

# **Arena di Verona: 15 milioni di incasso e 30 sold-out. Bilancio positivo per il Festival 2021**

La **Fondazione Arena di Verona** si conferma capofila dei teatri italiani nel processo di ripartenza della cultura alla conclusione di un Festival innovativo: **43 serate** di cui **30 sold-out** per un totale di **193.904 biglietti** venduti e un incasso di **15.298.659 euro**, **6 nuovi allestimenti** nati dalla creatività collettiva delle maestranze artistiche e tecniche areniane, la presenza solida e affezionata di tutte le grandi voci del panorama internazionale con nuovi attesissimi debutti, la collaborazione con 12 fra le più prestigiose realtà museali e archeologiche del Paese sotto il patrocinio del Ministero della Cultura, il coinvolgimento di partner, sponsor, cittadini privati, ordini professionali e associazioni di categoria, nel nuovo progetto *67 colonne per l'Arena di Verona*, che ha consentito di raccogliere oltre 1,6 milioni di euro di nuove donazioni in Art Bonus, grazie anche alla collaborazione del Gruppo Editoriale Athesis.

Il successo di pubblico e l'attenzione dei media confermano il buon esito di una scommessa che ha riguardato l'Anfiteatro, l'economia della città e la rinascita del settore dello spettacolo dal vivo.

Quando a marzo, nell'incertezza di una situazione pandemica ancora decisamente preoccupante, Fondazione Arena di Verona decise di confermare la propria stagione, pur nella consapevolezza che non avrebbe avuto la possibilità di proporre i propri tradizionali allestimenti monumentali, che ne sono da sempre la cifra stilistica per il pubblico di tutto il mondo, era evidente che si stava andando ad affrontare una

sfida di credibilità e solidità sul palcoscenico mondiale, oltre che una scommessa sul ritorno del grande pubblico, per molti mesi lontano dallo spettacolo dal vivo. Alla conclusione del 98° Opera Festival, questa sfida si può dire vinta ed oggi più che mai l'Arena di Verona si conferma il più grande teatro all'aperto del mondo non solo nei numeri, ma anche nella percezione delle grandi stelle internazionali, che hanno tutte confermato e potenziato la loro presenza dando fiducia ai nuovi allestimenti firmati da un collettivo di professionisti che da sempre conoscono l'Anfiteatro e i suoi meccanismi; nella percezione del pubblico italiano e internazionale, che ha sancito il successo di un'edizione tutta in attivo; nella sensibilità dei media italiani e soprattutto internazionali, che hanno regalato una visibilità in costante crescita nei territori chiave del mercato della musica d'arte, in primis i territori di lingua tedesca.

La fiducia del pubblico è stata gradualmente conquistata e gli spettatori hanno potuto godere della grande Opera dal vivo in totale sicurezza, grazie all'impegno del Sindaco e Presidente Federico Sboarina che, con il suo staff, ha consentito all'Arena di ottenere una tra le maggiori capienze in Europa. L'adozione di un protocollo speciale integrato dalle nuove norme nazionali entrate in vigore dal 6 agosto hanno mantenuto costante l'aumento dell'afflusso del pubblico e il raggiungimento di 30 serate sold-out (pressoché il 70% del Festival a capienza massima).

Tra i successi di questo anno difficilissimo e straordinario al contempo, va inoltre sottolineato il progetto di fundraising *67 Colonne per l'Arena di Verona* unito all'iniziativa *#iosonolarena*, che ha rinsaldato il rapporto con la collettività ed evidenziato la centralità della stagione lirica areniana nella sensibilità dei Veronesi e non solo, ben oltre le solide ragioni economiche, nel ritrovato legame tra il territorio e il suo Teatro.

**Federico Sboarina**, sindaco e presidente di Fondazione Arena,

dichiara: «Si è chiusa una stagione di cui sono molto orgoglioso. Un festival che ha incassato oltre 15 milioni e quasi 200 mila spettatori. Numeri che vanno oltre le nostre aspettative perché quando abbiamo iniziato a programmarla, in marzo, c'era la più totale incertezza sia sulla ripresa degli spettacoli sia sulla capienza. È stata una battaglia e l'abbiamo vinta. Questi numeri dimostrano che il coraggio e il lavoro pagano. È stata una stagione incredibile, di cui conserveremo a lungo memoria, ma la mia soddisfazione è duplice per tutti i lavoratori di Fondazione che hanno reso possibili gli spettacoli e anche per la nostra città. Infatti, non era mai accaduto che il mondo imprenditoriale veronese investisse in maniera così importante sull'Arena, e poi perché, unici in tutta Italia, siamo stati capaci di collegare la nostra stagione d'opera a ben dodici delle maggiori realtà culturali del paese, riuscendo a ottenere il patrocinio del ministero della Cultura. Inoltre, abbiamo raggiunto le case di milioni di italiani con tre prime serate su Rai3 di grande successo. Tutti questi risultati non solo testimoniano la bontà del progetto, ma ci permettono anche di guardare con ottimismo al futuro. Dobbiamo continuare a investire nell'Arena perché è un autentico moltiplicatore di ricchezza. Di fronte alla crisi pandemica abbiamo scelto di non limitarci ad affrontare l'emergenza sanitaria. Bisognava progettare la ripartenza economica. Ecco che ora i risultati sono concreti e frutto di un lavoro di squadra che coinvolge anche i singoli cittadini. Grazie all'impegno di tutti l'Arena è finalmente tornata ad essere un simbolo non solo per la città, ma per il Paese».

**Cecilia Gasdia**, sovrintendente e direttore artistico della Fondazione Arena di Verona, afferma: «Avevamo annunciato questo Festival nel 2019 per perderlo, ritrovarlo e riprogettarlo, con gioia e senso di responsabilità nel rendere un servizio all'Arena, alla città, alla cultura, alla storia. Ed è stata un'edizione storica: abbiamo dovuto ingranare una marcia che non esisteva, trovare forma e coraggio inediti per

poter attuare obiettivi condivisi con entusiasmo, determinazione e velocità di realizzazione. Abbiamo ridisegnato l'assetto dell'Arena per rispettare le misure sanitarie con 6 nuovi allestimenti e 5 eventi straordinari creati in tempi strettissimi. Per questi risultati voglio ringraziare tutti, a cominciare dai lavoratori, gli uffici, le maestranze tecniche e artistiche, Coro e Orchestra, che sono state all'altezza delle nuove difficoltà imposte per la salute e la sicurezza; grazie all'Ufficio Regia, che con un lavoro incessante ha creato questi nuovi spettacoli e grazie a mimi, figuranti, ballerini che li hanno portati in scena; grazie agli artisti, che hanno confermato gli impegni con l'Arena creando un ambiente d'eccellenza in cui sentirsi a casa e tornare con fiducia; grazie ai partner del nostro ideale giro d'Italia nella Bellezza, a tutti i sostenitori, enti, ordini, privati cittadini che con il progetto 67 colonne hanno abbracciato il teatro della propria città; grazie a Gianmarco Mazzi che ci ha permesso di dare grande visibilità all'Opera attraverso Rai. Da luglio 2020, nonostante la pandemia, non abbiamo mai smesso di lavorare: siamo pronti a tornare al Filarmonico, ad aprire le vendite del Festival 2022 e, in un positivo clima di collaborazione, ad affrontare tutti gli eventi e le sfide future».

**Gianfranco De Cesaris**, direttore generale di Fondazione Arena, esprime la propria soddisfazione per i risultati raggiunti: «Il Festival 2021 ha rappresentato uno scatto d'orgoglio del mondo imprenditoriale e dei cittadini che, per la prima volta, si sono stretti insieme in modo concreto attorno all'Arena. Abbiamo realizzato una stagione con cast eccellenti e nel rispetto tutti i protocolli e, unici in Italia, abbiamo potuto raggiungere una capienza di circa 5.000 spettatori. Abbiamo iniziato il Festival forti del sostegno delle Aziende che hanno dimostrato a Fondazione Arena il loro sostegno concreto attraverso la campagna di fundraising 67 colonne per l'Arena, a partire dai fondatori Rana e Calzedonia che hanno appoggiato e promosso l'iniziativa, raccogliendo in poco più di un mese

oltre un milione e mezzo di euro. È stato un risultato straordinario che ci ha riportati a dialogare con il territorio, condividendo strategie, obiettivi e progetti per una crescita futura, grazie anche al contributo straordinario stanziato per la prima volta dalla Provincia. Al nostro fianco abbiamo inoltre trovato il sostegno puntuale dei nostri sponsor, con importanti conferme e nuovi partner, i quali hanno condiviso i nostri valori e hanno creduto nel nostro brand, sia per il suo valore culturale, sia come fonte di lavoro e indotto per Verona e il Veneto».

Conclude **Stefano Trespidi**, vicedirettore artistico della Fondazione: «Ho lavorato in molti teatri del mondo, ma in nessun altro si sarebbe potuto realizzare ciò che è stato creato in Arena quest'anno. Con questo Festival, il patrocinio del MiC e la collaborazione di eccellenze tra Musei, Parchi, Enti e Soprintendenze, abbiamo confermato un nostro ruolo in Italia e nel mondo, che rivestiamo con orgoglio, quello di Ambasciatori di Bellezza. Oltre ai numerosi dati positivi, dobbiamo ricordarci che attraverso l'Opera creiamo arte, cultura e bellezza: qualcosa che è nutrimento dello spirito e che ha raggiunto, dopo il buio del confinamento, duecentomila spettatori dal vivo e, attraverso la televisione, milioni di persone».

## **I RISULTATI**

Delle 43 serate complessive del 98° Opera Festival 2021, ben 30 hanno registrato il tutto esaurito.

**L'incasso complessivo del Festival è di 15.298.659 euro per un totale di 193.904 biglietti venduti**, con un valore medio del biglietto di 79 euro (in netto incremento rispetto al dato medio del 2019 di 63 euro): questo risultato è anche l'esito dell'ottima ricollocazione di oltre 58.000 spettatori, che avevano acquistato il loro biglietto prima dell'inizio del Festival 2021, e dell'efficiente gestione da parte della Biglietteria delle oltre 26.000 richieste ricevute via e-mail.

L'Italia si attesta nel 2021 come primo Paese per provenienza del pubblico, costituendo il 47% degli spettatori complessivi. Pur nella difficoltà di spostamento tra nazioni, seguono gli spettatori tradizionalmente legati al Festival areniano, con in testa il pubblico tedesco (23,8%), quello olandese (4,3%), francese (3,8%), austriaco (3,6%) e svizzero (3,4%). Seguono con risultati rilevanti anche gli spettatori da Stati Uniti d'America, Gran Bretagna, Spagna e Belgio.

Il web resta comunque il canale di vendita privilegiato, con il 48,8% del totale dei biglietti venduti, dato in crescita grazie all'investimento sulle campagne social. Il secondo luogo preferito per lo sbigliettamento rimane il botteghino di Fondazione Arena, con il 37% del totale. In ordine progressivo, seguono per rilevanza il call center, i punti vendita, le agenzie convenzionate e il canale bancario. Un dato molto significativo riguarda le vendite online: nel periodo compreso tra il 25 maggio e la fine del Festival, la media di vendita a serata su internet è stata superiore al 2019, con 124.121 € rispetto ai 115.025 €.

**Tra i risultati spicca in modo significativo la crescita del mondo social e web: con 2,5 milioni di visite al sito web, con veste rinnovata, fra maggio e settembre si è registrato un incremento senza precedenti del traffico, +104,7% rispetto al 2020, +55,3% rispetto al Festival a piena capienza del 2019. Inoltre, si evidenzia il rilevante dato della vendita di biglietti per 3,6 milioni di euro attraverso le campagne social.**

Fondazione Arena di Verona è attiva su YouTube, Facebook e Instagram, tra le realtà più seguite nel mondo dell'Opera, e i contenuti del Festival sono stati visualizzati da 170 milioni di persone su Facebook e Instagram e 115 milioni su Google (utenti unici).

Nonostante le difficoltà globali riscontrate nell'ultimo biennio, le sovvenzioni provenienti da contributi

istituzionali, sponsorizzazioni e donazioni in Art Bonus registrano il lusinghiero dato complessivo di oltre 8 milioni di euro, in sensibile aumento rispetto ai dati analoghi degli anni precedenti.

## **IL CARTELLONE**

Il 98° Arena di Verona Opera Festival si è aperto all'insegna di *Aida*, regina incontrastata delle stagioni estive areniane sin dal 1913. Nel 150° anniversario della prima rappresentazione assoluta del capolavoro di Verdi, Fondazione Arena ha tributato il giusto omaggio ad *Aida* con due eccezionali rappresentazioni dell'opera in forma di concerto, dirette da Riccardo Muti a 41 anni dalla sua unica presenza in Anfiteatro, e con un grande cast internazionale.

Dopo questa anteprima, la Fondazione Arena di Verona ha inaugurato gli allestimenti scenici del Festival, tutti completamente nuovi in un'inedita combinazione che ha visto le scenografie realizzate dalle maestranze areniane insieme ai nuovi imponenti ledwall (oltre 400 mq per la prima volta impiegati per l'opera in Arena) le cui scene digitali e il video design sono stati creati in collaborazione con D-wok, eccellenza italiana del settore. Le immagini digitali sono state realizzate a partire dal patrimonio di dodici istituzioni museali e archeologiche sotto l'egida del Ministero della Cultura.

Per il dittico verista *Cavalleria rusticana* – *Pagliacci* hanno collaborato Musei Vaticani, Biblioteca Apostolica Vaticana e Parco Archeologico e Paesaggistico Valle dei Templi di Agrigento, Museo Nazionale del Cinema di Torino e Fellini Museum Rimini. Quindi Verdi: *Aida* in forma scenica ha visto la collaborazione del Museo Egizio di Torino; *Nabucco* è stato narrato anche attraverso il patrimonio del Museo Nazionale dell'Ebraismo Italiano e della Shoah di Ferrara, per *La Traviata* hanno collaborato le Gallerie degli Uffizi di Firenze. Ultimo titolo d'opera completo è stato *Turandot* di

Giacomo Puccini, creata anche con le immagini custodite nel Museo d'Arte Cinese ed Etnografico di Parma. La collaborazione con i grandi enti italiani all'insegna della Bellezza in tutte le sue forme è proseguita con due grandi concerti-evento: per il *Verdi Requiem* i Parchi Archeologici di Paestum e Velia e di Pompei; per la *IX Sinfonia* di Beethoven la Fondazione Alinari per la Fotografia di Firenze.

La grande danza è stata di nuovo protagonista di due serate sold-out con *Roberto Bolle and Friends*, con dieci dei migliori ballerini della scena internazionale; infine, due gala hanno completato i grandi eventi con il ritorno di prestigio di *Plácido Domingo* in un repertorio vastissimo, e l'atteso debutto del tenore *Jonas Kaufmann* che ha portato in Arena pagine di Wagner e un trionfo personale con otto bis.

## **GLI ARTISTI**

Anche il 98° Festival ha visto il ritorno delle migliori voci internazionali, dalle stelle ai giovani affermati, accanto ad attesissimi debutti. In tutto sono stati 110 gli interpreti da tutto il mondo impegnati nelle 43 serate sul palcoscenico sotto le stelle più grande del mondo.

Tra le presenze più attese va ricordato innanzitutto il ritorno del Maestro Riccardo Muti che ha diretto *Aida* in forma di concerto dopo 41 anni dalla sua unica presenza in Arena; un evento straordinario che ha dato il via ad un Festival costellato di grandi stelle: Eleana Andreoudi, Marco Armiliato, Roberto Aronica, Daniela Barcellona, Jader Bignamini, Eleonora Buratto, Mario Cassi, Sebastian Catana, Anna Maria Chiuri, Francesco Ivan Ciampa, Jorge de León, Francesco Demuro, Plácido Domingo, Amartuvshin Enkhbat, Yusif Eyvazov, Riccardo Fassi, Sonia Ganassi, Alberto Gazale, Giorgio Giuseppini, Vittorio Grigolo, Ruth Iniesta, Murat Karahan, Aleksandra Kurzak, Judit Kutasi, Clarissa Leonardi, Irina Lungu, Ambrogio Maestri, Francesco Meli, Riccardo Muti, Anna Netrebko, Jongmin Park, Michele Pertusi, Olesya Petrova,



Simone Piazzola, Saimir Pirgu, Anna Pirozzi, Biagio Pizzuti, Piero Pretti, Anita Rachvelishvili, Luca Salsi, Fabio Sartori, Ekaterina Semenchuk, Martina Serafin, Samuele Simoncini, María José Siri, Rafał Siwek, Carlo Ventre, Sonya Yoncheva, Riccardo Zanellato, Elena Zilio.

Ma sono stati davvero molti anche i debutti illustri: Roberto Alagna, Celso Albelo, Aigerim Beketayeva, Hibla Gerzmava, Maida Hundeling, Jonas Kaufmann, Alexey Lavrov, Maria Teresa Leva, Clémentine Margaine, Zuzana Markovà, Diego Matheuz, Angela Meade, Elena Pankratova, George Petean, Marina Rebeka, Jochen Rieder, Damiano Salerno, Speranza Scappucci, Valeria Sepe, Viktor Shevchenko, Agostina Smimmero, Benedetta Torre, Erina Yashima, Azer Zada...

## **L'ATTENZIONE DEI MEDIA**

I nuovi allestimenti e la qualità artistica di tutti gli appuntamenti hanno confermato un'elevata presenza dei media, con 781 presenze accreditate per le serate del Festival. La comunicazione del Festival ha visto oltre 4.800 articoli, pubblicazioni e servizi, provenienti sia dalle testate specialistiche che dai quotidiani locali e nazionali, blog e speciali su riviste periodiche italiane e non. Gli articoli sono distribuiti per il 44% sulla stampa cartacea, il 41% sul web, il 12% in passaggi televisivi e il 3% in radio.

A questi dati vanno aggiunti i brillanti risultati delle tre serate d'opera in TV, trasmesse per tre settimane consecutive su Rai 3 dal 27 luglio e a breve riprese su Rai 5: *Cavalleria rusticana*, *Pagliacci* e *Aida* hanno riscosso un grande successo di pubblico, sia per numeri che per consensi. Il capolavoro di Mascagni che ha aperto la serie "La grande opera all'Arena di Verona" ha registrato 981.000 spettatori, mentre il titolo di Verdi, con i suoi 758.000 spettatori, ha raggiunto il 5,3% di share in prima serata il 10 agosto. Le opere, registrate nel fine settimana inaugurale del Festival 2021 per la regia di Fabrizio Guttuso Alaimo, sono state presentate al grande

pubblico da due conduttori d'eccezione, Pippo Baudo e Antonio Di Bella, grazie alla collaborazione con Arena di Verona srl, guidata da Gianmarco Mazzi, che ha consentito di portare i nuovi e sperimentali allestimenti a firma Arena di Verona di *Cavalleria Rusticana*, *Pagliacci* e *Aida* nella programmazione nazionale di Rai3 e Rai5 in prima serata.

Anche la nuova produzione de *La Traviata*, con protagonisti Vittorio Grigolo e Sonya Yoncheva, ha suscitato l'interesse dei media internazionali, portando la presenza in anfiteatro delle camere di Unitel per due serate, registrate e trasmesse dalle emittenti di lingua tedesca ZDF e 3sat, con 870.000 spettatori collegati e uno share del 4,7%.

Il 6 settembre è stato presentato fuori concorso alla 78<sup>a</sup> Mostra Internazionale d'Arte Cinematografica di Venezia il documentario *Ezio Bosso. Le Cose che restano*: all'Arena di Verona il maestro scomparso diresse un memorabile concerto-evento nel 2019 e avrebbe dovuto tornare con la *Nona sinfonia* di Beethoven che gli è stata dedicata. Il film sarà disponibile nelle sale dal 4 al 6 ottobre e raccoglie numerose testimonianze dei *Carmina Burana* e dei progetti scaturiti da quell'incontro, tra cui quelle del Sovrintendente e Direttore Artistico Cecilia Gasdia e del Vicedirettore artistico Stefano Trespidi.

Non bisogna inoltre dimenticare la crescita sostanziale di creatività e contenuti web innovativi della Fondazione: per esempio il nuovo format *Assaggi d'opera – storie di musica e cucina* ha coniugato i grandi titoli della tradizione areniana con primi piatti nazionali nella personale interpretazione dello chef stellato Diego Rossi e la collaborazione del baritono Ambrogio Maestri. Con questo e altri nuovi contenuti disponibili sulla webTV arenatv.screen.io Fondazione Arena di Verona può oggi proporre un vero canale tematico indipendente e non solo strumento di resistenza alla pandemia.

**IL PUBBLICO GIOVANE**

Sin dall'inizio del Festival, Fondazione Arena ha pensato al pubblico under30: oltre alle **riduzioni dedicate** in diversi settori dell'Anfiteatro, il 28 maggio si è tenuto il concerto **Svelando l'Arena** con pagine sinfonico-corali sacre di Vivaldi e Mozart e riservato a 100 giovani "reporter" che hanno documentato in anteprima il nuovo assetto dell'immenso palcoscenico areniano per il Festival 2021.

Le iniziative **La Scuola è all'Opera** e **l'Università è all'Opera**, volte alla diffusione della cultura musicale e alla promozione e allo sviluppo dell'arte e dello spettacolo dal vivo, si sono confermate anche nel 2021 con ulteriori riduzioni riservate a studenti e insegnanti, anche in concomitanza con iniziative nazionali quali Bonus Cultura 18app e Carta del Docente.