

# NEWSLETTER SUL BUSINESS DI CULTURA & SPETTACOLO

QUINDICINALE – N. 22

26 NOVEMBRE 2009

## **Cultura – A BOLOGNA SI STUDIA IL SISTEMA ARCHIVISTICO NAZIONALE**

Si è svolta a Bologna la Seconda Conferenza nazionale degli archivi – promossa dalla Direzione generale archivi del ministero dei Beni culturali con la collaborazione della Soprintendenza per i beni librari e documentari dell'IBC - ad oltre dieci anni dalla prima tenutasi a Roma nel luglio 1998, risponde all'esigenza di fare un'ampia riflessione sulla realtà archivistica italiana. Nella giornata di apertura è stato presentato il Portale del Sistema Archivistico Nazionale (San), progetto realizzato dalla Direzione generale archivi del Mibac con la collaborazione di Regioni e autonomie locali e improntato all'interoperabilità con i sistemi archivistici territoriali e tematici già presenti sulla scena nazionale.

I dieci workshop della seconda giornata hanno animato il confronto su temi e progetti di particolare rilevanza e attualità: dalla costituzione di poli archivistici alla formazione professionale, alle reti degli archivi di impresa.

Nella tavola rotonda conclusiva cui hanno preso parte il direttore generale per gli archivi (Mibac), dirigenti ed assessori regionali, nonché rappresentanti di Upi ed Anci, è stata esaminata la bozza di un Protocollo di intesa tra il Ministero per i beni e le attività culturali e le Regioni, le Province, ed i Comuni per lo sviluppo del San.



\*\*\*

## **Cultura – REGIONE CAMPANIA, 10 MILIONI PER PREPARARE IL FORUM DELLE CULTURE**



La giunta della Regione Campania, su proposta del presidente Antonio Bassolino, ha deliberato lo stanziamento di 10 milioni di euro a favore del Comune di Napoli per la realizzazione di un programma di eventi propedeutici al Forum Universale delle Culture che si terrà nel capoluogo partenopeo nel 2013. Nei prossimi giorni, Regione e Comune sigleranno il protocollo d'intesa denominato "Verso il Forum 2013", all'interno del quale sarà definito nel dettaglio il calendario di attività da realizzare nel periodo 2010-2012, intensificando i rapporti tra enti e istituti di ricerca dell'area mediterranea e gli scambi interculturali tra le università campane ed estere; mettendo in rete gli operatori del campo culturale per potenziare la programmazione del settore; diffondendo e promuovendo il Forum verso la rete internazionale delle città coinvolte

nell'evento; organizzando grandi mostre tematiche per la valorizzazione di esperienze di politica culturale e di educazione civica. "Con la delibera – ha affermato Bassolino ad Agi - la Regione intensifica il suo impegno concreto per la realizzazione di un grande evento internazionale, che culminerà nel 2013 con oltre cento giorni di importanti iniziative con i protagonisti della cultura di tutti i paesi.

Siamo fortemente impegnati per la migliore riuscita del Forum. E' importante ora che anche il governo faccia concretamente la sua parte e lavoreremo intensamente perché ciò avvenga, nell'interesse di Napoli e della Campania".

\*\*\*

## **Mostre e musei – WINE&FASHIONFLORENCE DEBUTTA NEGLI USA**

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)

La manifestazione Wine&FashionFlorence (W&FF) - giunta alla sua IX edizione - ha debuttato quest'anno a Miami dal 19 al 21 novembre, al Biltmore Hotel di Coral Gables, per poi trasferirsi a Manaus, in Brasile, nel cuore della foresta amazzonica dal 24 al 28 novembre, dove è annunciata la presenza del presidente Lula. L'evento sarà la cornice per la presentazione del nuovo progetto "Wine&FashionFlorence Café", il winebar, ristorante, showroom, fashion store nel quale si potranno incontrare in un luogo permanente, l'arte, la moda, il vino, i sapori, il tessuto produttivo, l'anima e lo stile di Firenze e della Toscana. W&FF, organizzato dal Consorzio Terre del Levante Fiorentino, in collaborazione con il Consorzio Centopercento Italiano e Openup Consulting, è un progetto che si propone di promuovere la Toscana supportando la commercializzazione dei suoi prodotti e delle sue eccellenze. Saranno oltre 30 le aziende toscane di settori quali moda, agricoltura, artigianato di qualità, turismo che prenderanno parte alla manifestazione avendo l'opportunità di consolidare partnership strategiche e di esibire i loro prodotti per renderli commercializzabili in importanti mercati di riferimento. Durante la manifestazione verrà presentata la campagna internazionale di promozione turistica della Regione Toscana "Voglio Vivere Così". Il programma dell'evento includerà inoltre, mostre d'arte, proiezioni di film, meeting business to business tra i rappresentanti



delle aziende, incontri con gli operatori economici e con la stampa specializzata. La rassegna sarà animata da eventi legati alla moda e da degustazioni di prodotti toscani con ricette preparate da chef di caratura internazionale. "La Moda ed il Vino sono due settori di eccellenza e rappresentano una parte del patrimonio che il territorio fiorentino esporta in tutto il mondo, la Provincia di Firenze è quindi fra i partner naturali di questa iniziativa, con l'auspicio che ad ogni edizione di Wine&FashionFlorence sia possibile raggiungere un nuovo contatto all'estero", ha affermato Pietro Roselli, assessore all'Agricoltura della Provincia di Firenze durante la Conferenza stampa di presentazione della manifestazione.

"In una difficile fase di crisi economica come questa che colpisce anche il Made in Italy e le nostre esportazioni di qualità, l'iniziativa vuole essere un concreto atto per favorire sui mercati mondiali le produzioni tipiche e di eccellenza, e tutta l'economia e l'occupazione del nostro territorio", ha detto Marco Mairaghi, sindaco di Pontassieve, comune capofila del progetto. La manifestazione si sposterà poi a Manaus 25-28 novembre - dove è annunciata la presenza di Lula - e vedrà l'incontro dei prodotti toscani con quelli dell'Amazzonia, tra valorizzazione dei marchi e promozione dello sviluppo sostenibile. La rassegna si concluderà a Firenze dall'8 al 13 dicembre.

\*\*\*

### **Mostre e musei – NASCE 'MUSEI MAGAZINE' PERIODICO FREEPRESS**

Un periodico di informazione freepress su musei, mostre, arte, design e costume patrocinato dal Ministero per i Beni e le attività culturali. E' il nuovo "Musei Magazine": sarà distribuito nei musei, nelle associazioni culturali, nelle librerie, nei teatri, nei cinema, nelle sedi degli enti turistici, nei ristoranti e alberghi di lusso. Obiettivo avvicinare il pubblico all'arte e di invogliarlo a visitare i musei. Sulla copertina del primo numero Kate Moss ritratta da Albert Watson.

"Musei Magazine" è anche online su [www.museimagazine.it](http://www.museimagazine.it). L'intento dell'iniziativa editoriale, si legge sul sito è quello di "trasformare il museo in una valida alternativa culturale al cinema, alla televisione". Il freepress "offre calendari dettagliati delle mostre ed eventi museali organizzati in tutta Italia e fornisce al lettore gli strumenti necessari per una visita completa: guide con cartine, informazioni pratiche con numeri telefonici, indirizzi, mezzi di trasporto, prezzi e servizi utili nei dintorni. Con l'obiettivo di informare su tutte le iniziative del ministero dei Beni Culturali, la nostra rivista parla un linguaggio semplice e accattivante per incuriosire anche grazie a reportage, vernissage e interviste a personaggi del mondo della cultura, dell'arte e della moda".

### Musica – 800 FRA ESPOSITORI E ARTISTI AL MEETING DELLA MUSICA INDIPENDENTE

30 mila presenze, 400 espositori dei quali una buona percentuale di produttori di strumenti musicali italiani, 400 artisti dal vivo 10 mila metri quadrati espositivi . Si rinnova anche quest'anno l'appuntamento MEI - SUONO ITALIA 2009 a Faenza dal 27 al 29 Novembre che fa diventare leader l'Emilia Romagna nel settore delle fiere musicali in Italia essendo l'unica in Italia con tutti i protagonisti del settore. Mei - Suono Italia a



Primo Festival della Produzione Musicale e Culturale Indipendente Italiana

Faenza è a tutti gli effetti un vero e proprio salone della nuova musica italiana. Un'area espositiva del MEI sarà tutta dedicata agli strumenti musicali made in Italy per valorizzare la produzione artigianale del nostro paese nell'incontro con il mondo dei giovani musicisti.

E' particolarmente interessante perchè si è avviato e strutturato un evento nazionale ove i differenti comparti del settore audio musicale italiano possano incontrarsi, confrontarsi, presentarsi, promuoversi.

Un'autentica vetrina-laboratorio, in senso ampio, del made in Italy musicale: etichette discografiche, editori, aziende produttrici di strumenti musicali, musicisti, operatori, agenzie di concerti, pubblico, etc. MEI - SUONO ITALIA con i suoi 10 mila metri quadrati complessivi, dei quali una parte dedicati agli strumenti musicali prodotti nel nostro paese coi migliori marchi

di qualità, è il contenitore autentico ed innovativo della produzione musicale italiana.

L'evento MEI - SUONO ITALIA si pone come il punto di riferimento nazionale per tale mondo e per le tematiche che oggi lo caratterizzano, l'appuntamento irrinunciabile per chi, in veste di operatore, utente, produttore, vive intensamente le problematiche della musica oggi.

\*\*\*

### Musica – IL SUCCESSO DEL CONCERTO POP ROCK ABBINATO ALLA FORMULA UNO

Il debutto a Singapore di F1 Rocks, primo megaconcerto pop rock legato al campionato mondiale di



Formula 1, ha funzionato al di là delle più rosee previsioni. L'evento, articolato in tre diversi spettacoli che hanno visto esibirsi nei pressi del circuito, lo scorso settembre, star locali e attrazioni internazionali come Beyoncé, Black Eyed Peas, No Doubt, N.E.R.D., ZZ Top e Simple Minds, ha attirato 27 mila spettatori e prodotto due diversi show televisivi diffusi in 172 nazioni e visti complessivamente da più di 26 milioni di telespettatori. "E' un'audience enorme per un evento musicale" ha commentato soddisfatto Paul Morrison, amministratore delegato della

sussidiaria di Universal Music, All The Worlds, che ha organizzato spettacoli e riprese tv. "Tanto per mettere le cose nel giusto contesto, quest'anno i Grammy hanno avuto un pubblico di 19 milioni di persone". Ne consegue che l'esperimento verrà ripetuto: altri gestori di circuiti si sono dimostrati interessati e l'anno prossimo F1 Rocks conta di allestire almeno cinque o sei spettacoli in coincidenza di gare del campionato mondiale di Formula Uno. L'iniziativa, a quanto pare, è piaciuta molto ai patron del "circus" dei motori (Bernie Ecclestone in testa), ad agenti e manager degli artisti e agli sponsor delle vetture, che in questo modo contano di raggiungere un pubblico di età mediamente più giovane di quello che assiste alle competizioni automobilistiche nei circuiti. Un altro dei vantaggi di All The Worlds è di poter confezionare spettacoli su misura per le esigenze dei broadcaster di ogni parte del mondo: "Alcuni di loro", spiega Morrison, "erano più interessanti ai filmati di Jacky Cheung che a quelli di Beyoncé". Il ceo di All The Worlds assicura che le trattative con il mondo pop rock sono molto ben avviate: "Grazie all'esposizione promozionale che possiamo offrire agli artisti, sono già moltissimi quelli che ci hanno contattato che vogliono far parte dei nostri prossimi show".

### Cinema – LA REGIONE LOMBARDIA STANZIA UN MILIONE PER LE PRODUZIONI

Entro la fine dell'anno la Regione Lombardia pubblicherà un bando di un milione di euro per promuovere le produzioni cinematografiche.

Criteri per l'attribuzione dei fondi saranno la valorizzazione del territorio, la qualità artistica e la promozione dei valori identificativi della tradizione culturale italiana. La notizia è stata resa pubblica al convegno «Il grande orecchio dell'audiovisivo» organizzato dalla Fondazione Lombardia Film Commission. Tra gli interventi rivolti al settore cinematografico che il Pirellone ha intenzione di mettere in campo secondo la logica dei «finanziamenti mirati», basata sul principio che promuovere il settore significa

sostenere l'economia lombarda, anche il sostegno alle produzioni che danno lavoro alle aziende del territorio attraverso voucher dedicati.

Non solo sostegno economico per ma anche promozione culturale tramite festival e iniziative che permettano di scoprire nuovi talenti, la valorizzazione del know how tecnologico per attirare le post-produzioni di film, fiction e

pubblicità girate anche in altre regioni. In questo processo, ha detto Formigoni, «la Film Commission deve rappresentare il perno dei rapporti tra produzioni, enti e istituzioni un elemento attivo in un sistema di alleanze stabili orientate al ben fare».



**Regione Lombardia**

\*\*\*

### Cinema – LA NUOVA SFIDA MEDIASET A SKY SUL CINEMA ON DEMAND IN TV

Si chiama Premium-on-demand la nuova mossa di Mediaset nella battaglia contro Sky. E' la library di 50 film, in continuo aggiornamento, accessibile sul digitale terrestre a tutti i clienti dell'offerta Gallery senza esborsi aggiuntivi, purché acquistino però un nuovo decoder (da 139 euro). "Siamo i primi - ha commentato la scorsa settimana Pier Silvio Berlusconi, a Montecarlo per il lancio dell'iniziativa - a offrire il cinema on demand sul digitale: si potrà vedere il film che si vuole, quando si vuole. Sarà come avere un 'blockbuster' a casa propria". Inoltre hanno debuttato anche due nuove proposte, sempre di cinema, nel bouquet di Gallery: Emotion e Energy. La sfida tra i due gruppi va avanti, dunque, a tutto campo. Il duello si combatte anche sul fronte della tecnologia, come dimostra il lancio del decoder di ultima generazione di Mediaset, un po' una risposta alla chiavetta di Rupert Murdoch. E soprattutto a colpi di contenuti: se Sky in questa fase punta decisamente sullo sport, Mediaset privilegia il cinema. "E' una scelta strategica - spiega Franco Ricci, direttore Business Pay - perché in questo momento è il cinema, e non più il calcio, il contenuto più richiesto: su un campione di potenziale pubblico, il 54.2% vuole film, il 24.9% programmi per bambini, il 19.4% serie tv. Pensiamo dunque che sia il cinema uno dei driver della crescita per il 2010?. A consentire l'arricchimento dell'offerta sono gli accordi quadro stipulati con Warner, Universal, Medusa e (non in esclusiva) con 01 Distribution. In ballo c'è il mercato della pay tv, il cui peso si fa sempre più incisivo per il fatturato del Biscione (che dal lancio di Premium ha investito nel settore 2 miliardi): nel 2004 i ricavi da tv a pagamento erano solo il 3% del totale, oggi ne rappresentano il 27%. E per fine 2009 si prevede di raggiungere quota 553 milioni, +37% rispetto all'anno scorso (+63% se si considerano le attività da core business, cioè i ricavi da tessere prepagate, ricariche e abbonamenti 'easy pay'). Le tessere attive sono 3,4 milioni, ma si prevede che salgano a 4 milioni entro fine anno (o subito dopo) e a 4,5 milioni a fine 2010, con il break even. E soprattutto sono in crescita, "molto al di sopra delle aspettative", sottolinea Pier Silvio Berlusconi, gli abbonati alla formula 'easy pay', a dimostrare la sempre maggiore fidelizzazione dei clienti. Fedele all'impegno di diventare "sempre più editore a 360 gradi", Mediaset punta ad arricchire anche l'offerta free sul digitale terrestre ("a primavera - conferma Pier Silvio - arriverà Italia 2, aggressiva e destinata al pubblico giovane, ma pensiamo anche a un canale all news") e guarda a Internet. "Tra dicembre e gennaio - annuncia - potrebbero essere disponibili sul web alcuni prodotti già trasmessi sulla tv generalista", free o pay, la cosiddetta 'catch up tv'. Successivamente si potrebbe arrivare a una vera e propria offerta on demand. "Ci stiamo ancora lavorando - spiega - ma pensiamo di arrivare abbastanza presto a un'offerta premium anche sul web, che probabilmente sarà indipendente dai grandi operatori di telefonia".