

## REPORT FINALE DELLA SESTA EDIZIONE DEL FESTIVAL DI TEATRO E SCIENZA “TEATRO DELLA MERAVIGLIA”

Il Teatro della Meraviglia è un festival dove arte e scienza si incontrano e, questo momento di incontro e dialogo ha luogo da sei anni.

L'evento giunto alla sesta edizione è ideato e organizzato dalla Compagnia Arditodesio, l'Università degli Studi di Trento in collaborazione con Opera Universitaria e con MUSE e Teatro Portland. Il festival è realizzato nell'ambito del progetto europeo CURIOUS - ([www.projectcurious.eu](http://www.projectcurious.eu)) finanziato da Europa Creativa e sostenuto da Fondazione Caritro, Provincia Autonoma di Trento, Regione Autonoma Trentino Alto Adige, Comune di Trento e Unicità. La direzione artistica dalla prima edizione è condivisa dal regista, drammaturgo e fisico Andrea Brunello, già direttore artistico della compagnia Arditodesio regista, drammaturgo e fisico e dal Professor Stefano Oss Responsabile del Laboratorio di Comunicazione di Scienze Fisiche del Dipartimento di Fisica dell'Università degli Studi di Trento e Delegato del Rettore a Comunicazione della scienza e orientamento scuola-università.

Si entrerà nello specifico di ulteriori partnership e collaborazioni nei capoversi.

La sesta edizione del TdM ha fatto seguito a due edizioni particolari: in primis la quarta, svoltasi parzialmente nel 2020 quando proprio in corso di svolgimento, a metà, la programmazione è stata interrotta a causa della chiusura dei teatri a causa delle restrizioni e successivo lockdown imposto dalla pandemia Covid-19.

L'edizione numero cinque, quella del 2021, è stata caratterizzata dalla ripresa di attività culturali dedicate al pubblico dopo un lungo periodo di inattività e confinamento. Per agevolare l'organizzazione e facilitare la partecipazione il festival è stato programmato in un periodo insolito per la tradizionale programmazione, in estate. La quinta edizione è stata definita ibrida in quanto parte degli eventi sono stati programmati online ed altri invece si sono svolti all'aperto presso il Giardino del MUSE, con successo di partecipazione ed entusiasmo per la ritrovata normalità.

Nel **2022** si è registrato il ritorno alla normalità, con una programmazione completamente in presenza e dalle numerose novità.

Andando in ordine, la prima stata il **periodo**, il festival si è svolto dal 27 settembre all'8 ottobre, articolando la propria offerta in due settimane di programmazione tra il martedì e il sabato.

I **luoghi** del festival sono diventati tre. Il **Teatro Sanbàpolis**, messo a disposizione dall'Opera Universitaria, che ha accolto gli eventi programmati in lingua italiana oltre ad aver ospitato presso il foyer del teatro una mostra trasversale di sorprendenti e curiose scoperte scientifiche, curata dalla giovane società Level Up!

Il Teatro **Portland**, casa di Arditodesio, che ha ospitato gli eventi programmati in lingua inglese. Infine, **Palazzo delle Albere** che, messo a disposizione dal MUSE, ha ospitato una speciale serata dedicata al gemellaggio tra Università degli Studi di Trento e TACIT - Theater Arts at Caltech (California Institute of Technology).

Con questa edizione del festival la **dimensione europea** della programmazione, abbracciata a partire dal 2020 grazie al progetto CURIOUS, ha trovato massima concretezza. Arditodesio è capofila del progetto per il quale, oltre a quella italiana, sono state realizzate nel 2021 altre tre edizioni indipendenti del “Theatre of Wonder Festival” in Serbia, Bulgaria e Belgio.

Altrettante si sono svolte nel 2022, in Bulgaria a fine ottobre, in Serbia nel corso del mese di novembre e in Belgio a dicembre.

In particolare, nel corso dell'ultima edizione trentina del festival, sono state 3 le serate programmate in lingua inglese, durante le quali sono state ospitate le compagnie che, insieme ad Arditodesio, fanno parte del progetto europeo CURIIOUS. E' crescente negli anni l'interesse nei confronti delle proposte in inglese con grande partecipazione di giovani e studenti universitari. **La media di partecipazione** di pubblico a questi eventi è **pari a 40 persone** e la **percentuale di studenti** presenti in tutte le serate **ha sfiorato il 55%**. Un dato che racconta dell'interesse della cerchia universitaria nei confronti di proposte, anche sperimentali, in lingua inglese. Si sottolinea che per incentivare la partecipazione a queste serate è stato proposto a studenti universitari e under18 un vantaggioso abbonamento che ha permesso di assistere a tutti gli spettacoli per la piccola cifra di 8 €.

Rispetto invece alle statistiche complessive riguardanti questa edizione del Festival ci sono alcune considerazioni da fare: abbiamo avuto una **media di 80 presenze agli eventi in italiano**, delle quali quasi il **60% erano studenti**.

Un dato che si colloca a metà strada tra quello dello scorso anno e quello del 2020.

Si riscontra una contrazione in termini di pubblico, soprattutto generico, soprattutto se confrontato alle edizioni pre-covid quando il dato medio era pari a 128. Considerata però la lenta ripresa post pandemica delle attività teatrali, il dato viene considerato comunque molto buono, anche in virtù del cambiamento di periodo di programmazione che potrebbe aver colto di sorpresa il pubblico che negli anni ci ha seguito.

Come evidente, il dato medio di affluenza dei giovani è molto più alto del dato medio di sempre che è sotto il 30%.

Questo dato è in crescita per effetto del calo di affluenza del pubblico generico, ma abbiamo riscontrato un **aumento significativo in termini assoluti che si attesta intorno al 26% rispetto al 2020 anno di maggiore afflusso di giovani al festival**. E' un dato che sicuramente sta crescendo e questo ci permette di riflettere anche in relazione all'efficacia di attività promozionali mirate al raggiungimento di questo target specifico. Certamente ha contribuito a questo incremento il crescente impegno da parte dell'Ateneo nella fase organizzativa e di comunicazione dell'iniziativa all'interno delle proprie sedi con coinvolgimento costante dell'ufficio stampa, social e web. Anche in questo caso, si aggiunge una considerazione legata alla vantaggiosa tariffa degli abbonamenti riservata agli studenti: per loro tutti gli eventi il costo è stato pari a 27 € mentre il costo dell'abbonamento intero è stato pari a 70 €.

Si sottolineano altri dati interessanti che si evincono dalle statistiche degli ingressi: la serata a Palazzo delle Albere durante la quale erano coinvolti studenti e studentesse UniTN che hanno portato in scena piccole drammaturgie a tema scientifico elaborate con i colleghi di Caltech, **ha registrato il "tutto esaurito"**, testimoniando così l'interesse di giovani rispetto a proposte che hanno coinvolto in modo diretto compagni di corso e colleghi.

La programmazione di questa edizione si è concentrata prevalentemente sulla produzione di **Augmented Lecture** inedite. Questo innovativo format, nato proprio nell'ambito del festival costituisce la proposta più autentica del Teatro della Meraviglia, connota e identifica in modo chiaro la natura del festival: divulgare contenuti scientifici, rendendo gli stessi comprensibili e affascinanti grazie alla relazione sia sul palco, che nella fase di scrittura di ricercatori e artisti.

Sono stati due gli **spettacoli teatrali** programmati e proprio uno di questi ha registrato il picco di presenze dell'edizione 2022 del festival. Si tratta della seconda serata di programmazione, il 28 settembre, quando è andato in scena lo spettacolo "Black - Box -

Dentro l'“algoritmo” della compagnia milanese Pacta . dei Teatri. Gli spettatori sono stati 144. L'interesse nei confronti di questa proposta ci permette due considerazioni: è chiaro l'appel che il teatro scienza esercita sia nei confronti degli studenti che del pubblico generalista oltre a indicarci chiaramente come, le tematiche scientifiche relazionate ad aspetti legati all'attualità e alla vita quotidiana, muovano curiosità e desiderio di approfondimento.

Tutte le serate del Festival si sono aperte con l'ormai tradizionale “Aprispettacolo scientifico” a cura della compagnia **PROGETTO APOLLO** costituita da studenti del **Dipartimento di Fisica dell'Università degli Studi di Trento** che hanno frequentato il corso “**Emozionare con la scienza**” condotto da **Andrea Brunello**. Questo percorso di formazione dedicato allo storytelling scientifico ha convinto, sei anni fa, alcuni studenti a voler proseguire la loro esperienza decidendo di costituire una compagnia che Brunello segue costantemente. L'esperienza di Progetto Apollo è nata in corrispondenza della seconda edizione del festival TdM nel 2018 e, ancora oggi, cresce e muta in numero di partecipanti continuando a vivere tra naturali passaggi di testimone, partenze, arrivi e felici ritorni.

I giovani, in età di formazione, non si sono visti solo nel pubblico, contiamo infatti almeno tre ragazze che dalla prima edizione del festival partecipano con entusiasmo in veste di volontarie per supportare attività logistiche e promozionali. Quest'anno, proprio per le due settimane di festival, abbiamo anche attivato un progetto di Alternanza Scuola Lavoro con il Liceo Da Vinci di Trento. Sono stati 15 in totale i ragazzi e le ragazze che con entusiasmo e serietà hanno deciso di partecipare al progetto e sono stati impiegati in svariate attività: accoglienza, gestione accessi, somministrazione questionari, raccolta indirizzi email per mailing list Arditodesio, produzione fotografie e video, allestimento spazi, volantinaggio.

Questi studenti hanno portato freschezza e serenità al clima festival, stando alle loro testimonianze lette nei loro “diari di bordo” di fine esperienza sono state molto positive. Dalla lettura abbiamo capito come sia stata per moltissimi di loro una novità il rapporto con il teatro, come alcuni argomenti affrontati nelle Augmented Lecture abbiano generato curiosità in quanto contenuti già approcciati a scuola. Fascinazione, curiosità e desiderio di approfondire e rivivere il Festival, questo il commento finale. E' interessante sottolinearlo considerato che si tratta proprio della mission del festival e, che questo accada anche con giovani ragazzi in età.

Per l'edizione 2022 registrano un incremento anche gli investimenti in promozione e pubblicità. Dopo una valutazione rispetto ai target da raggiungere si è scelto di procedere con delle inserzioni a pagamento su giornali e portali online, si elencano:

- **Trentino delle Meraviglie:** il portale che racconta cose belle e interessanti da fare in Trentino, nasce per iniziativa di Silvia Conotter, ideatrice del portale di successo “Trentino dei Bambini”. La sola pagina Instagram da loro gestita conta 29.000 follower. L'articolo dedicato al Festival ha totalizzato 1800 clic.
- **ilDolomiti:** inserzione a pagamento sull'homepage del sito del quotidiano online. Il periodo di presenza di un banner dedicato al Festival ha coperto il periodo tra il 12 settembre e il 2 ottobre. Stando al report trasmesso da Tandem Pubblicità, che cura le inserzioni per conto del giornale, il banner è stato visualizzato garantendo 451 ingressi al sito del festival.
- **TrentinoMese:** acquistato lo spazio di un redazionale e un tabellare sul mensile che viene stampato in 6.500 copie. La testata ha garantito anche una copertura social attraverso alcuni post; le loro pagine social, sommando Facebook e Instagram,

contano circa 55/60.000 follower.

- **QUIMedia cartacea.** Acquistata una pagina di redazionale per raccontare il programma del festival al pubblico altoatesino. QUIMedia consta 3 pubblicazioni quindicinali: Qui Bolzano stampato in 45.500 copie, Qui Bassa Atesina stampato in 12.000 copie, Qui Merano stampato in 20.000 copie. In totale quindi il redazionale è stato stampato su 77.500 copie totali della pubblicazione che viene consegnata in modo diretto e gratuito nelle abitazioni.
- **L'Adige:** acquistate due inserzioni pubblicitarie in prima pagina del quotidiano che viene stampato in 23.000 copie. Le finestrelle sono state pubblicate il 25 e il 30 settembre 2022.

Come per ogni edizione del festival abbiamo prodotto del materiale stampa da diffondere attraverso volantinaggio, distribuzione a cura dei partner del festival e pubbliche affissioni. Il materiale è stato realizzato dalla società di grafica bolzanina **Inside.BZ.**

**Sono stati stampati e distribuiti i seguenti materiali (sia a partner che attraverso attività di volantinaggio e affissioni):**

7.500 il numero di **flyer A5** stampati 2.500 **libretti**

250 **locandine A3**

750 **manifesti 70\*100.** Questi manifesti sono stati distribuiti tra i partner, usati negli allestimenti in occasione delle date del festival e affissi presso i Comuni di: Trento (copertura garantita: 600 manifesti dal 31/08 al 28/09), Rovereto (copertura garantita dal 14/09 per 14 gg.), Arco (copertura garantita dal 14/09 per 14 gg.).

20 **manifesti bifronte 3\*2** che sono stati affissi in due periodi (a partire dal 12/09 per 15 gg. - a partire dal 26/09 per 15 gg.)

Grande importanza è stata data alla strategia promozionale da attivare attraverso il **socialnetwork.** Arditodesio si avvale della collaborazione della Cooperativa Mercurio per indirizzare al meglio le proprie energie e acquisire competenze da spendere nella pratica comunicativa e promozionale. Dai profili social di Arditodesio, come accordato con l'Università, è partita la comunicazione ufficiale, costantemente condivisa e supportata dai social d'Ateneo.

La strategia di copertura del Teatro della Meraviglia 2022 è iniziata l'11 agosto con la pubblicazione di post tematici preparatori. Il 31 agosto è stato annunciato il programma, in contemporanea con aggiornamento del sito.

La seconda parte della strategia ha previsto la pubblicazione di approfondimenti sui singoli eventi.

La terza fase, oltre a ricondividere contenuti dedicati agli appuntamenti del festival, ha visto la pubblicazione del materiale raccolto nel corso delle varie serate.

La strategia ha avuto riscontri positivi, quando non ottimi: sono aumentati i follower di Arditodesio e questo denota l'interesse del pubblico non solo nei confronti del singolo evento ma anche della programmazione in generale.

La copertura media di visualizzazioni nel corso del periodo festival conta: 123.531 della pagina Facebook, 9.049 della pagina Instagram.

Nel periodo di festival le visite al profilo FB di Arditodesio sono state 1723, 620 su Instagram.

Post Facebook:

Il post che ha riscontrato maggior attenzione da parte del pubblico era dedicato all'Augmented Lecture "La rivoluzione dell'RNA" visualizzato da 8.171 persone.

Il post che ha avuto il maggior numero di interazioni è stato quello di annuncio del programma: 150 interazioni.

Post Instagram: Il post di maggior successo è stato quello dedicato al gemellaggio UniTN - Caltech con 212 interazioni.

La copertura a pagamento ha garantito 108.958 visualizzazioni con 301.769 impression.

**Considerazioni:**

Sono state raggiunte, via materiale cartaceo 107.000 persone mentre la divulgazione online ha raggiunto un potenziale pubblico di 716585 persone con **451 ingressi certi al sito del Teatro della Meraviglia**.