



FESTIVAL VERDI

Parma e Busseto, 27 set - 21 ott 2018



R E P O R T



FESTIVAL
VERDI
PARMA

2018



Honorary Council

Chair

Angiolo Carrara Verdi

Roberto Abbado
Maria Agresta
Renato Bruson
Francesco Izzo
Raina Kabaivanska
Leo Nucci
Renata Scotto
Graham Vick

René e Stefania von Holstein Pallavicino

Founding Patrons

Jane Hudson
Marco Massini
Douglas Miller
James E. Miller
Monique Olivier
Laurie Rubinow
Regina Reardon
Jane e Raffaele Scalcione
James C. Shah
John Visgilio
Eric L. Young

Sostenitori del Teatro Regio di Parma

Zaira Grossi in Dalla Rosa Prati, Presidente
Giovanna Rotelli, Lucia Magnani, Rita Sinatra, Emanuela Tanzi

Amici

Guido Uberto Tedeschi, Loredana Possentini,
Ana Karen Hernandez Gaona, John Ward, Andrew Blair



Fondazione Teatro Regio di Parma

Socio fondatore

Comune di Parma

Soci benemeriti

Fondazione Cariparma
Fondazione Monte di Parma

Presidente

Sindaco di Parma
Federico Pizzarotti

Membri del Consiglio di Amministrazione

Ilaria Dallatana
Vittorio Gallese
Antonio Giovati
Alberto Nodolini

Direttore generale

Anna Maria Meo

Curatrice Verdi Off

Barbara Minghetti

Presidente del Collegio dei Revisori

Giuseppe Ferrazza

Revisori

Marco Pedretti
Angelica Tanzi



Direttore musicale
Roberto Abbado

Comitato scientifico per il Festival Verdi

Presidente

Anna Maria Meo

Direttore

Francesco Izzo

Membri

Francesca Calciolari
Damien Colas
Alessandra Carlotta Pellegrini
Alessandro Roccatagliati



Il Festival Verdi è realizzato grazie al contributo di



Media partner



Main partners



Major partner



Con il contributo di



Partner artistici



Sostenitori tecnici



Tour operator



Main sponsor



Sponsor



Advisor



Con il supporto di



Sostenitori

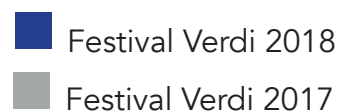


Con l'edizione 2018 si è concluso il primo ciclo triennale che ha inaugurato il nuovo progetto di Festival Verdi, sotto la mia direzione, e sono molti i nuovi riconoscimenti che ne testimoniano la vitalità e l'effervescenza. Il significativo incremento dell'attenzione dedicata quest'anno al Festival dai mezzi di comunicazione nazionali e internazionali rappresenta senza dubbio un'ulteriore conferma: la diretta televisiva su Rai 5 dell'opera inaugurale e pochi giorni dopo spazi rilevanti su testate internazionali come New York Times, Financial Times, Folha de São Paulo, Opera UK sono testimonianze del grande prestigio internazionale raggiunto dal nostro Festival. Una legittimazione che si riflette anche nei numeri che questo report illustra nel dettaglio e che vede brillare un nuovo record di incassi e un incremento di presenze extraterritoriali con spettatori che per la prima volta giungono a Parma da Paesi quali Etiopia, Bulgaria, Lettonia, Ucraina, Romania, Danimarca, Portogallo e che ci confermano una volta di più che siamo sulla strada giusta e che ora la sfida è quella di consolidare questi straordinari risultati. Risultati che da quest'anno saremo anche in grado di valutare scientificamente, dal punto di vista della loro ricaduta economica, grazie all'adozione di uno strumento messo a punto in stretta collaborazione con l'Università di Parma, con i professori Isabella Mozzoni del Dipartimento di Discipline Umanistiche, Sociali e delle Imprese Culturali e Giulio Tagliavini del Dipartimento di Scienze Economiche e Aziendali: un Osservatorio che ci consentirà da oggi in poi di leggere e misurare i risultati e i conseguenti benefici che il Festival riverbera sul territorio cittadino. Il dato indubbiamente più rilevante è costituito dall'indice SROI (Social Return On Investment) che misura l'effetto moltiplicatore di ogni euro investito nel Festival: tale parametro, che si attesta al 2,4, ci racconta attraverso dati numerici, quanto sia remunerativo, anche dal punto di vista economico, per un territorio che crede nella valorizzazione del proprio patrimonio culturale, investire per sviluppare un progetto culturalmente ambizioso. Si apre ora un nuovo ciclo, che sarà caratterizzato da idee sfidanti e nuovi obiettivi: raggiungerli sarà possibile solo con il sostegno convinto di tutti gli attori del territorio.

Anna Maria Meo
Direttore generale Teatro Regio di Parma

FESTIVAL VERDI

Numeri dell'edizione 2018



COMUNICAZIONE

Immagine e materiali

Il ritratto di Giuseppe Verdi realizzato a matita da Renato Guttuso, donato al Teatro Regio di Parma dall'Archivio Storico Bocchi e concesso da Fabio Carapezza Guttuso, è l'immagine iconica del Festival Verdi, immediatamente riconoscibile e familiare per il pubblico.

MATERIALI PRODOTTI

oltre **120 K** Brochure, Opuscoli (Ita, En, Deu, Fr, Jap),
Pieghevoli, Segnalibri, Flyer, Lettere,
Programmi di sala, Shopper,
Manifesti, Totem, Stendardi,
Plance, Roll-up, Totem digitali

DISTRIBUZIONE

in Italia e all'estero

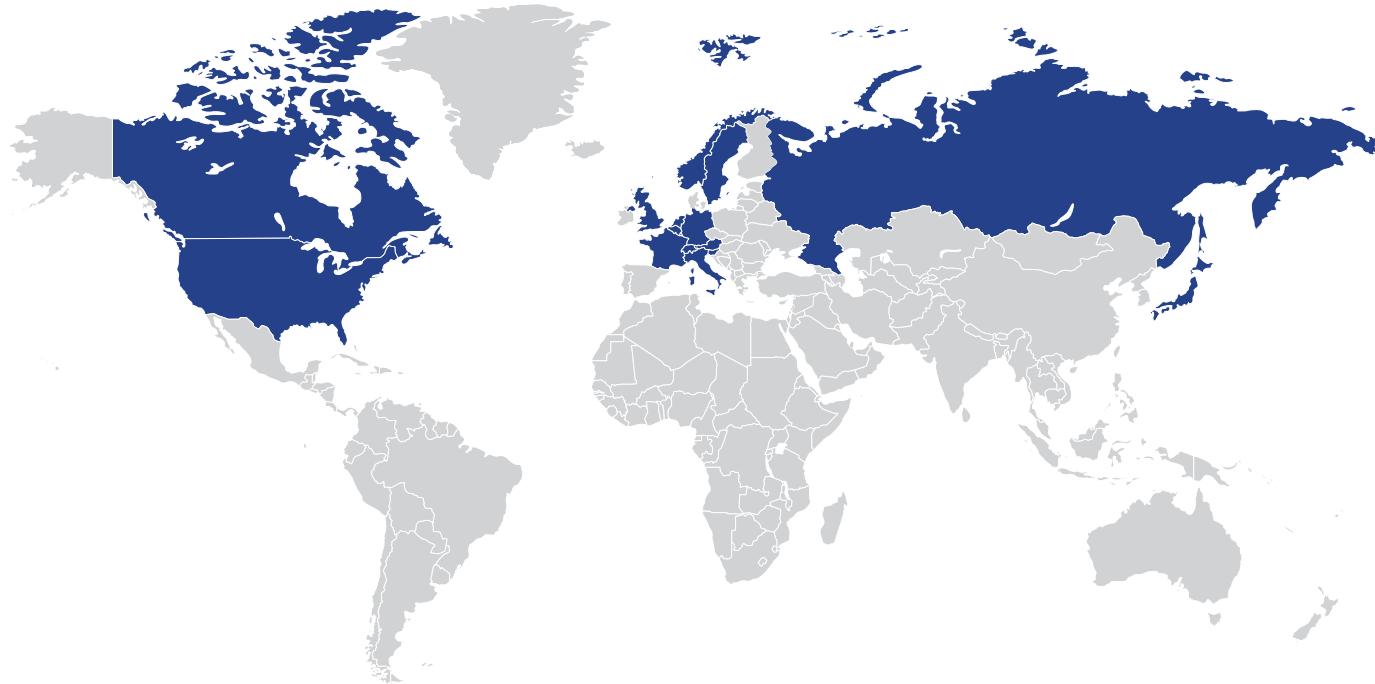
QUANDO

dal 27.09.2017 al 21.10.2018
13 mesi complessivi

COMUNICAZIONE

Road Show

Europa, Nord America, Asia: 15 Paesi e 25 città toccati in 3 anni dal road show internazionale del Festival Verdi, realizzato dal Teatro Regio di Parma presso le principali fiere turistiche, gli Istituti Italiani di Cultura e le Ambasciate, in collaborazione con Enit, Istituti italiani di cultura, Assessorato alla Cultura della Regione Emilia-Romagna, Emilia-Romagna APT Servizi, Assessorato al Turismo e Commercio del Comune di Parma, con il tour operator partner Parma Incoming.



2018 San Francisco, New York, Tokyo, Parigi, Bruxelles, Lussemburgo, Oslo, Monaco, Amburgo, Berna, Ginevra, Stoccarda, Colonia, Amsterdam
2017 New York, Toronto, Chicago, Monaco, Berlino, Zurigo, Londra, Vienna, Basilea, Stoccolma
2016 New York, Chicago, Mosca, San Pietroburgo, Monaco, Berlino, Amsterdam, Vienna, Londra, Milano

COMUNICAZIONE

Conferenze, comunicati, giornalisti

CONFERENZE STAMPA

2 Milano, Parma
2

COMUNICATI STAMPA

43
45

GIORNALISTI RAGGIUNTI

oltre **600**
oltre **600**

GIORNALISTI ACCREDITATI

155 127 ITALIANI
28 STRANIERI
160 138 ITALIANI
22 STRANIERI

COMUNICAZIONE Pubblicità

INSERTI

3 Corriere della Sera
Domenica Sole 24 Ore
Gazzetta di Parma

ADVERTISING

25 Corriere della Sera
Domenica Sole 24 Ore
Gazzetta di Parma
Opera UK, L'Opera
Classic Voice, Italo

FACEBOOK

100
contenuti

MANIFESTI E DIGITAL

550 **Milano** Metropolitana, Stazioni Bovisa,
Cadorna, Lambrate, Porta Garibaldi, Rogoredo
Bologna Aeroporto, pensiline autobus
Firenze Pensiline autobus **Parma** Uscita
autostrada **Brescia, Bergamo, Cremona,**
Modena, Piacenza, Reggio Emilia

CAMPAGNA TV

Mediaset

INVESTIMENTO DIRETTO

€189 K

OTS¹

446 MLN

AVE²

€ 2,5 MLN

¹ Opportunity to see: numero medio di possibili visualizzazioni ² Advertising Value Equivalent: valore economico dei contenuti

COMUNICAZIONE
Campagna TV Mediaset, Media Partner

SPOT

8 5", 7", 10", 20",
inlogo, posizioni
incorniciate fuori
dal break

IN ONDA

56 giorni
5 agosto - 29 settembre

PASSAGGI TELEVISIVI

1.369

RETI GENERALISTE

Canale 5
Italia 1
Rete 4

RETI TEMATICHE

Radio 101, Focus, Italia2,
La5, Tgcom24, Iris, Extra,
Canale20, Top Crime

VALORE CAMPAGNA

€ 2 MLN
di cui il 40% su Canale 5

UTENTI RAGGIUNTI

372 MLN
di cui il 43% su Canale5

COMUNICAZIONE

Rai diretta televisiva Rai5 Radio 3

Per la prima volta dal Centenario Verdiano del 2001, la serata inaugurale del Festival Verdi è stata trasmessa da Rai Cultura in diretta televisiva su Rai 5, in diretta streaming in tutto il mondo su Ray Play e in diretta radiofonica su Radio 3.

La trasmissione di Rai 5 Prima della Prima ha dedicato una puntata speciale al Festival Verdi raccontando le quattro opere in debutto, con focus su *Macbeth*.

COMUNICAZIONE

Testate, articoli, servizi

TESTATE NAZIONALI

oltre **200** Corriere della Sera,
oltre **200** La Repubblica,
Il Sole 24 Ore,
La Stampa, Il messaggero,
Avvenire, Gazzetta di
Parma, La Gazzetta del
Mezzogiorno, L'Espresso,
Grazia, Amadeus,
Classic Voice, L'Opera

ARTICOLI PUBBLICATI

oltre **700**
oltre **700**

OTS¹

202 MLN

TESTATE INTERNAZIONALI

28 New York Times,
26 Financial Times,
Opera UK, Opera Now,
Folha de São Paulo,
Opera Actual, Zur Zeit,
Serenade Magazine

SERVIZI RADIO-TELEVISIVI

38 Rai1, Rai2, Rai3, Tgcom24,
35 Rai news, Rai5, Canale 5,
Italia 1, Rete 4, Sky Arte,
Sky TG 24, Rai Radiouno,
Rai Radiotre, Radio Suisse,
Radio Vaticana, Radio RSI

AVE²

€ 3 MLN

¹ Opportunity to see: numero medio di possibili visualizzazioni ² Advertising Value Equivalent: valore economico dei contenuti

COMUNICAZIONE Pubblico Web e Social

Analisi sui profili social e pagine web di tutto il mondo
che hanno postato a proposito del Festival Verdi dal 10 settembre al 28 ottobre (49 giorni)

PEOPLE TALKING ABOUT¹

4.200

AUDIENCE²

649,5 MLN

ESTIMATED REACH³

2,8 MLN

INTERAZIONI⁴

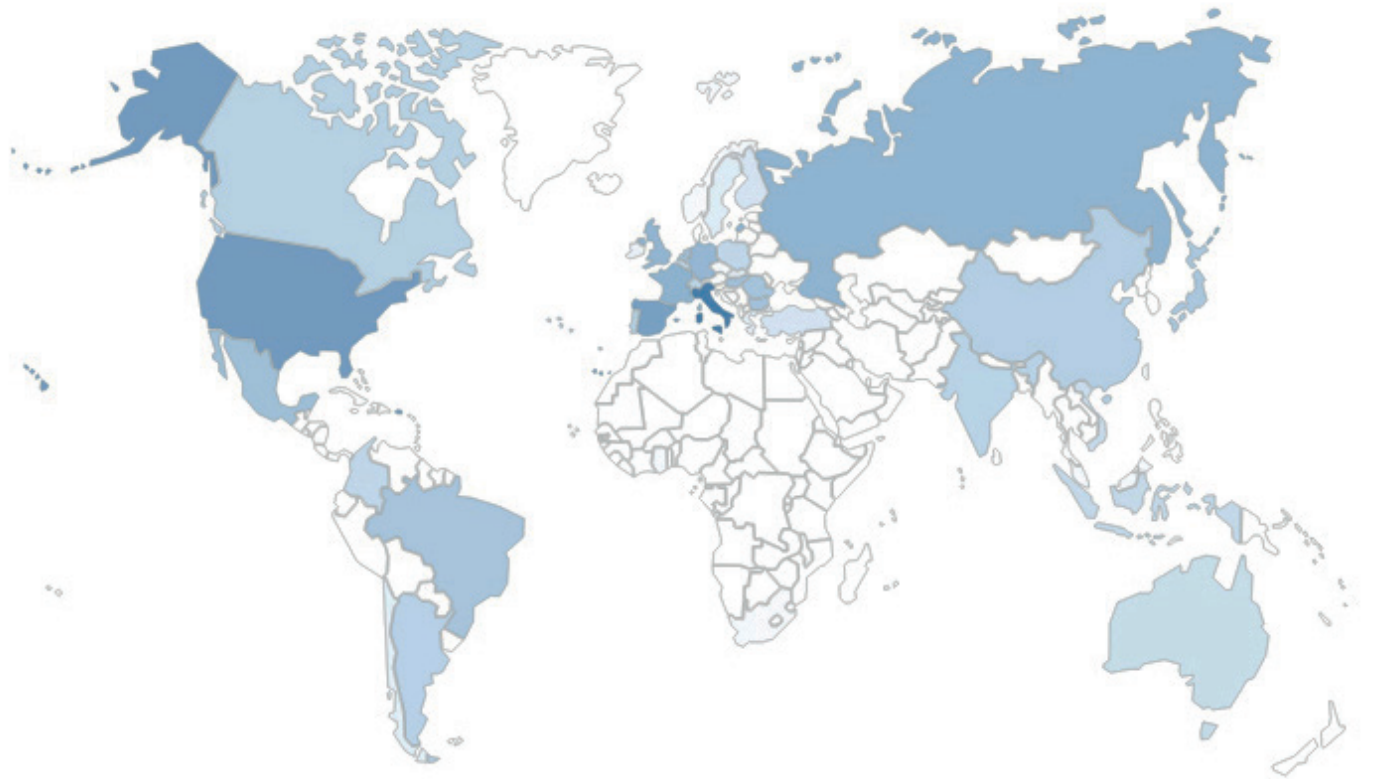
106.300

1 Singoli profili che hanno pubblicato su web e social contenuti inerenti il Festival Verdi **2** Singoli utenti potenzialmente raggiunti da contenuti inerenti il Festival Verdi **3** Stima dei singoli utenti effettivamente raggiunti da contenuti inerenti il Festival Verdi **4** Like, commenti, condivisioni generate da contenuti inerenti il Festival Verdi - Fonte Digimind, elaborazione dati Unsocials

COMUNICAZIONE

Paesi che hanno parlato del Festival Verdi 2018

Rispetto al 2017 hanno parlato del Festival Verdi anche in Russia, Brasile, Argentina, Turchia, India, Cina, Australia



Fonte Digimind, elaborazione dati Unsocials

COMUNICAZIONE Influencer

Profili che hanno inciso maggiormente
nella diffusione dei contenuti relativi al Festival Verdi

	Name	Location	Score	Ranking	Mentions	Interactions	Following	Followers	Tweets	Lists
☆	 The New York Times	new york city	10	10	1	111	876	42,157,184	338,292	197,564
☆	 Financial Times	london	10	10	1	6	809	3,309,045	219,587	33,724
☆	 la Repubblica	rome, italy	40	10	4	0	329	2,809,662	543,088	11,806
☆	 New York Times Arts	new york, ny	20	10	2	31	233	2,599,796	150,475	19,474
☆	 Rainews	italy, europe	20	10	2	0	361	948,321	204,638	6,715
☆	 Francesco Costanzo_	europe/planet	10	10	1	0	62,465	263,242	2,578	176
☆	 Massimo Bernardini	milano	20	10	2	26	1,167	136,946	27,102	829
☆	 Rai5	italia	100	10	10	188	1,144	132,484	29,590	835
☆	 Artribune	NA	10	10	1	3	1,523	100,462	49,927	778
☆	 TurismoEmiliaRomagna	emilia romagn	45	9	5	0	3,658	68,723	68,475	755

Fonte Digimind, elaborazione dati Unsocials

COMUNICAZIONE

teatroregioparma.it

Analisi delle visualizzazioni di teatroregioparma.it
dal 6 agosto al 21 ottobre 2018 (77 giorni)

VISUALIZZAZIONI

637 K

UTENTI

63.3 K

PAESI

11

NUOVI VISITATORI

56%

PERMANENZA MEDIA

2' 26"

COMUNICAZIONE Social media

CONTENUTI SOCIAL PUBBLICATI

oltre **1.000** Facebook, Instagram, Twitter, Youtube

PAGINA FACEBOOK TEATRO REGIO DI PARMA

Analisi della pagina Facebook del Teatro Regio di Parma
dal 6 agosto al 21 ottobre 2018 (77 giorni)

VISUALIZZAZIONI TOTALI	NUOVI "MI PIACE"	ENGAGEMENT GIORNALIERO	COPERTURA GIORNALIERA
oltre 3 MLN	1.410	1.743	26.265

PRESENZE Il pubblico del Festival Verdi

PRESENZE
COMPLESSIVE¹

21.425
23.145

PRESENZE
UNDER 30¹

1.729
1.846

PRESENZE
EXTRATERRITORIALI

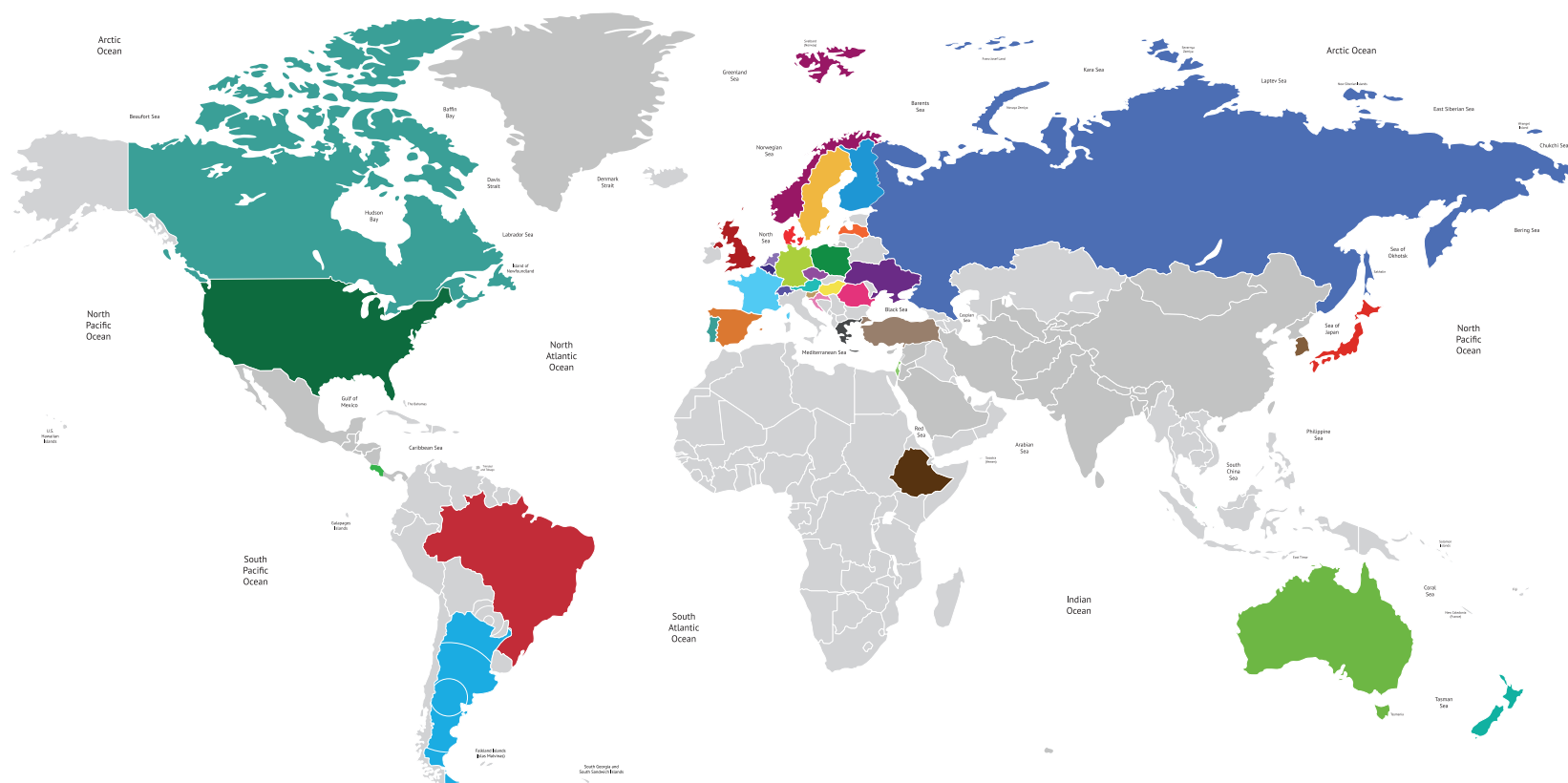
57.67%
55.47%

¹ Rispetto allo scorso anno, il Festival Verdi ha programmato in meno 2 appuntamenti sinfonici e 3 appuntamenti per ragazzi e famiglie.

PRESENZE

Nazionalità spettatori

Rispetto al 2017 sono presenti spettatori da:
Etiopia, Bulgaria, Lettonia, Ucraina, Romania, Danimarca, Portogallo



BIGLIETTERIA
Incasso

€ 1.366.349

€ 1.318.189

Record di incasso della storia del Festival Verdi,
superiore anche all'edizione 2016

19%

dei costi complessivi del Festival Verdi 2018

PRESENZE

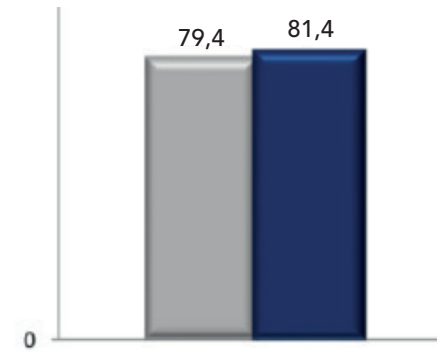
Percentuali medie di riempimento

TEATRO REGIO DI PARMA

Capienza x Recite	Spettatori
1150 X 8 = 9200	7455
1150 X 8 = 9200	7306

RIEMPIMENTO

81,4%
79.4%

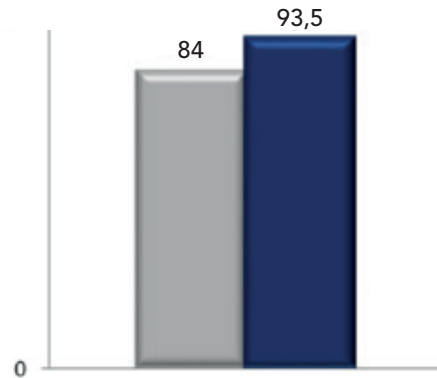


TEATRO FARNESE

Capienza x Recite	Spettatori
512 X 6 = 3072	2874
628 X 4 = 2512	2111

RIEMPIMENTO

93,5%
84%



PRESENZE

Percentuali medie di riempimento

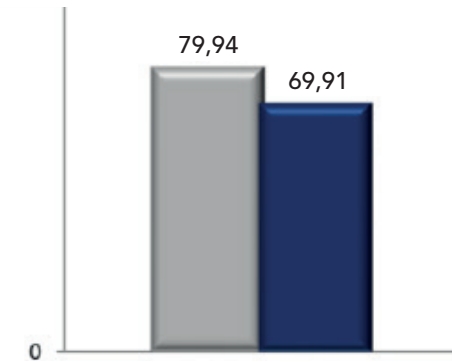
TEATRO GIUSEPPE VERDI DI BUSSETO

Capienza x Recite
308 X 10 = 3080
308 X 10 = 3080

Spettatori
2153
2462

RIEMPIMENTO

69,91%
79,94%



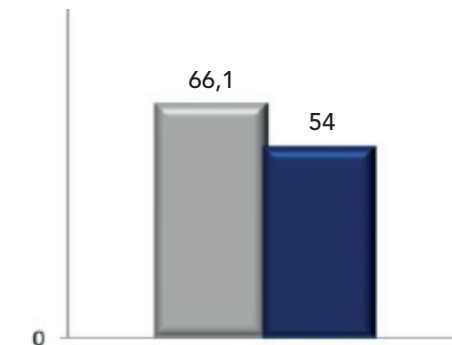
LENZ TEATRO

Capienza x Recite
100 X 8 = 800
100 X 10 = 800

Spettatori
431
661

RIEMPIMENTO

54%
66.1%

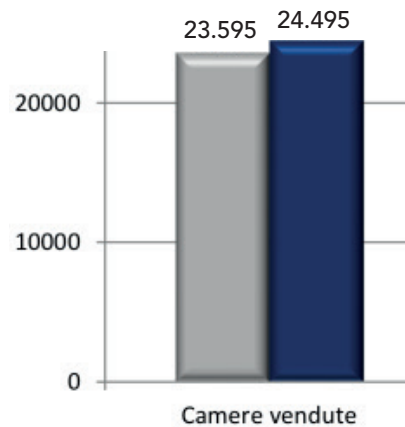


PRESENZE

Mercato alberghiero durante il Festival Verdi

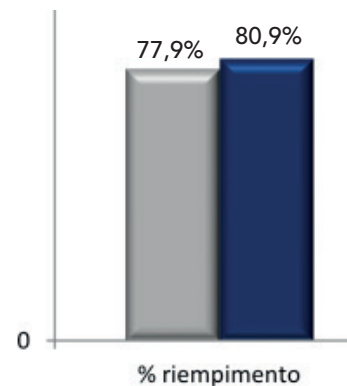
CAMERE VENDUTE

24.495
23.595



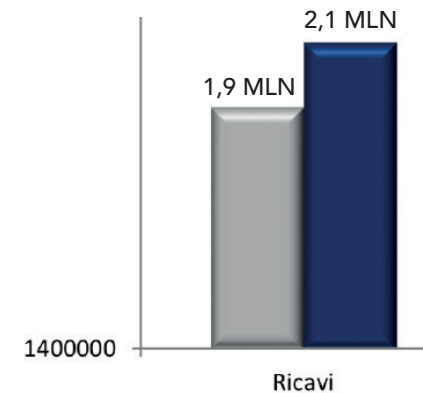
% DI RIEMPIMENTO

80,9%*
77,9%



RICAVI

2,1 MLN
1,9 MLN



*96% il 27.09, giorno inaugurale del Festival Verdi

Dati PromoParma - Consorzio Albergatori di Parma. Campione composto da 12 principali strutture alberghiere della città (1.211 camere)

PRESENZE

Parma Incoming, Tour operator Partner

PERSONE	BIGLIETTI VENDUTI	% SU BIGLIETTI TOTALI VENDUTI
885	1576	10,8%
658	1411	8,4%

PERNOTTAMENTI	PERMANENZA MEDIA
3.000	3,9 notti
2.300	3,5 notti

SPESA SERVIZI PARMA INCOMING	SPESE EXTRA	INDOTTO COMPLESSIVO
€ 837	€ 450	€ 1,1 MLN
€ 861	€ 450	€ 853,5 K

Elaborazione dati Centro Studi Ascom su dati Parma Incoming

PRESENZE
Visite guidate al Teatro Regio di Parma

VISITE GUIDATE
1.204
1.079

Incremento del 41% rispetto alla media mensile
nonostante sia stata sospesa oltre la metà dei turni di visita
durante le prove e gli spettacoli



Giunto alla III edizione, Verdi Off ha consolidato la sua mission, quella di portare la musica di Verdi a tutti, in un clima di festa che contagi la città, coinvolgendone le numerose e vivissime realtà culturali e offrendo ai visitatori un'esperienza unica e indimenticabile.

Accessibilità, trasversalità, gratuità, condivisione, collaborazione, multidisciplinarietà sono alcune delle parole chiave che ispirano la programmazione di Verdi Off e che certamente hanno contribuito fin da subito a decretarne il successo, rendendolo parte integrante e complementare del Festival Verdi.

I concerti nelle case, il cucù verdiano dai fornicci del teatro, gli spettacoli dal particolare valore sociale come quelli all'Ospedale dei Bambini, agli Istituti Penitenziari e con il coinvolgimento di donne migranti, il grande cubo al centro di Piazza del Duomo sono stati solo alcuni degli appuntamenti che hanno animato Parma per un intero mese, coinvolgendo migliaia di cittadini e visitatori, a ogni ora e in ogni luogo.

Abbiamo cantato, danzato, suonato, disegnato e perfino cucinato sulle note del Maestro e tutto questo è stato possibile anche grazie alla collaborazione delle realtà culturali cittadine che sempre più numerose aderiscono al progetto con entusiasmo e creatività.

Forti di questo nuovo successo siamo già al lavoro per la prossima edizione. Statene certi: vi sorprenderemo!

Barbara Minghetti
Curatrice Verdi Off

VERDI OFF
Numeri dell'edizione 2018

LUOGHI

48
di cui 17 nuovi

EVENTI

57

APPUNTAMENTI

164

ARTISTI COINVOLTI

oltre **900**

SPETTACOLI CON PARTICOLARE VALORE SOCIALE

Aide. Canti migranti

Il Trovatore (Istituti Penitenziari di Parma)

Canto corale (Ospedale dei Bambini di Parma)

Cervello, Udito e Musica

SPETTACOLI INNOVATIVI PER LINGUAGGI E TECNOLOGIA

Macbeth Immersive Experience

VERDI OFF COMUNICAZIONE

Immagini e materiali

Il ritratto sorridente di Giuseppe Verdi con cappello e soprabito fucsia, insieme alle numerose altre creazioni, colorate, originali e sorprendenti, di Davide Forleo, costituisce l'immagine di Verdi Off, trasmettendo con immediatezza la festosa atmosfera della rassegna.

MATERIALI PRODOTTI

oltre **18 K** Brochure, Pieghevoli, Segnalibri,
Flyer, Lettere, Fogli di sala, Manifesti,
Totem, Stendardi, Shopper
Plance, Roll-up, Totem digitali

DISTRIBUZIONE

in Italia e all'estero

QUANDO

dal 28.09.2017 al 21.10.2018
13 mesi complessivi

VERDI OFF COMUNICAZIONE

Conferenze, comunicati, giornalisti

La comunicazione relativa a Verdi Off è sinergicamente integrata con quella del Festival Verdi.
Di seguito sono indicate le voci riferite esclusivamente a Verdi Off.

CONFERENZE STAMPA

1 Parma
1

COMUNICATI STAMPA

25
21

GIORNALISTI RAGGIUNTI

oltre **600**
oltre 600

ARTICOLI PUBBLICATI

oltre **200**
oltre 150

TESTATE

81
66

SERVIZI RADIO-TELEVISIVI

15
11

OTS¹

54 MLN

AVE²

€ 800 K

¹ Opportunity to see: numero medio di possibili visualizzazioni ² Advertising Value Equivalent: valore economico dei contenuti

VERDI OFF COMUNICAZIONE

Pubblicità e inserzioni

La comunicazione a pagamento relativa a Verdi Off è sinergicamente integrata con quella del Festival Verdi. Di seguito sono indicate le voci riferite esclusivamente a Verdi Off.

INSERTI

1 Gazzetta di Parma

FACEBOOK

100
contenuti

INVESTIMENTO DIRETTO

€ 8 K

OTS¹

1 MLN

¹ Opportunity to see: numero medio di possibili visualizzazioni

VERDI OFF COMUNICAZIONE Social

CONTENUTI SOCIAL PUBBLICATI

oltre **400** Facebook

PAGINA FACEBOOK VERDI OFF

Analisi della pagina Facebook di Verdi Off
dal 6 agosto al 21 ottobre 2018 (77 giorni)

VISUALIZZAZIONI
TOTALI

810.697

NUOVI
"MI PIACE"

691

ENGAGEMENT
GIORNALIERO

420

COPERTURA
GIORNALIERA

6.425

VERDI OFF PRESENZE

Il pubblico di Verdi Off

PRESENZE COMPLESSIVE

11 - 13 K

SPETTACOLI CON MAGGIOR NUMERO DI PRESENZE

Full Wall #Verdinaria
27 volte Verdi
Aide. Canti Migranti
La notte verdiana
Bianchi rossi e verdi
Al Regio a passo di danza

WORKSHOP VERDI OFF

Nell'ambito dell'Osservatorio permanente del Festival Verdi, costituito grazie a una rafforzata collaborazione fra il Teatro Regio di Parma e l'Università di Parma, ha avuto luogo quest'anno il primo Workshop Verdi Off, che ha direttamente coinvolto gli studenti del corso di laurea in Comunicazione e Media Contemporanei per le Industrie Creative, proponendosi come "laboratorio formativo" nell'ambito del workshop dell'insegnamento "Economia e gestione delle aziende culturali", da me tenuto.

Dopo un ciclo di seminari preparatori in aula in cui si sono affrontati, anche con l'intervento del personale del Teatro Regio, i temi dell'organizzazione di un evento gratuito e diffuso sul territorio, i ragazzi - oltre 200 - sono stati coinvolti nelle diverse fasi del progetto, seguendo da vicino l'organizzazione dei numerosi e diversi appuntamenti che per un intero mese hanno animato la città, supportandone l'allestimento, la promozione e la comunicazione. Si è trattato di un'esperienza immersiva in cui ciascuno studente ha potuto mettersi in gioco attraverso il rapporto diretto con il pubblico, misurandosi con i problemi organizzativi e scontrandosi gli imprevisti tipici di un evento complesso come Verdi Off.

Senza soffermarmi sulle competenze acquisite in termini di capacità critica, autonomia di giudizio e capacità comunicativa, posso affermare che si è trattato di un momento di crescita, sfociato in una relazione critica sull'esperienza che è integrante del loro esame di fine corso. Il lavoro dei ragazzi è stato inoltre di supporto e arricchimento alla stesura del presente report attraverso i dati che hanno raccolto e le interviste rivolte al pubblico. Sono certa che ciascuno studente abbia acquisito un bagaglio di esperienza che difficilmente potrà essere dimenticato e che il lavoro svolto abbia contribuito fattivamente alla creazione di valore pubblico per la comunità. Ringrazio i miei studenti, il mio Ateneo e il Teatro della mia città per aver dato la possibilità anche a me di crescere come docente.

Isabella Mozzoni
Università di Parma

WORKSHOP VERDI OFF

Risultati delle interviste

INTERVISTE

1.034

UNDER
50 ANNI

61,9%

PARMA E
PROVINCIA

72%

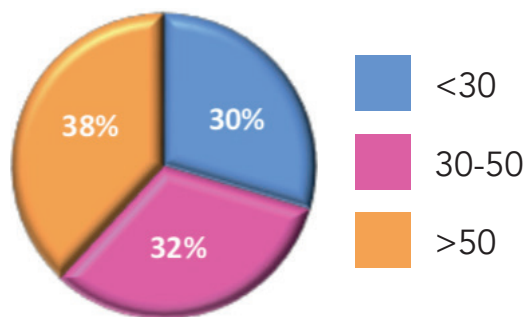
FUORI
PROVINCIA PR

28%

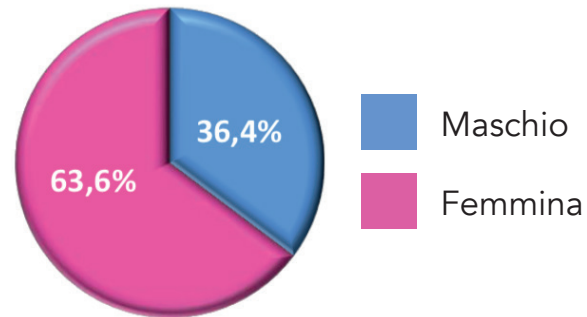
PUBBLICO NON
APPASSIONATO DI OPERA

45,6%

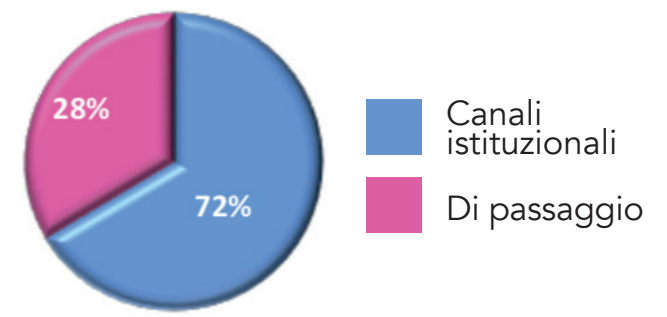
ETÀ



SESSO



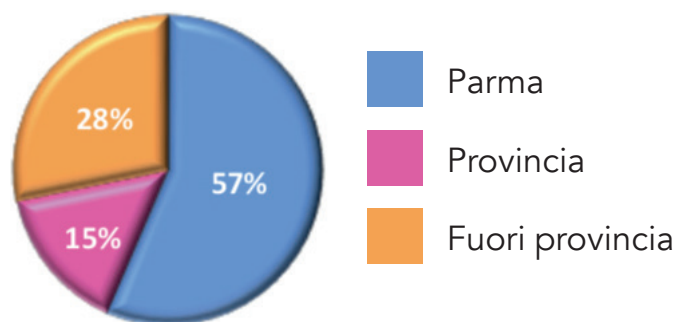
COME SEI AVENUTO A
CONOSCENZA DI VERDI OFF?



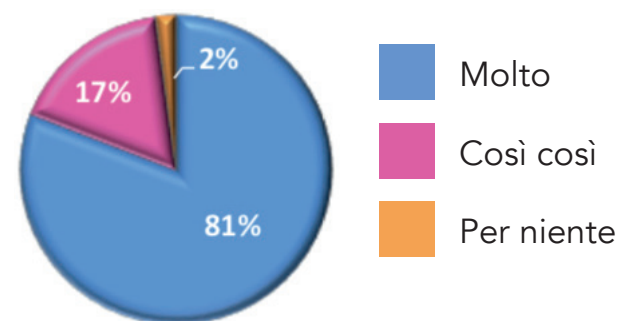
WORKSHOP VERDI OFF

Risultati delle interviste

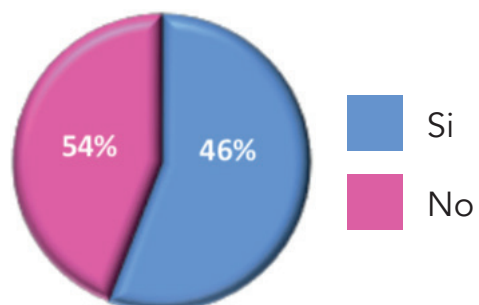
DI DOVE SEI?



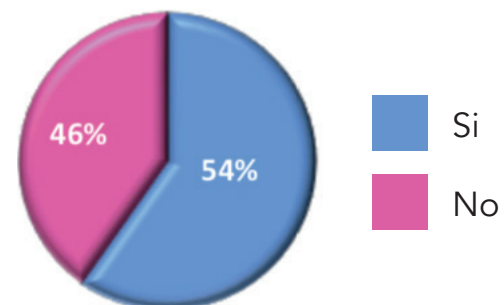
TI PIACE LO SPETTACOLO?



HAI PARTECIPATO AD ALTRI APPUNTAMENTI DI VERDI OFF?



SEI APPASSIONATO D'OPERA?



SROI Social Return On Investment

L'analisi SROI (Social Return On Investment) ha l'obiettivo di verificare e discutere gli effetti esterni del Festival Verdi e di indicare le modalità più opportune per rafforzare tali effetti nelle successive edizioni. È basata su informazioni raccolte sul campo, sulla verifica della documentazione, sulla base degli studi e sulle rilevazioni empiriche riferite al campo di analisi.

Consente di mettere a fuoco impatti favorevoli, stimati con estrema cautela nella loro dimensione monetaria. Questi ritorni (espressi in forma monetaria) hanno due caratteristiche:

- sono a beneficio degli stakeholder del Festival Verdi;
- possono essere di livello anche superiore. Le valutazioni di ordine più elevato sono tuttavia più incerte rispetto a quelle di seguito indicate.

SROI 2,4

**Ogni € 10 investiti nel Festival Verdi
hanno indotto benefici per gli stakeholder
stimabili in almeno € 24.**

SROI
Beneficio economico per gli stakeholder

INVESTIMENTO 6,4 MLN X SROI 2,4 =
TOTALE BENEFICI 15,4 MLN



¹ L'impatto sulla cultura lirica mondiale rappresenta il peso del Festival Verdi sul mercato complessivo.
Si evidenzia, ad esempio, che in Italia il Festival Verdi rappresenta l'1% del fatturato complessivo del settore.

SROI

Valore aggiunto del Festival Verdi secondo il GRI

Nella tabella è riportato il prospetto del valore aggiunto secondo le linee guida del GRI (Global Reporting Iniziative) basato sulla riclassificazione del conto economico del Festival Verdi, per evidenziare la modalità di gestione delle risorse economiche ricevute e la loro distribuzione sugli stakeholder primari. Il deficit testimonia quanto il Festival Verdi richieda un sostegno certo e costante per garantire il livello qualitativo raggiunto

DISTRIBUZIONE VALORE ECONOMICO DEL FESTIVAL VERDI			% COSTI DISTRIBUITI SU BASE TERRITORIALE	
	2018	2017	2018	2017
Valore economico caratteristico	€ 6.079.697	€ 5.721.805		
Ricavi da biglietteria e coproduzioni	€ 1.547.637	€ 1.186.085		
Contributi	€ 3.188.637	€ 3.153.945		
Sponsorizzazioni e liberalità	€ 1.343.423	€ 1.381.775		
Valore economico distribuito agli stakeholders di Parma	€ 3.880.024	€ 3.659.636	59%	62%
Costi diretti per produzione eventi	€ 1.747.622	€ 1.469.045		
Costi diretti di promozione e amministrativi operatori economici Parma	€ 78.625	€ 80.333		
Costi acquisto servizi indiretti operatori economici di Parma	€ 87.219	€ 173.960		
Remunerazione dei dipendenti costi diretti Parma	€ 947.656	€ 969.985		
Remunerazione dei dipendenti costi indiretti Parma	€ 1.018.902	€ 966.313		
Valore economico distribuito agli stakeholders fuori Parma	€ 2.681.145	€ 2.290.441	40%	38%
Costi diretti per produzione eventi operatori economici fuori Parma	€ 2.426.028	€ 1.948.964		
Costi di promozione e amministrativi operatori economici fuori Parma	€ 96.432	€ 208.885		
Costi acquisto servizi indiretti operatori economici fuori Parma	€ 158.685	€ 132.592		
Valore economico distribuito alla Fondazione Teatro Regio	€ 33.730		1%	-
Ammortamenti	€ 33.730			
Totale	€ 6.594.899	€ 5.950.077	100%	100%
Deficit	-€ 515.202	-€ 228.272		

NOTA Il valore economico dell'investimento utilizzato per il calcolo SROI è 6,4 MLN



CREDITS

Concept e realizzazione
Area Comunicazione, Promozione,
Editoria e Stampa del Teatro Regio di Parma

Elaborazione grafica di
Pettorazzi Creative Workshop

su Progetto grafico di
Cantadori Design Office - Parma

L'immagine esclusiva del Festival è il ritratto di Verdi realizzato a matita da Renato Guttuso negli anni '60, donato al Teatro Regio di Parma dall'Archivio storico Bocchi e concesso da Fabio Carapezza Guttuso ©Renato Guttuso by SIAE 2018.

festivalverdi.it

