

# Newsletter sul business di cultura & spettacolo

Quindicinale – N. 4

25 FEBBRAIO 2010



## **A MARZO PARTE LA 2A EDIZIONE DEL MOSS CON UNA NOVITA', IL 1° CORSO DI ALTA FORMAZIONE SULL'IMPIANTISTICA SPORTIVA**

A Marzo parte la 2a edizione del Master in Organizzazione dello Sport e dello Spettacolo sportivo (MOSS) dell'Università degli studi di Parma e StageUp - Sport & Leisure Business ([www.mastermoss.it](http://www.mastermoss.it)).

Il corso è un Master universitario di primo livello organizzato dall'Università degli studi di Parma e StageUp - Sport & Leisure Business. Il corso di 1.500 ore complessive, di cui 500 ore di stage, è a tempo pieno, con frequenza obbligatoria. Il piano didattico del Moss prevede 13 insegnamenti che vanno dalla strategia e business planning dello sport e degli impianti sportivi all'organizzazione e gestione delle società sportive, dalla comunicazione e marketing alla storia dello sport e dell'impiantistica sportiva, dalla responsabilità sociale e impatto ambientale nello sport e nell'impiantistica sportiva alle istituzioni di giornalismo sportivo.

**NOVITA'**: Da quest'anno il Master sarà affiancato dal **1° corso di perfezionamento e alta formazione in Organizzazione dello Sport e degli Impianti Sportivi** dedicato agli studenti del Master ma anche ai gestori di impianti sportivi, dirigenti di società sportive e di enti pubblici.

I partner del MOSS sono: AICS, Autodromo Varano, Arnaboldi & Partners, Banca Monte Parma, Buongiorno, Challenge, Comitato Italiano Paralimpico, Colorno Rugby, Conad, Coni, US Cremonese, CS Esercito, CSI, Cus Parma, Dallara, FIPAV, FIP, FIPP, FIR, Fondazione La Colombaia, Fondazione Sport Parma, GranParma Rugby, ICS, FC Modena, Monte delle Vigne, AC Monza, Panathlon International, Panthers, Parma FC, Parma Rugby, Pasqualin D'amico Partners, Pizzarotti, Sampdoria, UISP, Unione delle Province Italiane (UPI), Viadana Rugby, Virgin Active, Zarotti.

Il Comitato Scientifico del MOSS è composto, fra gli altri, da Dario Fo, Andrea Anastasi, CT della nazionale di volley maschile, l'arch.Mario Arnaboldi, Luca Baraldi, DG del Bologna FC, Massimo Barbolini, CT della Nazionale di volley femminile, l'avvocato Pierfilippo Capello, Evelina Christillin, Giancarlo Dondi, presidente FIR, Pietro Leonardi, DG del Parma Calcio, Carlo Magri, presidente FIPAV, Silvano Melegari, Presidente Montepaschi Rugby Viadana, Nick Mallett, CT Nazionale di rugby, Luca Pancalli, presidente CIP, Carlo Recalcati e Arrigo Sacchi.

**Per ulteriori informazioni [www.mastermoss.it](http://www.mastermoss.it)**

**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)

## Cultura – INTRATTENIMENTO AL CENTRO-NORD: TRA CULTURA E TEATRO



Secondo i dati **Siae** relativi alla **stagione 2008-2009**, i gusti nell' intrattenimento degli abitanti del **Centro-Nord** sono cambiati, spesso in direzione opposta ai trend nazionali: meno discoteca e più cinema, poco stadio e più teatro. Nelle quattro regioni si è speso ai vari botteghini dello spettacolo circa **535 milioni** (-1,7%), mentre il dato nazionale cresce di quasi 50 milioni, arrivando a **2,19 miliardi**. «Il trend nazionale stupisce perché ci saremmo aspettati una contrazione, spiega Marina Landi, direttrice servizi Siae - ma anche il lieve calo che si registra nel Centro-Nord indica una sostanziale tenuta del sistema spettacolo: la gente rinuncia ad alcune cose ma non a divertirsi o alla cultura». Analizzando le singole voci, la spesa per assistere a **competizioni sportive** è crollata del 15,2%,

con il 20% in Toscana, regione controcorrente anche al cinema con un calo della spesa del -7,2%; le sale hanno invece attirato in misura maggiore gli emiliano-romagnoli con un incremento del **7,4%**, arrivando quasi a **70 milioni**. Complessivamente il **cinema**, con **146 milioni** di incasso è la prima attrattiva sia della macroarea che della penisola. Molto successo ha incontrato la **cultura**, con forti incrementi per il **teatro** e le **mostre (+10%)**. In Toscana boom per le **esposizioni**, dove la spesa è cresciuta di oltre il **40%** arrivando a **7 milioni** e nelle Marche con biglietti venduti per quasi un milione e mezzo di euro, mentre l'Umbria segna un calo del 35%, che non intacca però il dato di crescita totale dell'area. I **palcoscenici** aumentano gli incassi del **10%**, con una crescita concentrata in Emilia-Romagna e Toscana di oltre il **12 per cento**, aumentano di poco in Umbria (+2,2%), mentre scendono appena nelle Marche (-1,8%). Ovunque crescono il **teatro** e la  **lirica** ed è fermo o in perdita il **balletto**, mentre si registra un ritorno del  **circo**, che rimane però un business ridotto raccogliendo meno di **tre milioni** nell'area e meno di **dieci** a livello **nazionale**. Anche se il cinema è la prima voce per spesa al botteghino, analizzando la spesa del pubblico, comprensiva anche dei soldi pagati per consumazioni, guardaroba, gadget, etc, il **ballo** risulta avere i maggiori introiti. Nelle discoteche, tanto l'andamento delle spese complementari (**306 milioni**, -3,5%) quanto dei biglietti (**5 milioni**, -4,8%), è comunque andato in calando. «E' il secondo anno consecutivo che il mercato scende, pur rimanendo il settore più rilevante - puntualizza Landi - le cause sono diverse: da un lato, la crisi che si riflette in un numero minore di serate e, soprattutto, di presenze; dall'altro, la chiusura anticipata e i controlli anti-alcool». Crescono del **2%** anche gli incassi dei **concerti**: mentre l'Emilia-Romagna incrementa del **20%**, superando i **20 milioni**, le Marche quasi dimezzano il fatturato, scendendo **da 7 a 4 milioni**. Le **attrazioni viaggianti** come i baracconi sono ormai scomparsi dalla mappa dello spettacolo, con incassi nelle quattro regioni inferiori al milione. Lievemente in calo, i **parchi divertimenti** stabili, come Mirabilandia e l'Aquafan, presenti solo in Emilia-Romagna, dove viene raccolto quasi un terzo degli incassi nazionali pari a **47 milioni** .

\*\*\*

## Cultura-FESTIVAL CITTA' IMPRESA, LUOGO PER CREARE E PRODURRE CULTURA

Il terzo Festival Città Impresa, si svolgerà dal 21 al 25 aprile tra Trentino, Veneto e Friuli Venezia-Giulia, con più di 300 relatori fra Premi Nobel, economisti, politici, studiosi, imprenditori ma anche urbanisti, filosofi, artisti, per discutere sul come utilizzare la cultura

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 - E mail:

redazione@stageup.com

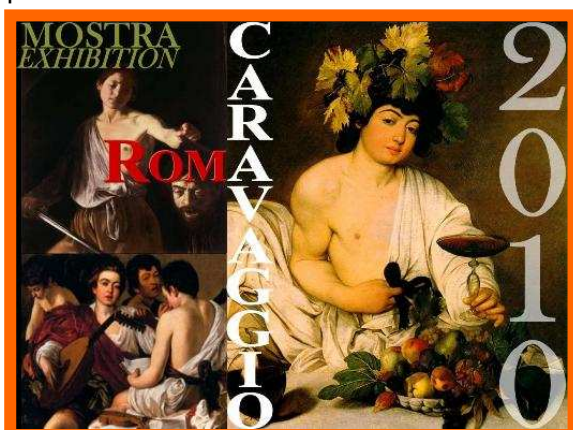
come motore per il domani. L'obiettivo del Festival è dare sostanza alla proposta di fare del Nordest la Capitale Europea della Cultura. Il Triveneto intende presentarsi come realtà forte di città d'arte note nel mondo ma anche di realtà "minori" significative (basti pensare alle oltre 4 mila ville venete) con attori culturali attivi, di prestigio internazionale e con un tessuto di imprese innovative che fanno della cultura scientifica, del design, della eco compatibilità e della comunicazione i loro principali strumenti di competitività nei mercati mondiali. Ad ospitare gli eventi del Festival 2010 saranno Rovereto (tema: La cultura della sostenibilità - scienza ed impresa si incontrano nella Nuova Manifattura), Schio (L'economia delle idee), i Comuni del Camposampierese (Le reti della conoscenza e della comunicazione), Asolo e Montebelluna (Il design come fattore competitivo), Vittorio Veneto (I nuovi spazi metropolitani), Maniago (Le nuove industrie culturali: fattore cinema), e Campofornido, Reana del Rojale e Tavagnacco (I nuovi Marco Polo. La cultura come fattore di dialogo e scambio tra i mercati ed i popoli tra oriente ed occidente). Con Nordesteuropa.it ed il Corriere della Sera, che ha ideato e gestisce il progetto, e i Comuni succitati, Festival delle Città Impresa 2010 vede la partecipazioni delle tre Regioni del Nordest e, in veste di media partners, di Radio 24, Marsilio, Domus, Exibart, AdnKronos. Un centinaio le organizzazioni, gli enti, le fondazioni e le associazioni che collaboreranno per la realizzazione del Festival, dalla Fondazione March che con AIDP organizzeranno una serie di performance di artisti all'interno di alcune aziende del territorio, alle associazioni degli industriali, degli artigiani, dei commercianti e degli agricoltori che svilupperanno una rete di eventi dedicati alle tematiche specifiche della loro attività, alle business school del Nordest (Cuoa e Mib), alle università di Padova, Iuav, Trento e Trieste, ai centri di ricerca come Area Science Park dei Trieste, ad associazioni culturali del territorio come Vicino/Lontano di Udine e Comodamente di Vittorio Veneto. Si tratterà di una vera e propria rete di soggetti che sarà protagonista del Festival, che avrà il supporto fondamentale di qualche centinaio di aziende del territorio. Il Festival sarà gemellato con Il Far East Film Festival di Udine, la più importante manifestazione europea dedicata al cinema orientale, che si svolgerà proprio in quei giorni nella città friulana. Tra le personalità che parteciperanno alle cinque giornate di lavoro Jaques Attali, uno dei padri della nuova Europa allargata, a Chris Anderson, direttore di Wired, una delle testate più sensibili ai temi dell'innovazione come fattore competitivo e distintivo, Michael Spence, Nobel per l'economia 2001, Jimmy Wales, fondatore di Wikipedia, Alessandro Profumo, ad di Unicredit, a Marco Muller direttore del Festival del Cinema di Venezia, il giornalista e scrittore Federico Rampini, il Presidente della Triennale di Milano Davide Rampello, il regista Carlo Mazzacurati. Il Festival ospiterà tra gli altri l'attore Marco Paolini, impegnato nella stesura di un testo originale che presenterà in anteprima in quattro città legate al Festival delle Città Impresa. "Il nostro - afferma il direttore della manifestazione, Filiberto Zovico - sarà un Festival per capire e anticipare le trasformazioni, per riflettere sul futuro. Ad esserne protagonisti sono i centri urbani, capoluoghi simbolo della trasformazione industriale avvenuta negli scorsi decenni e oggi modelli rappresentativi di un sistema in costante movimento perchè luogo di sperimentazione, assieme alle città simbolo della vita culturale. E' questo la specificità, ed il senso, del nostro Festival: un pensatoio pubblico, sede di confronto di esperienze diverse per tornare a riflettere sui temi legati alle trasformazioni del tessuto economico e sulla rivoluzione del rapporto città-impresa, che con l'affermarsi di una economia della conoscenza e dei servizi, sta imponendo un cambio di paradigma nel modo di pensare, di produrre". Come lo scorso anno il Festival delle Città Impresa assegnerà un Premio a 70 aziende, 10 per ognuna delle città-impresa nelle quali si svolgerà l'evento. Verranno individuate e premiate quelle aziende o associazioni che si saranno contraddistinte per la capacità di "generare cultura" attraverso scelte o processi innovativi. Il Festival, inoltre, erogherà delle Borse di studio per quegli studenti universitari che vorranno seguire e approfondire alcuni argomenti sviluppati dal programma e ben 250 studenti potranno godere dell'ospitalità all'interno di una sede, a scelta, della manifestazione avendo a disposizione un servizio di tutoraggio per migliorare l'accesso ai contenuti delle relazioni.



\*\*\*

### Mostre e musei –ROMA CELEBRA CARAVAGGIO CON OPERE REALI E VIRTUALI

Sabato **20 Febbraio** si è inaugurata con successo alle **Scuderie del Quirinale** la mostra su Caravaggio. Erano previsti per il giorno d' apertura 2.500 visitatori ma le persone presenti sono state più di 4.500 ed il totale delle prenotazioni che sono arrivate agli organizzatori, secondo il direttore generale dell'Azienda Speciale Palaexpo, sono più di **50.000** (Il sabato la mostra sarà aperta fino alle 22.30). Domenica 21 alle undici erano già stati venduti 1.300 biglietti, oltre ogni previsione per una mostra che ha necessitato di uno sforzo economico e finanziario di **2-2,5 milioni** di euro. Visti questi dati, secondo Mario Resca, direttore generale per la Valorizzazione dei Musei del Mibac, la mostra di Caravaggio "è condannata ad un grande successo".



Anche se le Scuderie del Quirinale segnano ogni anno almeno una rassegna nella Top Ten delle più visitate, non si era mai registrato un simile risultato, neppure per l'apertura della sede espositiva con la Cento capolavori dell'Ermitage. Nell'anno che celebra il **IV centenario della morte** dell'artista, la mostra romana riunisce per la prima volta in assoluto 24 capolavori celebri del Merisi, concessi in via eccezionale in prestito dai maggiori musei del mondo. La Canestra di frutta della Biblioteca Ambrosiana ad esempio, la famosa Fiscella, è la prima volta che esce dalla sua sede e dà il via al percorso espositivo curato dalla soprintendente

Rossella Vodret, assieme a Francesco Buranelli. Roma rende tributo al Caravaggio, considerato da molti l'iniziatore della pittura moderna, anche con un'altra mostra allestita dal **24 febbraio al 25 marzo**, negli spazi dei **Mercati di Traiano**, intitolata "**Tutto il Caravaggio a Roma**", che raccoglie in un percorso le **riproduzioni digitali** retroilluminate ad altissima definizione e a grandezza naturale di **63 dipinti** del Caravaggio, riunendo **tutta la sua produzione** giunta sino a noi in un unico allestimento, con la direzione scientifica di Claudio Strinati su un progetto di Renato Parascandolo. La mostra è stata realizzata dalla **Rai** in collaborazione con il **comune di Roma** e i **Beni culturali**.

\*\*\*

### Mostre e Musei –LA COLLEZIONE GUGGENHEIM A VENEZIA COMPIE 30 ANNI

Festeggiando i propri **30 Guggenheim** di **Venezia** raggiungendo quota **361** anno precedente, dati ma ben oltre gli attesi più importante museo americana della prima metà **milioni di euro**, dei quali biglietti. Lo **staff** è composto **stagisti** all' anno scelti fra quali a suo tempo ha fatto Metropolitan Museum di New **Rylands**, attribuisce parte allestimento atipico delle nel grande giardino. La collezione si è proposta come luogo di attività artistica e culturale e



**anni** di esistenza, la **collezione** nel **2009** è tornata a crescere **mila visitatori**, duemila più dell' ancora lontani dai 400 mila del 2007 trecento mila. La Guggenheim è il italiano per l' arte europea ed del xx secolo, con un bilancio di **6,5** metà provengono dagli incassi dei di **39 persone** e **150** nuovi giovani gli oltre mille che fanno richiesta, dei parte anche l' attuale direttore del York. Il direttore del museo, **Philip** del successo del museo anche all' opere, in mostra anche all' aperto

StageUp S.r.l.

non disdegna le nuove modalità di comunicazione, dai **social network** ai **"viral video"**, video che diventano popolari attraverso il processo di condivisione Internet, senza trascurare le **iniziative didattiche** che nel 2009 hanno coinvolto 5.263 studenti e 622 insegnanti. Tra le iniziative per il trentennale ci sono la proposta didattica **"arte, scienza e scuola"** e la mostra **Utopia Matters** ad Aprile, **dalle confraternite al Bauhaus** sarà invece allestita da Maggio e la retrospettiva dedicata ad **Adolph Gottlieb** a Settembre. Il problema molto dibattuto della collezione restano gli spazi, insufficienti ad esporre tutte le opere, fatto che ha già costretto gli organizzatori a rivolgersi a spazi esterni per i propri allestimenti, situazione che limita anche la possibilità di arricchire la collezione di nuove opere.

\*\*\*

### Musica –GLI STUDI DI ABBEY ROAD TRA BUSINESS E STORIA

La **Emi** smentisce quanto riferito dal Financial Times, secondo cui la casa discografica aveva preso la decisione di cedere gli **studi di registrazione di Abbey Road** per raccogliere nuovi fondi allo scopo di onorare i debiti contratti con **Citigroup**. La società discografica non intende vendere gli studios resi celebri dai Beatles, che nel 1969 pubblicarono un album con lo stesso nome e ne usarono l'immagine per la copertina. La Emi ha tuttavia precisato di aver ricevuto un'offerta di acquisto per la cifra di **30 milioni** di dollari, un'offerta «respinta perché riteniamo che Abbey Road debba rimanere di proprietà dell'Emi». Lo studio appartiene alla

Emi dal **1929** che la acquistò per **100.000 sterline**. Nel corso della seconda guerra mondiale servì come studio di registrazione per i programmi propagandistici del governo e tra il 1962 e il 1969 fu il punto di riferimento dei Beatles. Fra gli altri artisti che ne hanno utilizzato le strutture da ricordare i **Pink Floyd** che ad Abbey Road hanno registrato l'album **«Dark Side of The Moon»**. Inoltre vi sono state realizzate moltissime **colonne sonore** (tra le quali *Guerre stellari*, *I predatori dell'arca perduta*, *Il signore degli anelli*, diversi capitoli di *Harry Potter* e molti altri ancora).



Lo studio è ancora molto attivo e sta per aprire uno **"shop"** su Internet con prodotti per appassionati di musica e musicisti. Ora i sudditi di Sua Maestà chiedono a gran voce che il **National Trust**, grande istituzione fondata nel 1895 per la conservazione di luoghi di interesse storico o naturale, si occupi dell'acquisto e gestione di Abbey Road. Dopo l'auspicio di **Paul McCartney**, che ha esortato a darsi da fare (ma a quanto pare non ha versato alcun contributo), la questione è stata dibattuta su **BBC** ed il National Trust è stato contattato da numerosi cittadini. L'ente, ammettendo che raramente riceve appelli così pressanti, ha promesso che si interesserà all'eventuale acquisto degli Abbey Road Studios quando saranno messi in vendita.

\*\*\*

### Musica –MERCATO DISCOGRAFICO 2009 : CRESCONO I SINGOLI

I dati relativi all'anno **2009** del **mercato discografico italiano**, sono stati distribuiti in occasione del Festival della Canzone Italiana da **Fimi-Confindustria**, la federazione che rappresenta le principali aziende del settore musicale. Il mercato Discografico Italiano nel 2009 ha complessivamente fatturato **144 milioni** di euro, ed i ricavi dal **digitale**, che ora rappresenta il 14% del mercato contro il 9% del 2008, superano i **20 milioni** di euro contro i 16 dell'anno precedente. La Fimi ha anche presentato la versione italiana della ricerca **Digital Music Report 2010** con tutte le analisi di mercato della musica online relative al 2009.

Rispetto al 2008, mostra una crescita ancora consistente insieme ad una trasformazione sul fronte dell'offerta e del consumo. Una crescita del **27%** trainata dal successo del **download**



da internet, cresciuti del **24%** e degli **album online** cresciuti del **32%**. Oggi il fatturato degli album in rete ha quasi raggiunto il fatturato realizzato dalle singole hit, segno di una maturazione del mercato digitale e dell'offerta dei maggiori store online. Nell'area **video**, le vendite di video online sono cresciute del **135%** e i **video streaming**, tra i quali soprattutto **YouTube**, utilizzato dal **34%** degli appassionati di musica, hanno generato circa **2 milioni** di euro. Tra i segnali positivi va evidenziata la crescita complessiva, sia del mercato tradizionale che di quello digitale dei **singoli** con **8,6 milioni** di fatturato, una crescita del **10%** rispetto al 2008. Il **mobile** si attesta a **3,8 milioni** di euro contro gli oltre **11** del fatturato derivante dalle vendite dalle **piattaforme online**. Anche i dati di **Nielsen Soundscan** sui **volumi**, confermano il positivo andamento del digitale che, con oltre **11 milioni di brani** scaricati sulle piattaforme rilevate dalla società, mostrano un incremento del **57%**. Calano molto i ricavi per la musica sui **cellulari**: pur crescendo dell' **1%** i download

di canzoni, calano del **43%** le **suonerie**. Il **27%** degli italiani utilizza **Facebook** per seguire gli artisti preferiti, mentre il **23%** degli utilizzatori internet usa **piattaforme di p2p** o **siti torrent** per scaricare file in modo illegale. Secondo Fimi, questo fatto è il responsabile principale del calo di fatturato complessivo del **19%** rispetto ai 178 milioni del 2008. Il settore continua a soffrire, con una costante contrazione del **mercato del cd** ormai da 9 anni, le vendite di cd e dvd musicali hanno perso ancora il **24%** attestandosi a **123 milioni** di euro. Dato di **forte crisi** quello del **mercato tradizionale**, dove il segmento di punta, il **cd album**, ha perso il **25%** del fatturato con oltre **38 milioni** di euro in meno rispetto al 2008. In calo anche **vinile**, che dopo 2 anni di crescita costante si è fermato a **1,4 milioni** di euro con una diminuzione del **7%**. In discesa anche i **dvd musicali**, che perdono il **5%**.

\*\*\*

## Cinema – VIDEOARTE: UN MERCATO DA INTERPRETARE



Gli operatori affermano che ci sono ancora molte riserve nei confronti dell'acquisto della **videoarte**. L'acquirente non acquista qualcosa di materiale come per un quadro bensì la **facoltà di fruire privatamente dell'opera** e con la vendita dell'opera, sia materiale o immateriale, l'autore-artista non si spoglia dei propri diritti di sfruttamento economico. Infatti il collezionista non acquista il diritto di esporre l'opera né di pubblicarla in cataloghi, solo i musei comprano con lo scopo di esporre l'opera al pubblico e, se lo contrattualizzano, acquistano anche i diritti di pubblicazione in cataloghi. Per la videoarte manca il **principio di unicità** (proprio dell'arte figurativa): un video è potenzialmente **riproducibile all'infinito**, esposto a innumerevoli **copie** esattamente identiche

all'originale. Le opere video sono vendute in serie numerata e ciascun video è da considerarsi un'opera unica in senso commerciale. L'adozione di **misure tecnologiche** possono tutelare l'artista e le sue opere, il mercato e i collezionisti, da potenziali riproduzioni non autorizzate. Altro limite della videoarte è la mancanza di **standard**: negli ultimi anni le gallerie e le

StageUp S.r.l.

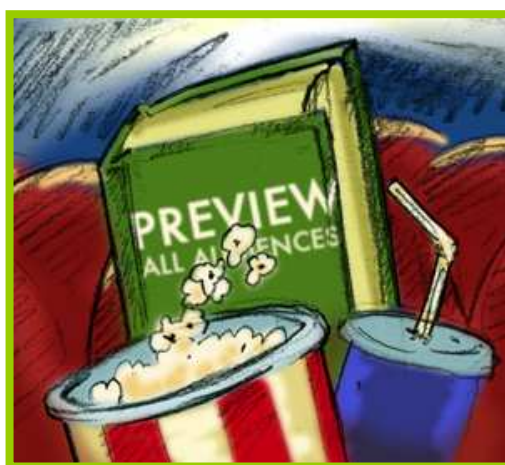
Bologna - Via Cairoli 11 • Milano - via M. Macchi 97 • Camino Al Lago (Usa) Atherton - CA 261  
Tel: (+39) 051.58.71.554 - Fax: (+39) 051.58.71.504 - Web site: www.stageup.com - E mail: redazione@stageup.com

collezioni hanno elaborato certificati di autenticità, contratti ad hoc, descrizione dell'installazione, dei supporti di presentazione e memorizzazione, tuttavia tali standard non si sono ancora affermati in modo unitario. La presentazione e la conservazione della videoarte dipende dalla tecnologia o dal **supporto video** utilizzato. La classificazione della videoarte non è facile soprattutto in materia di **diritto d'autore** dove serve definire un regime dei diritti chiaro, soprattutto con riguardo a quei video d'artista a cui lavorano più persone (registi, interpreti, esecutori, compositori, sceneggiatori, architetti del suono e delle luci) o ai video che sono prodotti da terzi estranei al processo creativo (gallerie e sponsor) ne è facile attribuire autonomia alla videoarte rispetto ad altre opere assimilabili (opere cinematografiche, fotografia, videoclip).

\*\*\*

### Cinema- BOOKTRAILER, FILM PER SCOPRIRE I LIBRI

Si può scegliere un libro attraverso un **booktrailer**, in stile **videoclip**, videoarte o in forma di vero e proprio **cortometraggio** il filmato di presentazione dei libri si sta affermando. Librerie virtuali, acquisti editoriali on line, letture su schermo e immagini tra le righe. I booktrailer sono un fenomeno recente. Non esiste una tipologia definita, c'è libertà assoluta e possibilità di mixare linguaggi diversi. Solitamente li autoproducono a basso costo gli autori stessi, a meno che non facciano parte di una grossa casa editrice. La distribuzione è prevalentemente in **rete**, ma a volte vengono passati anche in **programmi tv** che parlano di libri. Esistono festival che hanno creato categorie apposta per i booktrailer, ad esempio il **Mei**, il meeting musicale delle etichette indipendenti. Sul



sito **www.booktrailers.eu** il panorama va dal **video amatoriale** a prodotti ben costruiti sia dal punto di vista della sceneggiatura che della grafica. Nato come prodotto di **auto-promozione** da parte di intraprendenti scrittori, il fenomeno sta conquistando case editrici come **Longanesi** e **Marsilio**, è uno **strumento di marketing editoriale** utile ma dai piccoli editori ancora non utilizzato. Il mercato del libro è ancora fortemente legato all'immaginario classico della libreria, della carta, alla materialità dell'oggetto-libro tradizionale sia da parte dei compratori che degli editori. La comodità e la praticità del poter scegliere ed acquistare un libro in pochi minuti giocano a favore di questo nuovo strumento che troverà una sua identità con l'avvento degli **e-book**, quando il lettore potrà scegliere il testo da scaricare senza dover andare in libreria.