



## **Cultura – A BOLOGNA OFFERTA E DOMANDA IN CRESCITA, CALANO I PREZZI AL BOTTEGHINO**



Secondo lo studio di StageUp – Leisure Business, presentato mercoledì 4 novembre nel corso della tavola rotonda organizzata da Legacoop, nel primo semestre del 2009 aumenta il consumo di cultura (ingressi +18,7%) a fronte di un sensibile decremento (-12,3%) dei prezzi al botteghino. Giovanni Palazzi: "Regia comune e strategia concordata fra tutte le componenti istituzionali e sociali è la ricetta per il futuro della cultura bolognese". Nei primi sei mesi del 2009 a Bologna è aumentata la richiesta di cultura all'interno di una produzione culturale in allargamento e caratterizzata da

prezzi di fruizione più bassi. Questa è la "risposta" alla crisi economica del comparto culturale bolognese secondo lo studio presentato oggi da StageUp – Leisure Business a Palazzo d'Accursio nell'ambito della tavola rotonda "La città come spazio culturale, la Cultura come fattore di sviluppo" organizzata da Legacoop Bologna. Dal 1° gennaio al 30 giugno dell'anno in corso infatti, gli ingressi ad eventi culturali (teatro, concerti e mostre) sono balzati da 513.911 del primo semestre 2008 a 610.456 per una crescita del 18,7%. Il numero di spettacoli organizzati è cresciuto da 1.812 a 2.041 (+12,6%) mentre la spesa per parteciparvi è scesa da 10,3 a 9 milioni di euro (-12,3%). Dall'analisi di StageUp – Leisure Business che confronta anche le dinamiche economiche della cultura bolognese rispetto ad altre importanti città culturali italiane, emerge la leadership di Firenze. Il capoluogo toscano si dimostra particolarmente ricettivo nei confronti degli eventi cultural-spettacolistici con 3 ingressi pro capite davanti a Milano (2,3) e Bologna (1,8). Seguono Roma (1,5) e Torino (1,2). Milano primeggia come spesa per singolo abitante (46 euro) davanti a Firenze (40 euro) e Bologna (27 euro), mentre a Roma si spendono mediamente 23 euro ed a Torino appena 15 euro.

"Dal nostro studio – spiega Giovanni Palazzi, presidente di StageUp – Leisure Business – emerge un sistema culturale bolognese florido, accessibile ai cittadini e in crescita nonostante la congiuntura non favorevole. Al fine di rendere la cultura un investimento e non una spesa, in un mondo sempre più competitivo, occorre un approccio sistemico che coinvolga sia gli enti locali che il privato e stabilisca una cabina di regia unica in grado di valorizzare il "Made in Bologna" ed operare per l'orientamento al servizio e al mercato dell'offerta favorendo anche l'uso della tecnologia".

\*\*\*

## **Cultura – GIRO D'ITALIA E FUTURISMO FESTEGGIANO I 100 ANNI A NEW YORK**

Velocità, gioventù e ricerca della modernità sono le caratteristiche che accomunano il Giro d'Italia ed il Futurismo che si sono dati appuntamento a New York, per una serie di eventi nel mese di novembre. Uno dei momenti più significativi è la mostra alla Eden Fine Art Gallery, a Madison Avenue, con 32 pannelli tematici contenenti oltre 100 immagini della storia del Giro d'Italia. Cento anni e tanti campioni. Fausto Coppi, Gino Bartali, Felice Gimondi, Giuseppe Saronni, Francesco Moser fino ai più recenti Paolo Savoldelli, e il compianto Marco Pantani.

Era la notte del 13 maggio 1909 quando 127 ciclisti partirono da Piazzale Loreto a Milano per dare vita ad una corsa che sarebbe diventata patrimonio della storia e della cultura italiana. Come ha spiegato Angelo Zomegnan, direttore del Giro d'Italia, l'avventura newyorchese si chiuderà il 18 novembre con un forum alla Casa Italiana Zerilli Marimò della New York University al quale parteciperanno Carlo Verdelli, direttore della Gazzetta dello Sport, e Aldo Grasso, il famoso e temuto critico televisivo del Corriere della Sera. Un evento connesso al Giro è in corso all'Istituto Italiano di Cultura di New York dove si è aperta una mostra di immagini storiche del primo Giro d'Italia, recuperate dall'archivio del Corriere della Sera.

All'Istituto di Cultura il Giro d'Italia ha trovato una associazione naturale con il Futurismo. E così il tributo è diventato doppio, con oltre 400 opere legate al Futurismo e al Giro.

**StageUp S.r.l.**

Bologna - Via Cairoli 11 • 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](http://www.stageup.com) - E mail:

[redazione@stageup.com](mailto:redazione@stageup.com)

### Mostre e musei – DAI MUSEI NON STATALI 150 MILIONI DI RICAVI

Nel 2006 il valore complessivo degli introiti diretti, realizzati dai musei e dagli istituti similari non statali esclusivamente attraverso la vendita dei biglietti di ingresso è quantificabile in oltre 149 milioni e 300 mila euro, pari in media a circa 89.500 euro per singolo istituto. Sono i dati dell'ultima rilevazione Istat.

Se si sommano agli introiti degli istituti non statali i proventi realizzati dagli omologhi istituti statali (pari a 104 milioni 400 mila euro), si calcola che, attraverso la sola vendita dei biglietti di ingresso e senza considerare i profitti riconducibili ai servizi accessori, i musei italiani hanno realizzato nel 2006 oltre 253 milioni e 700 mila euro.



Tale spesa è di poco superiore a quella complessivamente sostenuta nello stesso anno in Italia per assistere a concerti musicali (177 milioni 400 mila euro), lievemente inferiore a quella erogata per assistere a spettacoli teatrali e di lirica o per vedere partite di calcio (in entrambi i casi circa 271 milioni di euro) e pari a circa il 42,2% della spesa per biglietti del cinema (601 milioni 200 mila euro).

Gli istituti a carattere museale mostrano una capacità di iniziativa che non si limita alla sola attività di conservazione ed esposizione, ma che le caratterizza come vere e proprie agenzie polifunzionali che svolgono sul territorio funzioni di valorizzazione e promozione culturale, attraverso attività divulgative, didattiche, editoriali, commerciali, scientifiche e di ricerca. Ad esempio, nel descrivere le attività svolte, il 42,1% degli intervistati ha dichiarato di aver provveduto alla manutenzione e conservazione del patrimonio di cui è detentore, attuando interventi di restauro conservativo, e il 13,5% si può avvalere, a tal fine, di un proprio laboratorio di restauro. Quasi la metà dei musei e degli istituti similari dispone di un archivio documentale per uso tecnico-scientifico (45,1%) ed un istituto su tre (34,4%) ha in dotazione una fototeca per la documentazione e la riproduzione del patrimonio conservato.

Il 52,4% delle istituzioni svolge attività didattica e il 43,9% ha una sala o un laboratorio appositamente attrezzati e dedicati alle attività didattiche, di studio o di ricerca.

\*\*\*

### Mostre e musei – 2 MILIONI DI EURO PER MUSEI E BIBLIOTECHE IN PROVINCIA DI ROMA



La Provincia di Roma ha approvato il Piano Provinciale di interventi per Musei, Archivi e Biblioteche per il 2010 per complessivi 2 milioni di euro in attuazione della "Legge regionale n. 42/97. Sono stati finanziati 24 Musei, 14 archivi storici, 48 biblioteche nei comuni della provincia". Il provvedimento interviene a sostegno del sistema museale e bibliotecario permettendo alle strutture di realizzare ristrutturazioni e ampliamenti nonché di avviare le molteplici iniziative culturali che le rendono parte integrante del tessuto sociale e culturale del

territorio. I finanziamenti sono destinati sia a biblioteche e musei civici sia a biblioteche e musei di interesse locale.

"Molti - afferma l'assessore alle politiche e culturali Cecilia D'Elia - gli interventi mirati a valorizzare strutture museali ancora poco conosciute. Un particolare rilievo è stato attribuito dal Piano al finanziamento delle iniziative di formazione e aggiornamento del personale perché riteniamo essenziale il ruolo da esso svolto nella valorizzazione del patrimonio librario, archivistico e museale e nella promozione della partecipazione dei cittadini". Tra gli interventi di ristrutturazione e restauro più rilevanti si segnalano: il progetto di allestimento del Museo dell'Agro Veientano di Formello, la realizzazione di un documentario sulla storia dell'allume al Museo di Allumiere, il restauro dei paraventi sacri di Bracciano e il restauro dei materiali della Civiltà contadina di Cave. Gli interventi per le biblioteche riguarderanno la ristrutturazione della Biblioteca civica di Santa Marinella e di Palazzo Coccanari Fornari, sede della biblioteca civica di Tivoli.



\*\*\*

### Musica – PRESENTATA LA 17A EDIZIONE DI UMBRIA JAZZ WINTER

E' stata presentata il 29 ottobre ad Orvieto l'edizione 2009-2010 di Umbria Jazz Winter: la sedicesima + 1 l'ha definita, in una sua vena di superstizione scaramantica il direttore artistico della manifestazione, Carlo Pagnotta; un UJW numero 17, l'ha nominata invece più schiettamente il sindaco Antonio Concina, assicurando di essere al lavoro, insieme all'assessore alla Cultura Antonio Barberani, per farne una delle edizioni più memorabili dell'ormai più che consolidato evento invernale del jazz; presente anche Omero Tizi, responsabile dell'organizzazione di UJW e vice presidente dell'Associazione TeMa e, tra il pubblico, sponsor e sostenitori a vario titolo.

La manifestazione, organizzata dal Comune di Orvieto e patrocinata da Regione Umbria, Provincia di Terni, Ministero per i Beni e le Attività Culturali, Camera di Commercio di Terni, Fondazione Cassa di Risparmio, vede quest'anno tra gli sponsor il ritorno del Consorzio

Tutela Vini di Orvieto, che dividerà l'onore dei calici che via via brinderanno a UJW con il marchio Trento Doc Spumante: perché una cosa sono i vini – ha sottolineato nel ringraziare tutti i sostenitori il sindaco Concina - e altra cosa le bollicine. Altri meritori sponsor dell'evento sono la Cassa di Risparmio di Orvieto, il Gruppo CRAMST, Borgo Tessile Home Collection; tra i media sponsor WUmagine, Live, Music Box, Città in Internet. L'amministrazione è inoltre ancora al lavoro per reperire altre possibili sponsorizzazioni.

Sarà un'edizione dedicata principalmente alla chitarra e ai suoi grandi interpreti (Jim Hall, Bill Frisell, Jhon Scofield, Larry Goldings, il Trio Rosenberg in omaggio al centenario della nascita del grande Django Reinhardt), che dal 30 dicembre 2009 al 3 gennaio 2010 avrà il consueto, unico e apprezzato scenario naturale degli ambienti storici della città di Orvieto.



\*\*\*

### Musica – IL MUSICAL DI "HELLO KITTY" IN ANTEPRIMA MONDIALE

Il marchio giapponese "Hello Kitty" compie 35 anni dalla sua ideazione. All'ormai vero e proprio fenomeno di costume, viene dedicato un musical che si prepara a debuttare in anteprima mondiale sui palcoscenici italiani con "Hello Kitty The Show, musical di una favola moderna". Il personaggio di Hello Kitty vivrà una coinvolgente avventura legata ai sogni e alle aspirazioni di tre giovani ragazze interagendo per la prima volta con attori reali. Questa la trama del musical che vedrà venticinque attori e ballerini in scena, scelti durante le audizioni di Londra, Milano e Parigi; scenografie imponenti e tecnologiche; musiche che coinvolgeranno il pubblico andando incontro ai gusti di spettatori estremamente eterogenei, con brani musicali che esplorano il genere pop con richiami al punk, al rock, alla dance alla musica elettronica e alle melodie teen pop. E' previsto un esclusivo merchandising dedicato che proporrà una collezione di articoli unici ispirati allo show, in vendita unicamente nei foyer dei teatri della tournée. Per la gioia dei suoi innumerevoli fan che l'hanno eletta loro personaggio preferito ed icona di stile, il debutto mondiale di "Hello Kitty the Show" è fissato per il 9 febbraio 2010 al Teatro Nuovo di Milano. Lo spettacolo sarà in tournée fino a maggio 2010 nelle principali città italiane (tra le quali Torino, Firenze, Roma, Napoli, Bari e Genova) mentre da ottobre 2010 la tournée varcherà i confini nazionali approdando nei maggiori Paesi europei. Lo spettacolo è stato scritto da Armando Toscano, con musiche di Fabio Serri. Le coreografie saranno firmate da Alberta Palmisano; la regia da Toto Vivinetto.



\*\*\*

### **Cinema – INTESA “THE SPACE CINEMA” E “ARTS ALLIANCE MEDIA” SUL DIGITALE**

T.S.C.- società di gestione del primo circuito cinematografico italiano, fondata da Medusa Multi Cinema e da Warner Village Cinema - e la Aam, società leader europea nella fornitura di tecnologia digitale e distribuzione di contenuti dedicati, è stato stipulato un importante accordo per la diffusione anche in Italia del cinema 3D. La “The Space Cinema”, nata alla fine di ottobre, possiede attualmente 24 strutture cinematografiche corrispondenti a 242 sale di cui già per Natale ne saranno attrezzate almeno una sala per struttura. Mentre per il primo trimestre 2010 dovrebbero essere installati altri 50 impianti. Per quel periodo la T.S.C. sarà in grado di avere i sistemi 3D in tutte le sale digitalizzate, pronte alla trasmissione di attesi film in 3D come “Avatar” di J. Cameron della Twentieth Century Fox. La tecnologia di proiezione cinematografica, che sarà messa a disposizione dalla “Arts Alliance Media” è una tecnologia dedicata, in esclusiva per l’Italia, basata sul sistema Virtual Print Fee. Le 24 strutture cinematografiche saranno, inoltre, attrezzate con collegamento in rete a fonte satellitare: in tal modo le sale saranno in grado di proiettare in tempo reale contenuti alternativi come eventi sportivi o culturali (concerti, teatro, balletto classico, musical, ecc.) ovvero ricevere servizi e trailer via satellite. In altre parole, oltre ai nuovi impianti di proiezione digitale, corredati di apposito server, le sale, grazie al brevettato “Digital Cinema Network Software” e al “Theatre Management System” saranno collegate in rete a valle di un sistema centralizzato in grado di governare in termini di impianto e di contenuto, l’intera struttura ed in seguito l’intero circuito. Oltre alle “pizze” spariranno anche gli hard disk distribuiti finora fisicamente per i vari cinema. L’accordo ovviamente consentirà alla Aam, già forte di partnership universale con cinque importanti Studios americani, oltre che dell’esperienza dell’accordo con la TSC, di presentarsi come interlocutore quasi monopolista per tutta la rete di esercenti italiani interessati alla ristrutturazione digitale.



\*\*\*

### **Cinema – +20% FATTURATO PER I PARCHI DEL GARDA**

Presenze e fatturato in crescita per la stagione di debutto del network Parchi del Garda che, a tre mesi dalla sua nascita, segna già un +20 per cento sia in termini di visitatori che di fatturato. Il sistema integrato di marketing e promozione - che unisce sul Lago di Garda 5 parchi tematici di diversa caratterizzazione e un hotel in un perimetro di soli 30 chilometri - chiude infatti l’estate più temuta dal turismo degli ultimi 30 anni con 2 milioni di visitatori e 27 milioni di euro di fatturato (che sfiora i 40 milioni se si considera l’indotto creato da merchandise e consumi interni). Un successo, quello dei 5 parchi tematici (Movieland Park con il circuito di Hollywood Studios, Aqua Studios, Medieval Times Studio e Rock Star Studio; Parco Natura Viva, Parco Giardino Sigurtà; Museo Nicolis; Jungle Park Adventure) da poco coordinati in un network dall’Hotel Parchi del Garda, che va in controtendenza rispetto al sistema dei parchi europeo e statunitense, che nel 2009 hanno risentito fortemente della congiuntura negativa. Complice il modello “made in Garda” di fare parco, che riesce a integrare l’offerta di divertimento e di esperienza nei propri siti a tema (dal cinema all’oasi faunistica con 1500 animali, dal giardino botanico fino al parco avventura e acquatico) con la fruizione del territorio circostante, pacchetti chiusi di 3-4 giorni, organizzazione e promozione mirata. Un modello che si dimostra vincente anche nel confronto con la Walt Disney Entertainment and Resort che nei primi mesi del 2009 ha dichiarato un calo degli utili pari al 46%. A trainare il mercato del “made in Garda” ad agosto e settembre le famiglie italiane con una media di due figli in età scolare e provenienti dal centro sud. La prima parte della stagione è stata invece caratterizzata da una forte presenza di tedeschi, austriaci e olandesi.