



NEWSLETTER SUL BUSINESS DI CULTURA & SPETTACOLO

QUINDICINALE - N. 22

27 NOVEMBRE 2008



L'Università degli Studi di Parma e StageUp Sport & Leisure Business organizzano per l'anno accademico 2008/2009 il **Master Universitario di I Livello in Organizzazione e gestione dello Sport e dello Spettacolo sportivo (M.O.S.S.)**.

Il corso, promosso dalla Facoltà di Lettere e Filosofia, è realizzato in collaborazione con il Corso di Laurea in Scienze Motorie e in

convenzione con la Fondazione Ater Formazione, ente di formazione accreditato alla Regione Emilia-Romagna per la formazione superiore. Fra i partner si contano Rcs Sport, Upi, Federugby, i Comitati Provinciali di Coni, Aics, Csi, Uisp e Cus Parma Asd, Panathlon International. Il Master si caratterizzerà per il connubio fra le tradizionali tematiche di gestione dell'intrattenimento sportivo e non e quelle più direttamente legate ai nuovi business fra cui lo sviluppo dell'impiantistica sportiva, la spettacolistica e l'evoluzione dei media nello sport & leisure. Il Master formerà prevalentemente il manager specializzato negli aspetti progettuali e gestionali dell'impiantistica sportiva e spettacolistica. **Le iscrizioni alle selezioni terminano l'8 gennaio 2009.** Fra gli scritti verranno assegnate 10 borse di studio a copertura del 50% del costo di iscrizione. Tutte le informazioni su www.mastermoss.it.

Cinema – IN PUGLIA UNA CINECITTA' DIGITALE

Nascerà in Puglia la Cinecittà digitale del Mediterraneo. La creazione della piattaforma industriale e tecnologica del cinema e dell'audiovisivo basato sulla tecnologia numerica è promossa dal Programma Sensi Contemporanei Qualità Italia, voluto dal Ministero dello Sviluppo Economico, dal Ministero per i Beni e le Attività Culturali, dalla Fondazione La Biennale di Venezia e dalle Regioni del Sud d'Italia. Secondo questa



iniziativa, sul lungomare di Mola di Bari sarà insediato un centro polifunzionale articolato in varie strutture. Al suo interno ci sarà una Università del cinema e dell'audiovisivo digitale, un teatro studio per la produzione digitale, un centro di post-produzione digitale, attività estiva di master e stage di specializzazione, una struttura agile e funzionale dedicata alla creazione di eventi e manifestazioni cinematografiche e culturali sull'intero territorio regionale e sul territorio nazionale, struttura autonoma e

finanziariamente indipendente a carattere privato. Il Comune pugliese ha già avviato l'attuazione del programma con la pubblicazione del bando di concorso per la progettazione del Centro di Produzione per Cinema Digitale. La gara è aperta agli architetti ed agli ingegneri civili e ambientali, alle società di ingegneria ed architettura e alle associazioni temporanee di professionisti. Il vincitore riceverà un premio di € 20.000,00, il progetto secondo classificato di € 15.000,00, il terzo di € 8.000,00.

Cinema – LA TRE GIORNI DI CINESHOW A TORINO

Si è svolta al Lingotto Fiere di Torino la prima edizione di CineShow, Salone professionale per il cinema, la televisione e il multimedia. Il successo della manifestazione è stato sancito dal numero di presenze 4.400, dalle tante occasioni di business proposte dalle aziende espositrici, dal ricchissimo e variegato programma di eventi collaterali che ha tenuti impegnati per tre giorni addetti ai lavori e semplici appassionati.

Moltissimi giovani, studenti di ogni ordine e grado, hanno vissuto da protagonisti la magia della Settimana Arte, confrontandosi e interagendo con i tanti big presenti a Torino da cui hanno ricevuto lo spunto per avvicinarsi al settore anche dal punto di vista professionale. In particolare la terza giornata di CineShow ha vissuto momenti di assoluto interesse. L'incontro "Nuovi modelli di consumo di entertainment: cinema, tv e mobilità" - che ha visto la partecipazione di Alex Braga, Autore radiotelevisivo e Produttore, insieme ad Andrea Vidoni, Promotion Manager per la Sony Pictures Releasing Italia - ha permesso di mettere in luce l'evoluzione delle forme di fruizione dei contenuti video. Alex Braga ha evidenziato, a tal proposito, il passaggio dalla figura del consumer a quella del prosumer, ovvero un utente che raccoglie stimoli diversi e non subisce la pubblicità tradizionale.

Andrea Vidoni ha presentato, invece, una case-history legata all'uscita del lungometraggio "The Spirit" - la nuova opera del genio noir Frank Miller (il creatore di 300 e Sin City) ispirata al leggendario fumetto di Will Eisner, che arriverà nelle sale il giorno di Natale - esempio del coinvolgimento diretto del consumatore ultimo all'interno della campagna promozionale.

"Il cinema non deve fidarsi di Internet; mai fidarsi di un bacio a mezzanotte". Questo il messaggio di Davide Rossi, presidente di Univideo, al convegno "Internet crea risorse o sposta risorse per il cinema?", che si è svolto invece questo pomeriggio.

Protagonisti di CineShow sono stati soprattutto i giovani, grazie ad un calendario che ha visto il coinvolgimento sia degli aspiranti film-maker all'interno del workshop di regia e montaggio "Il corto siamo noi", sia degli alunni delle scuole all'interno degli incontri di CineShow Children&Over promossi da AIACE Torino. "E sempre bello vedere dei giovani entusiasti e desiderosi di apprendere" ha affermato Silvio Soldini che, insieme a Marco Pozzi ha accompagnato i 26 ragazzi del workshop attraverso il lavoro di realizzazione di un cortometraggio ambientato fra le mura del Lingotto.

Per Marco Pozzi "grazie alle tecnologie innovative e sorprendenti delle attrezzature fornite da JVC e Trans Audio Video abbiamo potuto ottenere un prodotto di qualità in brevissimo tempo".



Cinema – FILM GRATIS ON-LINE DA EDIZIONI MASTER

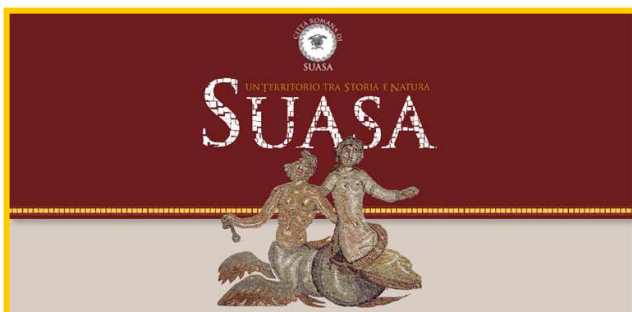
"Sì al cinema, no alla pirateria". Il portale internet della Edizioni Master, www.film-gratis.it, inaugura con questo motto un nuovo corso nella distribuzione on line di contenuti audio-video protetti da copyright. Gli utenti iscritti al sito possono infatti guardare gratuitamente film senza il rischio di incorrere in sanzioni legali. Il servizio diffuso in streaming da film-gratis.it è infatti legale. "Al contrario di ciò che si scarica da molte reti di file sharing - spiegano i promotori della community - i film contenuti in Film-Gratis.it non infrangono la normativa corrente sul diritto



d'autore. Ognuno di essi, infatti, è frutto di accordi con la major che lo produce e la sua riproduzione e trasmissione è autorizzata dalla SIAE. I vantaggi sono molteplici. È tutto assolutamente legale e non si corre il rischio di incappare in pesanti sanzioni. Poi, si ha la certezza di star guardando sempre l'originale.

Ancora, si evitano problemi di sicurezza, malware e phishing, tipici di molti siti non autorizzati il cui fine è solo quello di raggirare l'utente senza offrire alcunché" Il portale è già attivo in versione sperimentale, cosiddetta Beta.

Mostre e Musei – 'MUSEO DIFFUSO' ALLA MARCHIGIANA



Portare l'innovazione tecnologica all'interno delle strutture museali nell'ottica di una maggiore promozione del patrimonio culturale regionale. Questo il fine del progetto di valorizzazione del Museo Diffuso voluto dall'assessorato alla Cultura della Regione e presentato giovedì scorso, alla sala del rettorato dell'Università Politecnica delle Marche di Ancona. Il progetto intende favorire la capillare diffusione di strumenti utili per conoscere e visitare i grandi e piccoli musei regionali. Dopo più di un

decennio caratterizzato da forti investimenti per il recupero del patrimonio architettonico-edilizio e per la conversione, l'adattamento ed il miglioramento degli spazi espositivi, la Regione vuole favorire la fruizione dei contenitori restaurati e ristrutturati, assicurando ai musei una comunicazione efficace ed una innovativa progettualità. Potenziare la strumentazione tecnologica e l'interconnessione digitale delle strutture esistenti è il passo fondamentale sia per aggiornare le modalità di relazione tra museo e visitatore, sia per rinnovare e rendere più appetibile la proposta culturale di una regione che vanta il più alto rapporto tra abitanti e musei. Tutto questo è reso possibile grazie ai finanziamenti Docup 2000-2006 della Regione Marche, che hanno consentito di sostenere due progetti per il territorio della provincia di Ancona, gestiti dal Sistema Museale provinciale e dal Consorzio Città Romana di Suasa, finanziati il primo per 80.000 euro e il secondo per 52.100 euro, la realizzazione dei quali si è svolta in circa dieci mesi di lavoro. Il progetto del Sistema Museale provinciale è stato coordinato dal suo direttore, Giorgio Mangani, quello del Consorzio Suasa si è avvalso del supporto scientifico del Dipartimento di archeologia dell'Università di Bologna.

Mostre e Musei – A CASTEL SANT'ANGELO IN MOSTRA I LOGHI D'ITALIA

Fino al prossimo 25 gennaio a Castel Sant'Angelo in Roma si svolge la mostra "Loghi d'Italia, storie dell'arte di eccellere". Dai Caroselli più noti agli scatti fotografici più rari, dagli oggetti di design agli episodi celati e gli studi non riusciti, "Loghi d'Italia" racconta le principali aziende nazionali, le persone, i prodotti, le storie, i territori, fotografandone le connessioni con le dinamiche storico-sociali, le correnti artistiche, le mode e le tradizioni tipicamente nazionali. "Loghi d'Italia, storie dell'arte di eccellere" è una narrazione, viva e interattiva, delle commistioni tra il mondo artistico-culturale



e le principali aziende italiane. Una esposizione sull'eccellenza della creatività imprenditoriale italiana che, dalle aziende più antiche, come Amarelli 1731 e Peroni 1846, passando per Perugia e Lagostina, nate agli inizi del '900, si snoda tra le imprese affermatesi intorno alla metà del '900, come Zanotta o iGuzzini, fino ad abbracciare le nuove realtà emergenti che costituiranno l'eccellenza italiana del domani. Articolata secondo un sistema armonico di passaggi, offre al visitatore non soltanto la possibilità di conoscere ed apprezzare le origini, il vissuto ed il processo evolutivo degli oggetti di cui è solito fare uso, ma anche di coglierne le innumerevoli connessioni con il mondo dell'arte, della cultura, dell'architettura, della cinematografia, che hanno portato quegli stessi oggetti ad assumere il significato e il valore odierni. Il percorso espositivo, ampio e multiforme, abbraccia le opere ed i contributi più disparati, dal lungometraggio di Bertolucci al documentario di Antonioni, dai Caroselli di Testa agli interventi artistici di Wahrol e Dalí, dalle affiches di Depero, Dudovich e Carboni ai versi di D'Annunzio, Marinetti, Pasolini, dai progetti architettonici di Cucinella e Fuksas alle sculture di Palladino, senza dimenticare il design, con Sapper, Zanuso e Superstudio e molti altri. Per ciascuna azienda, la mostra svela e racconta un periodo, un episodio, un momento particolarmente significativo ad una lettura artistica, storica, sociale e culturale.

Mostre e Musei – A VENEZIA LE FAMIGLIE VANNO AL MUSEO

A Venezia riapre l'atteso e richiesto programma 'Famiglie al Museo' dei Musei Civici veneziani: una formula collaudata con successo, un modo creativo e diverso di stare insieme nei giorni di festa, un'occasione per riscoprire con gioia i tesori artistici della città. Famiglie al Museo propone, ogni domenica, fino al 31 maggio 2009 (escluse le principali festività), attività di gioco e di animazione nei musei rivolte ai ragazzi e ai bambini accompagnati dai loro familiari. La gamma dell'offerta è come sempre ampia e articolata: ventitré attività in cento appuntamenti per ventitré domeniche. Tutte le proposte, attraverso il gioco ed il coinvolgimento diretto, divertono e al tempo stesso stimolano la conoscenza dell'opera d'arte, la capacità di osservazione e analisi, l'interesse ed il rispetto per il bene culturale. Le sedi coinvolte sono: Palazzo Ducale, Museo Correr, Ca' Rezzonico - Museo del Settecento veneziano, Palazzo Mocenigo - Centro Studi di Storia del Tessuto e del Costume, Ca' Pesaro - Galleria Internazionale d'Arte Moderna, Casa di Carlo Goldoni, Museo di Storia Naturale.

Musica – LO ZECCHINO D'ORO NE FA 51

Dal 25 al 29 novembre lo Zecchino d'Oro, in diretta rassegna internazionale di canzoni per bambini, compie 51 anni e torna su Rai Uno dall'Antoniano di Bologna.

Per l'edizione 2008 ci sono alcune novità, a partire dalla presenza di personaggi celebri della tv e della musica italiana che, accompagnati dal Piccolo Coro Mariele Ventre, eseguiranno ogni giorno tre delle canzoni in gara: Luisa Corna, Silvia Mezzanotte, Francesca Alotta, Mal, i Piquardo, Cristina D'Avena, gli Statuto, gli inviati di Striscia la Notizia dalla Sardegna Cristian Cocco e i Tenorenis, Aleandro Baldi, Daniele Battaglia Fabiola Ricci e Walter Brugiolo. Presentano Veronica Maya e l'attore Paolo Conticini. A loro si affianca Cino Tortorella, storico volto della trasmissione. Le canzoni in gara sono dodici delle quali otto italiane e quattro straniere (Macedonia, Nigeria, Portogallo, Romania). Tredici gli interpreti accompagnati dal Piccolo Coro Mariele Ventre

diretto da Sabrina Simoni. Tra le novità anche una giuria, ogni giorno diversa, presente in studio (martedì bambini e volti noti, mercoledì piccolissimi dai 3 ai 7 anni, giovedì nonni e nipoti, venerdì



autori delle canzoni in gara e sabato bambini dagli 8 ai 12 anni).

In ogni puntata sarà assegnato uno Zecchino di colore diverso: rosso, bianco, blu e verde mentre, nella puntata conclusiva del sabato, sarà proclamata la canzone vincitrice della 51/ma edizione.

Come è ormai tradizione, anche in questa edizione verrà presentato Il Fiore della Solidarietà, l'iniziativa di raccolta fondi con cui l'Antoniano, dal 1991, finanzia in tutto il mondo opere a

servizio dei bambini più deboli. Quest'anno il progetto, patrocinato dal Segretariato Sociale Rai, si chiama Sikia Kenya (Ascolta Kenya) e prevede la realizzazione di una scuola attrezzata per bambini sordomuti nel distretto di Malindi, in Kenya.

Anche in questa edizione si possono votare da casa le canzoni in gara. Il numero per il televoto è 163616 e sarà attivo 24 ore su 24 da martedì 25 a sabato 29 novembre (chiamata da telefono fisso e da cellulari TIM al costo di 1 euro IVA inclusa; l'Antoniano destinerà il ricavato al netto dell'IVA e dei costi del servizio al progetto del Fiore della Solidarietà "Sikia Kenya").

La rassegna è su Rai Uno dalle 17,15 alle 20. Rai Gulp, il canale Rai per l'infanzia sulla piattaforma digitale terrestre e sul Canale 809 di SKY, manderà in onda lo Zecchino d'Oro in replica, tutti i giorni della manifestazione, alle ore 21,00.

Musica – MUSICA E SOCIALNETWORK, BINOMIO TUTTO DA SCOPRIRE

La moda del DIY (Do it Yourself - fatelo da soli) sta determinando una vera rivoluzione nelle modalità di promozione discografica, con risultati

spesso sorprendenti: risultati che hanno spinto i guru della comunicazione

tradizionale a rivedere le proprie teorie e costretto, loro malgrado, le multinazionali della musica ad avventurarsi in nicchie di mercato fino a pochi mesi fa considerate di marginale

importanza. E' nata così nelle case discografiche - dalle major a quelle indipendenti - una nuova figura professionale, dedicata a gestire la comunicazione sui socialnetwork. Sono oltre 200 mila, ad esempio, i profili musicali registrati sul sito di MySpace Italia.

E comprendono tutti gli addetti ai lavori del settore musicale, dal musicista singolo alla band, dal produttore discografico fino al

distributore. "Il trend di crescita - ha dichiarato a Ign, testata on line del Gruppo Adnkronos, Stefano Rocco, direttore marketing della sede italiana dello stesso socialnetwork - è costante e raddoppia di anno in anno". Al punto che ormai "quanti contatti hai sul tuo profilo MySpace" secondo Luca D'Alessandro, fondatore e direttore dell'agenzia Indiemeno e responsabile della webzine Musicboom, "è una delle domande più ricorrenti che i discografici italiani rivolgono alle band, e sta diventando il nuovo tormentone dopo la corsa alle dubitabili classifiche del Music Control".

MySpace, Facebook, Youtube e Lastfm sono al servizio di promoter e uffici stampa delle etichette che quotidianamente costruiscono reti sociali fatte di contatti virtuali, impiantano vere e

proprie battaglie di comunicazione e marketing a colpi di comunicati, bulletin, inviti, messaggi e commenti. Il tutto con un unico obiettivo: fare

conoscere un progetto musicale, generare consensi e cercare di incrementare anche le vendite degli album tramite i canali digitali. Strategie dal costo risibile se non pari a zero, grazie a strumenti accessibili a tutti. Anche le band che, sempre più spesso, si autoprodono, sfruttano i nuovi canali di comunicazione messi a disposizione dai social network per diffondere su larga scala e senza confini territoriali i propri progetti.

"Bisogna avere una conoscenza base di codice html, utilizzare in tutte un linguaggio fresco, giovane e diretto, ma soprattutto è importante riuscire a cogliere rapidamente i cambiamenti le mode e le strategie di comunicazione sociale", ha

sottolineato Marta Pezzino di CinicoDisincanto.

Sono proprio gli indipendenti che, non avendo grossi budget da investire in campagne pubblicitarie planetarie, cercano di colonizzare il web creando gruppi, fanclub virtuali, procacciando sui socialnetwork il maggior numero di amici possibili, operando spesso ai limiti della legalità in termini di privacy e di attività di spamming. FriendBlaster è uno dei software più diffusi per automatizzare la "pesca agli amici", per inviare centinaia di commenti in contemporanea, invitare il pubblico al prossimo concerto o alla presentazione del nuovo album.

In sostanza, musica e socialnetwork stanno creando un nuovo business, i cui confini sono ancora poco definiti e le prospettive tutte da analizzare.

