

Newsletter sul business di cultura & spettacolo

Quindicinale – N. 14

16 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.

Spettacolo – FESTIVAL DI SPOLETO, + 30 % DI PRESENZE



La 52/a edizione del Festival dei Due Mondi di Spoleto si è conclusa con un aumento del 30% delle presenze. Quarantuno gli spettacoli prodotti in questa edizione, per un totale di 97 rappresentazioni, 8 le iniziative scientifiche e culturali, 21 i dibattiti, e 4.500 i visitatori delle mostre con un ricavo derivante dalla vendita di biglietti di poco inferiore a 750mila euro. Un numero di presenze che, per le oltre due settimane della rassegna, si aggira sulle 30mila persone. Noto anche la ricaduta locale, con 900 pernottamenti pagati dall'organizzazione, per tecnici, musicisti e interpreti, e con alberghi all'insegna del tutto esaurito per circa la metà delle date e in particolare nei tre fine settimana.

Il Festival si è concluso con uno dei suoi appuntamenti più attesi e tradizionali, il concerto in piazza Duomo, che guarda agli Stati Uniti con le musiche di George Gershwin. Direttore d'orchestra e pianista Wayne Marshall, con l'orchestra Sinfonica di Milano Giuseppe Verdi.

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

Spettacolo - SINERGIE TRA NAPOLI FESTIVAL ITALIA E IL TEATRO SAN CARLO



Dalla contaminazione di lirica, jazz, teatro e danza nasce il cartellone estivo dell'Arena Flegrea di Napoli, dove dal 7 luglio all'11 agosto sarà in scena il "Festival d'Oltremare". Questa manifestazione nasce dalla collaborazione fra il "Napoli Teatro Festival Italia", il festival di settore più giovane del continente, e il teatro San Carlo, il più antico teatro lirico d'Europa.

Ad aprire i battenti della rassegna è stato il "Don Pasquale" di Donizetti, mentre l'evento conclusivo, in programma l'11 agosto, sarà la "Madama Butterfly" di Puccini. Tra gli altri appuntamenti, il balletto "Zorba il greco" di Theodorakis, due serate di jazz con Brad Mehldau Trio e con Ralph

Towner e Paolo Fresu il 13. Spazio anche al teatro, con il premio Nobel Dario Fo, in scena con "Mistero Buffo", spettacolo del 1969 mai visto prima sui palcoscenici napoletani.

"Sperimentiamo una prosecuzione del Festival Teatro Italia - dice Rachele Furfaro, presidente della Fondazione Campania dei Festival - l'Arena Flegrea ancora non aveva avuto modo di organizzare un cartellone estivo e noi abbiamo pensato di lavorarci". Soddisfatto, il presidente dell'ente Mostra d'Oltremare Raffaele Cercola che si è detto "dispiaciuto che ci siano sempre meno imprenditori disposti ad investire in questa struttura. L'Arena è un gioiello dell'architettura contemporanea, in un'altra città sarebbe valorizzata molto più di come avviene qui. La Mostra, così come la stiamo pensando, potrebbe competere con il Parco della Musica di Roma". Il commissario straordinario del San Carlo Salvatore Nastasi sottolinea che l'iniziativa "rappresenta l'inizio di un percorso. La crisi sta facendo superare le distinzioni rigide tra i vari fenomeni culturali. Il Festival è il luogo giusto per iniziare questa sperimentazione".

Su iniziativa e con risorse della Regione Campania, il Napoli Teatro Festival Italia e il San Carlo continueranno a portare una serie di concerti anche nelle piazze dei capoluoghi campani. I prossimi appuntamenti, dopo Avellino e Salerno, saranno in piazza a Benevento il 25 luglio e al Belvedere di San Leucio, in provincia di Caserta, il giorno successivo, con un omaggio a Giuseppe Verdi.

Mostre e musei – CLASSIFICA DELLE MOSTRE DEL 2008: DOMINA IL GIAPPONE, IN ITALIA VINCE CORREGGIO

Per il terzo anno consecutivo una mostra giapponese è al vertice della classifica delle mostre più visitate. Gli enormi spazi espositivi del Giappone possono accogliere migliaia di visitatori, a differenza delle mostre occidentali. Il Nara National Museum stabilisce un nuovo record, con 17.926 visitatori al giorno. Prima tra le istituzioni occidentali, al terzo posto della classifica, una mostra d'arte digitale al Grand Palais di Parigi, con una media giornaliera di 10.357 visitatori. In ascesa il Museo della Reina Sofia di Madrid per la rassegna su Ricasso (al sesto posto con 7.101 visitatori al giorno). Negli USA a ottenere i risultati migliori sono stati il Metropolitan e il MoMA. La scena italiana è dominata da due dei più rappresentativi artisti dell'arte nostrana antica: Correggio e Giovanni Bellini, rispettivamente 43° (3.496 visitatori al giorno) e 126° (2.176 visitatori al giorno) della classifica internazionale. Nelle prime posizioni della classifica italiana latita l'arte contemporanea, ad eccezione della buona performance della Biennale di Architettura, al terzo posto. È invece il fiore all'occhiello delle fiere italiane: ancora una volta Artissima di Torino, con 15 mila visitatori al giorno, ha la meglio su Artefiera di Bologna (10 mila visitatori al giorno). A seguire MiArt di Milano, con 9.500 visitatori al giorno e The Road to Contemporary Art di Roma con 8.750.

Musica – MERCATO IMPAZZITO: CALA LA DOMANDA, ESPLODE L'OFFERTA

A dispetto di una domanda che continua a restringersi, il numero di album pubblicati annualmente in rete cresce in misura esponenziale. Secondo i calcoli di Nielsen SoundScan, nel 2008 ne sono stati pubblicati 105 mila nei soli Stati Uniti, tre volte la quantità di dischi in circolazione all'inizio del decennio. Di questi, tuttavia, appena 6 mila hanno venduto più di 1.000 copie. Stessi risultati anche in Europa: recenti stime valutano in oltre 30 mila gli album pubblicati ogni anno nel Regno Unito, il 30 per cento in più di quanto accadeva agli albori del 2000.

I motivi di una tale esplosione dell'offerta sono evidenti: abbassamento drastico dei costi di produzione in virtù della disponibilità di tecnologie e apparecchiature domestiche di registrazione sempre più economiche e sofisticate, possibilità di arrivare istantaneamente sul mercato creando un



contatto diretto con il pubblico, grazie a canali digitali e a social network come MySpace (il sito ospitava circa 600 mila gruppi nel 2005, 3 milioni nel 2006, più di 10 milioni allo stato attuale). Almeno potenzialmente, perché naturalmente tanta abbondanza deve fare i conti con il tempo, il denaro e il raggio d'attenzione limitato del pubblico a cui si rivolge.

Musica – PARTNERSHIP TRA LIMEWIRE E CD BABY

LimeWire annuncia una partnership con il distributore e produttore musicale CD Baby. L'obiettivo è il superamento delle 240 mila tracce audio "autorizzate", tutti brani di proprietà di artisti indipendenti. LimeWire è stato il primo programma di file sharing a supportare il trasferimento file da firewall a firewall, nel novembre 2004.



Questo enorme Store online "legale" supporta iTunes e ha al suo interno una chat con la quale i vari utenti possono comunicare tra loro durante i download. Tra le tante caratteristiche, la possibilità di ricerca per artista, genere od altre meta informazioni. "Nel suo spettro musicale a livello globale, recentemente CD Baby ha voluto anche investire maggiormente nella comunità indiana, e non abbiamo altre parole se non quelle per dire che siamo veramente felici di poter lavorare assieme", ha dichiarato il direttore di LimeWire Tom Monday. "CD Baby e LimeWire Store sono entrambe aziende che premiano gli artisti indipendenti a livello internazionale, e pertanto hanno come obiettivo portare loro nuovi clienti, pubblico e opportunità di guadagno. Pertanto la nostra è una partnership perfetta", spiega. Dello stesso parere è Baby Phil Bauer, il direttore della distribuzione digitale di CD, che aggiunge: "Siamo davvero entusiasti di aggiungere lo store online in grande crescita di LimeWire come nostro nuovo partner. Sarà questa un'eccellente opportunità per tutti i nostri artisti".



Musica – UNIVERSAL MUSIC E GEMALTO: NASCE LA SMART CARD VIDEO



La Universal Music ha adottato un nuovo canale distributivo musicale che permetterà agli utenti l'ascolto di brani musicali e la visione di video su pc, cellulari, lettori Mp3 e televisione, fornendo all'utente un'esperienza musicale completa. Il supporto si chiama Smart Video Card ed è realizzato da Gemalto, azienda leader nel settore della sicurezza digitale, che ha inserito un disco ottico compatibile col lettore dvd nella scheda in cui alloggia una normale carta Sim. Questo disco può essere precaricato con 120Mb di contenuto musicale, da ascoltare con un normale lettore DVD. In base all'accordo firmato con Universal Music, Gemalto offrirà sulla sua card i contenuti in esclusiva di Universal, mentre la casa discografica la promuoverà agli operatori con cui sta lavorando per distribuire contenuti online.

Cinema – NUOVI SPONSOR PER IL CINEMA



Quando in autunno arriverà sui grandi schermi, la commedia "Cado dalle nubi", nei titoli di testa comparirà il logo del Comune di Milano. Il film racconta la storia di Checco, un ragazzo pugliese emigrato a Milano con il sogno di diventare un famoso cantante. Nella metropoli verrà ospitato in casa del cugino gay e del suo compagno. Sulla strada del successo, Checco incontra una ragazza di cui si innamora, ma l'ostacolo è il padre di lei, fervente leghista. A pochi giorni dalle polemiche per i cori ingiuriosi della Lega Nord contro i napoletani, la giunta comunale ha concesso il patrocinio. Protagonista è Checco Zalone, il regista e Gennaro Nunziante.

Anche Alfa Romeo sponsorizza il cinema, legandosi ad un evento come il Giffoni Film Festival veicolo di valori come dinamismo ed energia, insiti nel dna dell'Alfa Romeo MiTo. La kermesse lanciata nel 1971 per promuovere il cinema dedicato ai ragazzi si svolgerà dal 12 al 25 luglio prossimi. Il pubblico, prevalentemente costituito da giovani, incarna perfettamente il target a cui Alfa Romeo MiTo è rivolta: una vettura dal forte appeal per i giovani che intriga anche i più grandi. Una flotta formata da MiTo e 159 si occuperà del servizio di "trasportation" degli ospiti della rassegna mentre un'area appositamente allestita svelerà al pubblico tutti i segreti della MiTo la "compatta più



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

sportiva di sempre" che sta catturando l'attenzione dei più giovani grazie anche al "tormentone" di "Alfabet", scanzonato vocabolario digitale ad icone creato per comunicare sul web e sui telefonini.

Cinema – ISCHIA PROTAGONISTA PER FILM & MUSIC GLOBAL FESTIVAL



Sarà la musica di Sting, Bocelli e Zucchero ad aprire la VII edizione dell'Ischia Film&Music Global Fest, la rassegna cinematografica ideata da Pascal Vicedomini e realizzata con il contributo dell'assessorato al Turismo della Regione Campania e del ministero per i Beni Culturali. Dal 12 al 19 luglio, Ischia ospita oltre cento tra registi, attori, cantanti e artisti in un' alternanza di proiezioni cinematografiche, consegna di premi, rassegne musicali e momenti di incontro. Il paese ospite di questa edizione dell'Ischia Global Fest è il Sudafrica, con mostre ed appuntamenti a tema tra Lacco Ameno e Forio, mentre il regista Regardt van den Berg rappresenterà la cultura cinematografica del paese di Nelson

Mandela, a cui verrà dedicato un appuntamento speciale il 18 luglio in occasione del novantunesimo compleanno.

"Questo festival ha raggiunto l'obiettivo, dal momento che è conosciuto ovunque - osserva l'assessore regionale al Turismo Riccardo Marone - e poi l'appuntamento è una vera campagna di promozione turistica". D'accordo con lui anche il presidente della Regione Campania Antonio Bassolino, che ha sottolineato come "a differenza di quanto avviene a Roma, dove vengono tagliati i fondi per lo spettacolo, noi qui abbiamo aumentato i nostri investimenti in materia di attività culturali. C'è una differenza di approccio, questa non è una generica spesa pubblica da tagliare, ma una risorsa su cui investire". Bassolino ha anche ricordato come la Campania abbia approvato una legge regionale sullo spettacolo che consente di investire in cultura e spettacoli circa 20 milioni di euro ogni anno, risorse provenienti dal bilancio ordinario, non da fondi europei. Tra gli appuntamenti in programma il 'Social cinema forum' dedicato all'educazione dei bambini, aperto dall'attrice Rosario Dawson e da Nicolas Vaporidis, mentre il 18 luglio è in programma una serata in omaggio a Federico Fellini. Il cartellone prevede anche diverse anteprime cinematografiche, tra cui 'Moon', 'L'era glaciale 3', 'The Proposal'. Tutte le proiezioni, sia nei cinema che nelle piazze, saranno gratuite.
