% con gli "abbastanza". È importante notare l'assoluta mancanza di "poco" o "per niente".

Grafico 3.56 Quanto si sente affezionato a pordenonelegge?



- Infine, per quanto riguarda l'**influenza del festival sull'azienda**, il festival sembra aver avuto un'influenza positiva in termini di visibilità (cfr. Grafico 3.57, il 52 % dà un giudizio abbastanza o molto positivo), meno positiva per quanto riguarda l'espansione del network (36% poco, 31% neutro).

Grafico 3.57 Quanto il Festival ha contribuito a migliorare l'immagine della sua azienda?

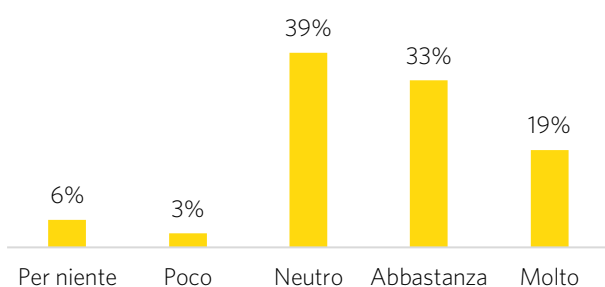


Grafico 3.58 Quanto il Festival ha contribuito a espandere il suo network professionale?

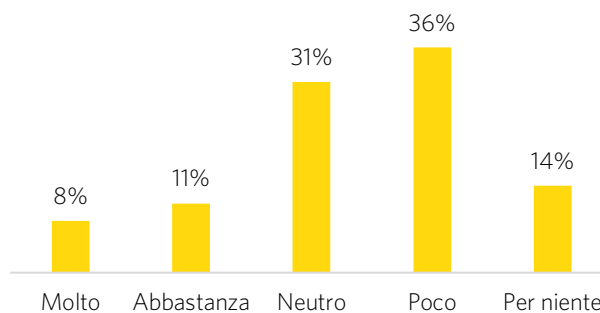
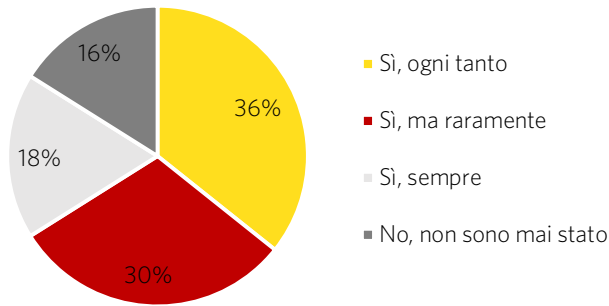


Grafico 3.61 Partecipa in veste di pubblico al festival?



Principali highlights

- La percezione dell'impatto del festival sull'immagine della città (turisti e cittadini), il turismo e l'economia locale, e la qualità della vita rispecchiano un trend simile a quello degli imprenditori, anche se le statistiche sono leggermente più positive (+ 10% ca, probabilmente dovuto a un maggior coinvolgimento nel tessuto cittadino). Un dato interessante è che l'82% dei rispondenti menziona pordenonelegge quando promuove la città a clienti o interlocutori esterni (Grafico 3.64), e che in molti si sentono affezionati alla manifestazione.

Grafico 3.62 La presenza di pordenonelegge in città

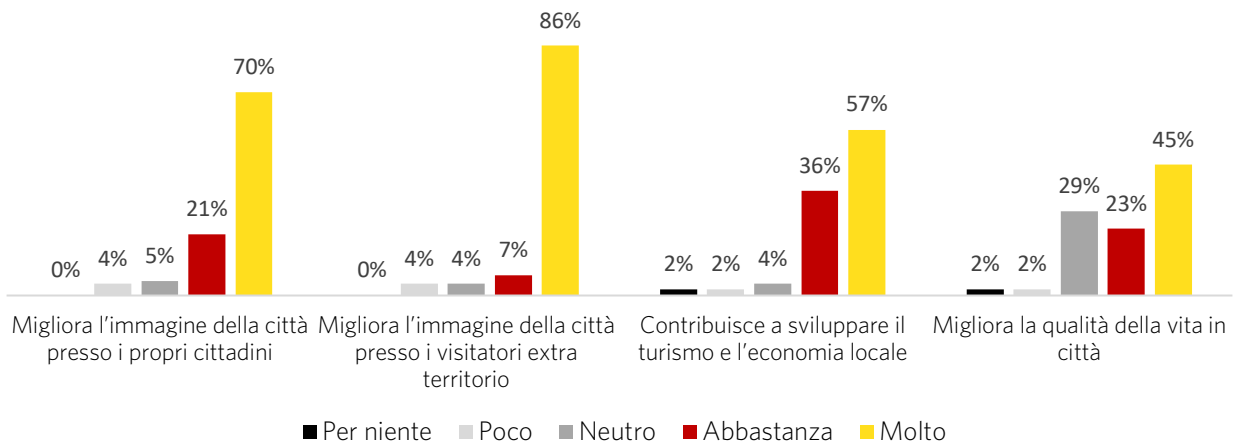


Grafico 3.63 Durante questi 20 anni di festival, ha notato un cambiamento nel profilo e nei comportamenti dei visitatori?

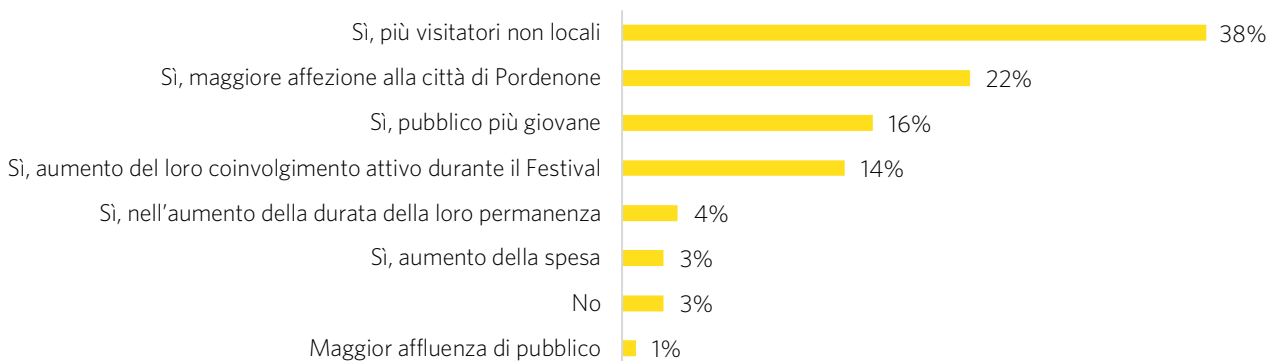


Grafico 3.64 Le capita di menzionare pordenonelegge per promuovere la città con i clienti e/o altri interlocutori extra territorio?

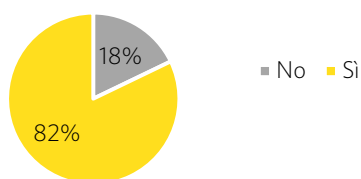
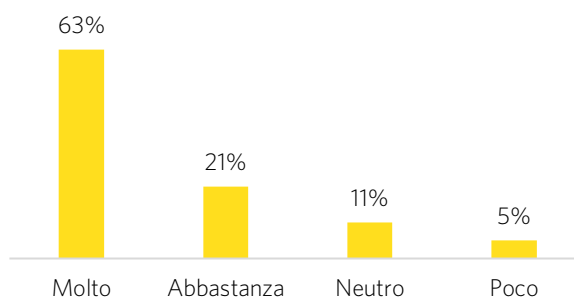


Grafico 3.65 Quanto si sente affezionato a pordenonelegge?



- Gli operatori commerciali rilevano un impatto del festival sul proprio business (Grafici 3.66-3.69), in linea con quanto espresso dallo studio sull'impatto economico del 2015. Infatti, il 66% indica il festival come motivo di diversificazione/espansione e apertura della propria attività. Di questi, un 9% dichiara che il festival ha contribuito in maniera determinante nella scelta di non chiudere l'attività. Il 55% indica un impatto sul fatturato dovuto al festival, che si attesta al 5-10% nel 46% dei casi. Il 50% adotta strategie specifiche durante il festival (*visual merchandising*, attività di comunicazione ad hoc), il 46% dice di adottare strategie simili in occasione di altri eventi, e di questi il 38% attribuisce al festival questa decisione.

Grafico 3.66 La presenza del Festival ha influito sulla sua attività commerciale?

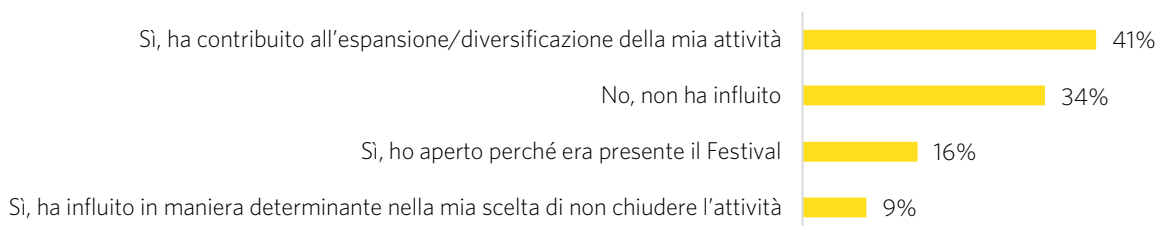


Grafico 3.67 In termini percentuali, quanto la presenza del festival impatta sul suo fatturato annuale?

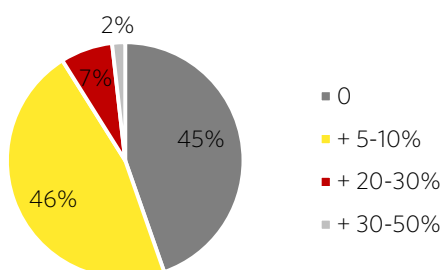


Grafico 3.68 La presenza del festival le offre l'occasione di sviluppare strategie commerciali ad hoc?

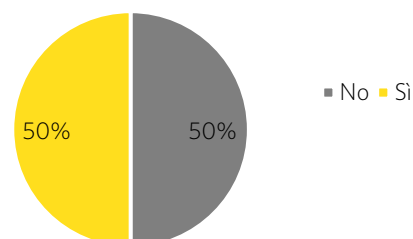
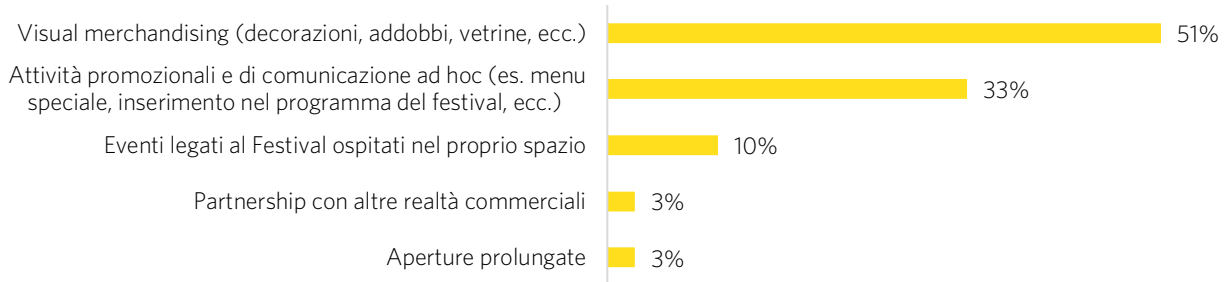
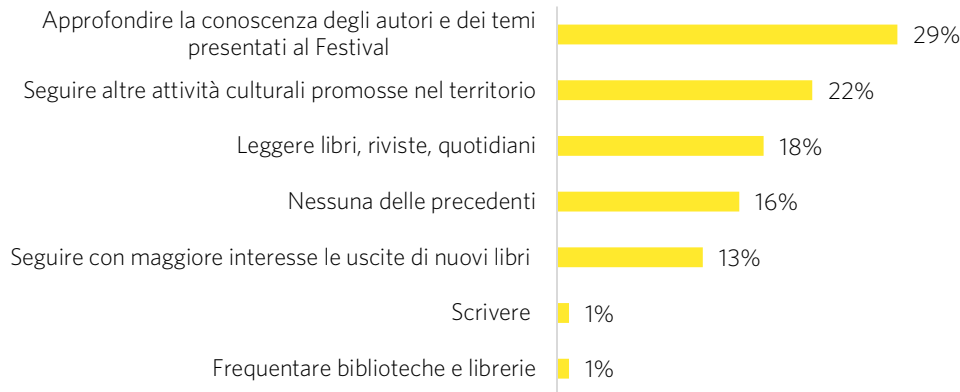


Grafico 3.69 Se sì, tramite quale attività?



- Infine, il questionario prevedeva una serie di quesiti sull'impatto sui consumi culturali (Grafico 3.70): il festival ha portato l'84% del campione ad aumentare i propri consumi culturali (in primis seguire gli autori e temi del festival, seguire attività culturali del territorio, leggere e seguire le uscite dei libri).

Grafico 3.70 Da quando esiste il Festival dedica più tempo a:



- La maggior parte dei rispondenti si aspetta continuità e crescita del festival in termini di popolarità, con un'offerta più stupefacente, con autori importanti, un aumento del pubblico, anche fuori regione. Questo si traduce in un aumento del lavoro, della capacità di spesa del pubblico, e quindi dell'offerta commerciale. Alcuni richiedono una variazione nel format: portare il festival in luoghi inconsueti, in tutta la città, e nei negozi, dando agli esercenti la possibilità di organizzare in modo autonomo piccoli eventi.

Pordenone prima del festival



Pordenone dopo l'avvento del festival



3.9. Gli imprenditori

Carta di identità

- Il campione rispecchia l'economia locale, con delle sproporzioni: manca il settore del legno e vediamo un 40% delle imprese rispondenti appartenere al settore "Agricoltura, Floricoltura e Orticoltura". Questo dato può annacquare le statistiche, dal momento che le percezioni di questo settore sono le meno positive, anche a causa di una mancata frequentazione del festival (il 25% delle imprese del settore primario non è mai stata al festival). nel complesso, si tratta di imprese di piccole dimensioni, quasi tutte con un numero di dipendenti inferiore a 10.

Grafico 3.70 Anno di avvio attività

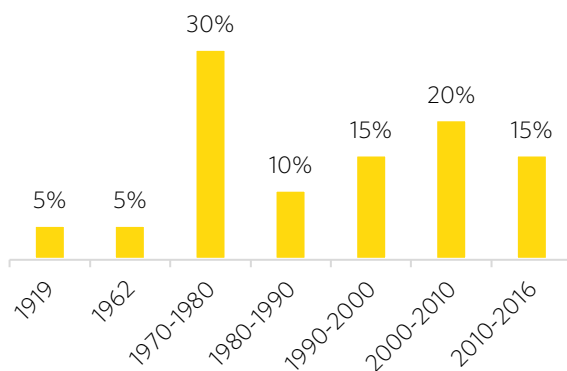


Grafico 3.70 Localizzazione

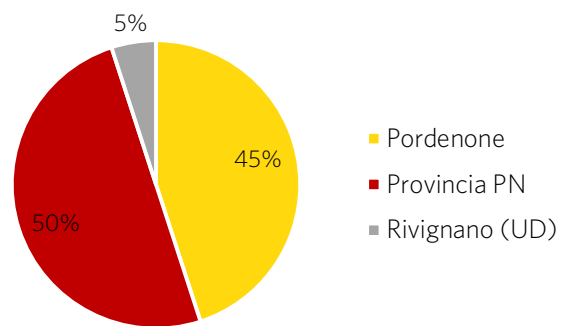


Grafico 3.71 Numero dipendenti

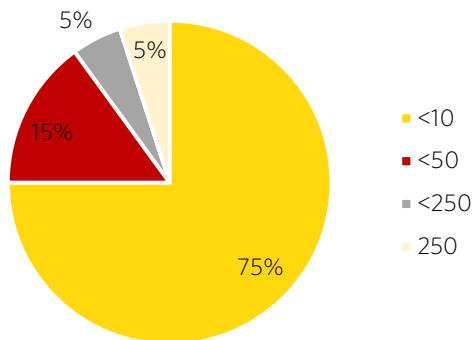


Grafico 3.72 Settore di attività

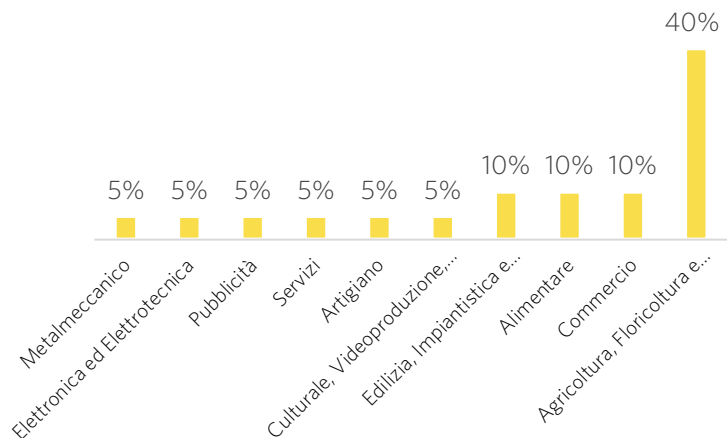
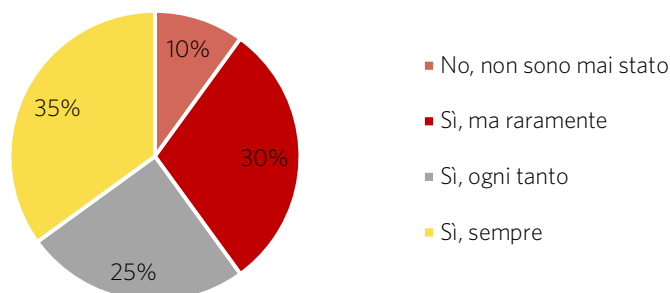


Grafico 3.73 Partecipa in veste di pubblico al festival?



Principali highlights

- Per quanto riguarda le percezioni (Grafico 3.74), queste sono molto positive riguardo l'impatto del festival sull'immagine della città per i visitatori esterni: il 75% dà un giudizio positivo sul ruolo che il festival ha avuto per far conoscere Pordenone, e il 70% menziona il pordenonelegge per promuovere la città al di fuori dei suoi confini (Grafico 3.75). Sempre positivo, anche se in misura minore, l'impatto del festival per i cittadini: secondo gli imprenditori l'immagine della città è sicuramente molto migliorata (70% molto), così come il turismo e l'economia locale (85% positivo, tra molto e abbastanza), e la qualità della vita (73% positivo, tra molto e abbastanza). Notiamo come i giudizi sull'immagine per i turisti e i cittadini siano sempre molto positivi (più entusiastici per turisti che per cittadini), e positivi per il turismo/economia locale e la qualità della vita (i più bassi). Nel complesso si evidenzia la mancanza di risposte "poco" o "per niente", che conferma una valutazione dell'impatto decisamente positiva.

Grafico 3.74 La presenza del festival in città

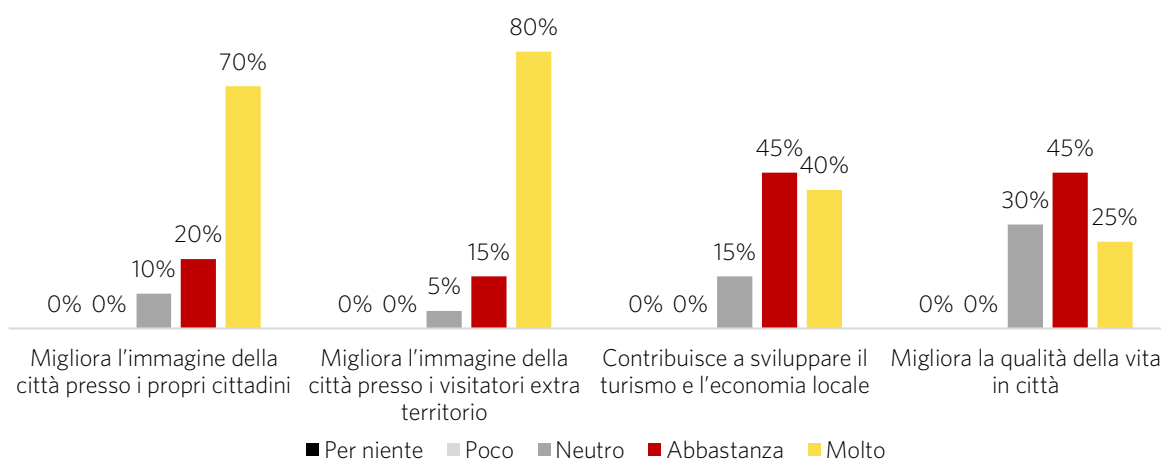


Grafico 3.75 Le capita di menzionare pordenonelegge per promuovere la città con i clienti e/o altri interlocutori extra territorio?

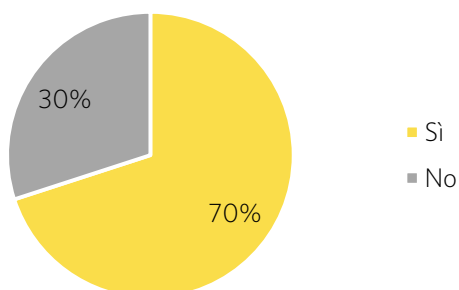
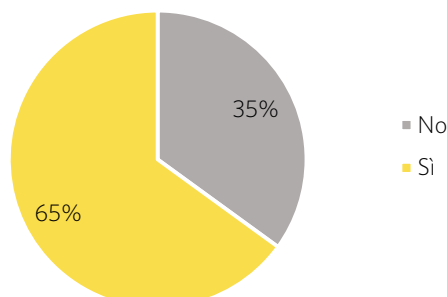


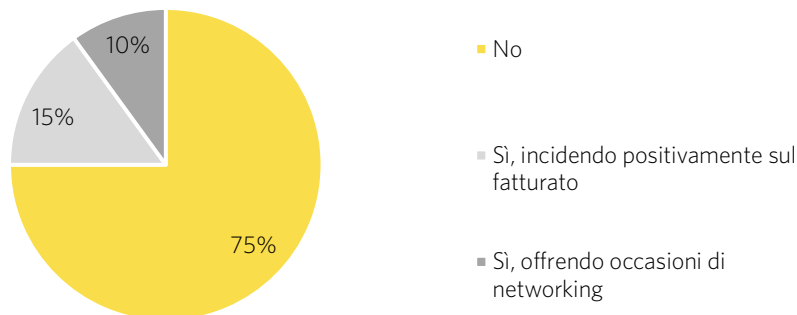
Grafico 3.76 È a conoscenza dell'impatto economico che il festival esercita sul territorio della provincia?



- Meno significativo invece l'impatto del festival sulle imprese: il 75% delle imprese intervistate dichiara di non aver riscontrato un impatto, imputando come cause la lontananza dal centro o l'incompatibilità del proprio settore di attività con quello del festival. È interessante però notare come uno stabile 25% dichiarò di aver beneficiato del festival in

termini di aumento del fatturato e del network, di aver sviluppato delle azioni ad hoc per il festival. Sempre il 25% dichiara di aver pensato di sostenere il festival, ma di aver desistito in quanto non è un contenuto in linea con le strategie di sponsorizzazione dell'impresa.

Grafico 3.77 La presenza del festival ha influito sulla sua attività imprenditoriale?



- In generale, le imprese consultate si aspettano più eventi fuori dal centro città, maggiore promozione e consapevolezza dell'evento a livello nazionale e internazionale, e continuità rispetto a quanto fatto negli ultimi anni.

Pordenone prima del festival



Pordenone dopo l'avvento del festival



3.10. Le associazioni

Carta di identità

- Il campione: sono associazioni attive nella cultura (44%), assistenza e volontariato (25%), e nello sport (23%); il 49% opera a livello provinciale o regionale; il 93% dichiara di avere uno stretto legame con il territorio di appartenenza, il 77% fa parte di una rete di associazioni e il 98% collabora con la pubblica amministrazione; le maggiori difficoltà riscontrate sono: reperimento fondi e spazi espositivi (47%), associati (21%), con un particolare riferimento ai giovani e/o ad associati che vogliono dedicare del tempo all'associazione, e il riconoscimento da parte del pubblico e/o della PA.

Grafico 3.78 Numero di associati

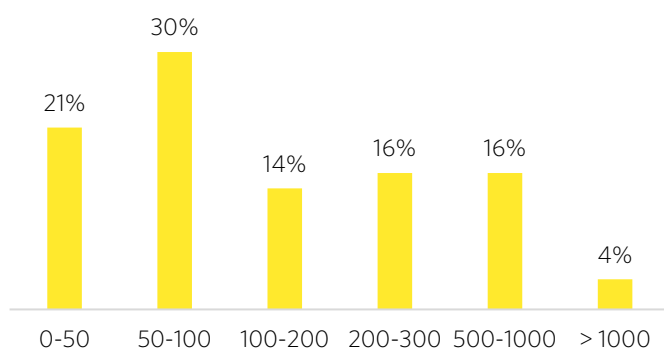
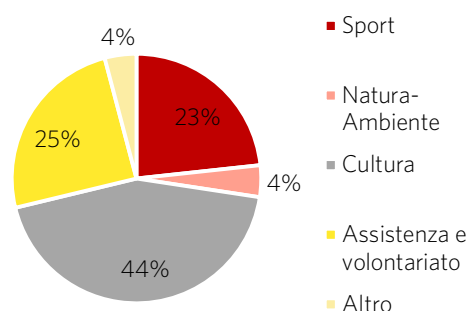


Grafico 3.79 Settore di attività



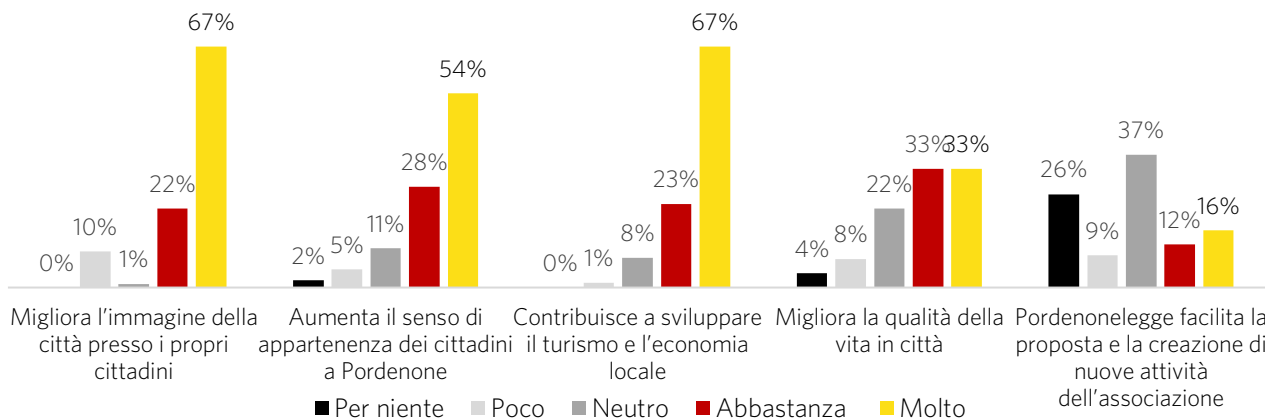
Principali highlights

- La percezione dell'impatto sulla città è in linea con quanto espresso dalle categorie precedenti (immagine interna, senso di appartenenza, qualità vita, turismo ed economia locale). Alla domanda sul cambiamento della città, il 68% dà un giudizio positivo, soprattutto in termini di vivacità, apertura, sviluppo e visibilità; il 26% dà risposte negative ma non legate al festival (impoverimento contenuti, crisi, individualismo).

“La città prima ospitava episodicamente la cultura, ora l'ha accolta”

“Pordenone si è imposta e si sta imponendo sempre più quale città della cultura, dell'arte, della filosofia e dello sport, e non solo quindi sotto una lente prettamente economica”

Grafico 3.80 La presenza del festival in città



- Per quanto riguarda l'impatto del festival sull'associazione, questo sembra più difficile da determinare. Infatti, il 91% del campione non è coinvolto nel festival (Grafico 3.81), e l'89% non ritiene che il festival abbia influenzato la decisione di fondare l'associazione (Grafico 3.82).

Grafico 3.81 L'associazione è direttamente coinvolta nell'organizzazione di pordenonelegge?

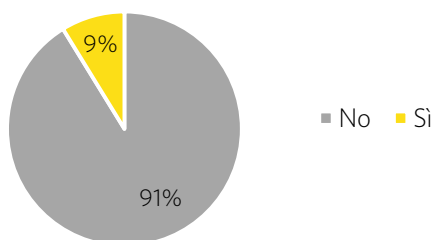
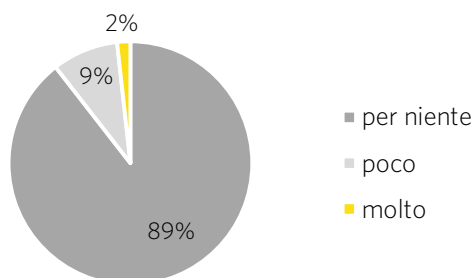


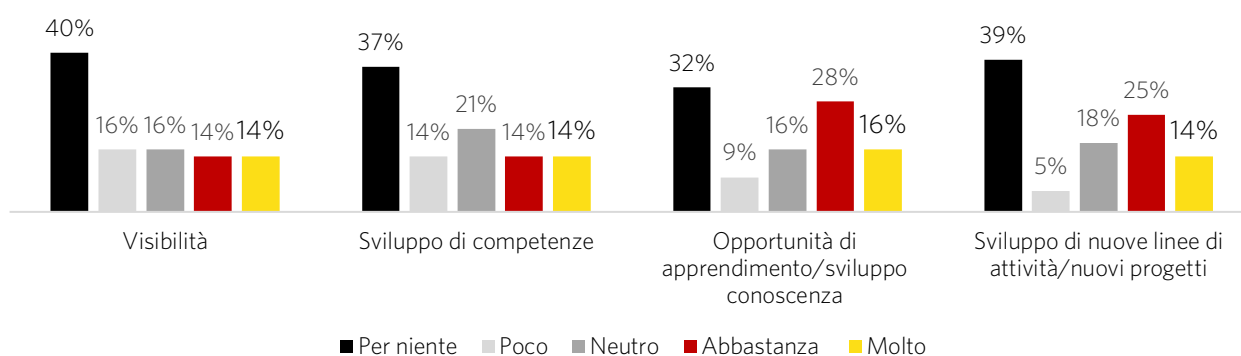
Grafico 3.82 La presenza del festival ha influenzato la decisione di fondare l'associazione?



* *Si: attraverso lo sviluppo di progetti culturali durante il Festival insieme alla Fondazione.*

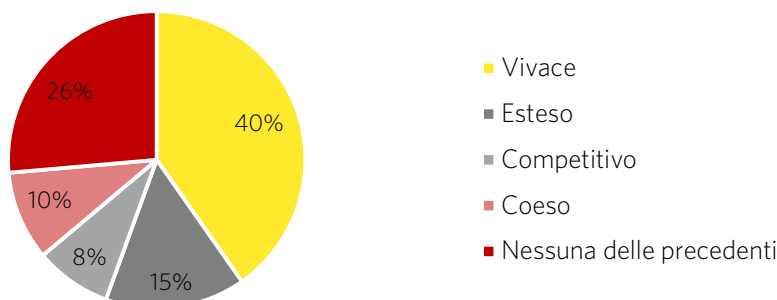
- Inoltre, si rileva una maggioranza di percezioni negative riguardo l'influenza di pordenonelegge sull'attività associativa in termini di visibilità, sviluppo di competenze, opportunità di apprendimento e sviluppo di nuove linee di attività. Queste ultime registrano però una buona percentuale di risposte positive (ca. 40%) indicando un'influenza positiva del festival; il 35% dichiara che il festival ha modificato il network associativo, portando a più associati, rafforzando il legame con le comunità e aumentando il legame con altre associazioni.

Grafico 3.83 Quanto la presenza del festival ha influenzato l'attività associativa in termini di



- Il 65% dei rispondenti ritiene che grazie al festival il tessuto associativo di Pordenone sia più vivace, esteso e coeso (Grafico 3.84).

Grafico 3.84 Grazie alla presenza del festival il tessuto associativo di Pordenone è più



- Si aspettano: più coinvolgimento delle associazioni, ampliamento dei temi trattati con maggiore aggancio alla contemporaneità, continuità nell'impegno e una gestione diversa dell'evento (su aspetti quali code, e format per evitare sovrapposizioni di appuntamenti).

Evidenze dalle interviste svolte durante il ciclo di incontri “Che si fa stasera?”

Gli incontri hanno approfondito alcuni aspetti già riscontrati nell'analisi dei questionari. Di seguito vengono riportati gli elementi più salienti.

1. Nascita

Molte associazioni nascono per rispondere a un'esigenza del quartiere come il semplice desiderio di incontrarsi. Alcune vedono la luce grazie all'intuizione di persone, gruppi di amici, o figure della parrocchia, che introducono nel quartiere sport poco conosciuti, pratiche di volontariato non ancora attive a livello locale, o l'impegno legato alla promozione e alla tutela di determinati valori. Forte, specie nelle associazioni più longeve, è stata l'influenza di parroci che hanno guidato i quartieri verso la creazione di comunità vivaci e solidali.

Altre storie sono invece dettate dal “caso”: il quartiere ha offerto loro la sede di cui si aveva bisogno, sede che all'inizio può essere un panificio, o un garage di amici. Sedi che spesso sono state tante, segnando storie di peregrinazioni nella città.

2. Criticità

Uno dei temi cardine nella discussione riguardo le difficoltà è stato proprio il reperimento di una sede adeguata, che spesso si risolve, se si risolve, dopo anni. Altra criticità ricorrente è quella dei volontari, che sembrano essere il tallone d'Achille di molte delle associazioni intervistate. Si lamenta infatti un generale disinteresse alla cosa pubblica, una perdita progressiva della cultura del volontariato, una crescente indifferenza, che rendono la partecipazione sempre meno continua, e sempre più difficile da stimolare. Difficoltà che coinvolgono tutte le fasce d'età, i giovani in primis, di cui si lamenta lo scarso impegno, e il loro distacco negli anni dell'università, se non già in quelli del liceo, in cui ci si allontana dal quartiere per andare sempre “in centro”. Si fa più fatica anche con le famiglie, che per i ritmi di lavoro odierni hanno meno tempo da dedicare, e con gli anziani, non più figure guida delle associazioni come una volta. Con il progressivo ritardarsi dell'età pensionabile, e l'impegno richiesto dai nipoti, è anzi frequente che questi si chiudano sempre più nelle loro realtà domestiche.

Interessante gli interventi riguardo il rapporto con associati di culture diverse, spesso travagliato e isolato nei tentativi. Si lamentano infatti il mancato supporto dell'amministrazione e la scarsa flessibilità della burocrazia. Altre associazioni hanno infine additato alla mancanza di rapporti e cooperazione tra loro, spesso dovuti al campanilismo capace di dividere i quartieri in tante piccole isole.

3. Successi

Parallelamente alle difficoltà, non sono mancati i successi: da storie di integrazione positiva, ad associazioni che hanno saputo coinvolgere i giovani e le famiglie, a quartieri vivaci dove c'è collaborazione, se non amicizia, tra le singole realtà, o dove gli incontri hanno fatto emergere la volontà di iniziarla.

Gli ingredienti del successo sono difficili da tracciare. Si tratta spesso di sinergie tra personalità carismatiche e coinvolgenti, volontari, anche giovani, coinvolti in prima persona, una cultura della partecipazione radicata nella storia del quartiere, reti sviluppate e inclusive tra associazioni.

4. Futuro

Collaborazione è stata la parola chiave dei desideri riguardo il futuro. Collaborazione tra associazioni per dare continuità ai quartieri, oltre i singoli eventi. Collaborazione per continuare a trasmettere i valori dell'associazionismo, per promuovere il valore di un'educazione non solitaria, ma solidale. Per far rinascere il mondo del quartiere e riproporre quello che un tempo era, ma in una chiave contemporanea.

5. Pordenonelegge

Gli incontri sono stati un vulcano di idee per quanto riguarda il rapporto del festival con le associazioni. C'è chi ha proposto collaborazione nei cinque giorni di settembre: da incontri su autori o temi specifici, legati agli interessi dell'associazione o alla storia del quartiere, all'offerta di aiuto, e alla richiesta di spazi per promuovere le proprie cause. Molto frequente la proposta di ospitare pordenonelegge nel quartiere, per farne conoscere le eccellenze e coinvolgerlo maggiormente nella vita cittadina.

Altre associazioni si sono invece spinte a proporre una collaborazione durante l'anno. La continuità oltre i giorni del festival è un tema molto sentito: si vede la volontà di collaborare con la Fondazione, di imparare da questa, per aiutare la realtà dell'associazione e rivitalizzare il quartiere. Pordenonelegge viene infatti elogiato per aver segnato un tracciato, ed è preso spesso come esempio.

Oltre agli spunti per la collaborazione, gli incontri hanno fatto emergere un'importante affezione a pordenonelegge e un riconoscimento della sua importanza per la città. Molte associazioni si sono dimostrate attente alla manifestazione, agendo da "vivavoce" del festival per i loro associati. Molte riportano di sospendere le attività durante la settimana del festival, per favorire e promuovere la partecipazione. Un caso molto interessante quello delle associazioni giovanili, dove si promuove una continuità nel volontariato, invitando i ragazzi a partecipare come angeli.

Gli incontri hanno confermato e dato maggior consistenza a quanto emerso dai questionari. La realtà delle associazioni è segnata da un legame importante con il territorio, ed è attraversata da criticità comuni, che non ostacolano piccoli e grandi successi. L'impatto di pordenonelegge sulla città è riconosciuto, specie per lo sviluppo del turismo e il senso di

appartenenza a Pordenone. L'opinione dell'organizzazione è molto alta, così come l'affezione alla manifestazione.

Dai questionari sono emersi dati meno entusiastici riguardo l'influenza di pordenonelegge sul mondo associativo e sulla realtà della singola associazione. Sono poche a collaborare con il festival, e questo probabilmente spiega i giudizi più bassi riguardo l'impatto della manifestazione in termini di network, visibilità e sviluppo di nuove competenze. Questo non significa che nulla sia stato fatto, i giudizi positivi ci sono e si riconosce al festival di aver reso il tessuto associativo più vivace, esteso e coeso. Una parte importante del campione ha riconosciuto al festival lo sviluppo di nuove conoscenze e di nuove linee di attività e progetti.

Questi risultati, insieme alla quasi unanime volontà di collaborare con il festival emersa nei due momenti d'indagine, possono essere un buon punto di partenza per i prossimi 20 anni.