

Millennials e Cultura nell'era digitale

Consumi e progettualità culturale
tra presente e futuro

Marsilio



Associazione

Associazione Civita, Centro Studi "Gianfranco Imperatori"

Direzione editoriale e ricerca
Giovanna Castelli

Coordinamento editoriale
Silvia Boria

Coordinamento ricerca
Alfredo Valeri

Elaborazione grafici
Orsola Damiani
Claudio Zito

www.civita.it

Si ringraziano Annalisa Cicerchia e Claudio Calveri per il contributo offerto in fase di definizione della rilevazione campionaria.

Si ringraziano, inoltre, gli autori delle illustrazioni Costanza Starrabba (copertina e pp. 13, 79, 107, 131) e Giacomo Scoppola (pp. 52, 56, 59, 70), e Antonio Cuzzola (p. 60), Arianna Cavallaro (p. 103), Maripaola Grassi (p. 114), Leonardo Castellini (pp. 118, 128, 142) per aver messo a disposizione le immagini fotografiche.

© 2018 by Marsilio Editori® s.p.a. in Venezia
prima edizione: dicembre 2018
ISBN 978-88-297-0058-5
www.marsilioeditori.it

Realizzazione editoriale
Studio Polo 1116, Venezia

Indice

7 Premessa
Alberto Bonisoli, Ministro per i beni e le attività culturali

9 Prefazione
Gianni Letta, Presidente Associazione Civita

Millennials e Centennials sotto la lente

15 1.1 *Millennials & Gen z*, modi di vivere Arte e Cultura. L'indagine di Civita
Alfredo Valeri

53 1.2 Giovani “senza”. *Postscriptum* all'indagine
Giulia Ceriani

57 1.3 Consumi culturali e creatività dei *Millennials*: il ritratto della statistica
Annalisa Cicerchia

71 1.4 Marketing e *Millennials*: analisi e strategie di marketing e comunicazione
per attrarre e conquistare i giovani consumatori
Simonetta Pattuglia

Le offerte nel mondo digital

81 2.1 L'ecosistema della produzione e del consumo culturale digitale
dei giovani: le *community social*
Claudio Calveri

- 93 2.2 Indagine *Giffoni Big Data 2017*: il consumo creativo nell'esperienza dei potenziali "influser"
Claudio Calveri
- 99 2.3 Da *NEXT Generation* a *Post-Millennials*, la guida galattica per ibridi digitali
Marianna Marcucci

La progettualità "dal basso"

- 109 3.1 Innovazione culturale e progettualità giovanile in Italia: reti, comunità e incentivi
Alfredo Valeri
- 119 3.2 *Culturit*: quando l'imprenditorialità nasce "dal basso"
Maria Cecilia Murgia, Martina Valera

Le politiche di *audience development*

- 133 4.1 *Audience development* culturale: tra "experience" e "satisfaction"
Massimiliano Zane
- 143 4.2 La partecipazione selvatica. Politiche culturali dell'offerta e della domanda per le giovani generazioni
Annalisa Cicerchia
- 165 Bibliografia
- 171 Sitografia