SETTIMA EDIZIONE
TEATRO DELLA MERAVIGLIA

Introduzione, Programmazione e Programma	02
I luoghi del Festival, Alternanza scuola lavoro	06
Comunicazione e Promozione	07
Analisi Sbigliettamento	10
Questionari di gradimento	13

Nel 2023 il festival di teatro e scienza **Teatro della Meraviglia** ha tagliato il traguardo della settima edizione. Ideato e organizzato da **Arditodesìo** e **Università di Trento** in collaborazione con l'**Opera Universitaria di Trento** e con **Centro Servizi Culturali Santa Chiara**, **MUSE – Museo delle Scienze** e **Teatro Portland.** Il Festival è realizzato con il sostegno di **Fondazione Caritro, Comune di Trento e Provincia Autonoma di Trento.** Partner tecnico **Acqua Levico.** Media Partner **Crushsite e Trentino dei Bambini**

Dalla prima edizione è confermata la direzione artistica e scientifica curata da **Andrea Brunello** già direttore artistico di Arditodesìo e del Teatro Portland regista, drammaturgo e fisico e da **Stefano Oss** Responsabile del Laboratorio di Comunicazione delle Scienze Fisiche del Dipartimento di Fisica dell'Università degli Studi di Trento e Delegato del Rettore a Comunicazione della scienza e orientamento scuola - università.

PERIODO DI PROGRAMMAZIONE E PROGRAMMA

Una delle novità di questa edizione è stato il periodo di programmazione. Per andare incontro alle esigenze di un pubblico, che in maniera del tutto naturale costituisce il target di riferimento principale del TDM, ovvero la popolazione universitaria, si è deciso di distribuire la programmazione in un periodo lontano dalle sessioni d'esame, con un'articolazione su due settimane:
dal 15 al 18 e dal 22 al 25 novembre 2023.

L'edizione 2023 del festival si è contraddistinta in particolare per la "teatralità", non dimenticando l'apporto del contenuto scientifico, innovativo e inedito. Negli otto giorni di festival sono andati in scena **sei spettacoli teatrali**, **due Augmented Lecture** e **tre spettacoli di Science Busking**.

Caratterizzano il festival le Augmented Lecture, evolute quest'anno in una direzione maggiormente "spettacolare". **Camilla Fiorello** (attualmente impegnata nel Dottorato di Ricerca nel Gruppo di Didattica della Fisica del Laboratorio di Comunicazione delle Scienze Fisiche dell'Università degli Studi di Trento) e **Luca Marchetti** (ricercatore presso il Dipartimento di Biologia Cellulare, Computazionale e Integrata dell'Università di Trento e presso la Fondazione COSBI), **ricercatori UniTrento**, non sono stati affiancati da attori o artisti in scena, come nelle passate edizioni, ma **hanno sviluppato competenze attoriali grazie al lavoro svolto** con i registi **Maura Pettorruso** e **Andrea Brunello** che rispettivamente li hanno seguiti.
In occasione della messa in scena delle due Augmented Lecture, **Progetto Apollo***, ha curato degli **Aprispettacolo a tema scientifico.**

*un ensemble costituito principalmente da studenti e studentesse dei dipartimenti di Fisica e Matematica dell'Università di Trento, accomunati dalla passione per la comunicazione della scienza e lo storytelling.

L’edizione 2023 del festival si è contraddistinta in particolare per la “teatralità”, non dimenticando l’apporto del contenuto scientifico, innovativo e inedito. Negli otto giorni di festival sono andati in scena **sei spettacoli teatrali**, **due Augmented Lecture** e **tre spettacoli di Science Busking**.

Caratterizzano il festival le Augmented Lecture, evolute quest’anno in una direzione maggiormente “spettacolare”.

Camilla Fiorello (attualmente impegnata nel Dottorato di Ricerca nel Gruppo di Didattica della Fisica del Laboratorio di Comunicazione delle Scienze Fisiche dell'Università degli Studi di Trento) e **Luca Marchetti** (ricercatore presso il Dipartimento di Biologia Cellulare, Computazionale e Integrata dell’Università di Trento e presso la Fondazione COSBI), ricercatori UniTrento, non sono stati affiancati da attori o artisti in scena, come nelle passate edizioni, ma hanno sviluppato competenze attoriali grazie al lavoro svolto con i registi Maura Pettorruso e Andrea Brunello che rispettivamente li hanno seguiti.

In occasione della messa in scena delle due Augmented Lecture, Progetto Apollo*, ha curato degli apri-spettacolo a tema scientifico.

*un ensemble costituito principalmente da studenti e studentesse dei dipartimenti di Fisica e Matematica dell’Università di Trento, accomunati dalla passione per la comunicazione della scienza e lo storytelling.

Il festival ha coinvolto il pubblico delle **famiglie e dei bambini** grazie alla partecipazione della compagnia inglese **Science Made Simple** animata da David Price che ha proposto tre spettacoli interattivi di **Science Busking** dove il linguaggio del teatro di strada incontra la divulgazione scientifica, dando vita a performance divertenti e partecipative.

Gli spettacoli teatrali proposti hanno toccato varie tematiche, spaziando in generi differenti, estendendo il campo d'interesse anche alla musica e alla sperimentazione tecnologica.

Si è coinvolto il pubblico generalista con una proposta "pop" dedicata all'astrofisica Margherita Hack, raccontata dal noto giornalista e scrittore Federico Taddia.

Si è cercato di incuriosire il pubblico con proposte sperimentali come ad esempio Krisi di Michele Cremaschi, che ha portato in scena una tematica civile con l'uso della creatività digitale.

C'è stato spazio anche per varie emozioni e temi: stupore e divertimento grazie a Il messaggero delle stelle che ha visto protagonista un buffo personaggio legato ad Ariosto e Galileo, scoperte scientifiche e incredulità relazionata alla storia realmente accaduta e narrata in HeLa – ovvero l'immortalità di Henrietta Lacks.

Anche per questa edizione il respiro del festival è stato internazionale grazie alla presenza e alla collaborazione con Caltech Theater, compagnia proveniente dal California Institute of Technology che ha proposto lo spettacolo Another Revolution, per la regia del Professore e direttore di Caltech Theater, Brian Brophy. Sempre il prof. Brophy ha condotto un seminario intitolato The Convening Capacity of Science, destinato alla fruizione di studenti e studentesse dell'Università degli Studi di Trento.

A chiudere la programmazione Romantic Disaster un live-set, spettacolo-concerto che affronta il cambiamento climatico, osservato da diverse angolazioni temporali, ieri e di oggi, attraverso una soggettiva interpretazione di testi poetici accompagnati da imponenti opere di video art.

Ancora una volta il TDM si muove verso **varie direzioni contenutistiche** e stilistiche, nel desiderio di intercettare un **pubblico diversificato, curioso e aperto** a **nuovi linguaggi** e nuove sfide. In particolare l'edizione di quest'anno ci mostra ancora una volta come la scienza sia intimamente legata alla società e al suo sviluppo, ponendoci spunti e riflessioni legati ai temi caldi della contemporaneità.

I LUOGHI DEL FESTIVAL

Teatro Sanbàpolis, sede storica messa a disposizione dall'*Opera Universitaria di Trento*, che ha ospitato quest'anno tre serate, le proposte maggiormente sperimentali e di maggior impegno tecnico e spaziale. **Teatro Cuminetti,** messo a disposizione dal *Centro servizi culturali Santa Chiara*, ha portato il TDM nel cuore della città di Trento. Il **MUSE – Museo delle Scienze** ha messo a disposizione la sala conferenze per gli spettacoli di Science Busking, dedicati a bambini e famiglie.

ALTERNANZA SCUOLA LAVORO

Hanno partecipato al festival, in veste di volontari, **studentesse e studenti**, di alcuni istituti superiori del capoluogo trentino. Confermata la consolidata collaborazione con il **Liceo Da Vinci di Trento** che ha garantito la presenza di sei ragazze che si sono occupate dell'**accoglienza del pubblico** e della **somministrazione di questionari** per l'analisi dell'andamento di questa edizione. Oltre a questo Silvia e Miriam, due delle ragazze coinvolte nel progetto ASL, si sono occupate anche di **assistere e collaborare alla messa in scena** dello spettacolo Another Revolution e di **realizzare i sovra titoli in italiano**, che sono stati proiettati a teatro in occasione dello spettacolo. Piace citare un estratto del "diario di bordo" dell'esperienza elaborato da Silvia perché crediamo sia significativo:

"Attraverso quest'esperienza sono riuscita a farmi un'idea di ciò che significa lavorare in una compagnia teatrale: il duro lavoro che si nasconde prima, dopo e durante le rappresentazioni teatrali; il lavoro d'ufficio, quello diretto col pubblico, di organizzazione; l'euforia prima di un'apertura, la tensione nell'accoglienza e la soddisfazione a fine spettacolo. Si capiva chiaramente che il personale di questa compagnia amava il suo lavoro e ciò era riflesso sulle impressioni degli spettatori, sempre soddisfatti ed entusiasti. Quest'esperienza oltre ad avermi formato soprattutto dal punto di vista psicologico, ha sicuramente anche aumentato le competenze apprese durante la scuola superiore: come la lingua inglese e la capacità di sostenere un discorso, ma anche puntualità e lavoro di gruppo."

Per la prima volta hanno partecipato al festival studenti e studentesse dell'**Istituto Pavoniano Artigianelli per le Arti Grafiche di Trento**. Tre di loro frequentanti il **TAG – Trentino Alta Formazione Grafica**, si sono occupati della **produzione di materiale fotografico e video**, utile alla documentazione del festival, e due del percorso di **scuola secondaria di secondo grado**, che hanno dato il loro contributo lavorando per lo più da remoto e supportando Arditodesìo in attività utili alla **rendicontazione** e alla **valorizzazione del materiale fotografico**, raccolto durante le giornate di Festival.

COMUNICAZIONE E PROMOZIONE

La comunicazione ufficiale è stata costantemente condivisa e supportata dai partner.

MATERIALE CARTACEO E AFFISSIONI

Per la produzione del materiale grafico cartaceo e web ci siamo affidati allo studio di **Elena Fattorelli** che **ha firmato l'identità grafica del festival.**

L'immagine e il messaggio che si desidera trasmettere è legata ovviamente alla natura del festival che si pone quale proposta in grado di unire l'apparente freddezza del contenuto scientifico al lato maggiormente emozionale espresso dal teatro.

Elenco dei materiali stampati:

5.000 brochure pieghevoli

100 locandine A3

750 manifesti per affissioni di dimensioni 70x100

Trento **dal 9 ottobre e fino al 25 novembre,** Rovereto, Comuni della Vallagarina, Arco, Riva del Garda, Pergine e Rotaliana, 15 giorni precedenti al Festival

3 manifesti per affissioni di dimensioni 6x3

Trento nel periodo compreso tra il 23 ottobre al 19 novembre

8 manifesti per affissioni di dimensioni 3x2

Trento nel periodo compreso tra il 23 ottobre al 19 novembre

5.000 segnalibri

distribuiti presso **biblioteche d'Ateneo** e **comunali di Trento**.

INSERZIONI PROMOZIONALI

Come per le passate edizioni sono stati fatti degli investimenti in promozione e pubblicità. Dopo un'analisi di alcune inserzioni effettuate lo scorso anno si è propeso per confermarne alcune e variare altre scelte rispetto alle passate edizioni. Al meglio delle possibilità si è ricercata una copertura che potesse **raggiungere pubblici diversificati** ma interessati alla proposta:

- l'**Adige,** versione cartacea e web, acquistate due finestrelle in prima pagina uscite il 13 e il 19 novembre 2023, banner sul sito, online tra il 13 e il 19 novembre
- ilT, versione cartacea. Acquistate due finestre di prima pagina uscite il 12 e il 18 novembre 2023. La tiratura del giornale è di 7.000 copie al giorno (complessivo di cartaceo, web e abbonamenti).
- Trentino delle Meraviglie, portale online e pagina Instagram (30,4 mila follower). Articolo dedicato al festival con l'aggiunta di contenuti social, in particolare stories Instagram finalizzate alla promozione dei singoli eventi:
  - Articolo di presentazione del Festival sul iltrentinodellemeraviglie.it, pubblicato con il programma nel dettaglio e link al sito www.teatrodellameraviglia.it, con possibilità di prenotazione;

- Inserimento in agenda di tutti gli appuntamenti;
- Post FB di presentazione dell'intera rassegna il 5 novembre 2023;
- Storie sul canale IG del Trentino delle Meraviglie nei giorni seguenti;
- Due inserimenti in newsletter: 02/11/2023 e 23/11/2023

- **Trentino dei Bambini**, inserimento in agenda del Trentino dei bambini dell'evento del 23/11/2023 di Science Busking.

SITO INTERNET

Il sito internet **www.teatrodellameraviglia.it è on line dal 27 settembre 2023**, in concomitanza con il lancio del comunicato stampa da parte dell'Università e dell'apertura della biglietteria del Festival. Il sito è aggiornato alla settima edizione ma è possibile trovare informazioni anche delle passate edizioni, nella pagina "Archivio".

SOCIAL MEDIA

Come negli anni precedenti, si è data molta rilevanza ai **social network**, avvalendosi della **Cooperativa Mercurio**, il cui ruolo è stato di supervisione costante sulle attività di comunicazione e promozione del Festival. Mercurio ha predisposto una strategia per la comunicazione e la promozione, online, tenendo conto delle esigenze concordate, riferendosi agli obiettivi che erano stati chiariti in fase di briefing.

La comunicazione che hanno sviluppato si è basata su un **piano editoriale multicanale**, pianificato attraverso un **calendario editoriale**. Hanno inoltre supportato l'organizzazione con indicazioni per l'ufficio stampa e l'invio di newsletter; creazione di grafiche e copy; pubblicazione dei contenuti secondo la cadenza periodica stabilita; pianificazione e gestione di sponsorizzazioni sui canali social; supporto ad ogni necessità di comunicazione.

Il **piano editoriale social** ha previsto diverse fasi.

La **prima** si è focalizzata sulla pubblicazione di post specifici dei singoli eventi, con approfondimenti sugli stessi.

La **seconda** fase ha raccontato qualcosa in più del Festival e della sua storia, spiegando la biglietteria, i formati degli spettacoli, i luoghi dove si sarebbero svolti oltre ad un approfondimento sul Teatro Scienza.

La **terza** fase ha ripreso, giorno per giorno, gli appuntamenti del festival e raccontato, quasi in tempo reale, ciò che avveniva nelle serate.

Facebook

Follower (pari presenza maschile e femminile fascia d'età 35-45)	4398
Nuovi follower	31
Copertura di Facebook	59.338
Copertura dei post	8598
Interazioni (reazioni, commenti, condivisioni)	791
Visite al profilo	1429

Nel periodo che va dal 27 settembre al 27 novembre sulla pagina Facebook sono stati pubblicati **60 post e 17 storie**, registrando un incremento di Follower.

Instagram

Follower (prevalenza femminile fascia d'età 25 e i 35)	581
Nuovi follower	94
Copertura di Instagram	15.018
Copertura dei post	15.382
Interazioni (reazioni, commenti, condivisioni)	631
Visite al profilo	849

Instagram è la piattaforma che dimostra crescita maggiore.

Sponsorizzate

Copertura dei post	48.125
Click sui link	902
Spesa complessiva in euro	234,97

Le campagne sponsorizzate sono state programmate con l'obiettivo di aumentare la visibilità degli eventi.

ANALISI SBIGLIETTAMENTO

Il listino del festival partiva **dai 15€** della tariffa intera per arrivare **ai 6€** riservati a Studenti e Under18.

Oltre alle **riduzioni e gratuità** di norma riconosciute a talune categorie, sono state messe in atto **alcune convenzioni** con grosse **realtà associative della Provincia**: Coop, Arci, Upippa. A queste si deve aggiungere il bacino di utenza rappresentato da Portland APS (partner del festival, che ha ospitato le prove di tre eventi del festival) che agli iscritti alla sua newsletter ha concesso una riduzione del costo del biglietto.

Biglietto agevolato a 10€ è stato concesso ai dipendenti di **UniTRENTO**, **Opera Universitaria** e **MUSE**.

Per le famiglie il listino, differenziato, andava dai 7€ della tariffa adulto ai 5€ per bambini/ragazzi e studenti dai 3 anni in su. Ulteriori riduzioni sono state previste per le famiglie.

La possibilità di acquisto di biglietti interi e con la riduzione studenti, tramite il portale Liveticket, è stata ampia. Per favorire ulteriormente questa modalità di acquisto, da quest'anno abbiamo attuato una politica di rilascio di un codice "sconto" ad alcune categorie di beneficiari, tra i quali risulta il personale dipendente dei partner, oltre che i soci e gli iscritti alla newsletter di Portland.

Gli eventi, sono stati promossi inoltre con una scheda dedicata sul portale Liveticket e sul calendario del sito del Centro Santa Chiara. Questa sinergia, oltre che offrire una opportunità promozionale verso un target appassionato di teatro, ha offerto **spunti di riflessione per le prossime edizioni** che riguardano una **scontistica dedicata agli abbonati delle stagioni del CSC** e ai **possessori della membership Card del MUSE**, come confermato da specifiche richieste del pubblico.

	**		TOTALE SPETTATORI	% STUDENTI
IL MESSAGGERO DELLE STELLE	italiano	15/11/23	76	44,7%
PROGETTO APOLLO	italiano	16/11/23	15	
AUGMENTED LECTURE - ERRARE E' UMANO	italiano	16/11/23	70	21,4%
MARGHERITA HACK, STELLA TRA LE STELLE	italiano	17/11/23	143	39,2%
HELA	italiano	18/11/23	45	31,1%
PROGETTO APOLLO	italiano	22/11/23	12	
AUGMENTED LECTURE - LE PAROLE CHE NON TI HO DETTO	italiano	22/11/23	137	45,3%
KRISI	italiano	23/11/23	34	55,9%
ANOTHER REVOLUTION	english	24/11/23	48	43,8%
SCIENCE BUSKING ore 11	english famiglie	25/11/23	40	
SCIENCE BUSKING ore 15	english famiglie	25/11/23	78	
SCIENCE BUSKING ore 17	english famiglie	25/11/23	68	
ROMANTIC DISASTER	italiano	25/11/23	54	31,5%

Dettaglio dello sbigliettamento per singolo evento

In inglese proposto "Another revolution", con 48 presenze, il science busking rivolto alle famiglie c/o il Muse che si è rivelato vincente, con 62 presenze in media, sui tre eventi proposti e una punta di 78 nella replica delle ore 15.00.

L'analisi riguarda gli eventi in italiano proposti al pubblico adulto, che rappresentano il nocciolo più importate e caratterizzante del festival: l'andamento è in linea con il 2022, unico anno paragonabile al 2023 per collocazione temporale, architettura del cartellone e partnership.

		UNDER18 STUDENTI	NR. EVENTI	MEDIA
TOTALE	793	30,0%	11	72,1
english	48	43,8%	1	48
italiano	559	38,8%	7	80
english famiglie	186	-	3	62

RAFFRONTO TEMPORALE	N. SPETTATORI		N. EVENTI	MEDIA SPETTATORI
TdM 2022 TOTALE	664	53,8%	10	66,4
TdM2022 english	103	59,2%	3	34
TdM2022 italiano	560	52,9%	7	80
TdM 2021 TOTALE	432	20,6%	10	43
TdM 2020 TOTALE SERALE	391	27,4%	4	98
TdM 2019 TOTALE SERALE	639	22,4%	5	128
TdM 2018 TOTALE SERALE	1.003	14,3%	9	111
TdM 2017 TOTALE	1.056	13,5%	7	151

Alcuni dati sintetici e un raffronto con le edizioni passate

La media di presenze si attesta sulle 80 unità. Gli spettacoli con maggiore attrattività sono stati "Margherita Hack, stella tra le stelle" con 143 biglietti venduti, e l'Augmented Lecture prodotta da Arditodesìo "Le parole che non ho detto. Io, Nonno Dino e l'Alzheimer" (sul tema della demenza), con 137 presenze. Segno dell'indubbio attrattività "tematica" degli eventi.

Hanno sofferto, crediamo per la maggiore complessità tematica del lavoro, gli spettacoli "Krisi" e "Romantic disaster". Sebbene le sinossi di entrambi i lavori rivelavano linguaggi artistici che li rendevano adatti alla fruizione da parte dei giovani, bisogna considerare che in alcuni Dipartimenti (ad esempio Ingegneria) i "fuori sede" raggiungono punte di 68% del totale degli iscritti, è dunque immaginabile che la collocazione dei due eventi a ridosso del fine settimana non abbia aiutato lo sbigliettamento.

I dati complessivi rivelano come la scelta di proporre gli eventi al teatro Cuminetti, in pieno centro storico, non abbia di fatto influito sul festival.

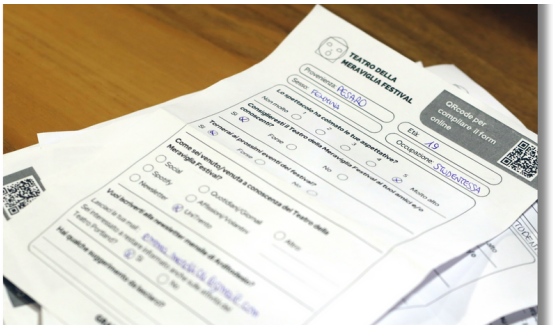
Due le informazioni rilevanti che emergono dal raffronto con le edizioni passate:

- a parità di affluenza, è aumentata la percentuale di pubblico generico e adulto. La percentuale di studenti e under18 è scesa dal 52,9% al 38,8%.

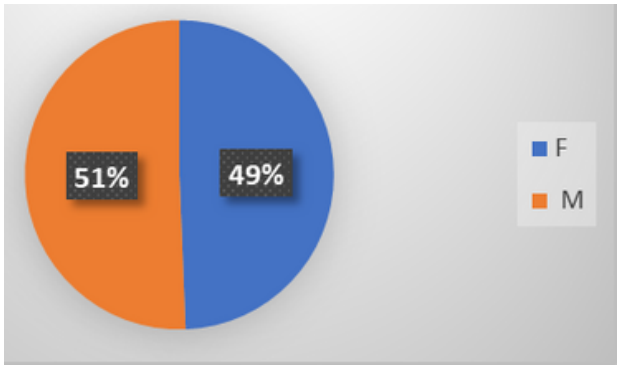
- rispetto al triennio 2017-2019, le ultime due edizioni si distinguono per un calo importante delle frequenze. Volendo prescindere dalla soluzione di continuità che la pandemia ha determinato, due sono le differenze tra questi due blocchi: il periodo di realizzazione del festival e il numero di eventi proposti. Nel triennio 2017-19 il festival era organizzato a febbraio e contava non più di nove eventi. Non appare casuale tuttavia, che i due anni con meno eventi in cartelloni siano stati quelli con la maggiore affluenza (da 128 e 151 presenze medie per spettacolo).

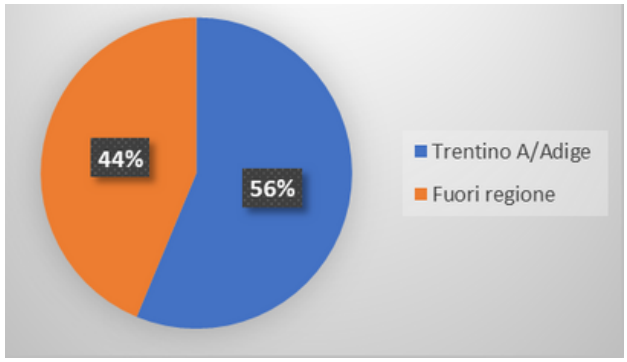
QUESTIONARI DI GRADIMENTO

Il pubblico intervenuto nei giorni del festival ha avuto la possibilità di dare la propria opinione sull'esperienza. Sono stati riconsegnati in totale 247 questionari, le cui risposte hanno dato modo di fare alcune valutazioni. Di seguito i risultati.

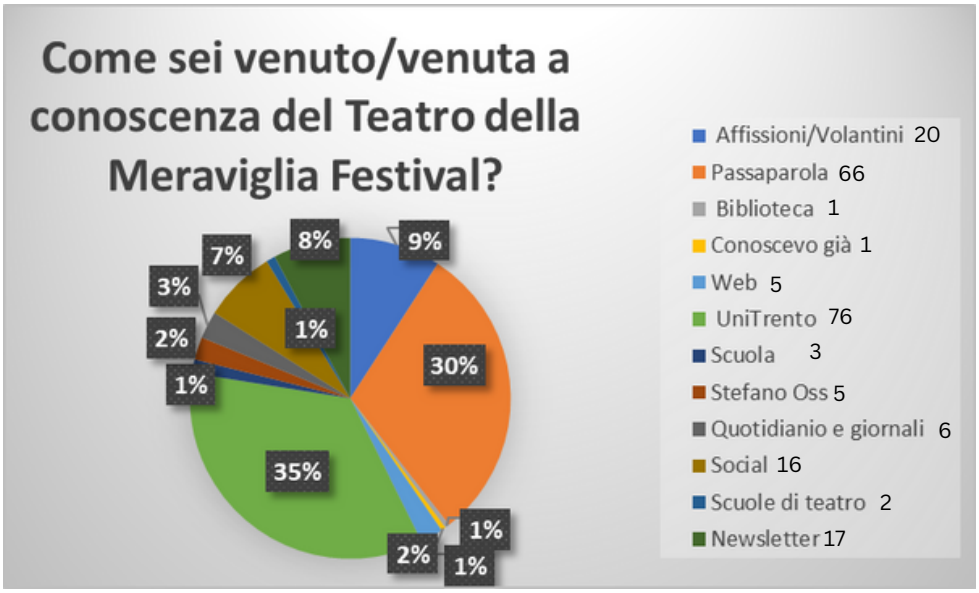


Non c'è un genere che prevale.





Il pubblico presente è per lo più Trentino, ma sono comunque presenti molti da fuori regione, probabilmente si tratta degli studenti "fuori sede" di cui si accenna precedentemente.



Possiamo osservare che i canali maggiormente efficaci per coinvolgere il pubblico sono stati l'Università di Trento e il Passaparola di amici, conoscenti, colleghi, genitori, ecc.