

# Arte Fiera

## “Sfida online da 26mila clic”

Il direttore Menegoi:  
“Sono soddisfatto,  
il Covid non ci ha  
fermati. Ne faremo  
tesoro anche per  
le edizioni future”

di Paola Naldi

Quale sia il successo di Arte Fiera in versione web, col programma culturale Playlist, lo si potrà dire forse solo in futuro, quando l'esperienza si sarà sedimentata, valutando cosa ha prodotto realmente questa prima iniziativa digitale.

Intanto la direzione artistica, presieduta da Simone Menegoi, gongola per i risultati della prima edizione digitale partita da piazza Costituzione, andata in scena per quattro giorni la scorsa settimana. Sono state 26 mila le visite al sito e oltre 170 mila le pagine consultate, l'evento “Playlist” su Facebook ha raggiunto 50 mila utenti e i canali social hanno fatto da cassa di risonanza: si sono registrati 22.700 follower su Instagram e 53.200 su Facebook.

«Sono veramente soddisfatto perché è stata una scommessa - commenta Menegoi - Abbiamo deciso di non rimandare ad altre date la Fiera e di presentare on line qualcosa di completamente culturale. Non era scontato. Poteva risultare qualcosa che suscitasse appena qualche incespatura nel web».

Nel programma erano previsti incontri, una mostra virtuale, proiezioni cinematografiche e una lunga vetrina per le gallerie, con gli espositori dell'edizione di Arte Fiera 2020 più una serie di operatori che non si vedono tra gli stand bolognesi da qualche anno.

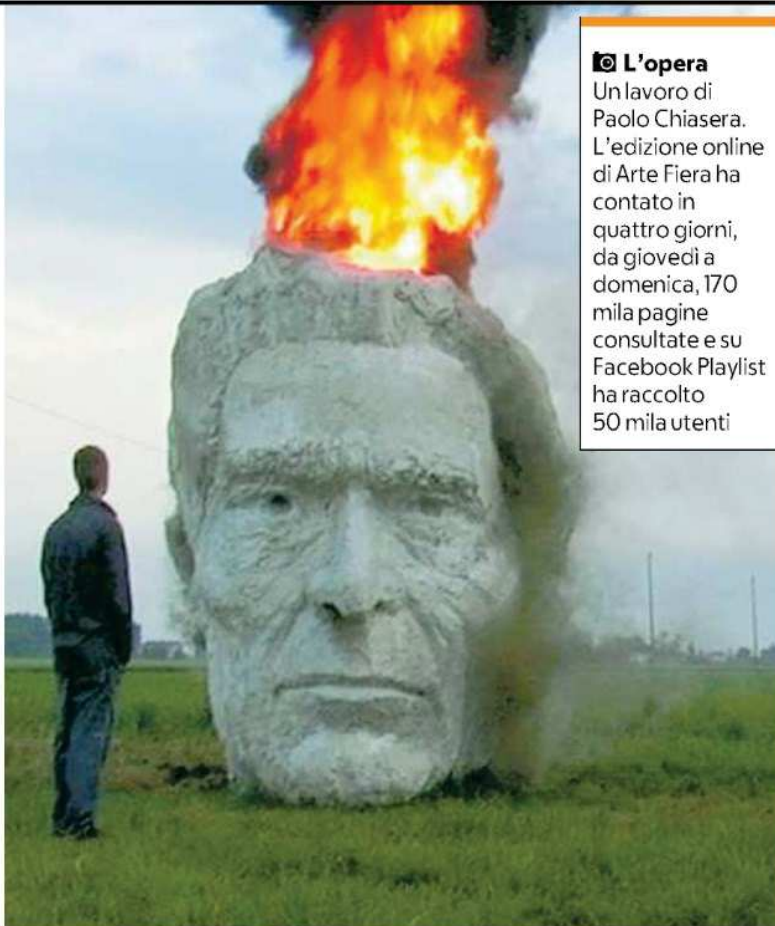
«Le più visitate sono state proprio le pagine delle gallerie - aggiunge il

direttore artistico - Tutti loro avevano rilanciato “Playlist” nelle newsletter segnalando altre sezioni del programma. Ad esempio Massimo de Carlo, della galleria Lo Scudo, caldeggiava il documentario su Vedova, che è un loro artista di punta. Massimo Minini ha segnalato l'iniziativa di Stefano Arienti, realizzata in collaborazione col Mambo. Anche la sezione cinema ha avuto molti apprezzamenti e Gian Luca Farinelli, direttore della Cineteca che ha curato la rassegna, ci ha assicurato che i numeri raggiunti sono rispettabili per il genere di proposta, ovvero dei documentari d'arte contemporanea. L'altro aspetto che ci ha confortato è che ogni visitatore ha visto più pagine: vuol dire che sono entrati e sono rimasti, incuriositi».

I numeri di Playlist raccontano quindi che il pubblico si è interessato a un evento che non aveva nulla di commerciale. «Il pubblico si è dimostrato fedele ad Arte Fiera perfino quando non è in presenza e senza le contrattazioni e le vendite, aspetto che abbiamo tralasciato volutamente. Evidentemente la sua identità si lega anche a contenuti culturali e il brand è radicato». Da oggi però Simone Menegoi, e l'intera macchina organizzativa, si rimettono in moto pensando alla nuova edizione prevista dal 21 gennaio 2022.

«Vedremo cosa lascerà questa esperienza ma, con questi risultati, dubito che possa non avere alcuna conseguenza: lasciamo sedimentare l'evento - chiosa - Intanto lavoriamo aggiornando i contenuti del sito, che in parte rimarranno online, e riprendiamo il dialogo con le gallerie, tastandone il polso per sapere come hanno vissuto questa esperienza. Iniziamo a parlare della prossima Fiera. Non ci si può muovere, ma cominceremo ad andare a trovare i galleristi bolognesi».





**L'opera**  
Un lavoro di Paolo Chiasera. L'edizione online di Arte Fiera ha contato in quattro giorni, da giovedì a domenica, 170 mila pagine consultate e su Facebook Playlist ha raccolto 50 mila utenti



**Visto a distanza**  
Un'opera di Gina Pane