
Cinema: Gff, un sondaggio indirizzato alla community per sapere cosa piace e cosa cambiare del Festival

Una consultazione che rende protagonisti chi Giffoni lo conosce, lo ama, lo vive. Una consultazione che si pone l'obiettivo di fornire consigli, spunti di riflessione, suggerimenti a chi Giffoni lo pensa, lo organizza, lo disegna dal punto di vista strategico, ma anche sul terreno dei contenuti e delle finalità. È da questi principi che muove i passi il sondaggio fortemente voluto da Claudio Gubitosi, fondatore del Giffoni Film Festival (Gff), che si pone l'obiettivo di sondare e conoscere scientificamente quella che è la percezione del pubblico sui valori che Giffoni da sempre esprime, su quella che è la lettura che dall'esterno si fa di un Festival che dopo oltre mezzo secolo di storia è diventato una factory creativa, un hub vocato all'innovazione, il motore economico, oltre che culturale, di trasformazione di un territorio molto vasto dell'entroterra campano. L'idea è di dare un fondamento scientifico al sondaggio i cui esiti saranno elaborati a chiusura della consultazione da Deloitte, azienda di servizi e consulenza leader nel mondo, a conferma di come Giffoni creda fortemente in questa attività che, con un approccio bottom up, mira a coinvolgere pubblico reale e potenziale perché dalle opinioni delle persone possano emergere importanti elementi utili alla evoluzione di un format che vuole praticare il cambiamento sempre e comunque, che non vuole mai essere uguale a sé stesso, ma che vuole intercettare i reali bisogni e le reali esigenze del proprio target di riferimento, in particolare i giovani e le famiglie che rappresentano Giffoni, una bella storia italiana, un sogno fatto di cinema, di arte e di cultura che ha saputo conquistare il mondo. Basteranno pochi minuti per rispondere alle domande del [sondaggio](#) e poter fornire i propri commenti e le proprie riflessioni per comprendere a fondo qual è l'impatto emotivo che Giffoni ha su chi lo conosce ma anche su chi non se n'è ancora fatta un'idea compiuta. "Quelli che vogliamo – commenta Claudio Gubitosi – sono dati che saranno elaborati e che utilizzeremo per orientarci nel nostro nuovo cammino. Perché Giffoni non si replica mai e, ancora una volta, si sta incamminando lungo una nuova strada ed un nuovo percorso. Teniamo, perciò, tantissimo all'opinione di chi ci ama, ci segue e ci apprezza. Daremo vita a una fondazione, trasformeremo, perciò, la nostra stessa natura giuridica in un ente no profit del terzo settore. Per farlo abbiamo bisogno di un fondamento anche statistico e che ci diano maggiori garanzie sul nostro operato. Abbiamo un pubblico, la nostra community, e abbiamo inteso coinvolgerla con questa iniziativa che parte dal basso". Il sondaggio resterà aperto per tutto il mese di maggio. A giugno saranno elaborati i dati. I risultati saranno presentati nel corso di #Giffoni54 che si svolgerà dal 19 al 28 luglio. Giffoni interroga il suo pubblico per dare vita ad un'indagine conoscitiva con l'obiettivo di capire effetti e ricaduta dell'azione messa in campo finora e per modificare, cambiare, trasformare, se necessario, quegli aspetti che potrebbero essere maggiormente in linea con i valori che da 54 anni Giffoni esprime e diffonde in Italia e nel mondo.

Gigliola Alfaro