

Newsletter sul business di cultura & spettacolo

Quindicinale – N. 13

2 LUGLIO 2009

L'Indagine Predittiva "Il futuro della sponsorizzazione", condotta annualmente da **StageUp - Sport & Leisure Business e Ipsos**, è giunta quest'anno alla VII edizione.

Lo studio, la cui pubblicazione è prevista per aprile 2009, ha l'obiettivo di analizzare:

- dimensioni, trend e scenari evolutivi del mercato della sponsorizzazione in ogni sua articolazione
- le strategie degli operatori in ragione dei mutevoli scenari di mercato

Nel delineare il panorama più completo ed esauriente possibile del mercato delle sponsorizzazioni in Italia, lo scopo della ricerca è quello di creare un importante strumento di supporto strategico e operativo per tutti gli operatori (aziende, organizzatori di eventi, organizzazioni no-profit, agenzie di sponsoring, centri media, concessionarie, consulenti).

I contenuti più in dettaglio prevedono:

- Grandezza del mercato italiano della sponsorizzazione e trend evolutivo
- Tendenze di sviluppo dei diversi comparti del mercato (sport, cultura e spettacolo, utilità sociale e solidarietà)
- Settori merceologici degli investitori
- Motivazioni di acquisto delle sponsorizzazioni
- Communication & marketing mix a supporto
- Modalità di gestione del piano di sponsorizzazione
- Fattori critici e fattori di successo del progetto
- Strategie degli sponsor e degli sponsee in ragione dei mutamenti di mercato
- Aspettative degli sponsor e allocazioni del budget

Il volume può essere acquistato all'indirizzo www.stageup.com al prezzo di 360 euro Iva inclusa o in abbinata con "L'Annuario delle Sponsorizzazioni Sportive 2009" a 500 euro Iva inclusa.

Musica – UMBRIA JAZZ, BUDGET A 3 MILIONI E GIRO D'AFFARI A 15 MILIONI



La nuova edizione di Umbria Jazz, di scena a Perugia dal 10 al 19 luglio, nasce sotto i migliori auspici. L'edizione 2009 avviene in un contesto di crisi internazionale ma forte del successo di Umbria jazz winter a Orvieto dello scorso dicembre che ha visto crescere del 15 per cento le vendite. Considerato fra i primi cinque festival jazz del mondo, malgrado la crisi e l'avvicendamento di alcuni sponsor, l'investimento è lo stesso del 2008, circa 3 milioni di euro, e le

prevendite, le stesse dell'anno scorso, ci dicono che Umbria jazz, per ora, resiste molto bene. Uno studio dell'Università di Perugia, parlerebbe di un rapporto di uno a cinque. Per ogni euro investito dagli organizzatori, il valore quintuplicherebbe, con un giro d'affari stimato sui 15 milioni di euro. Sulla stampa locale si legge che gli albergatori, dopo una Pasqua deludente, sperano in Umbria Jazz. Le premesse sono quindi buone e soprattutto i jazzofili hanno una buona capacità di spesa e si fermano più di un giorno.

Nel 2008, sempre una ricerca dell'università di Perugia su Umbria Jazz, aveva evidenziato che gli sponsor provenivano soprattutto da fuori regione. Quest'anno tra i sostenitori c'è una sola impresa umbra al cento per cento, del settore agroalimentare. Un gruppo perugino, invece, si è disimpegnato nello scorso ottobre. E altri due sponsor sono aziende con sedi in Umbria, ma proprietà di fuori. La spesa per la manifestazione è ripartita tra privato, pubblico (Regione Umbria, Provincia e Comune di Perugia, ndr) e incassi.

"Il Comune – ha dichiarato di recente il direttore artistico dell'evento Carlo Pagnotta - ha la manifestazione nelle sue piazze e teatri, ma è necessario che il nuovo sindaco Boccali risolva problemi urgenti: gli spazi per i concerti al chiuso senza aria condizionata e l'Arena Santa Giuliana (stadio a ridosso del centro storico,

StageUp S.r.l.

Bologna - Via Cairoli 9 • **Milano** - via M. Macchi 97 • **Camino Al Lago** (Usa) Atherton - CA 261
Tel: (+39) 051.58.71.554 - Fax: (+39) 051.58.71.504 - Web site: www.stageup.com - E mail: redazione@stageup.com

ndr), dove si tengono i grandi concerti all'aperto. Ogni anno trasformare l'area in un'arena capace di accogliere oltre 4mila spettatori e artisti come i Rem, ci costa tra i 300 e i 400mila euro. È necessario un investimento definitivo sul Santa Giuliana che spetta al Comune. Calcolate le strutture che abbiamo, il festival ha raggiunto il massimo delle potenzialità. Per chiudere il quadro regionale, ci auguriamo un rapporto decisamente migliore rispetto al passato con la Provincia. Infine, il ministero della Cultura: destinarono all'edizione 2008, circa 300mila euro. Quest'anno non sappiamo”.

Spettacolo – SIAE, SPESA PER GLI SPETTACOLI IN FLESSIONE

Il 25 giugno, presso la Biblioteca e Museo Teatrale del Burcardo a Roma, si è svolta la conferenza stampa di presentazione del volume “Annuario dello Spettacolo 2008”, edito dalla Siae, che contiene i dati sulla spesa del pubblico per spettacoli e intrattenimenti su tutto il territorio nazionale.

Secondo quanto rilevato dall'Osservatorio dello Spettacolo della Siae, nel 2008 la spesa degli italiani per lo spettacolo e lo sport è stata di 3 miliardi e 661 milioni di euro. Rispetto al 2007 la spesa del pubblico - che comprende tutte le somme destinate alla fruizione di spettacoli, e cioè non solo biglietti e abbonamenti, ma anche consumazioni, prenotazioni ecc.- ha registrato una non lieve flessione (- 6,89%). Sono stati 2,788 milioni gli spettacoli rilevati dalla SIAE nel 2008 su tutto il territorio nazionale (+6,53% rispetto al 2007). All'aumento dell'offerta è però corrisposto un calo degli ingressi a pagamento (-3,18%).

“I dati in generale sono negativi – afferma il presidente della Siae Giorgio Assumma – ed è la prima volta che si verifica una inversione di tendenza. Finora si era sempre verificato un aumento di incassi e di ingressi, nonostante la crisi; nell'ultimo anno invece la situazione è cambiata, il pubblico si è allontanato dallo spettacolo. Anche se la crisi riguarda di più le consumazioni che i biglietti. Ciò significa che c'è quindi molta attenzione e ponderazione sulle spese inutili. Il dato che deve farci riflettere è comunque un altro: anche l'industria dello spettacolo risente della crisi, quindi non si può più ritenere questo settore una industria marginale”.

Nei primi quattro mesi del 2009 si evidenziano tuttavia alcuni segnali di ripresa con un lieve incremento generale della spesa del pubblico con, in particolare, i concerti di musica leggera (+26,72), il teatro di prosa (+5,28%) e la lirica (+7,91%) che lasciano ben sperare per il periodo successivo.

Infine, fra gli spettacoli presenti nella top ten 2008 di spesa al botteghino si registra “Natale a Rio” per il cinema, Madonna per i concerti di musica leggera, il “Don Carlo” di Verdi per la lirica e il musical “Giulietta e Romeo” di Riccardo Cocciante per il teatro. Il libro più stampato è di Gian Antonio Stella e Sergio Rizzo, “La deriva”.

Cinema – REGIONE LAZIO, 6 MILIONI PER IL CINEMA DI QUALITA'



La Regione Lazio intende stanziare sei milioni di euro per sostenere le produzioni cinematografiche di qualità del Lazio. Una decisione annunciata dall'assessore alla Cultura Giulia Rodano in occasione della presentazione dei bandi per la filiera dell'audiovisivo. Da circa due anni la Regione Lazio si preoccupa di sostenere le produzioni cinematografiche attraverso fondi ordinari regionali, diventando co-produttrice di circa trenta film: tra gli altri, l'ultimo “Il prossimo tuo”, selezionato al Festival di Roma, nelle sale in questi giorni. Per poter accedere ai fondi è necessario che, almeno in parte, i film siano prodotti nel Lazio, mentre i contributi ad ogni singolo

film ammonteranno al massimo a 500 mila euro, per una copertura di circa il 10-15% della spesa totale. Inoltre, un fondo di dotazione (fondi perduti senza necessità di restituzione) sarà istituito dalla Fondazione per l'audiovisivo, presieduta da Francesco Gesualdi; mentre il fondo di rotazione verrà integrato. Attraverso tali misure, si intende contrastare le difficoltà in cui versa il mondo della produzione cinematografica e il conseguente calo del numero di film prodotti.



Cinema – PETRILLO (TEODORA FILM) ACCUSA IL MERCATO ITALIANO



I grandi festival nazionali "sono asserviti al duopolio che di fatto controlla il cinema in Italia: Venezia ormai non ha film in concorso che non siano Rai o Medusa", ha affermato Cesare Petrillo di Teodora Film in un'intervista per Box Office. "L'anno scorso poi fu un capolavoro di equilibrismo, quattro film in concorso ed erano due per uno. Marco Müller ha un modo molto democristiano per stare al servizio dei gruppi di potere. Non è un caso, peraltro, che proprio nei giorni scorsi sia stato annunciato che sarà un film Medusa, Bavaria di Giuseppe Tornatore, ad inaugurare la Mostra di Venezia 2009".

Per Petrillo, "In Italia nel cinema sta restando poco e niente. Resistono eroicamente gli esercenti e, sebbene in un mercato in caduta libera, i produttori di dvd, i quali sono un po' gli omologhi dei distributori. La verità è che non c'è una reale libertà di mercato. C'è chi occupa posizioni predominanti e nessuno dice niente".

Mostre e musei – LA NOTTE TOSCANA DIVENTA ARCHEOLOGICA

Un luglio dedicato ai misteri dell'archeologia scandagliati con il favore delle tenebre: 304 eventi in tutta la Toscana in 105 fra parchi, aree archeologiche, musei coinvolti per una iniziativa "Le notti dell'archeologia" coordinata dalla Regione Toscana in collaborazione con il ministero per i Beni culturali, la Soprintendenza per i Beni Archeologici della Toscana, l'associazione fra i musei archeologici toscani (Amat) nonché i volontari dei gruppi archeologici. Settanta i Comuni coinvolti, sparsi in tutte le province toscane. "Dare voce al grande patrimonio di una Toscana spesso sconosciuta", è l'obiettivo dichiarato dai responsabili della Regione. Un pacchetto che comprende conferenze, rassegne cinematografiche, escursioni e passeggiate, laboratori e attività educative per bambini, aperture straordinarie notturne, concerti, degustazioni alimentari, fiaccolate, presentazione di libri e dei risultati delle ultime campagne di scavo.

Mostre e musei – ALP! METTE IN MOSTRA L'ECOSISTEMA ALPINO



Presso il cortile del Museo Tridentino di Scienze Naturali di Trento si è aperta la mostra itinerante Alp!, che coinvolge lo spettatore in un originale percorso tra "montagne di cartone" alla scoperta del patrimonio delle Alpi e dell'importanza della loro tutela rispetto a sfruttamenti negligenti da parte dell'uomo. La mostra è frutto della collaborazione tra il segretariato permanente della Convenzione delle Alpi, il Comune di Bolzano e Comieco (Consorzio nazionale per il recupero e riciclo degli imballaggi a base cellulosica) e vuole sensibilizzare il pubblico sulla bellezza ma anche sulla

fragilità dell'ecosistema alpino, uno dei più grandi spazi naturali continui d'Europa che si estende per circa 1.200 km da est a ovest. La tappa trentina è realizzata in collaborazione con la Provincia autonoma di Trento (Museo di Scienze, Dipartimento Risorse Forestali e Montane e Dipartimento Urbanistica e Ambiente). "Si tratta di una metamostra, perchè il messaggio va oltre le parole e le immagini e parte dai materiali scelti - spiega il Segretario generale del Segretariato permanente della Convenzione delle Alpi Marco Onida - grazie alla collaborazione di Comieco, l'allestimento è infatti realizzato in cartone riciclato, un materiale simbolo della sostenibilità ambientale".

Musica – SONY E DADA RAFFORZANO LA PARTNERSHIP

Sony Music rafforza ulteriormente la partnership con Dada.net S.p.A. con l'acquisizione di una quota di minoranza (13%) del suo capitale. In cambio, Sony conferirà alla società italiana il pacchetto azionario (50%) che detiene nella joint venture americana Dada Entertainment LLC, consentendole il pieno controllo operativo dell'impresa specializzata in servizi di entertainment e community digitale. L'intesa prevede anche la sottoscrizione di un accordo globale (non esclusivo, di durata triennale e valido in tutto il mondo con l'esclusione del Giappone) per la distribuzione del catalogo Sony Music sui canali Web e mobile; la casa



discografica collaborerà anche ad attività di co-marketing e promozione delle iniziative di Dada sul mercato digitale.

"Il nostro nuovo accordo consentirà agli utenti una maggiore flessibilità nella fruizione della musica e ci permetterà lo sviluppo di prodotti innovativi e di servizi mobile off e on-deck" ha commentato Thomas Hesse, presidente della divisione Global Digital Business, U.S. Sales and Corporate Strategy di Sony Music Entertainment, mentre Paolo Barberi, presidente e fondatore di Dada, sottolinea che "il rafforzamento dei rapporti con un partner prestigioso come Sony Music dimostra ancora una volta la forza del progetto Dada Music: una 'open platform' musicale sempre più centrale all'interno di una rete che sta operando rapidi cambiamenti e registrando crescenti record di utilizzo".

Dada Entertainment LLC, partecipata al 50% da Sony Music e Dada Usa Inc., è nata nell'ottobre del 2007; la società, con uno staff di 35 persone e sede a New York, ha prodotto ricavi netti per 53,2 milioni di dollari nel 2008 (12,4 milioni nel primo trimestre del 2009).

Musica – CONCERTI, AL BOTTEGHINO VINCE MADONNA



Madonna è la regina incontrastata del box office nei concerti 2008. Secondo il rapporto 2008 di Assomusica che rappresenta il 93% del mercato della musica dal vivo, è il concerto della Ciccone allo stadio Olimpico di Roma (6 settembre 2008) a guidare la classifica con un incasso di 4.005.241 euro. Al secondo posto si piazza Bruce Springsteen con 2.819.080, incassati allo Stadio Meazza di Milano il 25 giugno 2008. Il Boss è seguito da Vasco Rossi con 2.493.216 (Meazza, 6 giugno) e da Ligabue (Meazza, 4 luglio) con 2.481.982 euro. Vasco occupa però anche il sesto, ottavo, nono e decimo posto della classifica, mentre Ligabue è anche al settimo (concerto all'Olimpico il 18 luglio 2008).

Complessivamente, l'anno scorso la spesa al botteghino è aumentata del 4,13% rispetto al 2007, ma c'è stato un calo di spettatori pari al 3%, e di numero di eventi (-14,77%), oltre ad un aumento di quasi il 20% (19,39%) del prezzo medio del biglietto.

"Il 2008 per i concerti è stato un anno mediamente positivo, il settore misura sempre un incremento, anche se inferiore al 2007 - ha dichiarato il Presidente di AssoMusica Alessandro Bellucci - il prezzo medio del biglietto, rispetto alla media europea, è ancora inferiore: da noi è intorno ai 29 euro mentre in Francia, Germania e Inghilterra è più alta. La diminuzione degli eventi ha fatto sì che gli spettatori abbiano scelto gli eventi più importanti". "Il nostro paese in Europa è l'ultimo per presenze e incassi ai concerti - ha sottolineato Bellucci - è dietro a Grecia, Portogallo, e tra poco sarà dietro anche alla Turchia e ai Paesi dell'Est. Se le istituzioni ritengono la musica alla base della crescita degli individui, è chiaro che andrebbe sostenuta fin dalle scuole: i bambini andrebbero educati alla musica popolare. Noi siamo i primi in vendita di cellulari e gli ultimi per presenze agli spettacoli: è un dato che fa riflettere". In vetta alla classifica delle città con più eventi c'è Milano (800), seconda Firenze (210), terza Torino (159), quarta Roma (126) e quinta Bologna (85).