



NEWSLETTER
SUL BUSINESS DI CULTURA & SPETTACOLO

QUINDICINALE – N. 18

1 OTTOBRE 2009

Cultura – A BOLOGNA LA SECONDA EDIZIONE DEL FESTIVAL DEI FESTIVALS

festival of festivals

cinema | musica | culture | teatro | scienze

Dal 5 all' 8 novembre 2009 Bologna ospiterà la seconda edizione di Festival of Festivals, il congresso dedicato agli operatori culturali in cui organizzatori, enti promotori e patrocinanti,

aziende sponsor, istituzioni culturali, professionisti, formatori e studenti avranno l'occasione di confrontare le proprie esperienze nell'ambito dell'organizzazione di appuntamenti culturali.

“L'esigenza da cui nasce il congresso – dichiara Andrea Romeo, general manager di Festival of Festivals - è quella di mettere in relazione figure professionali che operano in diverse aree culturali - cinema, musica, culture, teatro e scienze - creando occasioni di scambio e confronto, in una realtà, come quella degli eventi, in costante evoluzione e baciata da una crescita in completa controtendenza”.

Il programma prevede 3 giornate di confronto: aggiornamento e formazione, per tutti gli operatori nazionali del settore; 5 incontri plenari: gli operatori del settore si riuniscono per discutere a porte chiuse di strategie inerenti la propria area tematica; 10 panel di approfondimento: 3 oratori di diversi festival si confrontano, coordinati da un chairman, per incrociare i punti di vista sui temi caldi dell'eventizzazione; 50 workshop: i professionisti del settore si incontrano per lavorare in gruppo e approfondire aspetti specifici dell'organizzazione di eventi culturali; 25 marketing showcase: i festival condividono la loro esperienza e le loro strategie di promozione con le aziende presenti al congresso; 100 festival showcase: presentazione di concept, obiettivi, temi e programmi al pubblico e alla stampa.

Festival of Festivals proporrà inoltre 5 conferenze di presentazione dedicate a grandi eventi internazionalmente riconosciuti per l'eccellenza nella loro area tematica, tra queste: - Montreux Jazz Festival, il più importante festival europeo di musica, giunto quest'anno alla sua 43° edizione - BergamoScienza, rassegna di divulgazione scientifica che ad ottobre festeggia 7 anni - Giffoni Film Festival, la manifestazione che ha saputo dare alle pellicole per bambini e ragazzi la dignità e la forza degli altri generi cinematografici. Festival of Festivals, oltre alla programmazione principale rivolta agli addetti ai lavori, prevede una vetrina per far conoscere meglio al pubblico la vasta offerta di eventi italiani attraverso una sezione espositiva e una programmazione culturale di alto profilo che prevede anteprime cinematografiche, concerti, spettacoli teatrali.

Cultura – UNICREDIT REGALA LA COSTITUZIONE A FUMETTI

Un libro a fumetti, agile e divertente che racconta la nascita ed i principi fondamentali della Costituzione, nel suo 60.mo anniversario. E' questo l'omaggio che hanno ricevuto, grazie al contributo di UniCredit Group, gli oltre 2 mila ragazzi presenti a Roma il 24 settembre scorso, nel Cortile d'onore del Palazzo del Quirinale, in occasione dell'inaugurazione dell'anno scolastico. L'evento è andato in onda, alla presenza delle massime cariche dello Stato, in diretta su Rai Uno, nel corso della trasmissione “Tutti a scuola” condotta da Fabrizio Frizzi. “Viaggio a fumetti nella Costituzione” nasce dal dialogo degli autori Raffaello Sestini (magistrato del Tar Lazio ed ex capo ufficio legislativo del Ministero per lo Sviluppo Economico) e Alfonso Celotto (professore universitario di diritto costituzionale, attualmente capo ufficio legislativo del ministro per la Semplificazione normativa) con gli studenti delle scuole medie. Dopo l'evento al Quirinale, l'iniziativa sta proseguendo, sempre grazie al sostegno di UniCredit, con incontri mirati nelle scuole nei quali gli studenti avranno l'occasione di dibattere e approfondire la Costituzione, sviluppare progetti e iniziative anche grazie all'utilizzo del sito internet dedicato che servirà come contenitore e strumento di dialogo interattivo tra studenti, professori e gli autori del libro. Ulteriori notizie e commenti sul libro e sulle iniziative con gli studenti sono disponibili sul sito internet www.viaggionellacostituzione.it.

Cultura – UN MILIONE DAGLI SPONSOR PER IL FESTIVALE LETTERATURA DI MANTOVA

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

Dal 24 agosto al 13 settembre si è svolto il Festival della Letteratura di Mantova. Per l'evento il Comune di Mantova ha stanziato 120mila euro e reso disponibili diversi spazi mentre la Provincia 45mila euro ed alcuni servizi. Per quanto riguarda i biglietti venduti il dato finale parla di oltre 60 mila ticket (3 mila in più rispetto all'anno scorso) e si stimano più di 30 mila le presenze agli eventi con partecipazione gratuita ospitati in 55 posti diversi (23 mila nel 2008). Ma la cifra più consistente arriva dagli sponsor privati: il loro contributo ammonta infatti a un milione di euro. Gli incassi ricalcano quelli dello scorso anno, ovvero 180mila euro pur con meno spettacoli. Chiusa un'edizione, dunque, il comitato riparte subito per decidere il nuovo programma e per garantire le entrate che consentono di realizzarlo. «Con le richieste cominciamo ufficialmente in novembre - conferma Gianni Tonelli alla Gazzetta di Mantova - oltre alla disponibilità degli autori bisogna infatti ragionare sulle sponsorizzazioni. Il festival ha ovviamente un suo zoccolo duro che da anni conferma i contributi. C'è poi chi ha ridotto un po' gli aiuti a causa della crisi e chi invece si presenta come 'new entry'. In generale sono centocinquanta le realtà che scelgono Festivalletteratura perché credono nella qualità del progetto. E questo, naturalmente, ci fa molto piacere». Gli aiuti si differenziano poi per tipologia. «Abbiamo ad esempio diversi sponsor "di servizio" - conferma Poletti - ditte cioè che prestano camioncini, computer, piante, che forniscono servizi informatici come la Tea, realtà produttive che offrono alimenti per la mensa, alberghi e ristoranti che ci fanno sconti. L'aiuto della Camera di Commercio è stato poi preziosissimo». Il festival dimostra dunque di piacere sia ai lettori che agli sponsor che decidono di sostenerlo. E Festivalletteratura si trasforma spesso anche in un terreno di sperimentazione per chi desidera "investire" in cultura. «Effettivamente - conclude Poletti - non abbiamo formule precostituite. Anche con gli sponsor ci sono idee e progetti che possono concretizzarsi in un'edizione e non necessariamente in un'altra. Ci muoviamo insomma in assoluta libertà».

**Festivalletteratura**

Mostre e musei – SUCCESSO DI PUBBLICO ONLINE PER IL MUSEO VIRTUALE DELL'IRAQ



Grande successo di pubblico internazionale nel Museo Virtuale dell'Iraq. Frutto di un'intesa tra ministero degli Affari Esteri e Consiglio Nazionale delle Ricerche, il Museo virtuale è tra le più importanti iniziative di carattere culturale e diplomatico volte alla valorizzazione del patrimonio storico-archeologico di quel Paese. L'allestimento non si sovrappone a quello reale, ma si presenta come la sua proiezione comunicativa attraverso una selezione delle opere più significative dell'antica civiltà mesopotamica, incluse quelle custodite nei principali musei del mondo. Realizzato in italiano, inglese

e arabo, consente l'accesso ad un ampio pubblico. I dati del successo internazionale del Virtual Museum of Iraq saranno commentati nell'ambito del convegno "Il Museo Virtuale dell'Iraq. Il Cnr e le nuove tecnologie per la cultura e la comunicazione", che si terrà a Roma domani mattina, presso la sede dell'ente. Quello che colpisce è soprattutto la dimensione internazionale del successo. "Sono state oltre 400mila le pagine cliccate e oltre 120 mila i visitatori. Le pagine in inglese sono più visitate di quelle in italiano, con un rapporto di circa 2/3, 1/3", spiega Roberto de Mattei, vice Presidente del Cnr. "Nella classifica dei 'navigatori' gli Stati Uniti si piazzano primi con oltre 35 mila accessi, battendo l'Italia con 24 mila circa, seguono Brasile, Canada, Regno Unito, Porto Rico". Spiccano al settimo posto, gli Emirati Arabi che precedono quanto a visite, la Turchia, la Germania e la Svezia". Delle otto sale di cui si compone il Museo - ognuna dedicata ad una fase storica - le più frequentate sono la Preistorica, la Sumerica e la Babilonese. Collegandosi al sito internet www.virtualmuseumiraq.cnr.it i visitatori hanno potuto passare in rassegna opere di capitale importanza, come una statuetta femminile in alabastro da Tell Es Sawwan (6200-5700 a.C.), l'Elmo in lamina d'oro di Meskalamdug (2450 a.C.), re della città di Ur, il Pannello invetriato di Nimrud (IX secolo a.C.), la Lastra raffigurante i sudditi assiri (VIII sec. a. C.).

Mostre e musei – MUSEI UMBRI GRATIS PER LE GIORNATE EUROPEE DEL PATRIMONIO

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

Eni è lo sponsor principale della mostra "Tiziano, Tintoretto, Veronese...rivalità a Venezia", che sarà esposta al Museo del Louvre di Parigi dal 17 settembre 2009 al 4 gennaio 2010. L'esposizione racconta, attraverso 85 tavole provenienti dai più importanti musei del mondo, la profonda e stimolante competizione creativa e le reciproche influenze che caratterizzano la storia personale e la produzione artistica dei tre protagonisti del Rinascimento veneziano. "Cultura dell'energia, energia della cultura: questo è il binomio all'insegna del quale Eni promuove numerosi eventi artistici e culturali nei Paesi in cui opera", si legge nel comunicato dell'azienda. In Francia, Eni è un operatore di riferimento nel mercato del gas e tramite la sua filiale commercializza gas naturale a clienti industriali e grossisti. E' attiva anche nei segmenti piccole medie imprese e retail grazie alla partnership con Altergaz, di cui detiene il 39%. L'azienda è poi il primo operatore in Europa per vendite di gas con una quota di mercato del 21% e vanta un posizionamento competitivo unico grazie alla disponibilità di gas proveniente sia da produzione propria sia da contratti di fornitura a lungo termine.

Musica – IL FESTIVAL DI MILANO MUSICA DEDICATO AL GIAPPONE

Il 18° Festival di Milano Musica si svolge dal 24 settembre all' 8 novembre 2009. Il progetto è stato elaborato da Andrea Pestalozza e presenta una nuova struttura: una monografia, dedicata quest'anno al compositore giapponese Toru Takemitsu, accostata ai tradizionali Percorsi di musica d'oggi, con nuove proposte senza vincoli tematici. Come sempre, il Festival propone opere e compositori per lo più sconosciuti al grande pubblico nell'esecuzione dei migliori interpreti internazionali: 3 prime esecuzioni assolute, 6 prime in Italia tra cui importanti lavori sinfonici di Takemitsu e Toshio Hosokawa, 4 prime milanesi. Il Festival, che ha ricevuto il patrocinio dell'Ambasciata del Giappone, è realizzato grazie al contributo del Ministero per i Beni e le Attività Culturali, Regione Lombardia, Provincia di Milano, Comune di Milano, Camera di Commercio di Milano; inoltre ha il sostegno della Fondazione Cariplo, della Fondazione Banca del Monte di Lombardia, di Intesa Sanpaolo, e di Sponsor privati, tra cui Takeda Italia Farmaceutici, Daikin, Recordati e Lundbeck, Sostenitori e dei numerosi Soci di Milano Musica.

MILANO MUSICA
ASSOCIAZIONE PER LA MUSICA CONTEMPORANEA



I concerti dedicati a Toru Takemitsu sono realizzati grazie al sostegno di Japan Foundation, Camera di Commercio e Industria Giapponese in Italia, Mitsui Sumitomo Insurance Cultural Foundation.

Musica – NASCE C.A.M.M. PER FORMARE I NUOVI PRODUTTORI MUSICALI

Danilo "Data" Tasco (Negramaro), Roy Paci, Valerio "Combass" Bruno (Après La Classe), Luca Scarpa (E. Ramazzotti, F. Mannoia), Marcello Zappatore. Questi sono solo alcuni dei nomi che comporranno il corpo docente della nuova scuola "Officine Musicali" che è stata inaugurata domenica 27 settembre a Salve in provincia di Lecce. E poi ancora seminari e workshop con: Saturnino, Negramaro, Caparezza, Negrita, Gigi Canu (Planet Funk), Solis String Quartet (Gianna Nannini, Claudio Baglioni, Elisa) e molti altri. Non una semplice scuola di musica, si legge sull'agenzia stampa 9Colonne, bensì una struttura che si propone come accademia musicale e che vuole formare a 360 gradi i futuri professionisti del settore. L'innovativa proposta accademica si chiama C.A.M.M. (Centro Arte Musica Moderna) e approfondisce tutti gli aspetti legati alla creazione di un prodotto artistico musicale. Alla didattica strumentale (teorico/pratica), si aggiungono argomenti fondamentali per la preparazione trasversale dell'allievo. Si parte da come ideare un progetto musicale, passando dalla sala prove, fino ad arrivare alla produzione di un disco. Particolare attenzione sarà dedicata anche alla performance live con approfondimenti su: respirazione e tecniche di rilassamento, technical equipment, tecnica on stage, comportamento scenico e dizione, allestimenti e produzioni.

Per quanto riguarda il lavoro in studio si parte dalla realizzazione di un demo, quindi al funzionamento di uno studio di registrazione, per arrivare alla post-produzione, parlando di marketing musicale, immagine, promozione e rapporto con i media. Il corso non trascurerà l'approfondimento dei principali adempimenti burocratici di un professionista della musica, come l'iscrizione all'E.N.P.A.L.S, la gestione delle edizioni e il diritto d'autore. Un progetto ambizioso che nelle intenzioni vuole essere un'alternativa formativa per chi inizia a suonare uno strumento e per chi già si appresta a diventare un musicista professionista. Inoltre la

scuola offre corsi per Musical Performer (danza, canto, recitazione) con Mia Meneghini (Evita, Jesus Christ Superstar, West Side Story, All That Jazz) e per Tecnico del Suono con Sandro "Amek" Ferrari (The Cure, Negramaro, Jennifer Lopez, R.E.M.). Domenica 27 settembre il taglio del nastro darà il via ad una grande festa di inaugurazione che vedrà alternarsi su un palco di via Rosenberg, a Salve (Lecce), a partire dalle ore 15 gruppi emergenti e nomi affermati del panorama musicale moderno, tra cui: Risonanza Shumann, Eneri, Stranefetto, Lola & The Lovers, Garnet, Logo, Raffaele Casarano trio e Combass.

Cinema – IL CINEMA DIVENTA FAI-DA-TE

A Torino nell'ambito del convegno «Ciak: Business. Cinema e nuovi media in azione» organizzato da Somedia si è fatto il punto sulla promozione della cultura cinematografica attraverso i media di ultimissima generazione. Oggi lo spettatore non si limita a guardare. Partecipa attivamente alla costruzione del testo. Il fenomeno è già sviluppato in tv. "Lost", una delle serie più famose, ha oggi una Lostpedia online in cui gli utenti ricostruiscono gli episodi, li arricchiscono, li ridefiniscono. La serie storica Star Trek è persino auto-prodotta online da appassionati, mentre la serie ufficiale è ormai conclusa da tempo.

Come si legge in un articolo su Italia Oggi, anche il cinema sta aprendo sperimentalmente a formule di co-creazione del testo. Il film "Snakes on a Plane" è stato uno dei primi casi di film «aperto» alla partecipazione dello spettatore. Su questa scia si muove ITALIANI 2.0, il primo film prodotto da Tim in partnership con Youtube e NinjaLab, girato nella rete, con la rete, per la rete. Gli utenti sono stati chiamati a inviare loro storie di felicità o infelicità tecnologiche tramite un canale appositamente creato con YouTube. Lo stesso pubblico della rete ha votato e scelto le storie migliori, ora è stato montato tutto e il film sarà presentato in anteprima in rete e poi nei circuiti tradizionali. Ma il punto è anche la promozione del cinema con i nuovi mezzi. Secondo alcuni dati Anica, dopo vent'anni di depressione, il cinema italiano ha vissuto un periodo di forte cambiamento qualitativo e narrativo. Il risultato positivo è stato confermato dalle cifre: la quota di mercato del cinema italiano è passata dal 12 al 31% e il totale degli ingressi annuali da 10 a oltre 30 milioni. Questo processo ha subito un rallentamento nel 2008 e nel 2009 un'autentica



inversione. La quota di mercato per il 2009 scenderà di circa 5 punti. Dal momento che quantità e qualità prodotte non sono variate, la ragione va ricercata in elementi strutturali. Fra questi il più evidente è il mutamento avvenuto nel circuito delle sale. Negli ultimi due anni il rapporto fra multiplex e sale urbane si è invertito: dal 60/40 a favore delle urbane al 60/40 a favore delle prime. Il che significa che si è persa una quota rilevante di pubblico urbano prevalentemente adulto, soprattutto in città, sostituita da un'analogha quota di pubblico periferico giovanile. È la rivoluzione introdotta da computers portatili, cellulari e nuovi media: cambiando le modalità di fruizione del film o del programma televisivo, cambiano ora anche le tecniche di promozione del prodotto audiovisivo. Vincere l'idea che andare al cinema sia un'azione sorpassata è possibile sfruttando le nuove piattaforme per promuovere la settima arte. Si potrebbero pianificare adeguate azioni sui nuovi media che hanno come target preferenziale un pubblico giovane (15-30 anni), spiega Fabrizio Montanari docente Università Bocconi e responsabile scientifico di Opera, l'unità di ricerca dell'Università di Modena e Reggio Emilia specializzata sui social media, «che non rappresenta il pubblico target principale del cinema italiano di qualità, ma che può fidelizzare una nuova audience futura. Grazie a strategiche azioni sui nuovi media, quindi, si può opportunamente agire per sfruttare il passaparola, fidelizzare il pubblico. far vivere un film anche dopo l'uscita nelle sale». Se 20 anni fa il 90% del guadagno di un film era riconducibile alla biglietteria, oggi questa percentuale si aggira attorno al 15-20%.