



## ANNUARIO DELLA SPONSORIZZAZIONE CULTURALE, DI SPETTACOLO E DI UTILITA' SOCIALE

**StageUp** lancia la speciale ricerca che analizza **gli eventi di cultura, spettacolo ed utilità sociale più significativi che si svolgono in Italia**. Per ciascun evento sono riportati in dettaglio: l'organizzatore, il luogo e la data di svolgimento, la descrizione sintetica dell'evento, l'elenco degli sponsor dell'ultima edizione con il dettaglio del relativo format sponsorizzativo, i settori merceologici degli investitori, il valore degli investimenti di ciascuna operazione, l'eventuale concessionaria/agenzia di sponsoring di riferimento qualora presente. In più lo studio analizza le agenzie/concessionarie attive sul mercato delle sponsorizzazioni culturali e di utilità sociale. Per ciascuna vengono forniti: descrizione dell'attività e dei servizi, i riferimenti, l'elenco degli eventi commercializzati (in esclusiva) e l'elenco dei key client.

Questo elenco degli eventi analizzati: Anche tu critico d'Arte, Arte Fiera, Buskers Festival, Cabaret, Carnevale di Venezia, Carnevale di Viareggio, Concerto 1° maggio, Concerto capodanno Fenice, Danza in Fiera, Equilibrio Fantasio Festival, Fear Fest, Festa del cinema di Roma, Festa del Redentore, Festa europea della Musica, Festival dei due mondi Spoleto, Festival del cinema africano, Asia e Sud America, Festival dell'economia di Trento, Festival della creatività, Festival della filosofia, Festival della letteratura a Mantova, Festival della scienza di Genova, Festival delle Letterature, Festival di Sanremo, Festival pianistico internazionale, Fiera del Libro, Giffoni Film Festival, Jammin Festival, La notte bianca di Roma, Meeting per l'amicizia fra i popoli di Rimini, Milano City Marathon, Miss Italia, Mostra Internazionale del cinema di Venezia, Palio di Siena, Roma Fiction Fest, Salone del Vino, Settimana della cultura, Technotown, Umbria jazz, Adotta una Pigotta - Unicef, Arance della salute - Airc, Asta di Beneficenza - Ant - Bologna, Azalee della ricerca - Airc, Bologna Festival Onlus, Giulietta e Romeo di Cocciantè - Airc, La Fabbrica del Sorriso, Metti in moto la Solidarietà, Raccolta Alimentare - Ant, Stelle nello sport. Asta benefica, Telethon

Per maggiori informazioni e preventivi è possibile contattare Samantha Succi - [ssucci@stageup.com](mailto:ssucci@stageup.com) - Tel.051.58.71.554

### Spettacolo - LANCIA SPONSOR DEL "ROMAFICTIONFEST 2008"

Lancia è Sponsor ufficiale di "RomaFictionFest 2008", il principale festival mondiale dedicato alla fiction televisiva internazionale in tutti i suoi formati: dai serial ai tv movie, dalle miniserie alle sit-com. In programma nella capitale dal 7 al 12 luglio, il "RomaFictionFest 2008" si propone come il più ampio appuntamento annuale in cui fare il punto sulla produzione mondiale, proponendo interessanti novità, alcune in anteprima assoluta. A disposizione dell'organizzazione ci sarà una flotta di 45 Lancia Delta, personalizzate con il marchio della manifestazione, che accompagneranno sul "Orange Carpet" tutte le star e gli ospiti del "RomaFictionFest 2008". Inoltre, Lancia sosterrà la sezione "Seriale" del Festival, la più rappresentativa della manifestazione. Tutti i lavori che partecipano al concorso in questa sezione saranno proiettati nella "Sala Lancia" all'interno del Cinema Adriano. Tra l'altro, il pubblico che parteciperà agli spettacoli della "Sala Lancia" potrà presentarsi presso tutte le concessionarie Lancia con la matrice del biglietto e provare la nuova Lancia Delta.

Con l'abbinamento al "RomaFictionFest 2008", Lancia prosegue la scelta di sostenere la "settima arte" anche nella sua espressione televisiva. Nella fiction di qualità ritroviamo i valori del brand Lancia e delle sue automobili: stile, qualità della vita, soluzioni originali e innovative, personalità, eleganza e temperamento.



\*\*\*

**StageUp S.r.l.**

**Bologna** - Via Cairoli 9 • **Milano** - via M. Macchi 97

Tel: (+39) 051.58.71.554 - Fax: (+39) 051.58.71.504 - Web site: [www.stageup.com](http://www.stageup.com) - E mail: [info@stageup.com](mailto:info@stageup.com)

### Cultura – CON “STORIE A MEMORIA” SCOPRI IL TRENTINO



Una stagione da vivere nel segno di una serie di proposte culturali che si muovono lungo il filo della memoria, quest'anno in particolare segnata dai 90 anni che ci separano dalla fine della Grande Guerra. Ritorna una delle proposte che segnano l'estate trentina, con “Storie a Memoria”. Castelli, ville, borghi, forti e manieri del Trentino si trasformano anche quest'anno in luoghi dove i protagonisti sono musicisti, artisti, poeti, attori. Decine di appuntamenti e momenti in cui la storia si intreccia con la memoria, in cui il presente si lega con il passato. Si tratta, ancora una volta, di un'edizione ricca di spunti e di appuntamenti di assoluto rilievo, di un progetto che si muove fra cultura e spettacolo proposto, ideato e realizzato dall'assessorato alla Cultura della Provincia autonoma di

Trento con la collaborazione del centro servizi culturali S. Chiara, del museo castello del Buonconsiglio e della Fondazione Museo storico del Trentino. Il 3 luglio scorso, nella sala stampa di piazza Dante, a Trento si è svolta la presentazione. Con gli interventi di Margherita Cogo, vicepresidente e assessore alla cultura della giunta della Provincia autonoma di Trento che ha sottolineato come da anni “il Trentino si racconta e racconta. Lo fa con Storie a Memoria, un viaggio di cultura e spettacolo che sceglie i luoghi segnati dalle vicende di donne e di uomini, nel corso del tempo: forti e castelli, ville e borghi”; Claudio Martinelli, direttore dell'Ufficio per la promozione culturale del Servizio attività culturali; Franco Oss Noser e Marisa Detassisi, direttore e vicedirettore del Centro Servizi Culturali S. Chiara; Giuseppe Ferrandi, direttore della Fondazione Museo Storico del Trentino e Lanfranco Cis, consulente del Centro S. Chiara per Storie a Memoria.

\*\*\*

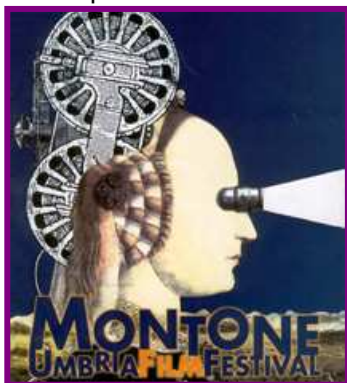
### Feste e Fiere – IL FESTIVAL DELLA FILOSOFIA SI PRESENTA

Sono circa 200, e tutti gratuiti, gli appuntamenti dell'ottavo Festival filosofia di Modena, Carpi e Sassuolo, dedicato quest'anno al tema della fantasia e in programma da venerdì 19 a domenica 21 settembre in 40 luoghi diversi delle tre città. Si tratta di lezioni magistrali, mostre, spettacoli, rassegne di film, letture, giochi per bambini e cene filosofiche. La manifestazione, che lo scorso anno ha registrato oltre 120 mila presenze, è organizzata dai tre Comuni, dalla Regione Emilia-Romagna, dalla Provincia, dalla Fondazione Cassa di Risparmio di Modena e dalla Fondazione San Carlo. Il programma del Festival è stato presentato alla stampa oggi nella sede dell'Associazione Stampa Estera di Roma, in via dell'Umiltà 83/C. Nel corso della conferenza stampa è stato inoltre illustrato il progetto di una rete europea di Festival filosofici che coinvolge Belgio, Francia, Germania, Gran Bretagna, Grecia, Italia, Repubblica Ceca e Romania.

\*\*\*

### Cinema – 12° UMBRIA FILM FESTIVAL SU GIOVANI E SOCIALE

Da mercoledì a domenica si tiene a Montone, nel Perugino, la 12.ma edizione dell'Umbria Film Festival che presenta film di grande qualità, ma non distribuiti, che hanno come filo conduttore i giovani che vivono in parti diverse del mondo, oltre che una competizione internazionale dei corti per bambini, giudicati dagli alunni delle scuole dell'Altotevere. quest'anno di tematiche sociali, con affrontando la questione creativa con una tavola rotonda alla scrittrice Susy Brescia e il critico che sarà seguita dal concerto d'onore Peter Lord, che ha animazio ne. Inoltre, alla sua sezione “Umbriametraggi”, che vuol “filmmaker” umbri o residenti in Retesole è stato istituito un premio contare su un cofinanziamento per



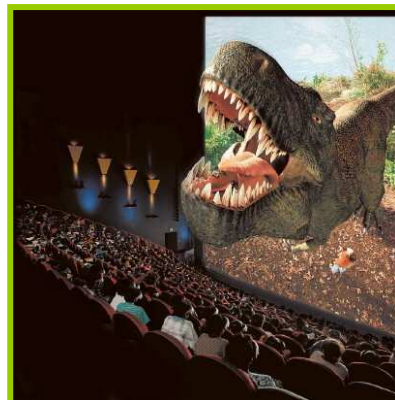
Umbria Film Festival si occupa anche una riflessione sui migranti, dell'immigrazione anche in chiave quale partecipano, tra gli altri, la cinematografico Johnny Palomba e dell'orchestra di Piazza Vittorio. Ospite rivoluzionato il modo di fare film di seconda edizione, si arricchisce la promuovere l'attività dei giovani Umbria. In collaborazione con per il miglior corto; il vincitore potrà poter continuare la sua attività.

### Cinema – IL BUSINESS DELL'ERA IN 3D

La tecnologia 3D, più spettacolare e più interessante del digitale, sta prendendo piede nel mondo cinematografico. La gente lo va a vedere, paga biglietti più costosi e le sale continuano ad aumentare in tutto il mondo. In Italia se ne vedranno entro la fine del 2008. La versione 3D del film fantasy Beowulf ha incassato il 65% in più della versione 2D. Il punto cruciale sarà la scelta dello standard. Al momento le possibili tecnologie, dicono gli esperti, le forniscono Real D, Dolby 3D e NuVision (l'Imax ha un sistema tutto suo che non è esportabile alle sale normali) e a sentire i maggiori esperti non c'è praticamente nessuna differenza. Le case di produzione dovranno decidere tra uno standard o l'altro a seconda dei modelli di business, cioè il modo in cui le singole aziende rientrano della spesa. Una parte importante dei modelli di business saranno costituiti dal commercio degli occhialetti.

Per vedere i film in 3D infatti bisogna indossare gli speciali occhiali, questo perchè il meccanismo si basa sulla visione stereoscopica, cioè ogni occhio vede un'immagine polarizzata diversamente e questo crea l'effetto tridimensionale. Nonostante siano allo studio schermi in grado di rendere obsoleti gli occhiali ad ora non c'è altra possibilità. E facendo di necessità virtù la fornitura continua di occhiali per le sale potrebbe essere il business vero in grado di fare la differenza tra un sistema e l'altro.

La tecnologia Real D è quella posizionata meglio perchè installata nel 97% delle sale e scelta dal 90% dei richiedenti. E' dotata di un modello di business in revenue-sharing che rende gratuita l'installazione del sistema ma fa pagare ogni occhiale 75 centesimi.



\*\*\*

### Musica – PARTE UMBRIA JAZZ: IN DOTE 16 MILIONI DI INTERESSATI

Parte venerdì l'edizione 2008 di Umbria Jazz che andrà avanti sino a domenica 20. La formula di Umbria Jazz è quella di incrociare, e magari sovrapporre, tre dimensioni musicali e ambientali diverse: i) le serate all'Arena Santa Giuliana: qui sono di scena gli artisti più famosi, per i quali è necessario un grande, confortevole spazio; ii) i pomeriggi e le notti nei due teatri storici cittadini: il Teatro Morlacchi e il Teatro Pavone. Sono gli spazi dedicati al jazz più autentico, nelle sue diverse espressioni, tradizionali o moderne; iii) gli spettacoli all'aperto e gratuiti: è il Festival dei giovani e delle famiglie, con i generi musicali più popolari e di più immediato appeal.



Il New York Times lo considera uno dei 3 festival jazz più popolari del pianeta e il primo in Europa. Un evento che accoglie ogni anno 300 mila visitatori da tutto il mondo. Gli italiani che si dichiarano interessati ad Umbria Jazz sono 15.875.000 (il 40,2% della popolazione tra i 14 ed i 64 anni, fonte: Indagine demoscopica Sponsor Value Cultura & Spettacolo di StageUp e Ipsos, rilevazione ottobre 2007). La notorietà dell'evento tra gli italiani di età compresa tra i 14 ed i 64 anni è pari al 67,5%; in altre parole il 67,5% degli italiani conosce l'evento Umbria Jazz. L'indotto dell'evento è stimato tra i 10 ed i 15 milioni di euro.

\*\*\*

### Arte – NIVEA FIRMA A VENEZIA LA MOSTRA DI ARCHITETTURA



Dopo Milano per la settimana del Design e Torino World Design Capital per la mostra Flexibility, Nivea Pop Up Shop termina il suo viaggio a Venezia all'11 per la Mostra Internazionale di Architettura, di cui Nivea è main sponsor dall' 11 al 21 settembre.

Il Nivea Pop Up Shop sarà ai Giardini della Biennale come shop dei prodotti Nivea e quick spa, offrendo, su prenotazione, make up, hair style, nail care, trattamenti per il viso e barber point. Il progetto Nivea Pop Up Shop, curato da Cristina Morozzi, materializza in struttura architettonica, modulare e cangiante, firmata da BFA/ARD (Bartolini/Fiamminghi architetti con studio AB Rogers), la capacità di Nivea di accompagnare ed esaltare tutte le

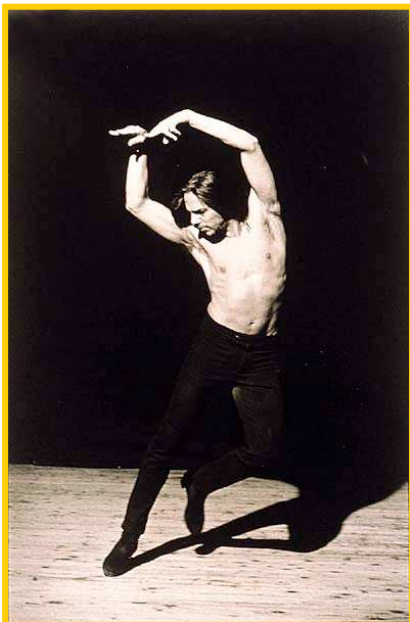
diverse e mutevoli esigenze della bellezza contemporanea. Il tema dell'11a Mostra Internazionale di Architettura, curata da Aaron Betsky, Out of There- Beyond the Building, è pensato per liberare l'architettura dagli edifici, offrendo alternative critiche all'ambiente umano.

\*\*\*

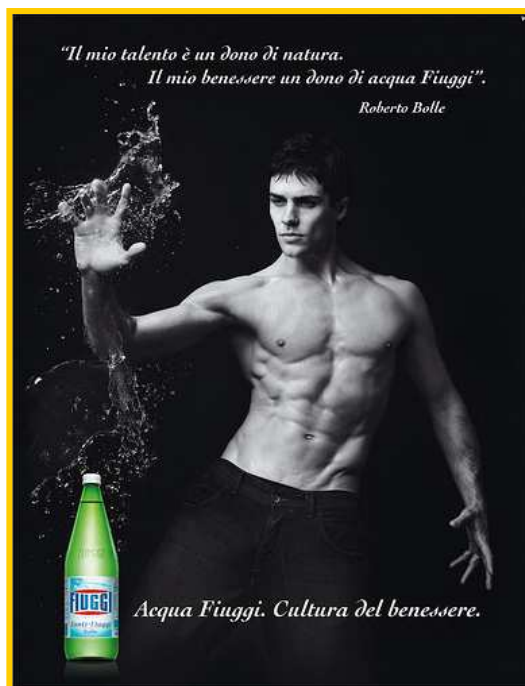
### Arte – IL BALLO PROTAGONISTA NEGLI SPOT TV

Se due indizi non fanno una prova, poco ci manca. Il ballo ed i suoi protagonisti d'eccezione sono scelti con sempre più frequenza come testimonial di campagne di comunicazione nazionali. Joaquín Cortés, famoso ballerino spagnolo di flamenco, è protagonista in questi giorni dello spot di Carpisa, azienda napoletana già sponsor della rassegna musicale Neapolis Festival.

Acqua Fuggi, invece, è protagonista con Roberto Bolle di un



passo a due nella Reggia di Caserta per uno spot intenso, che parla di arte e di perfezione, di vita e di passione. Firmato da Y&R Roma, l'agenzia guidata dal ceo Roberto Bruno e dal chief creative director Alessandro, lo spot è un inno all'arte in cui la grande étoile volteggia tra le meravigliose strutture barocche della Reggia di



Caserta stringendo in mano una bottiglia. Durante la danza lascia che sgorgi dell'acqua, disegnando geometrie cristalline che accompagnano la purezza dei suoi movimenti. A filmare questo inno al benessere è stato chiamato Fabrizio Ferri con la produzione di Casta Diva. La campagna è on air in tv in questi giorni con lo spot da 90", per poi proseguire nei giorni successivi con lo spot da 30" e minori.