

LA NUOVA STAGIONE

**Arena di Verona,
per la lirica estiva
comprati biglietti
per 15 milioni**

L'Arena di Verona Opera Festival, che ha inaugurato la centesima edizione con l'Aida trasmessa in mondovisione, ha già venduto biglietti per oltre 15 milioni di euro e a maggio vantava già due spettacoli da tutto esaurito. Significativi poi gli ottimi risultati ottenuti grazie al progetto 67 Colonne, ideato dalla Fondazione Arena per raccogliere donazioni e sponsorship da aziende e soggetti privati: 1,9 milioni di euro raccolti solo in questi primi mesi del 2023. Per conquistare visibilità anche fra le nuove generazioni e raggiungere un pubblico il più vasto possibile, la Fondazione ha deciso di investire con forza sul digital marketing.

Sain - a pag. 9



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.



037194

Arena, la lirica estiva vale 15 milioni

Festival. A tanto ammontano i biglietti già venduti della storica rassegna: a maggio due spettacoli vantavano il tutto esaurito. Fra donazioni e sponsorship quest'anno la fondazione scaligera ha ottenuto 4,5 milioni. Grazie alla svolta digital incassi al +10%

Valentina Saini

LArena di Verona ha già un paio di millenni sulle spalle, eppure il suo fascino non accenna a tramontare. Lo dimostra la crescente popolarità dell'antico anfiteatro romano sui social media, dove vanta una community complessiva di circa 600mila utenti. Ma ne è prova anche il successo del celebre festival lirico, l'Arena di Verona Opera Festival, che proprio la settimana scorsa ha inaugurato la centesima edizione con l'Aida trasmessa in mondovisione. Per l'edizione 2023, che proseguirà fino al 9 settembre, la storica rassegna lirica aveva già venduto biglietti per oltre 15 milioni di euro alla fine del mese scorso, e vantava le prime tre recite da tutto esaurito. Significativi poi gli ottimi risultati ottenuti grazie al progetto 67 Colonne, ideato

dalla Fondazione Arena per raccogliere donazioni e sponsorship da aziende e soggetti privati: 1,9 milioni di euro raccolti solo in questi primi mesi del 2023.

Internet e social media

Per conquistare visibilità anche fra le nuove generazioni e raggiungere un pubblico il più vasto possibile, la Fondazione Arena di Verona ha deciso l'anno scorso di investire con forza sul digital marketing. Una

scelta che ha dato i suoi frutti: attraverso i canali Instagram e Facebook, nel 2022 l'Arena di Verona ha raggiunto 40 milioni di utenti, totalizzando 1,6 milioni di clic, 210 milioni di visualizzazioni e 25mila minuti complessivi di contenuti video guardati. Per quest'anno, fanno sapere dalla storica fondazione scaligera, l'obiettivo è di eguagliare o superare quei risultati, anche grazie al rinnovo della collaborazione con l'agenzia internazionale specializzata in e-commerce e trasformazione digitale Making Science.

I risultati della strategia di digital marketing del 2022 mostrano inoltre che il rafforzamento della presenza online di uno degli anfiteatri romani più famosi del mondo, che nel 1805 affascino Napoleone Bonaparte e nell'agosto del 1947 ospitò il debutto italiano di Maria Callas, si traduce anche in vendite. Basti pensare che gli incassi ottenuti attraverso le campagne web e social sono aumentati del 10%, totalizzando 4,5 milioni di euro.

Oggi il 17% di tutti i biglietti venduti per spettacoli all'Arena di Verona sono acquistati da persone raggiunte proprio attraverso il digitale. Un esempio di come la digitalizzazione sia sempre più preziosa, anche nel marketing, dove attraverso campagne mirate e basate su contenuti multilingua permette di raggiungere audience con un'età media più bassa e globale.

D'altra parte l'Arena di Verona Opera Festival ha una fortissima vocazione internazionale, e l'anno scorso gli investimenti in digital marketing (complice anche la ripresa dei flussi turistici dopo il biennio di stop imposto dalla pandemia) hanno impresso una forte spinta all'attrazione di spettatori dall'estero, venuti da ben 114 Paesi, e rappresentando quasi il 58% del pubblico della storica rassegna. Il pubblico tedesco ha costituito quasi il 22%, seguito da quello inglese (5%), austriaco (4%), francese e svizzero (3,3%). Rilevanti anche gli spettatori da Olanda, Spagna, Stati Uniti, Romania e Belgio.

Donazioni e sponsorship

Il 2023 segna anche la terza edizione

di 67 Colonne per l'Arena di Verona, il progetto di raccolta fondi della Fondazione iniziato nel 2021 grazie ai due fondatori Pastificio Rana e Gruppo Calzedonia, e realizzato in collaborazione con il gruppo editoriale Athesis. Pensato per stimolare il sostegno alle attività della Fondazione Arena da parte del mondo privato, il progetto permette alle aziende che fanno una donazione di usufruire di un credito d'imposta pari al 65% dell'importo donato grazie all'Art Bonus, istituito nel 2014 su iniziativa dell'allora ministro della Cultura Dario Franceschini. Il contributo economico delle imprese aumenta

di anno in anno, con una crescita di 100.000 euro l'anno scorso rispetto al 2021, e di 315.000 euro quest'anno rispetto al 2022. Finora, nel 2023, il progetto 67 Colonne ha permesso alla Fondazione Arena di raccogliere 1,9 milioni di euro, con un 90% di riconferme da parte dei donatori storici, che in media sostengono la sua attività già da 14 anni. Fra donazioni e sponsorship, quest'anno la fondazione scaligera ha ottenuto 4,5 milioni di euro, cifra che segna una prima assoluta nella sua storia e aumento di quasi 1 milione di euro quella (già record) del 2022.

Il centesimo Festival

Per tutta l'estate fino al 9 settembre Verona ospiterà le 49 serate della centesima edizione del Festival lirico. Oltre 24.000 spettatori hanno raggiunto l'anfiteatro per le due serate inaugurali, entrambe dedicate alla nuova produzione di Aida. Altri sette titoli d'opera previsti: dalla rappresentazione di Carmen nell'iconico allestimento di Franco Zeffirelli a Il Barbiere di Siviglia, da Rigoletto a La Traviata, e poi ancora Nabucco, Tosca e Madama Butterfly. Cinque serate-evento vedranno invece alternarsi sul palcoscenico dell'Arena il tenore peruviano Juan Diego Flórez, la stella del balletto italiano Roberto Bolle, il tenore tedesco Jonas Kaufmann, il Teatro alla Scala e il tenore spagnolo Plácido Domingo.

Foto: G. COZZI/AGF/CONTRASTO

600mila

UTENTI SOCIAL

La popolarità dell'antico anfiteatro romano è molto diffusa anche sui social media, dove vanta una community di circa 600mila utenti

CENTESIMA EDIZIONE

Per tutta l'estate fino al 9 settembre l'Arena di Verona ospiterà le 49 serate della centesima edizione del Festival lirico



L'Arena di Verona Opera Festival ha inaugurato la centesima edizione con l'Aida trasmessa in mondovisione



Spettatori record. Oltre 24mila spettatori hanno raggiunto l'anfiteatro per le due serate inaugurali, entrambe dedicate alla nuova produzione di Aida



037194

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.