

Newsletter sul business di cultura & spettacolo

Quindicinale – N. 15

30 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.

Arte – FUS: MONDO SPETTACOLO E CULTURA IN PIAZZA CONTRO I TAGLI



Il mondo della cultura e dello spettacolo italiano si mobilita per protestare contro i tagli al Fondo unico per lo spettacolo (Fus): si è dato appuntamento in piazza di Montecitorio, e qualche giorno dopo in Galleria Colonna.

Palloncini neri, una breve esibizione di musica classica di un gruppo di musicisti del teatro dell'Opera di Roma, tanta gente in piazza e interventi di sindacati e associazioni di settore hanno animato il 20 luglio romano. Tantissimi i volti noti del cinema, del teatro e della tv, insieme a musicisti, ballerini, coreografi, autori, sceneggiatori e maestranze di tutti i settori:

da Carlo Verdone a Carlo Lizzani, da Alessandra Mastronardi a Claudio Santamaria. Insieme a Mario Monicelli, Ettore Scola, Cristiana Capotondi, Ricky Tognazzi, Giulio Scarpati, Nanni Moretti, Massimo Ghini, Luca Zingaretti, Andrea Purgatori, Maurizio Scaparro. Ampia la rappresentanza sindacale e delle associazioni di settore come l'Anac, l'Agis, la Federazione attori italiani, gli Artisti riuniti, i Cento autori, Articolo 31. Non sono mancati neanche i politici come Gabriella Carlucci, Luca Barbareschi, Dario Franceschini, Walter Veltroni, Giulia Rodano. Per tutti un unico messaggio e un unico obiettivo: far arrivare la propria voce al governo, ottenere sostegno per investire e produrre cultura, avere coraggio e prendere iniziative di protesta, le più efficaci e incisive che si può. "Siamo i lavoratori dello spettacolo - si legge in un documento unitario distribuito in piazza - Da oggi, una categoria in via di estinzione. Perché lo Stato italiano investe per il nostro settore quindici volte meno di quello che fanno gli altri Stati europei. Perché il governo

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

Berlusconi sta azzerando il finanziamento previsto per il Fus 2009. Dai prossimi mesi si avranno meno film, meno serie televisive, meno artisti, meno lavoro, meno idee, in un panorama di pretesi risparmi che finiranno per rendere il paese più povero di emozioni, di pensieri, di capacità critica, di profondità, di energia creativa, di identità nazionale."

Verdone dichiara inoltre: ""Dieci milioni di euro è una cifra da mancia per la cultura italiana. Quella cifra corrisponde più o meno a quanto costano le quattro o cinque serate del Festival di Sanremo".

Mostre e musei - ALEMANNO, COLLABORAZIONE TRA MOMA NEW YORK E MUSEI CAPITOLINI



Il design è al centro di una partnership tra i musei di New York e Roma: Umberto Croppi, l'assessore del Comune di Roma alle Politiche Culturali, ha annunciato una serie di accordi tra i musei capitolini e quelli di New York raggiunti tra i due Comuni durante il viaggio nella Grande Mela del sindaco romano Gianni Alemanno. In particolare, la partnership riguarderà l'arte contemporanea, con l'attenzione puntata sul design, "visto anche che la direttrice della sezione design del Moma di New York è l'italiana Paola Antonelli", ha spiegato l'assessore. Scambi in vista quindi, come riporta anche il sito del Comune capitolino, per le

collezioni romane del Macro, del Maxxi e del museo permanente che sarà allestito nel Palazzo della Civiltà del Lavoro all'Eur. Saranno inoltre possibili scambi sulla lirica. Sono quindi gettate le basi per un "interscambio culturale e turistico".

Mostre e musei – CHIUSA CON SUCCESSO LA MOSTRA "RAFFAELLO E URBINO"



La mostra "Raffaello e Urbino" ha chiuso i battenti con un grande successo. Oltre al generale apprezzamento, infatti, l'esposizione ha registrato 141.834 visitatori. Aperta dal 4 aprile, per un totale di 100 giorni, la mostra ha registrato una media giornaliera di 1.418 presenze. Il giorno di massima affluenza è stato il 2 maggio con 3.827 visitatori e la settimana più affollata è stata quella che va dal 27 aprile al 3 maggio con 14.270 visitatori. Le giornate con il numero minore di visitatori sono i lunedì. I visitatori che hanno usufruito del servizio di prenotazione sono stati 47.842, pari al 35% del totale.

Con questo grande evento la curatrice Lorenza Mochi Onori e tutto il Comitato scientifico internazionale, grazie a prestiti eccezionali concessi da alcuni dei musei più prestigiosi del mondo, intendevano documentare l'importanza di Urbino, della sua corte, della sua cultura rinascimentale e del padre Giovanni Santi nella formazione giovanile di Raffaello, restituendolo alle sue vere radici culturali e figurative. Tra gli obiettivi della mostra spicca anche la volontà di promuovere la riscoperta di Urbino da parte di un turismo culturale qualificato e attento, capace di apprezzare le bellezze e le opportunità di un territorio ricco di attrattive. Il dato più significativo, che dimostra l'appeal della mostra, è il numero di visitatori della Galleria Nazionale, che nel periodo di mostra è stato di 137.546 con un incremento del 74% rispetto all'anno precedente.

Musica – ACCORDO SISAL-EURONET PER LA VENDITA DEI CONTENUTI ITUNES



Sisal Holding Finanziaria S.p.A., capogruppo del Gruppo Sisal, ed Euronet Pay & Transaction Services S.r.l, partner di iTunes, filiale italiana di Euronet Worldwide Inc. hanno sottoscritto un accordo per rendere disponibili al pubblico le Carte iTunes presso le ricevitorie Sisal e per attivare il servizio di pagamento delle bollette presso le casse dei

Supermercati delle più importanti catene della Grande Distribuzione.

Presto gli utenti di iTunes troveranno nelle ricevitorie Sisal le Carte iTunes da € 15, € 25 e € 50. Grazie al credito caricato sulle carte è possibile acquistare musica e altri contenuti digitali direttamente dal sito www.itunes.com/it . L'accordo si inserisce nell'ambito di una più ampia strategia di collaborazione tra il Gruppo Sisal ed Euronet, che prevede lo sviluppo e la diffusione di nuovi servizi commerciali connessi alla

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

distribuzione di "Gift Card" presso i punti vendita delle rete Sisal, come ad esempio le Gift Card di Juventus, Milan ed Inter.

Lo stesso accordo prevede il servizio di pagamento delle bollette presso le casse dei Supermercati delle più importanti catene della Grande Distribuzione, grazie alla lettura di un apposito codice a barre. Questo nuovo servizio riveste una particolare rilevanza, in quanto, consente alle aziende della Grande Distribuzione di allargare i servizi offerti alla propria clientela, entrando in un mercato potenziale di oltre 400 milioni di transazioni di pagamento all'anno.

Musica – I GIOVANI PREFERISCONO ANCORA I CD

La rivoluzione digitale stenta a decollare, nel mercato "ufficiale" della musica, e forse non è neppure dietro l'angolo. Neppure in un paese musicalmente avanzato come il Regno Unito dove, secondo una ricerca di mercato appena pubblicata da "The Leading Question", la maggioranza dei consumatori resta affezionata al compact disc: il 73 % degli intervistati lo preferisce ancora ai download e agli altri supporti digitali, e la percentuale dei "tradizionalisti" è sorprendentemente maggioritaria, il 66%, anche tra il pubblico giovane di età compresa tra i 14 e i 18 anni. L'acquisto di cd supera la media nazionale anche tra i frequentatori abituali dei servizi digitali in streaming e in abbonamento. Gli amanti del cd dominano anche tra chi si procura musica illegalmente: il 23% preferisce



masterizzarla su dischetti, mentre solo il 17% si limita a tenerla sul computer sotto forma di file MP3. "La continua popolarità del cd dovrebbe essere vista come un'opportunità", commenta l'ad di Leading Question Tim Walker. "I negozi on-line potrebbero e dovrebbero fare di più per usare il cd come un ponte verso il mondo digitale".

"Siamo in un business in cui il 70% del consumo di musica è digitale, eppure solo il 20% circa dei ricavi delle case discografiche proviene da quel settore", ha osservato il CEO di EMI Music Elio Leoni Sceti. "La domanda continua a crescere, ma ovviamente abbiamo perso contatto con i nostri consumatori: dobbiamo ascoltare i loro bisogni e i loro desideri e mettergli a disposizione i prodotti e servizi che vogliono acquistare".

Musica – RUMOURS: ALL MUSIC DIVENTA DEEJAY TV, LINUS DIRETTORE

**ALL
MUSIC**

Lanciata dall'editore Alberto Peruzzo sulle frequenze di Rete A, nel dicembre del 2004 All Music è stata acquistata dal Gruppo L'Espresso per 115 milioni di euro. Si prospettano importanti novità per questa emittente televisiva del Gruppo L'Espresso in autunno: lo scrive Wikipedia, e lo confermerebbero le voci che preannunciano un imminente cambio di nome, da All Music a DeeJay Tv, con il conferimento a Linus dell'incarico di direttore. La nuova configurazione della tv musicale, sempre secondo indiscrezioni, potrebbe diventare operativa già dal mese

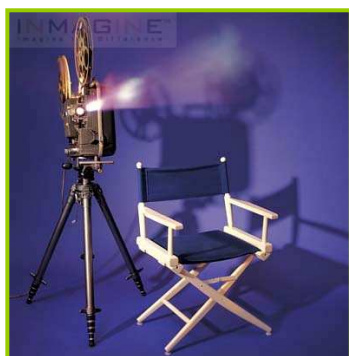
di settembre. Dal 2006 Linus è un punto di forza del palinsesto di All Music con la diretta televisiva del suo programma radiofonico "Deejay chiama Italia": le sinergie tra canali radio e tv del gruppo L'Espresso sono dunque già operative e si estendono oltre i contenuti, riguardando anche aspetti come grafica, immagine e impaginazione dei programmi.

Cinema – HARRY POTTER NON RIESCE A SALVARE IL BOX OFFICE DI FINE LUGLIO

In Italia Harry Potter continua a dominare incontrastato: dopo il favoloso exploit della prima settimana, raccoglie un'altra cifra molto interessante, 1,6 milioni di euro che gli permettono di avvicinarsi al primo posto assoluto della classifica dell'anno, attualmente occupato da Madagascar 2. La sensazione è che il film non riesca nel sorpasso, anche perché, mano a mano che ci avviciniamo al picco dell'estate, anche gli

spettatori del weekend cominciano a scendere vorticosamente. Un finale attorno ai 20 milioni potrebbe essere abbastanza realistico, anche se paragonando il film ai capitoli successivi, oggi il saldo è negativo. Insomma, la durata di sfruttamento di un film diventa, specie nei caso dei blockbuster molto attesi, estremamente ridotta. Il resto della classifica è poco rilevante: i distributori propongono fondi di magazzino, riedizioni di film della passata stagione e quei classici titoli che tirano in America ma non da noi (vedi alla voce Obsessed). Per vedere qualche fuoco d'artificio sarà necessario aspettare fino alla fine di agosto quando L'Era Glaciale 3 e il Festival di Venezia segneranno la partenza della nuova stagione. A conferma di questa tendenza il fatto che non sia bastato Harry Potter al box office del weekend per mantenersi ai livelli di entrate del weekend precedente: infatti gli incassi sono stati di 2.447.889 euro totali rispetto ai 6 milioni del weekend scorso; anche rispetto ad un anno fa, c'è da registrare un calo, del 26%. Harry Potter, pur in testa alla classifica Cinetel, dominatore assoluto, non ha portato il pubblico al cinema come in precedenza.

Cinema – UE, OK A INCENTIVI FISCALI PER 82 MILIONI DI EURO, MA NON PER IL DIGITALE



La Commissione europea ha approvato, conformemente alle norme in materia di aiuti di Stato previste dal trattato CE, un pacchetto innovativo di incentivi fiscali per 82 milioni di euro destinato dall'Italia alle attività di produzione cinematografica, valido fino al 31 dicembre 2010. Lo scopo degli incentivi è la promozione degli investimenti provenienti da settori diversi da quello della produzione cinematografica e finalizzati a film culturali europei, oltre al sostegno alla distribuzione di tali opere cinematografiche. La Commissione ritiene che il pacchetto di incentivi sia compatibile con la deroga culturale prevista dal trattato CE ed ha inoltre avviato un'indagine formale in merito alla proposta di concessione di un credito d'imposta del 30% per l'installazione di impianti di proiezione digitale nelle sale cinematografiche italiane, poiché sospetta che la misura

possa andare a vantaggio principalmente dei grandi multiplex, che dovrebbero avere minore necessità di un sostegno.