



# I FORMAT DI FATTIDITEATRO 2021/2022

---

[www.fattiditeatro.it/format](http://www.fattiditeatro.it/format)



# Format

- **#comunicateatro**
- **#comunicadanza**
- **#comunicacirco**
- **#comunicateatro *TRAINING***
- **social media storytelling *WORKSHOP***
- **social media storytelling *MASTERCLASS***
- **progetto *TEENS***
- **social media partnership**



# #COMUNICATEATRO

---

Workshop di comunicazione 2.0 e digital  
strategy per le performing arts





# Descrizione

Il workshop itinerante che mette in relazione le performing arts con il web 2.0. Prima edizione: 2012!

L'argomento principale è la comunicazione nelle sue forme più innovative, low budget, virali e digitali. Un'occasione per analizzare nuovi approcci che possono ripensare vecchi e obsoleti sistemi e rilanciare il sistema culturale. È tempo di comunicare ai nostri interlocutori in maniera più user friendly e coinvolgente.

# A chi è rivolto

- a giovani organizzatori che vogliono compiere un decisivo salto verso le nuove forme di comunicazione
- a studenti universitari che vogliono confrontarsi con il mondo della comunicazione digitale fra il ludico e il professionale
- ad artisti che vogliono promuovere se stessi e le loro attività in prima persona
- a dipendenti dei teatri ed enti locali che vogliono aggiornarsi sulle novità della rete e non solo.
- a professionisti per ampliare le loro relazioni e per praticare azioni comuni
- a giornalisti, blogger, fotografi e videomaker

# Metodo

Un fine settimana per discutere ed esercitarsi sull'arte della comunicazione, affrontando trasversalmente i canali classici e i nuovi media, l'importanza delle pubbliche relazioni e il 2.0, divertendosi e imparando trucchi e metodologie di un'attività ormai fondamentale anche per le imprese culturali.

Sono previsti momenti di interazione e coinvolgimento attraverso la visione collettiva di uno spettacolo, escursioni 2.0, brainstorming, esercitazioni e presentazioni. Fondamentali il networking e la community (online e offline).

# Argomenti

1. l'immagine dell'evento e il suo posizionamento all'interno del panorama culturale internazionale
2. il target: pubblico, operatori, stampa ecc., individuare e reperire i contatti di riferimento per la promozione e la comunicazione, strutturare in modo funzionale il proprio indirizzario
3. ripensare l'ufficio stampa attraverso le digital PR
4. creare un blog con Wordpress
5. creare una content strategy di successo utilizzando i social: Facebook, Instagram e le Storie, l'approccio one-to-one, Twitter...
6. social media storytelling: raccontare le performing arts attraverso il web 2.0
7. alla ricerca dell'empatia: socializzare un evento dal vivo creando "engagement"
8. conoscere il mestiere del Community Manager

# Modalità di svolgimento

(ipotesi)

- 3 giorni (venerdì pomeriggio, sabato e domenica)
- Orario: 10.00-14.00 / 15.00-19.00
- Max 15 iscritti
- Esigenze tecniche e organizzative
  - aula attrezzata
  - videoproiettore con cavo VGA + uscita audio
  - internet wi-fi
  - ospitalità per il coordinatore (viaggio + vitto + alloggio)
  - supporto operativo per le fasi di promozione e di organizzazione del workshop



# Storico

Circa 30 edizioni di questo storico workshop, in giro per l'Italia.

Alcuni partner: il Teatro Metastasio di Prato (la prima edizione nel 2012), la Fondazione Romaeuropa, la Fondazione Pontedera Teatro, il Teatro Pubblico Pugliese (in occasione della prima edizione di NID Platform) e la Fondazione I Teatri di Reggio Emilia.

Recentemente, nella sua nuova edizione, è stato realizzato allo Spazio Matta di Pescara, a Udine con l'Associazione Teatrale Friulana e al Nuovo Teatro Sanità di Napoli.



# #COMUNICATEATRO TRAINING

---

Workshop per la formazione interna, riservata agli staff di teatri, festival e associazioni, con la possibilità di focalizzarsi su un evento preciso



# Descrizione

- #comunicateatro TRAINING è uno strumento di “Social Media Training” riservato agli staff di festival e realtà culturali
- #comunicateatro TRAINING riprende le modalità di #comunicateatro: un uso attivo dei social network, una forte interazione, ampio spazio a riflessioni collettive sulle ultime frontiere del 2.0, brainstorming, esempi di progetti già svolti
- durante #comunicateatro TRAINING sarà possibile focalizzarsi su un evento preciso



# Scopo

Lo scopo di #comunicateatro TRAINING non è solo il team building, ma anche quello di creare consapevolezza che una buona attività sui social media può essere fatta solo in gruppo, attraverso una “socializzazione” monitorata ed espansa. Per questo ciascun componente di un’equipe di lavoro deve necessariamente trovare un momento quotidiano da dedicare alla comunicazione web del proprio evento.

# Modalità di svolgimento

(ipotesi)

- 1 giorno (8 ore | es: venerdì 14.00-18.00, sabato 10.00-14.00)
- max 10 partecipanti
- Esigenze tecniche e organizzative
  - aula attrezzata
  - videoproiettore con cavo VGA
  - internet wifi
  - ospitalità per il coordinatore (viaggio + vitto + alloggio)

# Storico

Alcune delle edizioni realizzate: al Teatro della Contraddizione di Milano, ad Albenga (SV) da Kronoteatro, a Bergamo per il Festival Danza Estate, a Roma con Società per Attori, due volte a Pistoia: Teatri di Pistoia e Il Funaro, due volte a Genova: con il Teatro dell'Archivolto e con Teatro Akropolis, a Cernusco S/N per Giovani Direzioni progetto di MaMiMò.



# WORKSHOP DI SOCIAL MEDIA STORYTELLING

---

Un progetto di formazione attraverso il racconto sui social media per la promozione delle arti performative ed il coinvolgimento di nuovi pubblici, da realizzare durante eventi, festival, rassegne e allestimenti teatrali



# Descrizione

Fattiditeatro propone un progetto 2.0 che utilizzi l'anima ludica e l'immediatezza dei social network. Si tratta di un'azione site specific che intende svilupparsi in base alle esigenze e alle linee artistiche di chi lo ospita.

Raccontare le arti performative attraverso i social media può essere un ottimo strumento di promozione per le realtà culturali, che attraverso un racconto empatico possono coinvolgere e ampliare sempre di più la loro community di riferimento.

Il racconto sui social diventa anche un mezzo per creare un rapporto speciale fra nuovi spettatori e imprese culturali.

# Possibili step

- individuazione Social Media Reporter: studenti scuole superiori o università, abbonati, soci, operatori, cittadini, seconde generazioni ecc. che diventeranno “ambasciatori” del festival
- formazione dei SMR sull'utilizzo attivo dei social media per un'attività di Social Media Storytelling (racconto dell'esperienza con un hashtag creato ad hoc e i social Facebook, Twitter, Instagram, Stories)
- team building e individuazione dei momenti/percorsi ideali di azione (incursione nei laboratori, racconti dei momenti collettivi, lavoro specifico su alcuni focus del festival)

# Possibili step

- creazione di un racconto digitale
  - degli artisti attraverso un incontro (un artista > un SMR) con gli strumenti della scrittura breve, del video e delle immagini per realizzare un profilo social dei protagonisti del festival. Pacini sarà il Social Media Leader che indirizzerà i giovani SMR verso una narrazione frizzante e non invasiva
  - di alcuni componenti dello staff del festival nelle loro giornate di lavoro
  - del territorio (gli spazi teatrali, i quartieri dove si trovano, lo street food locale ecc.) attraverso incursioni 2.0

# Possibili step

- proiezione di un Photo Wall nel luogo più “caldo” del festival/evento: un punto di incontro dove la visualizzazione dei post in tempo reale potrà scatenare “socializzazione” tra i presenti e diventare strumento di comunicazione esterna
- scelta di un artista/evento che verrà raccontato direttamente attraverso i canali social di fattiditeatro
- follow-up con i social media reporter alla fine dell’esperienza per realizzare due report/narrazioni collettive (su fattiditeatro.it o su una piattaforma creata ad hoc)

# Risultati attesi

- coinvolgimento nuovo pubblico (audience engagement) attraverso l'intrattenimento educativo
- promozione 2.0 dell'evento (attraverso la creazione di contenuti crossmediali per il web)
- raccontare un evento con occhi nuovi creando empatia con il territorio e la città
- relazionarsi con gli artisti e gli stakeholder anche in un'ottica "social" oltre che produttiva, comunicativa e amministrativa
- formazione sul web 2.0 (blogging, social media management, social media storytelling)
- interazione e condivisione fra le diverse realtà coinvolte (nascita di nuovi progetti)



Durata del progetto: da concordare insieme (dai 3 ai 7 giorni).

È possibile anche realizzare una “master class” di social media storytelling della durata di 4/8 ore.

# Storico

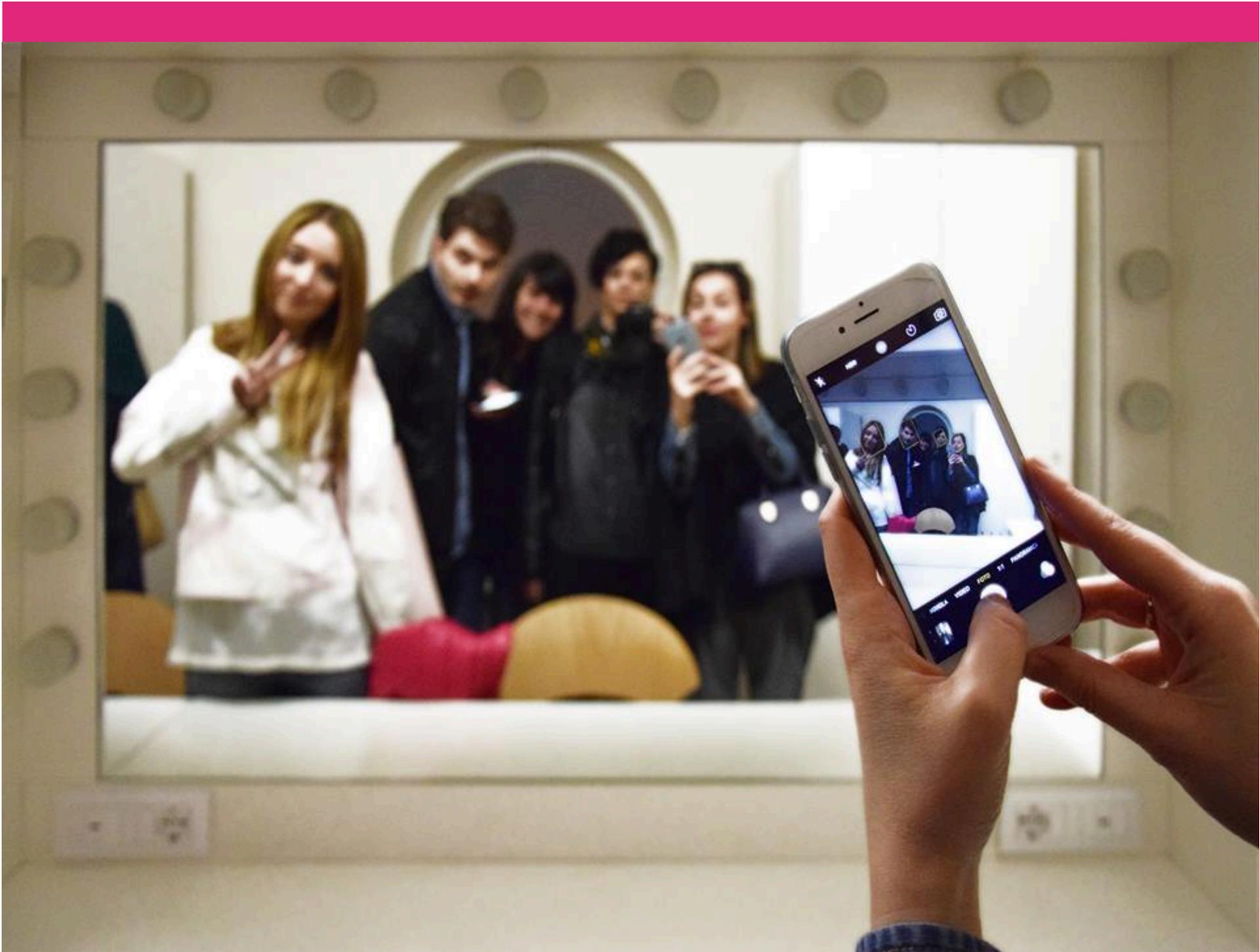
Dal 2015 il workshop è stato realizzato in e per festival di teatro (Trasparenze a Modena, I Teatri del Sacro, Wonderland a Brescia, il Festival dello Spettatore di Arezzo ecc.), di danza (T\*Danse ad Aosta, la NID Platform di Gorizia) di teatro ragazzi (Maggio all'Infanzia), di circo (Mirabilia, Circumnavigando e altri), teatri (Teatro dell'Archivolto) e compagnie teatrali (Compagnia della Fortezza, Fibre Parallele).



# PROGETTO TEENS

---

Un progetto di formazione e coinvolgimento  
progettato appositamente per gli studenti  
delle scuole superiori



# Descrizione

Si tratta di un'attività rivolta alle scuole superiori del territorio, che risponde al desiderio di coinvolgere gli adolescenti in un evento culturale offrendo loro la possibilità di viverlo dall'interno, rendendoli protagonisti del racconto della sua preparazione, di ciò che accade in scena e del dietro le quinte.

È un progetto di sviluppo e coinvolgimento del pubblico delle performing arts dedicato agli studenti delle superiori: un laboratorio teorico-pratico per vivere un evento culturale in modo interattivo e divertente, armati di smartphone e fotocamere!

I partecipanti saranno inizialmente formati sull'utilizzo attivo dei social media, in seguito diventeranno "social media reporter" dell'evento, raccontando il dietro le quinte degli spettacoli, i luoghi che li ospitano e le persone che li realizzano. Sarà un'occasione utile per gli studenti che potranno conoscere meglio le possibilità delle nuove tecnologie e raccontare la propria esperienza in rete, utilizzando l'anima ludica e l'immediatezza dei social.



Collegando i social agli eventi culturali e mettendo fianco a fianco studenti e professionisti della comunicazione il progetto vuole sensibilizzare verso un uso consapevole, creativo e non aggressivo dei nuovi media.

Il progetto ha una durata ideale di 4 giorni e intende svilupparsi in base alle esigenze e alle linee artistiche di chi lo ospita.

Creando una staffetta intergenerazionale fra adolescenti e professionisti, questa attività può inserirsi facilmente nei percorsi di PCTO (ex alternanza scuola/lavoro).

# Possibili step

- incontri teorici in orario scolastico, in cui sarà introdotto l'evento, il progetto e verranno dati elementi e strumenti della comunicazione web e del “social media storytelling”
- incontri in orario pomeridiano e serale, nei luoghi dell'evento in cui si andranno ad esplorare e documentare i dietro le quinte, gli allestimenti e le prove degli spettacoli
- visioni collettive degli spettacoli
- incontri con artisti e/o staff
- proiezione di un Instagram Wall con i post realizzati dai ragazzi stessi e presentati in video nel luogo più “caldo” dell'evento (nel foyer, al bar ecc.) negli orari di maggior afflusso
- contest Instagram che premierà i migliori “Iger” (chi avrà realizzato i post più in linea con l'idea del progetto)



Condizione necessaria per poter partecipare al progetto sarà la frequentazione obbligatoria di tutte le sessioni teoriche in orario scolastico, e di almeno due delle sessioni pratiche condotte da Simone Pacini.

Per gli studenti che partecipano al progetto sono previsti biglietti a prezzo ridotto per la visione degli spettacoli serali.

# Risultati

- coinvolgimento pubblico giovane attraverso l'intrattenimento educativo
- promozione "live" dell'evento (creazione e condivisione contenuti)
- raccontare un evento con occhi nuovi creando un'immagine accattivante verso stakeholders e territorio
- formazione sul web 2.0 (social media management, social media storytelling)
- staffetta intergenerazionale (contaminazioni fra studenti, artisti, operatori e spettatori)



# Storico

Il progetto è già stato realizzato al festival T\*Danse di Aosta (dal 2017), con ALDES per il progetto Duran Adam di MigrArti (2018), a Latina per il festival TenDance (2018), a Firenze per la rassegna Materia Prima organizzata da Murmuris (2019) e a Bergamo per il festival Danza Estate (dal 2019).



# SOCIAL MEDIA PARTNERSHIP

---

Un rapporto unico e speciale tra il tuo evento  
e tutti i canali web e social di fattiditeatro

# Cos'è?

È una media partnership al tempo dei social. Si parte dal presupposto che utilizzare il web 2.0 per la promozione e il racconto di un evento culturale non significhi solo informare ma anche e soprattutto emozionare, coinvolgere, far partecipare e condividere un'esperienza. Per sviluppare nuovi spettatori e consolidare quelli già esistenti.

Partendo da questo assunto, fattiditeatro propone un rapporto di social media partnership a società, enti, istituzioni, artisti e associazioni culturali in occasione di spettacoli, festival, laboratori ed eventi in generale. Il termine "social media partnership" è stato inventato da Simone Pacini, che realizza questo tipo di collaborazione dal 2012.

# SMP - Promozione

- pubblicazione post di presentazione (es. intervista) sul blog
- inserimento banner nella barra verticale sx del blog
- inserimento negli eventi di fattiditeatro con visualizzazione nella barra dx su tutte le pagine
- inserimento nelle newsletter mensili
- individuazione e diffusione hashtag ad hoc
- share, interazioni, inviti agli eventi, tag e retweet
- utilizzo del gruppo facebook fattiditeatro per ulteriori forme di promozione e comunicazione
- attivazione e monitoraggio campagne ads su facebook e su Instagram
- inviti personalizzati a stampa e operatori per festival e debutti

# SMP - Storytelling

- social media storytelling live dell'evento attraverso l'hashtag e i social media Facebook, Twitter e Instagram (profilo social degli artisti e dello staff, racconto interattivo del territorio e degli spazi)
- diretta Facebook o Instagram Stories quotidiane dai luoghi dell'evento (con interviste e news)
- #selfiestick: interviste video ai protagonisti pubblicate entro 24 ore sul canale Facebook di fattiditeatro e, per archivio, su YouTube
- pubblicazione fotogallery sul blog, in collaborazione con fotografi professionisti del territorio
- proiezione e dinamizzazione Instagram Walls (necessario videoproiettore + wifi)
- gestione editoriale account Facebook, Twitter, Instagram



# SMP - Documentazione

- invio materiali realizzati con WeTransfer
- report finale sul blog

# Fattiditeatro in numeri

- newsletter > oltre 5,5k indirizzi (stampa, operatori, “fattiditeatro”, pubblico delle performing arts)
- fattiditeatro.it > circa 4k visite mensili
- facebook.com/simone.pacini > 5k amici (stampa, operatori, fattiditeatro)
- facebook.com/fattiditeatro > 8,8k followers | circa 15k persone raggiunte e 3,5k interazioni (stats mensili)
- facebook.com/groups/fattiditeatro > 11,8k iscritti | circa 20k visualizzazioni 4,4k membri attivi
- instagram.com/fattiditeatro > 4k followers | 2,8k impressions nell'ultima settimana
- twitter.com/fattiditeatro > 5,5k followers | 10,5k visualizzazioni nelle ultime 4 settimane
- linkedin.com/in/simone-pacini-fattiditeatro > 1,5k followers

# Alcune delle SMP già realizzate

Teatro Metastasio, Teatro della Tosse, A.T.C.L., Accademia Perduta/Romagna Teatri, Teatro Nucleo, SHORT THEATRE, Primavera dei Teatri, VolterraTeatro, trasparenze Festival, Testimonianze ricerca azioni, Pergine Festival, Suq Festival, Festival Danza Estate, Dominio Pubblico, Le vie dei festival, Compagnia della Fortezza, Fanny & Alexander, Circo El Grito, Teatro Valle Occupato, Instabili Vaganti, IED Roma, SmartIt, Assitej Italia, Anghiari Dance Hub, Ilinxarium, Residenza Settimo Cielo/Teatro di Arsoli.

# Simone Pacini

Si occupa come consulente free lance di comunicazione, formazione e organizzazione in ambito culturale. Nel 2008 concepisce il brand “fattiditeatro” che si sviluppa trasversalmente imponendosi come forma di comunicazione 2.0. I suoi progetti che mettono in relazione performing arts e nuovi media sono stati realizzati in 18 regioni. Dal 2015 tiene lezioni e workshop di “social media storytelling” per la cultura, in collaborazione con università e imprese culturali. Nel 2018 è uscito il suo primo libro “Il teatro sulla Francigena”.



# Fattiditeatro

Blog fondato e curato da Simone Pacini.

Nasce nel 2008 come gruppo su Facebook (oltre 10000 membri, la più grande community teatrale on-line) e diventa nel tempo un brand trasversale dentro e fuori dal web. Tra le attività di fattiditeatro ci sono i laboratori itineranti su performing arts e web 2.0 (oltre 60 realizzati in 18 regioni dal 2012). Il blog propone inoltre rapporti di "Social Media Partnership" e progetti di "Social Media Storytelling". Oltre agli articoli, altri contenuti social sono le rubriche "IAT Consigli teatrali" (su Facebook) e i video "#SelfieStick" (su Facebook e YouTube). Collaborano con fattiditeatro la compagnia Instabili Vaganti (con il diario delle loro tournée internazionali) e la fotografa Carolina Farina.



## Partner



# Tour



# CONTATTI

---

Simone Pacini  
simone@fattiditeatro.it  
3358384927  
@fattiditeatro