



**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, in uscita ad aprile, può già essere prenotato scrivendo all'indirizzo [adonato@stageup.com](mailto:adonato@stageup.com) al prezzo di copertina di 360 euro.**

#### **Arte – WIND SPONSOR GIORNATA FAI DI PRIMAVERA**

Wind, per il decimo anno consecutivo, sarà "main sponsor" della Giornata Fai di primavera, appuntamento ormai tradizionale e atteso da tutti gli amanti dell'arte – e non solo- perché dedicato all'apertura straordinaria di 580 monumenti normalmente chiusi al pubblico. «Ogni anno ci chiediamo se riusciremo a trovare nuovi luoghi di interesse da mostrare e ogni anno restiamo stupiti noi stessi dell'enorme bellezza e ricchezza della nostra terra» dice alla conferenza stampa di presentazione dell'evento Marco Magnifico, Direttore Generale Culturale del Fai.

L'Italia è, a livello artistico, il posto più bello del mondo ma molti non lo sanno o non se ne rendono conto e tante nostre ricchezze stanno andando in rovina. Ecco perché quest'anno il Fai ha deciso di dare uno scossone particolare, evidenziato fin dallo slogan che campeggia sui manifesti: "Fai anche tu" ovvero dai il tuo contributo (umano e materiale) affinché il nostro patrimonio non vada perduto .

"Ognuno dei 580 beni che caratterizzano la Giornate del Fai ci appartiene – si legge nel comunicato - anche se fisicamente lontano. Fai anche tu diventa quindi lo stimolo ad agire direttamente: difendi, partecipa e contribuisci concretamente, con l'iscrizione, una donazione, un atto di volontariato, a questo grande e importante movimento".

«Quest'anno la nostra vuole essere una sorta di "chiamata alle armi" per gli italiani-dice sempre Magnifico- che non devono più essere indifferenti al loro patrimonio culturale ma impegnarsi in prima persona per difenderlo. E anche una specie di "giornata della resistenza": resistenza a chi pensa che la nostra cultura sia solo "nazionale" (ecco perché abbiamo deciso di coinvolgere molti stranieri con la traduzione delle visite



guidate in diverse lingue: spagnolo, inglese, ma anche rumeno, albanese, russo). Resistenza a coloro che la domenica portano la gente negli outlet o nei centri commerciali e non a conoscere la bellezza che ci circonda».

Luigi Gubitosi, Amministratore Delegato di Wind, appoggia in pieno il messaggio del movimento: «Sono dieci anni che sosteniamo il Fai. Quattro anni fa la nostra società ha cambiato proprietà, sono cambiate molte cose, siamo cresciuti, ma Fai non è mai stato rimosso».

La Presidente del Fai Giulia Maria Mozzoni Crespi, prendendo la parola, fa un appello: «Mi auguro che in un momento di crisi e difficoltà come questo i beni culturali possano diventare concretamente una risorsa anche occupazionale per l'Italia. Per questo motivo mi piacerebbe tanto che fosse creato un "Ministero per il turismo" che possa studiare forme di turismo intelligente e capillare, rivolto non solo alle grandi città, spesso intasate, ma anche alle periferie, alle bellezze meno conosciute dislocate su tutto il territorio. Che possa valorizzare l'artigianato locale, che sta morendo e la ricchezza della cucina regionale».

Tra le aperture straordinarie previste per la giornata di primavera, da segnalare a Roma il grandioso e scenografico Palazzo Koch, sede della Banca D'Italia. A Milano saranno aperte eccezionalmente alcune sale della Veneranda Biblioteca Ambrosiana. A Fucecchio, in provincia di Firenze, in occasione del centenario dalla nascita di Indro Montanelli il Fai celebra il primo evento a Palazzo

Montanelli della Volta-Fondazione Montanelli Bassi: per l'occasione saranno allestiti i due studi del giornalista, quello di Roma e quello di Milano con mobili e arredi originali.

A Venezia per la prima volta si potrà entrare nel Teatro Verde della Fondazione Cini. Ad Ascoli Piceno verrà aperto, dopo dieci anni di lavori di restauro, il Forte Malatesta. A Palermo apre per la prima volta al pubblico Villa Cardillo e a Bagheria apertura straordinaria della Certosa di Palazzo Butera con il suo museo delle cere, meta nell'Ottocento di scrittori e viaggiatori stranieri. A Taranto si potrà visitare il Convento di San Francesco, mentre ad Alessandria si potranno ammirare i mosaici di Gino Severini che decorano il Palazzo delle Poste, esempio di architettura razionalista.

\*\*\*

### Arte – BENI CULTURALI DEL LAZIO IN UN CATALOGO INFORMATICO

Venerdì 20 marzo sono stati presentati nell'ambito della Festa dei servizi culturali del Lazio in corso a Roma alla ex Gil di Largo Ascianghi, i risultati conseguiti nel corso di questi anni da parte della Regione Lazio in merito alla Catalogazione dei Beni Culturali. Lo sforzo è stato quello di riversare le banche dati esistenti e consultabili solo dagli addetti ai lavori in contenitori fruibili da parte di tutti i cittadini. In particolare, questa operazione ha interessato il Sistema Informativo Territoriale per la catalogazione dei beni culturali e paesaggistici del Lazio, che contiene oggi circa 17 mila schede, di cui oltre 5 mila informatizzate e georeferenziate.

Le informazioni sono accessibili tramite un sistema che offre all'utente diverse chiavi di interrogazione (comune, provincia, tipologia, datazione, etc.), che possono aiutarlo a raggiungere una scheda sintetica su uno specifico bene catalogato. Da oggi fruibili on line dai cittadini anche Idra, la banca dati dei musei civici del Lazio che contiene oltre 17 mila schede di reperti archeologici catalogate da 41 diversi enti,



e la Fototeca del Centro Regionale di Documentazione che offre una carrellata di pronto impatto sul lavoro svolto dagli uffici.

"Ci siamo adoperati - dichiara l'assessore alla Cultura, Spettacolo e Sport della Regione Lazio, Giulia Rodano - affinché il lavoro di catalogazione svolto dai nostri uffici nel corso degli anni potesse essere reso fruibile ai cittadini e agli studiosi direttamente in rete. In questa materia, in cui la Regione svolge un ruolo concorrente insieme alle Soprintendenze dello Stato, la nostra vocazione prioritaria come Regione è quella di valorizzare questo patrimonio, anche restituendolo nel modo più accessibile e divulgativo possibile ad un utenza vasta. Per questo - prosegue l'assessore regionale - ci auguriamo che le nostre banche dati, che oggi sono fruibili on line, possano in un prossimo futuro fondersi e parlare con un'unica voce ai cittadini, guidandoli nel cammino di scoperta dei tesori nascosti del territorio del Lazio, in un'interazione sinergica con il lavoro svolto dalle Soprintendenze".

\*\*\*

## Cinema – IL 'NAMING PLACEMENT' ENTRA NEL CINEMA ITALIANO

È uscito venerdì 20 marzo nelle sale cinematografiche "L'ultimo Crodino", film del regista torinese Umberto Spinazzola, interpretato da Enzo Iacchetti, Ricky Tognazzi e Serena Autieri. Girato in Val Susa, prende spunto da un fatto di cronaca vera, accaduto nel 2001: il furto della salma di Enrico Cuccia, ex patron di Mediobanca, a scopo di estorsione, messo in atto da due pasticcioni, che nel film sono interpretati da Enzo Iacchetti (Pes) e Ricky Tognazzi (Crodino), così soprannominato perché gran consumatore di aperitivi. Questo film è anche la prima operazione di naming placement del cinema italiano, cinque anni dopo la legge Urbani che ha legalizzato l'inserimento di un marchio nel titolo di un film. Una strategia di marketing già da tempo utilizzata negli Stati Uniti, con pellicole come "Herbie il maggiolino tutto matto", "Colazione da Tiffany" e "Il diavolo veste Prada".

L'operazione è stata realizzata dall'agenzia torinese Top Time di Paolo Tenna, Simona Izzo e Ricky Tognazzi, che ha all'attivo produzioni come "Tutte le donne della mia vita", "L'allenatore nel pallone", "Il seme della discordia" e "La Matassa", di Ficarra & Picone.

L'operazione studiata da Tenna, amministratore delegato di Top Time, e Federica Femia, project manager dell'agenzia, ha coinvolto il marketing del Gruppo Campari: si è studiato un posizionamento strategico del brand Crodino molto forte, che attraverso il film si propone al pubblico in una modalità differente dalle solite attività di brand position e mira a valorizzare Crodino soprattutto in termini qualitativi. Una vera e propria operazione di marketing, dunque. "Abbiamo un profondo rispetto del cinema italiano - dichiara Paolo Tenna - inteso come opera culturale e patrimonio di tutti, che non può e non deve limitarsi a essere business. Proprio per questo creatività e qualità restano asset imprescindibili del film di Umberto Spinazzola".

\*\*\*

## Cinema – 3D-HD VIA SATELLITE A ROMA AL SAT EXPO DI ROMA

Al Sat Expo Europe 2009 della Fiera di Roma è stata presentata la trasmissione 3D-HD per tv e cinema. Protagonista dell'anteprima europea è stato un gruppo jazz che si è esibito in un concerto ripreso e trasmesso con una parabola al satellite Eurobird-3. Il segnale era raccolto da un'altra parabola collocata poco distante arrivando infine sugli schermi TV ad alta definizione della rassegna e contemporaneamente sul grande schermo cinematografico allestito in una sala dove si svolgeva il convegno dedicato alla nuova frontiera tecnologica. L'operazione è stata organizzata da Open-sky assieme a Eutelsat, il maggiore operatore satellitare europeo. L'evento è stato ripreso da più punti con quattro telecamere stereoscopiche ad alta definizione indispensabili per ottenere quattro punti di vista differenti. Il segnale veniva poi elaborato e trasformato in un unico flusso inviato al satellite. «Il quale – spiega Paolo Dalla Chiara, presidente di Sat Expo 2009 – è un satellite normale, mentre sono nuove le tecnologie a terra».

Per vedere in TV sono necessari i televisori 3D-HD stereo che cominciano ad essere diffusi sul



mercato giapponese. Per la ricezione basta un normale decoder HD. «Questo è il futuro della televisione perché le immagini sono davvero spettacolari e compiono un balzo in avanti ben oltre l'alta definizione», commenta sul Corriere della Sera Dalla Chiara. Quanto è stato presentato a Sat Expo è appunto un'anteprima dei servizi «Eventi live 3D» distribuiti ora dal «3D Stereoscopic Group». Ripresa e post produzione tridimensionali di eventi complessi come quelli musicali e sportivi sono realizzati da DBW Communication. La dimostrazione ha destato, ovviamente, notevole interesse proprio perché cambia il modo di vivere cinema e TV consentendo una «partecipazione emotiva» dello spettacolo o dell'avvenimento finora irraggiungibile con altri mezzi. «Oggi sono 73 i canali trasmessi in alta definizione dai satelliti di Eutelsat – dice il suo presidente Giuliano Beretta – in grado di supportare anche il 3D. Da più di tre mesi stiamo trasmettendo una canale test per la televisione in 3D stereo ed ancora una volta è l'Italia la base di partenza per queste iniziative d'eccellenza».

### Mostre e Musei – IL MINISTRO BONDI D'ACCORDO CON BARICCO

L'idea di Alessandro Baricco - tagliare i contributi a lirica e teatro e concentrarli su scuola e televisione - trova d'accordo il ministro ai Beni culturali Sandro Bondi, che la definisce "più lucida che provocatoria". "Baricco - spiega Bondi in un'intervista al quotidiano "Il Piccolo" di Trieste - ha spiazzato anni di pensiero statalista sostenendo, in sintesi, che le risorse pubbliche non devono essere l'unico sostegno dell'impresa culturale e che non bisogna aver paura di lasciare campo all'iniziativa privata". "Pensare a sistemi di finanziamento indiretti, come la defiscalizzazione degli investimenti - spiega Bondi - non solo aumenterebbe le risorse ma libererebbe energie. E' per questo che ho sinceramente apprezzato l'idea di Baricco, che ha aperto un dibattito interessante nel Paese cui ho anche personalmente contribuito con la mia proposta di una televisione di qualità: una rete Rai svincolata dall'auditel in cui programmare contenuti alti e al contempo divulgativi".

"C'è fame di cultura in Italia: lo dimostrano il grande successo di mostre come 'Il Caravaggio Odescalchi' a Palazzo Marino o 'Caravaggio ospita Caravaggio' alla Pinacoteca di Brera a Milano. O, ancora, l'esposizione del Cristo ligneo attribuito a Michelangelo alla Camera dei Deputati e ora in Sicilia. Il nostro patrimonio - secondo Bondi - spesso è poco conosciuto o dimenticato, e simili iniziative contribuiscono a renderlo popolare. E' anche per questo che ho fortemente voluto la costituzione di una Direzione generale per la valorizzazione dei musei, che intendo affidare a un manager di provata esperienza come Mario Resca: tutela e promozione del patrimonio culturale devono marciare di pari passo, e per questo servono idee e approcci diversi, nuova linfa e tanto entusiasmo. Tutte doti che ho trovato nel dottor Resca".

\*\*\*

### Mostre e Musei – A FIRENZE E FERRARA NUMERI DA RECORD

Quasi 61 mila visitatori paganti con un un incasso di 336.577 euro: sono i numeri della mostra 'L'amore, l'arte, la grazia' a Firenze. La rassegna, conclusa il 15 marzo a Palazzo Medici Riccardi, aveva come protagonista la Madonna del Cardellino di Raffaello, appena restaurata. L'opera tra qualche giorno tornerà nella sua collocazione originaria, agli Uffizi. "Sarà nella stessa stanza, ma non nello stesso luogo - annuncia il direttore della Galleria - Prima era troppo defilata".



Si era chiusa a fine febbraio con quasi centomila visitatori la mostra 'Turner e l'Italia', allestita da novembre al Palazzo dei Diamanti di Ferrara. L'esposizione è stata la prima organizzata sul rapporto tra il pittore romantico e l'Italia, ripercorrendo tutta la sua carriera. Il traguardo dei 100 mila ha superato le previsioni: 80 mila erano gli ingressi ipotizzati, 93.949 sono stati quelli effettivi nei 99 giorni di apertura, con una media giornaliera di 949 biglietti staccati.



\*\*\*

### Musica – ABBIGLIAMENTO IN MUSICA CON 'RECESSION CLOTHING'

Ha scelto come icona una banconota da 500 euro 'Recession clothing', la prima linea di abbigliamento italiana nata dall'hip hop. La linea è stata ideata dal rapper Gue Pequeno dei Club Dogo e dal writer Cano. Coinvolti nel progetto colleghi come J Ax, Vacca e Vincenzo da Via Anfossi per dimostrare che 'Recession non è una marca, ma un movimento che condivide lo stesso stile di vita e l'uso della creatività contro la crisi'. "Recession non è semplicemente una marca di street-wear. Recession è un movimento. Recession è un punto d'incontro tra la pittura e l'abbigliamento, tra la strada e il fashion. Recession è Techno-hop, Rap 'n' Roll. Recession

è la t-shirt più cool dell'anno. Recessione e la banconota perde di valore, sporca dentro e (di vernice) fuori."

Si tratta di una prima edizione limitata, totalmente prodotta in Italia. La stampa della maglietta è unica e il tocco finale sulla banconota sono le macchie di vernice rossa "perché il vento della crisi soffia forte e le banconote perdono di valore e nel momento di stagnazione dell'economia, con dramma economico diffuso, l'idea di una nuova linea di street wear si presenta come una via di fuga per andare oltre ai problemi reali di mercato".

\*\*\*

**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](http://www.stageup.com) - E mail: [redazione@stageup.com](mailto:redazione@stageup.com)

### Musica – VODAFONE E MAJORS PER BRANI SU PC E MOBILE

Vodafone ha firmato di recente un accordo con Universal Music, Sony Music ed Emi per fornire su terminali mobili e su Pc brani e album liberi da Digital rights management (Drm).

"La musica ha un ruolo centrale nelle vite dei nostri clienti - spiega dice Pieter Knook, direttore Servizi Internet di Vodafone -. Con Vodafone che si pone come pioniere del Drm-free su terminali mobili e PC, ora i nostri clienti avranno la libertà di scaricare tracce dei loro artisti preferiti senza alcuna restrizione, con la possibilità di ascoltare la loro musica comunque vogliano, dovunque siano". I clienti di Vodafone che hanno già acquistato singoli brani o album di Universal Music Group, Sony Music Entertainment ed Emi Music in formato Wma, protetti con tecnologia Drm, potranno scaricare i brani Mp3 Drm-free senza pagare alcun sovrapprezzo. I brani musicali senza Drm saranno resi disponibili da Vodafone a partire dalla prossima estate.

