



NEWSLETTER SUL BUSINESS DI CULTURA & SPETTACOLO

QUINDICINALE - N. 7

9 APRILE 2009

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 al prezzo di copertina di 360 euro.

Arte – ARSVALUE, IL MERCATO ITALIANO DELL'ARTE TIENE NEL 2008

 Il mercato dell'arte italiano non è immune alla crisi globale, ma nel 2008 ha registrato una contrazione meno accentuata del previsto, dimostrando come per molti investitori rappresenti un "rifugio" dalle turbolenze dei mercati finanziari. Lo riferisce in una nota ArsValue, che monitora l'andamento del mercato italiano dell'arte moderna e contemporanea in base ai prezzi registrati in asta.

Secondo ArsValue, il mercato dell'arte italiano ha sostanzialmente retto nel 2008. L'indice Upb-ArsValue 50, che rappresenta i prezzi delle opere dei maggiori 50 artisti scambiati sul mercato italiano, è sceso del 3,19%. Poco diverso l'andamento degli altri due indici, l'ArsValue 100 (-3,67%) e quello dei maggiori 200 artisti (-4,78%).

Di contro, dice ArsValue, chi ha investito in risparmi in azioni diversificate a livello globale, nel 2008 ha visto calare il proprio capitale del 42% circa. Il lungo periodo premia maggiormente chi investe in arte. In 10 anni, chi ha investito nei 50 maggiori artisti italiani "si è ritrovato un capitale più che raddoppiato con un rendimento di periodo del 109% e medio annuo del 7,64%". Solo 37 dei maggiori 200 artisti italiani hanno visto i prezzi delle loro opere calare nell'ultimo decennio. "Alcuni importanti studi hanno evidenziato che, in molte delle passate crisi economiche, il mercato dell'arte, proprio per le sue caratteristiche di mercato rifugio, ha reagito alle turbolenze delle borse, con 12-18 mesi di ritardo temporale", dice ArsValue.

Guardando al 2009, le prime aste del trimestre stanno fornendo "risultati rassicuranti" anche se aumenta il tasso di invenduto. Tra le aste di maggiore rilievo del 2008, ArsValue segnala il caso di Agostino Bonalumi: la sua tela "Blu n.13" del 1967 è stata venduta a maggio per 90.000 euro esclusi i diritti d'asta, un record per l'Italia sebbene inferiore alle previsioni della casa d'aste.

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

Arte – L'ARTE COME STRUMENTO DI PROBLEM SOLVING

Sfruttare la creatività degli artisti come strumento di problem solving e adottare il loro approccio per una nuova modalità di gestione delle relazioni aziendali che abbia al centro la figura umana. Sarà questo il tema centrale di "Confini creativi 2009", il corso di formazione per manager in programma a partire dal 26 marzo, presso C4, Centro Cultura Contemporaneo Caldogno, centro italiano di formazione che utilizza i linguaggi dell'arte contemporanea come strumenti per sviluppare conoscenze e competenze professionali. Come si legge sulla agenzia stampa 9Colonne, il corso, che si svolgerà nella cornice palladiana di Villa Caldogno tra marzo e maggio, è un progetto formativo strutturato in tre sessioni residenziali di un giorno e mezzo ciascuna. Si rivolge ad imprenditori, manager e dirigenti della

Pubblica Amministrazione ed è incentrato sul tema del valore della persona all'interno dell'impresa. Obiettivo del percorso è far compiere un'esperienza nuova che, grazie alle dinamiche dell'arte stimoli ogni partecipante a trovare la giusta strada, per valorizzare al massimo le proprie capacità relazionali e comunicative. "In un contesto generale di crisi economica globale, puntare sulla crescita delle persone, sullo scoprirne aspetti sconosciuti e sull'incentivare lo spirito collaborativo, la spinta all'innovazione, la visione d'insieme diventa sempre più importante – si legge in una nota degli organizzatori - per le imprese che devono stare nel mercato".

Cinema – IL CINEMA DALLA PARTE DEI DIRITTI UMANI

Si è appena conclusa la nona edizione di Human Rights Nights – arts and film festival (Bologna, 27 marzo – 5 aprile 2009), promosso dal Comune, dalla Cineteca e dall'Università di Bologna.



Due le sezioni competitive dedicate a documentari e cortometraggi. Dieci i documentari provenienti da varie parti del mondo, legati ai diritti umani. Come gli altri anni, il festival ha collaborato con organizzazioni non governative, come Amnesty International, con la presentazione del film che ha vinto il concorso, Taxi on the Dark Side di Alex Gibney sulle torture a Abu Ghraib e a Guantanamo, e Anna, 7 Years on the Frontline di Masha Novikova sulla giornalista russa Anna Politkovskaya uccisa nel 2006 a Mosca.

Cinema - LINEA D'OMBRA, PRESENTATO IL FESTIVAL 2009

Presentata la XIV edizione di "Linea d'Ombra-Festival Culture Giovani", al via martedì 14 aprile. Per sei



giorni, oltre 70 eventi invadono Salerno nel nome del Caos, con un programma ricco di eventi, tra cinema, musica, performing art, scrittura e arti visive. Proiezioni in anteprima per l'Italia di film inglesi, islandesi, svedesi, ceki e tedeschi per "Passaggi

d'Europa" (6 film di autori europei all'opera prima o seconda) e "CortoEuropa" (22 corti di autori italiani ed europei). La retrospettiva FocusCaos (Tarantino/Cronenberg/Greenaway); le proiezioni – fuori concorso – di "Beket" di Davide Manuli e "Tutta colpa di Giuda" di Davide Ferrario, oltre a quella di "Gomorra" di Matteo Garrone per studenti del territorio. L'incontro-concerto in apertura con Enrico de Angelis e Teresa De Sio e KaosKoncerto, progetto inedito di Enzo Avitabile & Bottari con ospiti Manu Dibango e Stefan Betke aka Pole, a chiusura di cartellone. Spettacoli senza rete con Alessandro Bergonzoni, Lenz Rifrazioni, Teatro Potlach e La Contrabbanda. E ancora, un workshop sulla stop-motion - a cura di Giuseppe Laganà - con elaborazione finale di un soggetto originale, Il caffè letterario di Virella Granese con i reading di Diego De Silva, Hamid Ziarati, Rosaria Capacchione tra opere in plastica dell'artista Ciffo; conversazioni-creative su "Che cos'è il Caos (?)" con Umberto Curi, Tito Tonietti e Achille Bonito Oliva e l'attesissima "Notte delle Catastrofi", ovvero una maratona notturna di 7 proiezioni, con premio finale. Se non bastasse, nel menù intellettuale e d'intrattenimento della XIV edizione di Linea d'Ombra-Festival Culture Giovani di Salerno, diretto da Peppe D'Antonio - da quest'anno affiancato da Gianluca De Falco e Agostino Riitano - ci sono gli ospiti che ritireranno i Premi Linea d'Ombra 2009: gli attori Valentina Lodovini e Michele Riondino e il regista Massimo Venier. Infine due affascinanti stage con il cineasta Davide Ferrario e con l'attore Fabio De Luigi, che faranno della manifestazione un evento cult della primavera, confermando Salerno meta della creatività giovanile.

Mostre e Musei – CORREGGIO AL TOP DELLE MOSTRE PIU' VISITATE IN ITALIA

Il Giornale dell'Arte di aprile ha pubblicato la classifica delle mostre più visitate nel mondo con un particolare approfondimento su quelle ospitate in Italia. Nella classifica delle mostre nazionali prevale il Correggio organizzata alla Galleria Nazionale di Parma con 3.946 visitatori al giorno per un totale che supera le 400mila presenze. Al secondo posto si trova la mostra di Giovanni Bellini, ospitata dalle Scuderie del Quirinale a Roma, con 2.176 visitatori al giorno. Sul gradino più basso del podio sale l'11a Biennale Architettura a Venezia con 2.120. La Capitale è presente fra i primi dieci posti con ben 4 mostre, oltre a Giovanni Bellini al quarto posto si trova Renoir ospitata dal Complesso del Vittoriano mentre la Mostra su Sebastiano del Piombo di Palazzo Venezia è all'ottavo posto seguita da "Ottocento. Da Canova al Quarto Stato". A livello internazionale stravinca la "60a mostra annuale dei tesori del Shoso-in ospitata dal Nara National Museum in Giappone con 17.926 visitatori al giorno per complessive 263mila presenze. In termini assoluti il record spetta ai "Tesori nazionali del tempio Yakushi" del Tokyo National Museum con 795mila presenze. Proprio i giapponesi grazie ai loro enormi spazi espositivi si dimostrano i più mostrofilo al mondo con cinque mostre fra le prime dieci.



Mostre e Musei – CRISI NEI MUSEI ITALIANI

La crisi non risparmia i musei italiani, con i visitatori che nel 2008 calano del 3,88% sul 2007 con una perdita degli introiti dell'1,9%. Ad anticipare il dato, è il consigliere del ministro dei beni culturali Bondi, Mario Resca ad una puntata di Matrix in onda su Canale 5 il primo aprile. Bisogna investire di più e meglio per la valorizzazione dei musei. Altro problema da affrontare, aggiunge, è quello del mecenatismo per la cultura, "che in Italia non c'è, anzi viene punito".

Per la crisi non c'è bisogno di aspettare il taglio di un terzo del bilancio del ministero dei beni culturali. Questa volta i tagli non c'entrano. La crisi è già una realtà per i 400 musei, monumenti e siti archeologici italiani. Che nel 2008 perdono il 3,88% dei visitatori e l'1,9% degli introiti lordi, con una flessione ancora più pesante (-4,64%) se ci si concentra sui 30 più gettonati.

Maglia nera alla Campania (-13,88% visitatori), che paga il diminuito appeal dovuto alla vicenda immondizia con un calo di quasi tre milioni di euro negli introiti (-10,54%). Ma i bilanci sono in rosso anche in Toscana, che perde visitatori agli Uffizi e in quasi tutti i musei di Firenze. E la Lombardia non ride, con il Palazzo Ducale di Mantova che incassa una flessione del -20,30% degli ingressi e un -7,56% negli introiti. Mentre la Pinacoteca di Brera, tradizionalmente fanalino di coda, esce proprio dalla classifica dei primi trenta. Va bene invece al Lazio, che - complice soprattutto i successi del Colosseo e del circuito del Museo Nazionale romano - vede crescere del 6,41% i visitatori e con un incasso di quasi due milioni di euro in più (1.878.603) rispetto al 2007

può vantare il risultato migliore in Italia. Buono il bilancio della Puglia, che ha accolto nei suoi musei un 3,84% di visitatori in più aumentando anche gli incassi (+10,52%). In pari, senza grandi exploit, Abruzzo (+6,65% visitatori - 2,38% introiti), e Molise (+ 6,97% visitatori; - 3,97% introiti).

Tutto il resto però è un pianto. A partire dal Piemonte, che a fronte dei risultati confortanti del Museo Egizio (+1,17%) deve fare i conti con una flessione del 14,44% di visitatori (167.960 in termini assoluti) e del 6,39% degli introiti lordi. E poi via via a seguire, con la Sardegna (- 12,10% i visitatori; - 9,01% introiti) la Calabria (- 8,51% visitatori; -15,89% introiti) la Basilicata (-7,89% visitatori; - 0,51% introiti). In rosso pesante l'Umbria (-3,58%; -15,21%) e il Veneto (-2,51%; -13,55%). Con il segno meno il Friuli, la Liguria, l'Emilia Romagna, le Marche. La crisi c'è e riguarda un po' tutti. «Bisogna investire di più, ma anche offrire più servizi e orari più flessibili», suggerisce il consigliere di Bondi per i Musei, Mario Resca. Indicazione in linea con quello che fanno musei importanti come i Vaticani, per i quali è in discussione l'apertura serale. Bondi da parte sua vuole investire su musei e archeologia la gran parte dei soldi di Arcus (la spa in condominio con il ministero dei trasporti). Intanto però servono interventi strutturali, fa notare la Uil beni culturali. Che ricorda come nelle tasche degli italiani ci siano meno soldi. E punta il dito sull'ipotesi di concentrare le risorse solo su 10/15 grandi realtà museali. Un disegno «che va fermato - dice la Uil - il governo deve giudicare centrale la cultura e prevedere interventi urgenti.

Musica – NASCE IL SERVIZIO VIAGGI PER LA MUSICA

Prende vita un innovativo servizio on line dedicato alla musica che unisce la consultazione e la prenotazione dei concerti alla prenotazione alberghiera in migliaia di hotel in tutto il mondo.

SleepInTheCity e Rockol hanno siglato un accordo per dare vita a un servizio-viaggi online dedicato alla musica, che mette a fattore comune il Calendario Live di Rockol ed il motore di consultazione e prenotazione di Sleep In The City, rendendo la consultazione e la prenotazione di concerti un'esperienza completa. Nella nuova sezione viaggi reperibile all'indirizzo www.rockol.it/viaggilive.php si renderanno disponibili tutte le sistemazioni più idonee alle più disparate esigenze dell'utente: effettuare una prenotazione alberghiera in migliaia di hotel in tutto il mondo e consultare informazioni sempre aggiornate su disponibilità, prezzi e caratteristiche della sistemazione sarà immediato.

"Oltre a creare una naturale estensione del servizio informativo intorno ai concerti in Italia", spiega Giampiero Di Carlo, CEO di Rockol, "siamo anche entusiasti dell'idea di offrire ai nostri lettori l'accesso a un Club esclusivo che premia la fedeltà dell'utente e regala numerosi vantaggi, grazie a un network di partner a livello mondiale."

"Siamo entusiasti di lavorare con Rockol, il primo sito musicale in Italia" afferma Andrea Biagini di SleepInTheCity s.r.l. "Si tratta di un passo importante per noi perché crediamo che questo genere di accordi dia agli utenti la possibilità di usufruire di servizi sempre più completi. L'accordo operativo su www.rockol.it testimonia ulteriormente la competenza di SleepInTheCity srl nella creazione di vantaggi e nella pianificazione e realizzazione di partnership White Label e dimostra il suo impegno nell'ampliamento del numero dei partner con cui collaborare in futuro". Grazie alla partnership, ogni volta che si acquistano servizi turistici sulla sezione viaggi di Rockol in collaborazione con SleepInThCity, in rapporto alle spese effettuate verranno assegnati doppi punti.

Musica – I VELVET SCELGONO FACEBOOK



Il gruppo musicale romano ha deciso di promuovere il nuovo album, "Nella lista delle cattive abitudini", attraverso il famoso social network. Il cd, in uscita il 17 aprile sarà infatti, protagonista di un applicativ Metatron lavora sull'attività musicale in modo creativo e originale alla luce del progresso tecnologico e sociale dell'ultimo decennio. L'universo Metatron è composto da cinque dipartimenti: Management, Marketing, Press, Multimedia e Merchandising che fanno coincidere il loro lavoro nello sviluppo di idee, progetti e attività in relazione alla crescita dei propri clienti. La rivoluzionaria tecnica di Metatron rientra a pieno nella gestione della vita artistica delle proprie band permettendo così di curare l'artista, nonché il progetto, in tutte le sue fasi di sviluppo, dalla nascita fino alla sua diffusione e commercializzazione, dalla produzione di un album, alla completa assistenza nei rapporti con terzi, dalla promozione e visibilità alla sponsorizzazione, fino all'attività multimediale e alla creazione del merchandising. Questo nuovo metodo di promozione non riguarda solo gli artisti, ma anche aziende e brand che desiderano entrare a far parte di questo mondo. Metatron, universo multiforme e interdisciplinare, assicura la realizzazione di eventi ad hoc dal punto di vista creativo, della direzione artistica e logistico/organizzativa inserendo l'attività multimediale come elemento centrale nello sviluppo dell'idea. La creazione di merchandising e la promozione arricchiscono e completano le attività che ruotano intorno al progetto comunicazionale che ha come obiettivo quello di svecchiare la concezione della cultura e produzione musicale promuovendo una fruibilità moderna e sostenendo la coesione delle professionalità al suo interno. o che consente di selezionare tre cattive abitudini per ogni amico del proprio network. A spingere la Metatron verso la scelta della "piazza sociale", il successo riscosso negli ultimi tempi da Facebook. Non solo: attraverso il popolare sito, il gruppo entra in contatto con gli utenti in maniera virale, grazie ad un applicativo ispirato proprio dal titolo del loro stesso album. La trovata geniale di questo applicativo permette a chi lo utilizza di interagire scherzosamente elencando tre cattive abitudini per ogni amico presente nel proprio network, stuzzicando così la curiosità ma anche l'attenzione della community. Il gioco, già noto alla rete, è una delle strategie che Metatron ha adottato per lanciare il quinto album dei Velvet, riuscendo a confermare, nel contempo, anche la propria natura innovativa nella gestione dei progetti artistici. "Abbiamo sviluppato – spiega il dipartimento multimedia – un applicativo che sfruttasse la natura virale di Facebook, facendo leva sui meccanismi del word-of-mouth advertising e del gossip tipici di ogni rete di amicizie".



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