

Università degli studi di Torino

Master in Progettazione, Comunicazione e Management del Turismo Culturale

Titolo tesi: La comunicazione di Paratissima a confronto

Autore: Messina Morena

## **Abstract**

La decisione di comprendere e studiare i metodi di comunicazione di eventi simili a Paratissima è nata dal desiderio di avere una visione generale su come la comunicazione di eventi fieristici d'arte si stia sviluppando al giorno d'oggi. Il fine ultimo è comprendere il posizionamento di Paratissima, in relazione ad altre manifestazioni con le medesime finalità, in modo da delineare punti di forza e debolezza nella comunicazione dell'evento.

Lo studio parte dal significato denotativo del termine, per indagare cosa vi sia alla base del concetto di comunicazione. In aggiunta, si sviluppa una breve ricerca bibliografica sul significato connotativo nel campo semantico del mercato.

In seguito, viene presentata l'impresa sociale di Paratissima, che organizza da 16 anni fiere d'arte contemporanea, ponendo maggiore attenzione allo stile ed alle strategie di comunicazione con il fine di comprenderne l'efficienza.

Infine, si ha la comparazione dei nove siti web, scelti come oggetto del confronto, da cui si evincono i punti forti e le debolezze di Paratissima. Cinque sono eventi italiani, due europei e due extra-europei.

Paratissima adopera una comunicazione molto inclusiva attraverso un linguaggio colloquiale. L'arte viene mostrata come materia accessibile a tutti e mai d'élite, rendendola tale anche attraverso iniziative come l'*Art Production* (produzione di opere in serie con prezzi molto agevolati).

Sarebbe sicuramente costruttivo sensibilizzare maggiormente il pubblico a tematiche come quelle dell'eco-sostenibilità ed implementare gli spazi di intrattenimento e la presenza sui social. Potrebbe, per contro, essere migliorata e potenziata la comunicazione col pubblico e gli artisti stranieri poiché non esiste ancora alcuna traduzione del sito web o dei social network.