

3.2 PROGETTI E MANIFESTAZIONI DEL CENTENARIO

Per celebrare i cento anni del Festival areniano, la Fondazione ha ideato e sviluppato nel corso del 2013 una serie di eventi ed iniziative che, ripercorrendo la storia del Teatro e la sua attività, hanno inteso valorizzare il rapporto con Verona e la centralità della città in ambito lirico e musicale.

In collaborazione con numerosi partner pubblici e privati, le celebrazioni del Centenario del Festival lirico areniano hanno dato vita ad un calendario parallelo che ha coinvolto attivamente l'intera città e il territorio di riferimento, richiamando molti turisti ed appassionati di lirica e di musica.

Attività espositive

- **Le mostre presso AMO, Arena Museo Opera**
Presso AMO, il Museo della Fondazione Arena di Verona dedicato alla creatività e all'eccellenza dell'opera lirica italiana a Palazzo Forti, sono state realizzate tre mostre dedicate ai cento anni di spettacoli areniani: "AMO Pavarotti", sviluppata lungo nove stanze, ha ripercorso la storia e il percorso artistico di Luciano Pavarotti, mettendo in luce il suo stretto rapporto con l'Arena. Già presentata a New York il 16 aprile 2013, in occasione dell'Anno della Cultura Italiana negli Stati Uniti, la mostra è stata ospitata a Verona dal 23 aprile al 10 novembre 2013 e successivamente ha toccato altre città italiane.

"AMO L'ARENA. 100 anni di Festival attraverso 200 anni di Verdi": attraverso immagini, musica, documenti originali e digitali provenienti dall'Archivio Storico di Fondazione Arena, ha rievocato il Centenario del Festival lirico e il bicentenario della nascita di Giuseppe Verdi.

L'esposizione fotografica "ARENA DI VERONA. Un secolo di immagini e suggestioni", realizzata nella zona archeologica di AMO, ha proposto infine un percorso attraverso un secolo di storia della Stagione lirica dell'Arena di Verona, alla scoperta di scenografie, regie, direttori d'orchestra e grandi interpreti.

- **La mostra "Werdi Wagner"**
La mostra multimediale "Werdi Wagner", ospitata all'Arena Festival Hall nel Palazzo della Gran Guardia dall'1 luglio all'8 settembre 2013, ha messo a confronto le personalità, l'opera e il pensiero dei due compositori, utilizzando media e tecnologie comunicative differenti e interattive.

- **"AIDA 2013 in 24 scatti"**
Presso lo store La Feltrinelli di Verona, dal 4 luglio all'8 settembre, è stata allestita la mostra fotografica "AIDA 2013 in 24 scatti", dedicata alla nuova produzione dell'opera *Aida* nell'allestimento proposto da La Fura dels Baus, con curiosità e inediti dal backstage al debutto in palcoscenico.

- **"Mitoraj sculpture"**
In collaborazione con la Direzione Musei d'Arte e Monumenti del Comune di Verona, la Fondazione ha, infine, allestito - dal 13 luglio all'8 settembre al Museo di Castelvecchio di Verona - la mostra "Mitoraj sculpture" con le opere dello scultore scenografo Igor Mitoraj.



32



33



34

Progetti multimediali e audiovisivi

• Documentario storico "Arena 100"

Il documentario storico, trasmesso tra giugno e luglio 2013 sui canali Sky Arte e Classica, ha inteso far rivivere emozioni e grandi nomi del secolo trascorso nel segno di *Aida*, raccontandone gli allestimenti più significativi e gli illustri protagonisti con le immagini dell'Archivio di Fondazione Arena. *Arena 100* è stato successivamente arricchito con interviste realizzate durante il Festival del Centenario a Plácido Domingo, Daniel Oren e ad altri protagonisti, in vista di una sua diffusione nei principali festival cinematografici.

• Film documentario "La Magica Arena"

Il lungometraggio, scritto da Agnese Fontana, Andrea Prandstraller e Niccolò Bruna per la regia di Andrea Prandstraller, porterà sul grande schermo l'attività artistica areniana del 2013. Il film documentario ha inteso raccontare l'allestimento delle grandi opere in cartellone, attraverso lo sguardo delle persone che dietro le quinte hanno contribuito alla riuscita del Festival.

• Le iniziative con Verona Film Festival

In occasione del Festival del Centenario Fondazione Arena ha realizzato tre ulteriori iniziative cinematografiche, in collaborazione con Verona Film Festival. Nel mese di maggio è stato presentato il film muto del 1913 "Nerone e Agrippina" di Mario Caserini, primo kolossal girato all'interno dell'Arena.

La pellicola, alla cui proiezione hanno partecipato oltre 400 spettatori, è stata presentata nella nuova copia ristampata del 2012, con didascalie in italiano e l'accompagnamento musicale dal vivo di Antonio Coppola, compositore e direttore d'orchestra. Successivamente, dal 25 giugno al 6 agosto 2013, è stata proposta la rassegna

cinematografica "100 Anni sullo schermo. L'Arena di Verona in sette film" con la proiezione di sette pellicole. I film, tutti incentrati sull'Arena, hanno ripercorso la storia di Verona dal 1949, anno in cui la città ospitò le riprese del primo kolossal in costume, fino al 2011, quando è stata protagonista del musical di Bollywood *Rockstar*, di Imtiaz Ali. La rassegna si è svolta al Palazzo della Gran Guardia di Verona, con ingresso gratuito, ed ha registrato una numerosa e costante affluenza di pubblico. Inoltre, prima delle proiezioni dei film in programma è stato presentato il film di montaggio "Cento anni sullo schermo. L'Arena di Verona nel Cinema" realizzato da Alessandro Pennasilico con immagini e scene delle principali pellicole realizzate a Verona.

Publicazioni e progetti editoriali

Per celebrare i cento anni del Festival in Arena, il Numero Unico 2013 è stato prodotto in edizione speciale. Inoltre sono stati realizzati gli Official Book delle mostre allestite presso il Museo AMO: "Il Museo si mette in mostra", "AMO Pavarotti" e il catalogo della mostra fotografica "Arena di Verona un secolo di immagini e suggestioni", a cura di Sirio e Alessandra Tommasoli.

In occasione dell'esecuzione della *Messa da Requiem* di Verdi in Arena, con le sculture di Igor Mitoraj a dominare la scena, e della concomitante mostra dell'artista al Museo di Castelvecchio, è stato pubblicato il catalogo fotografico "Mitoraj sculture", che unisce i due eventi caratterizzati dalle opere dello scultore scenografo.

Numerosi progetti editoriali, nati da importanti collaborazioni con Fondazione Arena, hanno prodotto pubblicazioni che da differenti punti di vista raccontano la storia dell'Arena: "1913-

2013 Arena di Verona" un ricco volume curato da Silvia Corbetta ed edito grazie a Fondazione Cariverona che, con l'ausilio di immagini d'archivio e cronologie, ripercorre cento anni di opera all'Arena di Verona; "Il Consiglio Comunale di Verona - 100 anni di spettacoli lirici in Arena (1913-2013)" di Gianni Amaini e Silvano Zavetti, per conto dell'Associazione dei Consiglieri Comunali Emeriti del Comune di Verona e con la collaborazione della Presidenza del Consiglio Comunale, ricostruisce il legame di cento anni tra Amministrazione Comunale e Festival lirico; "Aida 1913-2013, Storia e immagini dell'Aida più vista al mondo", a cura del regista Gianfranco de Bosio, documenta la rievocazione della storica edizione del 1913 del titolo verdiano; "Il potere dell'opera: 1913-2013, cent'anni di lirica all'Arena di Verona" del giornalista Gianni Villani, incentrato sulle cronache delle vicende areniane. Infine è stato pubblicato e distribuito grazie al quotidiano *L'Arena* il CD "200 anni di Verdi", che presenta i più celebri brani verdiani eseguiti durante i Festival lirici degli ultimi anni.

• Progetto A.I.D.A. - Applicazione Informatica

Tra i progetti avviati in occasione del Centenario rientra la creazione e lo sviluppo di un Archivio Storico Unico della Fondazione Arena di Verona, per valorizzare e capitalizzare il patrimonio documentale, editoriale, fotografico e multimediale dell'ente e renderlo agevolmente fruibile all'esterno. Lo startup dell'archivio ha previsto la catalogazione dei dati inerenti l'opera *Aida* dal 1913 al 2013, con i relativi materiali corredati dai documenti che ne attestano la condizione giuridica, la proprietà intellettuale o artistica, l'autenticità, l'unicità, la possibilità di utilizzo, i diritti legali per la riproduzione e la vendita del materiale, e il copyright.



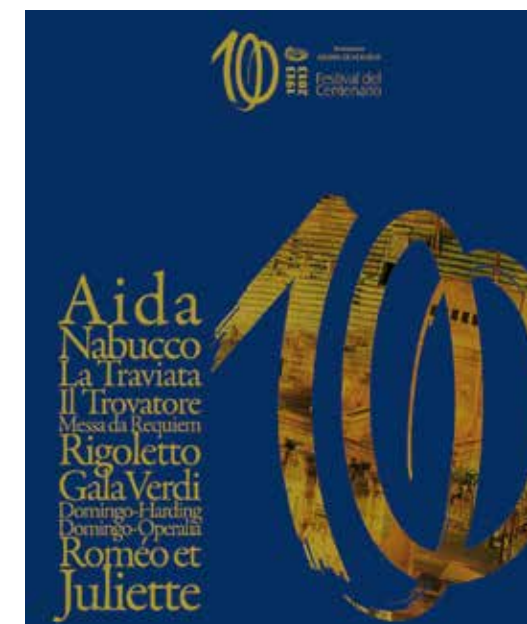
37

35. Copertina del catalogo della mostra "Mitoraj sculture"

36. Immagine della rassegna "Cento anni sullo schermo. L'Arena di Verona in sette film"

37. Copertina del volume: "1913-2013 Arena di Verona"

38. Copertina del Numero Unico 2013 in edizione speciale



38





39. Arena *Rigoletto*, atto I. Leo Nucci e Abramo Rosalen

Iniziative didattiche e formative

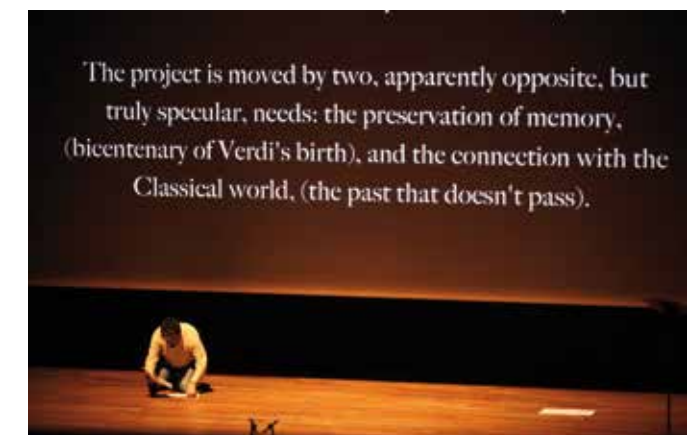
- *“Arenalbum 100x100 Back for the future”*
Altra iniziativa nata con l'intento di diffondere tra gli studenti la storia del Festival lirico, “Arenalbum 100x100 Back for the future” ha previsto la realizzazione di un album di figurine per ricordare 100 eventi, personaggi ed invenzioni celebri che hanno caratterizzato il 1913. L'album è stato distribuito agli alunni delle scuole primarie e medie secondarie degli Istituti Comprensivi della Provincia di Verona, offrendo l'opportunità ai docenti di sviluppare lezioni interdisciplinari utilizzando e approfondendo le illustrazioni contenute nell'album stesso.

- *Progetto “Opera Factory”*
Tra i progetti rivolti ai giovani rientra “Opera Factory”, iniziativa che si inserisce nell'ambito di *NovOpera* Centro italiano di ricerca e sperimentazione sul teatro musicale e coreutico, promosso da Fondazione Arena in collaborazione con Verona Accademia per l'Opera italiana e con la partecipazione di As.Li. Co. Associazione Lirica Concertistica Italiana e della Fondazione I Teatri di Reggio Emilia.

Nell'ambito del progetto, nel 2013 si è svolto un laboratorio di ricerca che ha coinvolto 22 giovani compositori, drammaturghi, registi, scenografi e costumisti di diverse nazionalità, con la creazione di quattro nuove produzioni di teatro musicale da camera: *DropboxVerdi-Trilogia popolare*, *Otellosexmachine*, *Mr. Macbeth* e *Falstaff a pezzi/La sit-opera*. I lavori realizzati sono stati presentati a maggio nel corso di un evento dedicato che si è svolto al Teatro Ristori di Verona.



40. Copertina di “Arenalbum 100x100 Back for the future” con il pacchetto di figurine



41. Teatro Ristori, *Opera Factory* - *Dropboxverdi-Trilogia Popolare*



Eventi, progetti speciali e prodotti da collezione

• Arena Festival Hall

Per tutta la durata del Festival lirico, dal 14 giugno all'8 settembre 2013, il Palazzo seicentesco della Gran Guardia di Verona si è trasformato nel Palazzo dell'Opera, l'Arena Festival Hall, ospitando numerose manifestazioni e iniziative culturali. Tra queste si ricordano "Opera Preview", incontri di preparazione alla visione dell'opera lirica, con l'accompagnamento di un Maestro e la partecipazione di cantanti; "Play the Arena Century", tour guidati e interattivi della città di Verona; "100x100 Back for the future" iniziativa che celebra 100 personaggi, invenzioni e fatti accaduti nel 1913 attraverso una video installazione, un album di figurine e la "Capsula del tempo", una sorta di contenitore virtuale per lasciare ai posteri una testimonianza o un oggetto importante, da aprire nel 2113.

• I vini del Centenario

Anche l'eccellenza della produzione vitivinicola veronese ha inteso celebrare il Centenario areniano, dedicando un vino rosso ed un vino bianco all'importante ricorrenza. Grazie all'adesione dei Consorzi di Bardolino, Custoza, Soave e Valpolicella, il progetto ha visto la partecipazione di oltre 4.900 viticoltori veronesi, coordinati dall'enologo Franco Bernabei.

Il progetto è stato sostenuto da Casa Vinicola Sartori, Official Partner di Fondazione Arena, che ha offerto il proprio supporto tecnico, logistico e creativo ed ha dedicato una speciale edizione del suo vino Amarone.

• Francobollo, annullo filatelico e moneta

Nel mese di marzo 2013 Poste Italiane ha celebrato l'importante anniversario areniano, emettendo un francobollo dedicato al Festival lirico. Il francobollo ed i prodotti filatelici correlati realizzati da Poste Italiane sono stati messi in vendita presso gli Uffici Postali, gli Sportelli Filatelici del territorio nazionale e gli "Spazio Filatelia" di Roma, Milano, Venezia, Napoli, Trieste, Torino, Genova e sul sito internet. È stato emesso anche il bollettino illustrativo con articolo a firma di Flavio Tosi, Sindaco di Verona e Presidente di Fondazione Arena, e di Francesco Girondini, Sovrintendente della Fondazione Arena di Verona, unitamente all'annullo postale del primo giorno di emissione; inoltre il 10 agosto 2013 all'arcovolo 69 si è potuto collezionare uno speciale annullo postale.

Infine, nel luglio 2013 è stata emessa dall'Azienda Autonoma di Stato Filatelica e Numismatica di San Marino la moneta in argento del valore di € 5 "Arena di Verona Festival del Centenario 1913 - 2013".



• OperautO e le auto d'epoca

Il mondo dell'automobile ha reso omaggio a un secolo di attività areniana grazie all'iniziativa "OperautO", realizzata a conclusione del Festival del Centenario il 7 e l'8 settembre 2013 da Fondazione Arena e ASI Automoto Club Storico Italiano in collaborazione con i quattro Club Federati ASI veronesi - Historic Cars Club Verona, Veteran Car Club Enrico Bernardi, Benaco Auto Classiche e Veteran Car Club Legnago - ed il Museo Nicolis di Villafranca. L'evento, che ha voluto legare l'emozione della musica alla forte cultura motoristica patrimonio di Verona, ha visto una sfilata lungo le vie principali del centro città di 80 auto e 20 moto d'epoca costruite entro il 1971, con equipaggi in abiti storici.

Di questi 100 veicoli del Novecento, alcune autovetture si sono fatte vere e proprie "opere d'arte" ed hanno ricevuto l'applauso del pubblico areniano, calcando da protagoniste, per la prima volta nella storia, il palcoscenico più grande del mondo poco prima dell'inizio dell'ultima rappresentazione dell'opera simbolo di Verona, Roméo et Juliette. Alle 21 in punto i riflettori hanno illuminato una Lancia Beta Torpedo del 1913 del Museo Nicolis, l'Alfa 2900 12 C Castagna del 1939 della collezione Lopresto e una Ferrari 250 California del 1961 messa a disposizione dal Museo Ferrari di Maranello. Il pubblico Areniano è stato

letteralmente rapito dall'immagine delle tre vetture illuminate nella notte e, nel sentire la sinfonia prodotta dai loro motori messi in moto, si è acceso in un fragoroso applauso. Sempre nel segno del legame tra auto d'epoca e opera lirica, è stata molto apprezzata anche l'esposizione in piazza Bra a Verona, svoltasi il 3 luglio 2013, di due Rolls Royce, una vettura storica costruita proprio nel 1913 ed una moderna che ne rappresenta l'attuale evoluzione. L'esposizione delle vetture è stata realizzata da Fondazione Arena di Verona in collaborazione con l'Aeroporto Catullo di Verona.

• Prodotti celebrativi e attività promozionali

Sul territorio di Verona il Centenario è stato promosso e valorizzato in maniera capillare attraverso un'intensa campagna pubblicitaria con cartellonistica, taxi e autobus dedicati; sono stati, inoltre, realizzati il biglietto d'ingresso in versione dorata ed il "passaporto dello spettatore", per ricordare la propria presenza al Festival del Centenario. Infine, il Centenario dell'Arena è stato valorizzato anche attraverso alcuni prodotti di pregio, creati appositamente per celebrare la ricorrenza, come le tazzine dedicate al nuovo allestimento di Aida da Ancap o il portafoglio limited edition firmato Montblanc. Inoltre, i principali artisti del Festival del Centenario sono stati omaggiati della borsa "Opera", nuova creazione della Maison "Silvana Morini" di Verona.



42. Prodotti celebrativi e attività promozionali del Centenario

3.3 ATTIVITÀ COMMERCIALI E DI MARKETING

La promozione del Festival del Centenario

Nel 2013 la Fondazione ha notevolmente ampliato e intensificato le attività di marketing e promozione, con l'obiettivo di valorizzare il Festival del Centenario e sostenere le vendite. A tal fine sono stati utilizzati numerosi canali e modalità, come l'advertising su stampa, radio e TV, le attività sui social network, le azioni di co-marketing e la realizzazione di numerosi eventi promozionali in Italia e all'estero.

• Campagna pubblicitaria

La campagna pubblicitaria per promuovere il Festival del Centenario ha interessato i principali media (Tv, stampa quotidiana e periodica, radio, internet, affissioni) attraverso una costante sinergia tra l'attività di marketing e l'attività di comunicazione. Numerose le iniziative sviluppate da Fondazione Arena nel 2013, che hanno consentito di dare ampia visibilità alla stagione in cartellone, in particolare attraverso:

- spot televisivi trasmessi su LA7 nei mesi di giugno e luglio e sulle principali TV locali a circuito nazionale nel periodo del Festival, tra giugno e settembre;
- spot trasmessi su radio nazionali (RTL102.5, RISM, Radio Montecarlo, Radio 101, Latte e Miele, Radio FM e Radio Classica) e su radio locali con copertura nelle zone del Triveneto, Lombardia e Emilia Romagna;
- distribuzione di materiale promozionale, a livello nazionale, coinvolgendo Verona e le città limitrofe, le località turistiche del Lago di Garda, della Riviera Veneta, della Riviera Romagnola, i principali Centri Commerciali di Veneto, Lombardia ed Emilia Romagna; all'estero, diffondendo il materiale tramite le agenzie convenzionate, l'intera rete di vendita, le varie sedi dell'Agenzia Nazionale del Turismo, altri enti preposti alla promozione turistica, e inviando periodicamente agli operatori turistici newsletter informative;

- attività di *direct marketing* mirata a coinvolgere aziende e liberi professionisti;
- attività di *street marketing* nelle principali mete turistiche del Lago di Garda;
- promozione del Festival nelle Scuole e nelle Università;
- affissioni e pubblicità nelle grandi stazioni ferroviarie e nei principali aeroporti del Veneto e in alcune città della Lombardia, del Trentino Alto Adige e dell'Emilia Romagna.

• Iniziativa speciale con il Gruppo editoriale Condé Nast

Nel 2013 è stata riproposta la collaborazione con il Gruppo Condé Nast che ha previsto una serie di iniziative promozionali su stampa (sulle riviste Vanity Fair, Myself), web (sui siti Vanity Fair.it e Style.it) e tramite le applicazioni Traveller e Traveller Cards. Sono state realizzate, in particolare, diverse attività come la creazione e diffusione di "Promo box" e il concorso "Opera Make-up Night". Nell'ambito del concorso è stato creato un minisito, ospitato sul sito VanityFair.it, dedicato alla promozione della Stagione lirica 2013 dell'Arena. Complessivamente il progetto realizzato con Condé Nast ha consentito di ottenere oltre 6 milioni di visualizzazioni dei banner della campagna a livello globale, con un conseguente aumento delle visite sul sito di Arena di Verona. Il formato "Promo box", che ha generato oltre 3 milioni di visualizzazioni, ha permesso di mantenere una presenza costante sui siti di Condé Nast per tutto il periodo di comunicazione.



• **Progetto speciale con RCS**

La campagna di promozione del Festival del Centenario ha previsto anche un progetto realizzato in collaborazione con il Gruppo editoriale RCS. Sulla stampa le testate coinvolte sono state Corriere della sera, Sette, Dove, A e IO Donna; sul web la campagna è stata diffusa tramite i siti di Corriere della sera, Leiweb, la Gazzetta dello Sport e IO Donna. L'iniziativa 2013 ha previsto l'utilizzo di diversi strumenti, come la realizzazione di 8 contenuti editoriali, un progetto speciale nella sezione Viaggi di Corriere.it, un'applicazione su Facebook.

Anche nel 2013 è stato creato un minisito con diversi contenuti, ospitato sotto la testata Corriere.it, volto a promuovere la stagione in maniera istituzionale: calendario del Festival del Centenario; accesso diretto alla biglietteria virtuale per acquistare i biglietti degli spettacoli; box di approfondimento con invito a scoprire Verona e i suoi dintorni all'interno dello speciale editoriale realizzato nella sezione Viaggi di Corriere.it; link all'applicazione Facebook dedicata. La campagna con RCS ha consentito alla Fondazione di ottenere una grande visibilità e amplificare notevolmente la promozione del Festival del Centenario.

• **Promozione internazionale**

Intensa, anche nel 2013, la partecipazione della Fondazione alle principali fiere del turismo internazionale che rappresentano importanti occasioni per diffondere e valorizzare all'estero l'attività artistica dell'Arena. Nel 2013 l'attività di promozione internazionale si è indirizzata in particolare verso la Germania, la Russia e l'Inghilterra, toccando nel contempo numerosi altri Paesi: Polonia, America del Nord, Svezia, Turchia, Israele, Belgio.

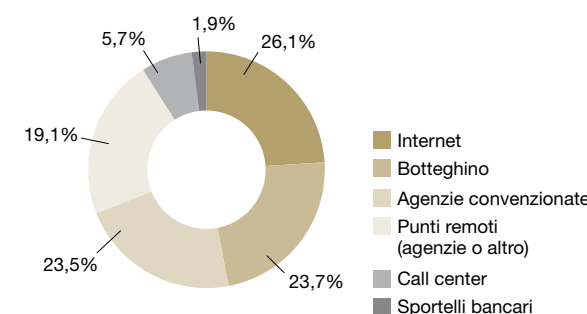
Con l'obiettivo di promuovere progetti e attività istituzionali, Fondazione Arena ha realizzato ulteriori iniziative promozionali all'estero, come concerti, conferenze stampa e incontri di presentazione. Le iniziative, organizzate sia in collaborazione con partner privati, come UniCredit, sia con il coinvolgimento di soggetti pubblici come gli Istituti culturali, le Ambasciate Italiane e gli uffici dell'Agenzia Nazionale del Turismo, rappresentano importanti occasioni per ampliare e consolidare le relazioni con gli operatori economico-commerciali e con i media internazionali.

Rete di vendita e sito internet

Il presidio e il costante potenziamento della rete di vendita da parte di Fondazione Arena sono fondamentali per ottimizzare la gestione della biglietteria e della prevendita, garantendo una presenza capillare sul territorio nazionale e internazionale. La rete di vendita è composta da circa millecinquecento punti abilitati alla vendita al pubblico, in grado di stampare il biglietto di accesso definitivo con emissione del sigillo fiscale.

Tra i canali di vendita si è confermato il trend positivo delle vendite online, supportato dalla smaterializzazione del biglietto, realizzata a partire dal 2012 grazie al partner tecnico UniCredit. Nel 2013 sono stati 100.348 i biglietti venduti tramite il sito www.arena.it, a fronte dei 72.885 del 2012 (+ 37,7%). I dati relativi agli incassi per canale di vendita attestano che il 26,1% degli spettatori ha acquistato tramite Internet, canale che passa in testa nella preferenza del pubblico rispetto agli anni precedenti; molto rilevante anche la percentuale delle vendite effettuate presso il Botteghino e tramite le Agenzie convenzionate.

Festival del Centenario: incasso per canale di vendita (%)



I biglietti venduti tramite il sito Internet suddivisi per nazionalità mostrano una prevalenza di acquisti effettuata dall'Italia, pari al 30,9%, a seguire Germania con il 15,5% - con un incremento del 3,5% rispetto al 2012 - e Regno Unito, che si conferma intorno al 10%; al quarto posto Stati Uniti con il 5,3%, e al quinto Paesi Bassi e Svizzera con oltre il 4%.

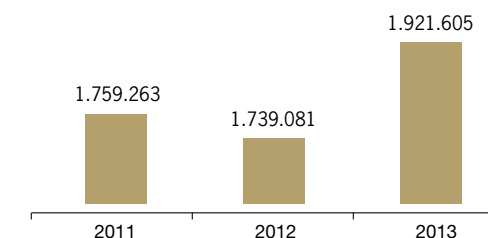
Nel corso dell'ultimo esercizio si è confermata l'efficacia del servizio di e-ticketing: gli spettatori che hanno effettuato la prenotazione online, grazie all'introduzione di lettori ottici di barcode, hanno potuto accedere direttamente agli ingressi dell'Arena senza dover passare in biglietteria.

Incasso Festival del Centenario per canale di vendita (euro)*

Canale di vendita	2011	2012	2013
Botteghino	6.154.964	5.425.139	6.797.202
Agenzie convenzionate	6.594.661	5.187.313	6.759.588
Call center	1.820.819	1.444.925	1.649.431
Internet	5.739.070	5.187.185	7.511.567
Sportelli bancari	516.220	461.943	534.078
Punti remoti (agenzie e altro)	5.719.390	4.913.501	5.482.333
Totale	26.545.124	22.620.006	28.734.198

I dati relativi alle vendite confermano, dunque, che il sito web istituzionale www.arena.it rappresenta un fondamentale strumento di marketing e comunicazione. In versione multilingue (italiano/inglese/tedesco) e costantemente aggiornato, nel 2013 il sito della Fondazione è stato visitato da oltre 1.900.000 utenti da tutto il mondo (+10,5% rispetto al 2012), con una media di 5.265 visite giornaliere.

Visite al sito web (num.)



* I valori sono rappresentati al lordo dell'IVA e del rimborso di biglietti.



44. Teatro Filarmonico *I Capuleti e i Montecchi*, atto I. Daniela Pini e Mihaela Marcu

Presenze e incassi

Nonostante i settori del comparto culturale e turistico, che riguardano direttamente l'attività istituzionale di Fondazione Arena, abbiano continuato a risentire della crisi, nel 2013 si è assistito ad un importante aumento del numero di spettatori e, di conseguenza, degli incassi rispetto all'anno precedente.

Le presenze totali sono state 518.630, registrando un aumento dell'11,1% rispetto al 2012 come mostrato nella tabella sottostante.

Presenze complessive (num.)⁹

	2011	2012	2013
Arena	465.504	426.394	482.080
Teatro Filarmonico	42.871	40.547	36.550
Totale	508.375	466.941	518.630

Il Festival del Centenario ha registrato un incasso totale di euro 28.734.198, con un incremento del 27% rispetto al 2012. L'opera che ha registrato il maggiore incasso è stata *Nabucco*; *Aida* si conferma allo stesso tempo un'opera molto amata dal pubblico areniano, nelle due messe in scena proposte. Anche le serate *Messa da Requiem*, *Gala Verdi*, *Gala Domingo-Harding* e *Gala Domingo-Operalia* hanno dimostrato apprezzamento da parte del pubblico, con una presenza di 25.674 spettatori per le 4 proposte ed un incasso complessivo pari a circa € 1.500.000.

⁹ I dati si riferiscono alle presenze complessive e non agli spettatori paganti.

Festival del Centenario - Presenze e incassi

Titolo	Recite	Presenze totali	Incasso ¹⁰
<i>Aida</i> nuova prod.	11	97.024	€ 5.911.786
<i>Nabucco</i>	13	108.377	€ 6.860.590
<i>La Traviata</i>	9	74.252	€ 4.483.650
<i>Il Trovatore</i>	5	32.022	€ 1.756.608
<i>Messa da Requiem</i>	1	5.531	€ 177.936
<i>Gala Verdi</i>	1	7.014	€ 407.733
<i>Rigoletto</i>	6	46.319	€ 2.683.771
<i>Aida</i> riev. 1913	7	74.012	€ 4.498.066
<i>Gala Domingo Harding</i>	1	7.036	€ 542.349
<i>Gala Domingo</i>	1	6.093	€ 368.510
<i>Roméo et Juliette</i>	3	24.400	€ 1.043.199
Totale	58	482.080	€ 28.734.198

La vendita dei biglietti del Festival 2013 ripartiti per settori evidenzia un incremento particolarmente consistente nella fascia di prezzo più alta (Poltronissime e Poltrone) rispetto alla stagione precedente, con un discreto aumento anche per la gradinata numerata e non numerata.

Biglietti Festival del Centenario per settori (num.)

Settore	2012	2013	Var. 2012/2013
Poltronissime Gold	29.728	36.922	+ 24,2%
Poltronissime	25.790	30.543	+ 18,4%
Poltrone	31.420	38.392	+ 22,2%
P.ine centr.di gradinata	56.900	67.527	+ 18,7%
P.ine di gradinata	37.250	43.052	+ 15,6%
Gradinate C/F/D/E	240.670	259.510	+ 7,8%
Totale biglietti	421.758	475.946	+ 12,8%

Nell'ambito delle celebrazioni del Festival del Centenario rientrano anche lo spettacolo *Verdi, nostro Shakespeare* e il balletto *Cercando Verdi* in scena al Teatro Romano a giugno ed agosto, che hanno registrato 1.703 presenze e un incasso di € 26.377.

¹⁰ I valori sono rappresentati al lordo dell'IVA e del rimborso di biglietti.

Per quanto riguarda l'affluenza al Teatro Filarmonico, considerando la Stagione Opera e Balletto e la Stagione Sinfonica, si registra una lieve riduzione delle presenze (- 3,8%).

Presenze Stagione Teatro Filarmonico (num.)

Attività	2011	2012	2013
Stagione lirica	17.547	14.987	15.291
Stagione di Balletto	6.157	5.859	5.139
Stagione Sinfonica	15.588	13.581	13.207
Anteprima Giovani	3.163	4.795	2.162
Verona Contemporanea/ Decentramento	416	1.325	-
Gala Operalia	-	-	751
Totale	42.871	40.547	36.550

A ciò consegue anche una flessione nel valore degli incassi, che risentono del perdurare della crisi del settore dello spettacolo dal vivo.

Incassi Stagione Teatro Filarmonico (euro)¹¹

Attività	2011	2012	2013
Stagione lirica	459.577	374.991	345.184
Stagione di Balletto	119.629	115.678	97.003
Stagione Sinfonica	191.165	185.752	170.025
Anteprima Giovani	12.792	22.854	9.433
Verona Contemporanea/ Decentramento	2.275	14.477	-
Gala Operalia	-	-	5.817
Totale	785.438	713.752	627.462

¹¹ I valori sono rappresentati al lordo dell'IVA e del rimborso di biglietti.

• Iniziative promozionali per i giovani e per il pubblico

Nell'ambito delle attività rivolte al pubblico giovane, particolarmente apprezzata anche l'iniziativa "Protagonista per una notte", proposta nel 2013 per il quarto anno consecutivo, che ha premiato circa 100 spettatori di Gradinata avvicinandoli agli artisti in scena.

Il Festival del Centenario si è caratterizzato per la presenza di molti giovani under 30, a partire dall'evento "Elektra's Summer Hangout", realizzato a luglio, che ha visto 160 ragazzi provenienti da tutto il mondo partecipare alle mostre, ad incontri con gli artisti e agli spettacoli in Arena. L'evento è stato organizzato da Elektra, il network italiano creato da giovani appassionati della musica lirica che riunisce le principali associazioni giovanili legate ai teatri italiani.

Nel 2013 Fondazione Arena ha previsto, sia per il Festival in Arena che per la programmazione al Teatro Filarmonico, numerosi incentivi e riduzioni per promuovere l'accesso ai teatri da parte di studenti, lavoratori, associazioni, parrocchie, giovani e anziani. Sono state previste tariffe ridotte per l'acquisto di singoli biglietti, abbonamenti e carnet, in particolare per i giovani al di sotto dei 30 anni, per gli anziani con oltre 65 anni e per lavoratori iscritti a circoli ricreativi aziendali o ad associazioni riconosciute a livello nazionale.

Un'attenzione specifica è stata riservata ai portatori di handicap motori, i quali hanno avuto la possibilità di acquistare per sé e per il proprio accompagnatore biglietti a tariffa ridotta per tutte le serate in calendario durante la Stagione invernale al Teatro Filarmonico e durante il Festival lirico.

Convenzioni particolari sono state ideate anche per le associazioni di categoria, sia nazionali che locali, per promuovere la partecipazione degli iscritti agli spettacoli.



45. Teatro Ristori Schiaccianoci à la carte

3.4 ATTIVITÀ DI COMUNICAZIONE

Stampa e media

• Focus sulla stampa

La stampa nazionale ed internazionale ha seguito con attenzione il Festival del Centenario e, più in generale, le iniziative proposte nel corso del 2013 da Fondazione Arena. Si è registrata una presenza sempre più capillare non solo sulle testate specializzate, ma anche sui principali quotidiani nazionali, sulle testate generaliste, sui periodici femminili e sulla stampa internazionale.

Nel periodo del Festival del Centenario la copertura mediatica si è attestata ad oltre 2.200 articoli e segnalazioni pubblicate sulla stampa e sul web, un risultato rilevante in termini assoluti e di assoluta eccellenza se confrontato con il panorama delle attività di altri Enti e Fondazioni che operano nel campo della lirica nel medesimo periodo del Festival, maggio-settembre 2013.

Le richieste di accredito in Arena hanno registrato il sold out dei posti disponibili in numerose serate, soprattutto in occasione della nuova produzione di *Aida* a partire dalla serata inaugurale, che ha visto un parterre di stampa con oltre un centinaio di giornalisti nazionali e internazionali.

Complessivamente, nel periodo del Festival si sono registrate oltre 2.000 presenze tra giornalisti, blogger, reporter ed operatori televisivi, produttori e registi dal mondo del cinema e del documentario, critici musicali e della stampa specializzata, che hanno pubblicato presentazioni, recensioni, interviste agli artisti e anticipazioni su testate della carta stampata e online. Tra queste è stata rilevata una presenza molto attenta della stampa estera. Le emittenti televisive e radiofoniche di tutto il

mondo hanno studiato format per telegiornali, puntate speciali e di approfondimento, spazi online e web TV dedicati all'Arena di Verona ed al Festival lirico in occasione del suo Centenario, utilizzando immagini spettacolari di palco e retropalco che hanno documentato e promosso nel mondo le importanti produzioni areniane.

• Riprese e trasmissioni speciali

Il Festival del Centenario ha inaugurato con l'importante diretta televisiva della nuova produzione *Aida* per la regia della Fura dels Baus. L'opera è stata trasmessa il 14 giugno dall'Arena di Verona su Classica (canale 728 di Sky), eccezionalmente in chiaro per tutti gli abbonati Sky ed in HD sul canale 729.

Nel mese di giugno l'opera è stata successivamente trasmessa in replica anche sulle reti della televisione pubblica tedesca ZDF e sul canale ZDF+, registrando un grande successo di pubblico con oltre 1 milione e 300 mila telespettatori.

Sempre in giugno sono state trasmesse numerose repliche di *Aida* su Classica, in occasione delle quali l'opera è stata preceduta dal documentario "Arena 100", che ha ripercorso i cento anni dell'Arena di Verona quale teatro lirico, attraverso le voci dei suoi protagonisti del calibro di Raina Kabaivanska, Leo Nucci, Renato Bruson, Plácido Domingo, Katia Ricciarelli.

Inoltre, *Aida* in versione integrale è stata trasmessa nel luglio 2013 dal canale tematico francese Mezzo e da numerose emittenti russe, svedesi e norvegesi nei mesi successivi.

Tra gli altri appuntamenti televisivi di particolare prestigio che hanno contribuito a promuovere il Festival del Centenario, si segnala la partecipazione del Coro dell'Arena di Verona sul palco del Teatro Ariston in febbraio per la serata inaugurale del Festival di Sanremo 2013, con l'esecuzione del celebre «Va', pensiero» dal *Nabucco* verdiano.

Anche la trasmissione di Rai1 Superquark ha dedicato, nel mese di agosto, un focus all'Arena di Verona, nel corso di una puntata che è risultata essere il programma più visto della prima serata, con un andamento di share tra il 15% e il 16%.

Molto seguite dal pubblico televisivo anche le "Cartoline da Verona", realizzate in collaborazione con Classica Italia e dedicate agli highlights del Festival 2013, trasmesse in 12 puntate a cadenza settimanale dal 21 giugno al 13 settembre 2013 sul canale Classica.

Si ricorda, inoltre, l'apprezzato Gala di presentazione del Festival lirico, "Arena di Verona 2013 - Lo spettacolo sta per iniziare", trasmesso in prima serata su Rai1 il 10 giugno e seguito da circa 5 milioni di telespettatori.

Infine, il Festival del Centenario si è concluso con la terza edizione dell'evento "Opera On Ice", in scena a fine settembre e trasmesso su Canale 5 il giorno di Natale.



46. Arena Aida edizione storica 1913. Marco Berti nelle vesti di Radamès riceve simbolicamente la spada che cento anni prima venne utilizzata in scena dal tenore Giovanni Zenatello

Il Festival del Centenario 2.0

Un'attenzione particolare è stata rivolta alla presenza del Festival 2013 sui social network, conseguendo importanti risultati.

La campagna si è concentrata soprattutto sul progetto "La vostra storia è la nostra storia" volto a coinvolgere il pubblico della rete invitandolo a raccontare la propria esperienza all'Arena di Verona sui vari social network, grazie all'hashtag #arenadiverona100.

È stato registrato un considerevole incremento dei likers del profilo Facebook dell'Arena di Verona: nel solo periodo del Festival, tra giugno e settembre 2013, il numero di fan della community ha raggiunto complessivamente circa 240.000 unità, con un aumento del 42% rispetto al 2012. Il positivo risultato ha confermato l'Arena al primo posto nella classifica dei teatri più seguiti d'Italia ed al terzo posto a livello internazionale, subito dopo la Sydney Opera House ed il Metropolitan di New York.

A settembre 2013 il canale di YouTube dell'Arena di Verona ha contato oltre 450.000 visualizzazioni per più di 650 iscritti.

Il video più visualizzato nel 2013 si è confermato *Aida* nell'edizione storica del 1913, a cura di Gianfranco de Bosio e diretta da Daniel Oren, con oltre 143.000 visualizzazioni. Fondazione Arena durante il Festival del Centenario ha potenziato la presenza sui social network raggiungendo anche gli utenti di Twitter, pur non aprendo un profilo dedicato, grazie all'innovativa iniziativa dei "Tweet Seats". Molti spettatori, da posti riservati vicino al palcoscenico a prezzo speciale, hanno potuto trasmettere in tempo reale, tramite i propri devices, l'atmosfera e l'emozione di assistere ad un'opera all'Arena di Verona postando l'hashtag #arenadiverona100. Le richieste pervenute per i Tweet Seats sono state più di 450 ed oltre 200 utenti attivi su Twitter hanno partecipato alle serate in programma.

Anche Pinterest ha registrato un'importante attività, con più di 246 pin all'attivo inserite in board, dedicate alle opere in cartellone ed al Centenario areniano.

Infine, Foursquare ha registrato oltre 9.750 check-in con 1.841 foto condivise dagli utenti per un voto medio del luogo di 9.4.



• La App dell'Arena di Verona

Grazie al supporto tecnico di UniCredit, anche per il 2013 è stata resa disponibile l'applicazione dedicata al Festival del Centenario. Scaricabile gratuitamente, la App dell'Arena di Verona consente di avere sempre con sé, sul proprio smartphone o tablet, il programma del Festival ed acquistare direttamente i biglietti per gli spettacoli.

Realizzata in tre lingue - italiano, inglese e tedesco - per iPhone, iPad e dispositivi Android, la App consente una navigazione per data o per titolo delle diverse serate in programma, con la possibilità di prenotare in tempo reale il proprio posto.

Nel corso del 2013 hanno effettuato il download della App 4.390 utenti della piattaforma Apple e 2.550 fruitori di dispositivi Android, confermando anche nel 2013 un ampio gradimento per tale iniziativa.



47

• La campagna per il 5X1000

Nel 2013 si è rinnovata la campagna per il 5X1000, realizzata da Fondazione Arena per promuovere un'importante modalità di sostegno alle proprie attività. Come per la precedente edizione, a quanti hanno scelto di donare il 5 per mille della propria Irpef alla Fondazione è stata offerta la possibilità di assistere agli spettacoli del Festival del Centenario con due biglietti a prezzo speciale.

Nel 2013 la comunicazione dell'iniziativa è stata notevolmente rafforzata ed ha previsto una diffusione capillare su differenti canali online e offline attraverso diversi materiali realizzati ad hoc: pagina sui programmi di sala, banner e pagina dedicata sul sito internet istituzionale (www.arena.it), comunicazioni sul profilo Facebook ufficiale, mailing agli oltre 2.000 contatti stampa e ai dipendenti della Fondazione, newsletter, distribuzione al pubblico di 10.000 cartoline, spedizione delle cartoline ad oltre 14.000 contatti esterni.



48

47. App Arena

48. Cartolina della campagna 5x1000



49. Teatro Ristori *Opera Aperta AIDA*

3.5 ATTIVITÀ DIDATTICHE E CULTURALI

Fondazione Arena contribuisce alla diffusione dell'opera lirica e della cultura musicale anche attraverso una serie di iniziative culturali e didattiche, sviluppate in maniera autonoma o collaborando con Enti nazionali e locali operanti nel settore musicale.

Con un'attenzione particolare alle giovani generazioni, le attività didattiche e formative hanno lo scopo di favorire l'avvicinamento al mondo del teatro, promuovendo la musica come parte integrante dei programmi di formazione dei giovani.

“Opera Aperta AIDA”

Nel 2013 la Fondazione ha promosso la prima edizione di “Opera Aperta AIDA”, un progetto triennale di educazione musicale rivolto ad alcune scuole primarie veronesi della Rete “Musica d'insieme per crescere”.

Il progetto ha previsto un percorso didattico su *Aida* - in occasione delle celebrazioni del suo centesimo anniversario areniano - sviluppato nel corso dell'anno scolastico in collaborazione con gli insegnanti, il personale scolastico, i musicisti del team didattico “Disegnare Musica, musica d'insieme per crescere” e con le operatrici del servizio di integrazione scolastica “ULSS 20” di Verona.

Nel 2013 “Opera Aperta AIDA” ha coinvolto complessivamente 480 alunni, dagli otto agli undici anni, di 20 classi di 8 Istituti primari di Verona. Il progetto si è concluso con uno spettacolo in scena nel mese di maggio 2013, che ha contato due rappresentazioni al Teatro Ristori prima e all'Auditorium della Gran Guardia poi, inserite nel programma della manifestazione “Maggioscuola” organizzata dall'Assessorato all'Istruzione del Comune di Verona dal 15 al 19 maggio 2013.

Nel corso della manifestazione, la Fondazione Arena di Verona ha inoltre proposto ai ragazzi delle scuole della città di Verona due lezioni-concerto presso la Sala Filarmonica. Gli incontri hanno costituito dei momenti introduttivi al Festival del Centenario: il M^o Fabio Fapanni, Direttore musicale di palcoscenico di Fondazione Arena, con la collaborazione di cantanti lirici professionisti ha accompagnato il giovane pubblico in un viaggio alla scoperta dell'opera e dell'Arena. I due incontri sono stati dedicati rispettivamente alla realizzazione di uno spettacolo areniano e alla storia dell'opera *Aida*.



50. Arena *Aida* edizione storica 1913, atto II

“La Città nel Teatro”

Attraverso il progetto “La Città nel Teatro”, da oltre dieci anni Fondazione Arena organizza attività mirate a favorire l’incontro tra il mondo della Scuola e quello del Teatro.

Nell’ambito del progetto, nel 2013 è stata riproposta l’iniziativa “Anteprima Giovani Under 30”, che promuove la conoscenza dell’arte e del lavoro teatrale assistendo alle prove generali. La proposta è stata studiata per avvicinare i ragazzi alla musica sinfonica e per diffondere la conoscenza dell’opera e del balletto attraverso incontri, prove aperte, presentazioni e conversazioni al pianoforte appositamente ideati per i più giovani. Fondazione Arena ha, inoltre, offerto l’opportunità ai partecipanti alle prove generali di effettuare una visita guidata presso il Museo AMO ad un prezzo promozionale.

Sono proseguite le tradizionali promozioni, riservate agli alunni, agli insegnanti e a tutto il personale delle Scuole per i concerti al Teatro Filarmonico e per il Festival del Centenario; sono state proposte visite guidate al Teatro

Filarmonico e ai Laboratori di scenografia di Via Gelmetto, così come una serie di conferenze in Sala Filarmonica, organizzate in collaborazione con l’Associazione Amici del Filarmonico e Verona Lirica.

Complessivamente, alle diverse attività del progetto nel 2013 hanno partecipato oltre 3.100 persone, tra studenti, insegnanti, pubblico under 30 e spettatori adulti.

“La Città nel Teatro” 2013: attività e presenze

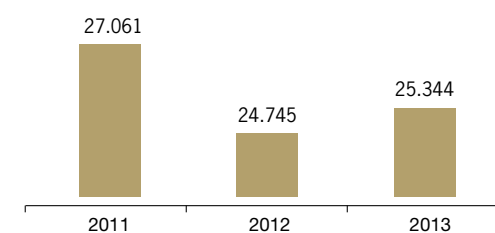
	Numero iniziative	Partecipanti
Conversazioni	20	1.395
Visite guidate	10	1.167
Prove aperte	13	347
Concerti	1	250
Totale	44	3.159



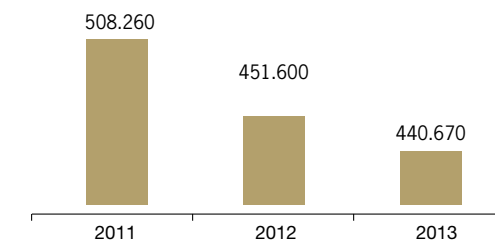
51. Giovane pubblico in Arena

Con l’obiettivo di favorire l’accesso al teatro da parte dei più giovani, sono state riproposte le iniziative “La Scuola è all’Opera” e “L’Università è all’Opera”, che prevedono la possibilità per studenti, insegnanti e personale universitario di accedere a tariffe particolarmente vantaggiose - con riduzioni di circa il 40% - ad alcune serate del Festival lirico. Positivo il riscontro ottenuto nel 2013, sia in termini di presenze che di incassi.

Scuole e Università - Presenze (num.)

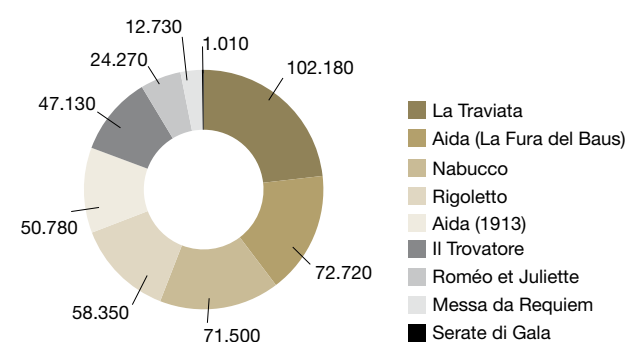


Scuole e Università - Incassi (euro)



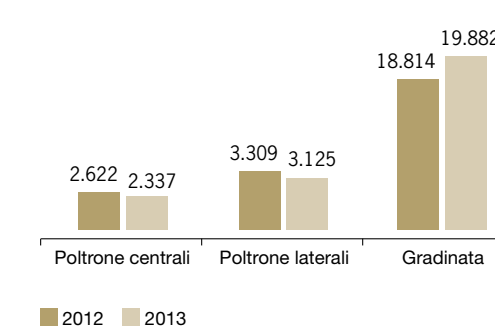
Dai dati relativi agli incassi, *La Traviata* risulta lo spettacolo che più ha incuriosito e appassionato il pubblico giovane, seguito da *Aida* nella versione moderna e da *Nabucco*.

Incassi suddivisi per spettacolo (euro)



In totale sono stati 25.344 i biglietti venduti a tariffe agevolate agli studenti di Scuole e Università - principalmente nel settore Gradinata non numerata - di cui l’81% a studenti delle scuole primarie e secondarie e il 19% a studenti universitari.

Biglietti venduti per settore (num.)



Partnership e altre iniziative educative e culturali

Tra le partnership di particolare rilievo e le iniziative volte a sostenere la valorizzazione dei nuovi artisti, si segnala la collaborazione di Fondazione Arena con il concorso internazionale di canto "Operalia di Plácido Domingo, The World Opera Competition". Da oltre vent'anni il M^o Domingo rivolge il proprio impegno a questo concorso per giovani cantanti provenienti da tutto il mondo, di età compresa tra i 18 ed i 32 anni, e la presenza ogni anno di molti vincitori di Operalia sul palcoscenico areniano è la felice prova del grande valore di questa competizione internazionale. L'edizione 2013 del contest si è tenuta proprio a Verona durante il Festival del Centenario areniano, dal 19 al 25 agosto al Teatro Filarmonico, e ha visto impegnata una giuria composta da 14 membri tra sovrintendenti, direttori artistici ed impresari internazionali ben noti ed affermati: sono stati esaminati quaranta giovani concorrenti per ogni registro di voce, dei quali soltanto dieci sono stati ammessi alla finale disputata in forma di Concerto di Gala, potendo esibirsi accompagnati dall'Orchestra della Fondazione Arena di Verona diretta dallo stesso Domingo.

Condividendo l'obiettivo di promuovere la formazione del pubblico e delle giovani generazioni in ambito artistico e musicale, Fondazione Arena collabora stabilmente anche con numerosi Enti ed Istituzioni locali, tra cui l'Accademia di Belle Arti, l'Accademia Filarmonica e il Conservatorio di Verona. Tra le iniziative sviluppate nel 2013 si segnala il tradizionale Concerto dei giovani solisti del Conservatorio di Verona, che si sono esibiti in maggio presso il Teatro Filarmonico, accompagnati dall'Orchestra di Fondazione Arena e diretti dal M^o Julian Kovatchev. Il concerto rientra nella collaborazione tra Conservatorio e Fondazione tesa a valorizzare e promuovere le eccellenze dell'istituto musicale veronese.

Nel 2013 sono proseguite anche le attività di Opera Academy Verona, un Consorzio accademico a cui Fondazione Arena partecipa in qualità di Socio Promotore insieme a numerose Istituzioni formative e ad Enti della produzione musicale e teatrale, quali il Conservatorio di Verona, l'Università degli Studi di Verona, l'Accademia Nazionale di Danza di Roma, l'Accademia Nazionale d'Arte Drammatica di Roma e altre importanti realtà. Opera Academy Verona promuove percorsi

di formazione specialistica, attività di ricerca e sperimentazione, eventi ed iniziative di carattere internazionale, per stimolare il dibattito culturale e la diffusione della cultura artistico-teatrale. Fondazione Arena è inoltre partner del progetto Rete Musica, promosso dall'Assessorato all'Istruzione del Comune di Verona, che realizza attività di formazione e ricerca con l'obiettivo di promuovere e diffondere la cultura musicale tra gli studenti e le nuove generazioni. Tra il 4 e il 10 novembre 2013 presso il Teatro Filarmonico si è poi svolto il X Concorso di Canto promosso dall'Istituto Internazionale per l'Opera e la Poesia e da Fondazione Arena. Il Concorso, rivolto a candidati di tutte le nazionalità al di sotto dei 35 anni di età, nell'edizione 2013 si è incentrato sui ruoli principali delle opere Maria Stuarda di Gaetano Donizetti e La Bohème di Giacomo Puccini. La commissione giudicatrice, presieduta nel 2013 dal M^o Paolo Gavazzeni, Direttore Artistico di Fondazione Arena, ha valutato nei vari ruoli in concorso ben 180 cantanti provenienti da tutto il mondo. I vincitori, quindi, sono stati ammessi nella compagnia di canto delle opere Maria Stuarda e La Bohème, in programma rispettivamente in aprile e novembre 2014 al Teatro Filarmonico, nell'ambito della Stagione d'Opera 2013-2014 di Fondazione Arena.



52

AMO, Arena Museo Opera

Con sede a Palazzo Forti, nel centro di Verona, AMO è il Museo dell'Opera Lirica realizzato da Fondazione Arena con l'obiettivo di far conoscere e valorizzare il patrimonio operistico italiano.

Inaugurato nel 2012, AMO ospita attualmente una mostra permanente e due temporanee. "Dall'Idea alla Scena" è il titolo dell'esposizione permanente, ospitata al piano nobile di Palazzo Forti, che offre al visitatore la possibilità di scoprire il processo creativo e produttivo che conduce alla messa in scena di un'Opera. La mostra, grazie anche all'utilizzo di tecniche multimediali e interattive, presenta documenti storici quali partiture autografe, lettere, appunti dei grandi compositori, costumi di scena, scenografie, bozzetti e figurini. Tutti i materiali esposti provengono dall'Archivio della Fondazione Arena di Verona e dall'Archivio Storico Ricordi, il più ricco al mondo in termini di partiture dei compositori lirici.

Rientrano nell'esposizione permanente anche costumi e scenografie originali dell'Arena che, a seconda del calendario del Festival in corso, vengono utilizzati per gli spettacoli e successivamente esposti presso AMO, come nel caso delle monumentali statue egizie ideate dal regista Franco Zeffirelli per l'opera *Aida*.

Oltre all'esposizione permanente, AMO ospita due mostre temporanee: "AMO L'ARENA - 100 anni di Festival attraverso 200 anni di Verdi" dedicata all'opera verdiana e al suo legame con l'Arena di Verona e inaugurata nel 2013 in occasione delle celebrazioni per il Centenario del Festival lirico, e l'esposizione fotografica "Arena di Verona - Un secolo di Immagini e Suggestioni" dedicata ai cento anni della Stagione lirica in Arena.

Nel corso del 2013 AMO ha ospitato alcuni eventi e iniziative in occasione delle celebrazioni del Centenario; inoltre, a partire dal 2014 il Museo promuove attività didattiche e divulgative rivolte alle Istituzioni Scolastiche e al più ampio pubblico, per diffondere la conoscenza della cultura operistica.



53

52. Teatro Filarmonico *Operalia*, finale edizione 2013

53. Museo AMO, una delle sale espositive

3.6 L'IMPEGNO SOCIALE

Iniziative di carattere benefico e sociale

In occasione del Festival del Centenario la Fondazione ha dato vita, in collaborazione con prestigiosi partner pubblici e privati, ad una serie di eventi ed iniziative nel segno della solidarietà e dell'impegno sociale.

• *Biglietto omaggio per i Centenari*

Nell'anno del Centenario, Fondazione Arena ha festeggiato tutti i nati nel 1913 omaggiandoli di un biglietto di platea per loro e per un accompagnatore, così da poter festeggiare il proprio centesimo compleanno insieme a quello del Festival lirico.

I centenari che hanno aderito all'iniziativa sono stati tre: un signore francese che il 23 giugno ha assistito alla nuova produzione di *Aida* per la regia della Fura dels Baus, e due signore italiane, che hanno assistito rispettivamente all'edizione storica di *Aida* e all'opera *Nabucco*.

• *Fondazione Arena e Gioco del Lotto insieme per la promozione della cultura*

Fondazione Arena di Verona e il Gioco del Lotto, in collaborazione con l'Assessorato ai Servizi Sociali, Famiglia e Pari Opportunità del Comune di Verona, hanno donato 1.100 biglietti per assistere alla prima rappresentazione dell'opera verdiana *Il Trovatore*, in scena a luglio 2013 in Arena. Nel comune impegno di promuovere la cultura e renderla accessibile a tutti, i biglietti sono stati messi a disposizione delle associazioni locali che si occupano di volontariato, disabilità, affido familiare, assistenza agli anziani, pari opportunità, intermediazione culturale.

L'iniziativa "Per non dimenticare"

La Fondazione Arena di Verona e il Consorzio Tutela Grana Padano, con il patrocinio del Comune di Verona, hanno dedicato la prima dell'opera *Roméo et Juliette* di Charles

Gounod, al ricordo delle popolazioni di Emilia, Lombardia e Veneto colpite dal terremoto del maggio 2012. Prima dell'inizio della rappresentazione è stato osservato un minuto di silenzio in memoria delle vittime del sisma, successivamente è stato eseguito l'Inno nazionale italiano durante il quale sul palcoscenico areniano hanno presenziato, assieme al Coro dell'Arena di Verona, alcuni rappresentanti della Protezione Civile di Verona impegnati nella ricostruzione.

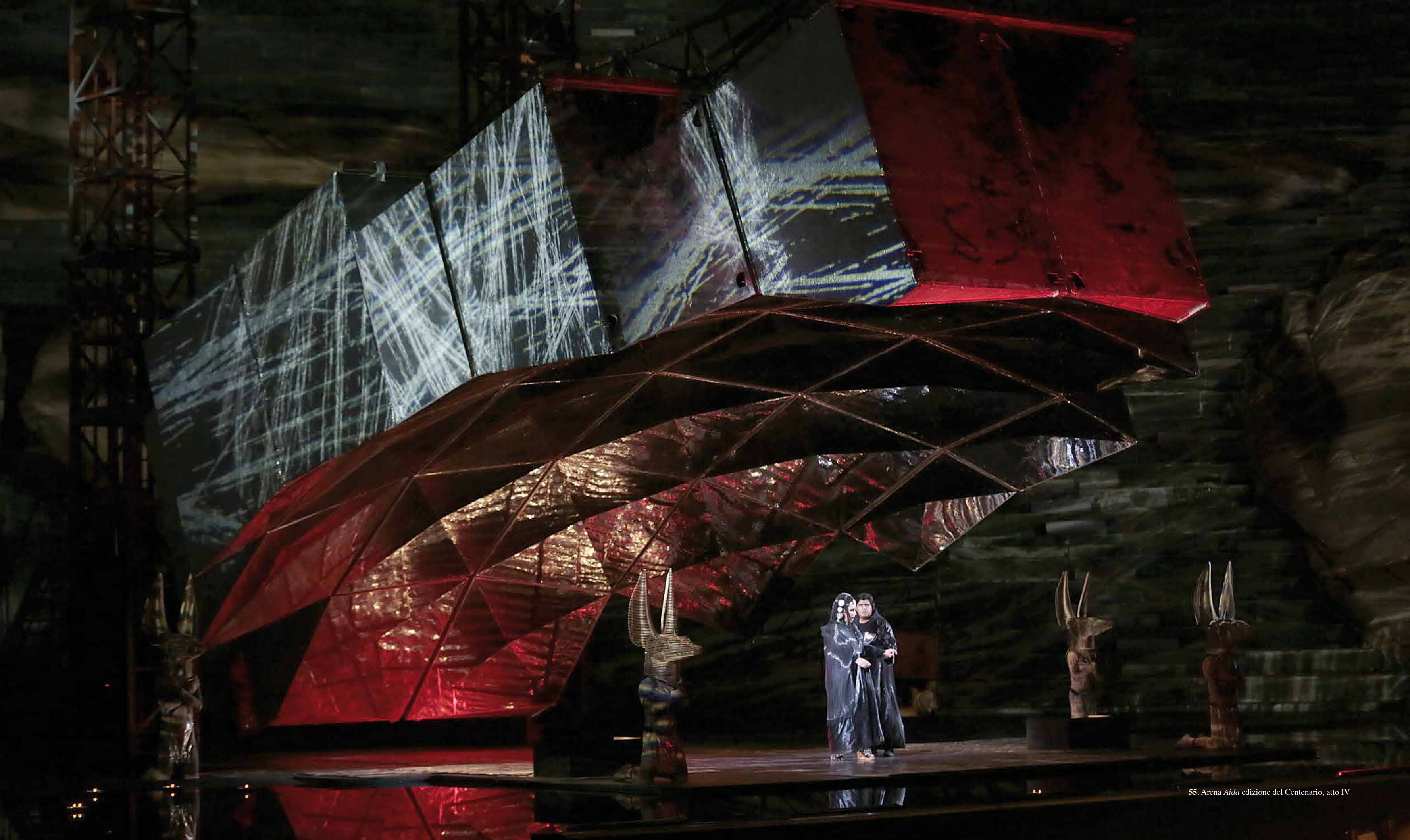
Per l'occasione, nell'Anfiteatro areniano sono stati accolti 5.000 spettatori provenienti dai 35 Comuni maggiormente interessati dal sisma delle province di Ferrara, Modena, Bologna, Rovigo e Mantova, i cui biglietti sono stati donati dal Consorzio Tutela Grana Padano.

• *La serata di Gala a favore dello sport e della solidarietà*

In occasione di una delle rappresentazioni di *Aida*, Fondazione Arena in collaborazione con Volkswagen Group Italia, Automotive Partner del Festival lirico, ha ospitato la Serata di Gala Volkswagen Mobility, evento speciale a favore della solidarietà e dello sport.

Grazie alla partnership tra Volkswagen Mobility e il Comitato Paralimpico Italiano, ospiti d'onore della serata sono stati gli atleti italiani che hanno conquistato medaglie alle Paralimpiadi di Londra 2012 e Vancouver 2010. Alla serata hanno partecipato anche alcuni membri del Comitato Paralimpico Italiano così come il Presidente della Federazione Italiana Sport Invernali Paralimpici. L'evento ha inteso dimostrare come, anche grazie all'impegno e alla sinergia tra Istituzioni ed aziende private, lo sport e la cultura rappresentino importanti strumenti di integrazione e coesione sociale.





www.arena.it





Fondazione
ARENA DI VERONA®

Soci Fondatori:



Fondazione Arena di Verona
Via Roma, 7/d
37121 Verona
www.arena.it

Consulenza metodologica
e redazionale:
Officina Etica Consulting

Progetto Grafico:
Studio Diametro

Materiale iconografico:
per gentile concessione
della **Fondazione Arena di Verona**

Fotografie:
Ennevi

Stampa:
Cortella Poligrafica



1913
2013 Festival del
Centenario

