



XIX FESTIVAL VERDI ANCORA UN'EDIZIONE DA RECORD

I risultati della XIX edizione fanno registrare il record assoluto di spettatori e di incasso della storia del festival, con oltre 26 mila presenze provenienti da tutti i continenti e oltre 1,4 milioni di euro di biglietti venduti, con Nabucco che vanta il record di incasso per singola recita e per titolo della storia del Festival Verdi.

La IV edizione di Verdi Off accresce lo straordinario coinvolgimento in nome del Maestro con la Verdi Street Parade che ha riempito le strade della città e la Piazza del Duomo.

Il report dei risultati, realizzato con l'Università di Parma, evidenzia che il Social Return On Investment, l'impatto favorevole del Festival Verdi, stimato con cautela, è pari a 2.5, con benefici calcolati per oltre € 15.75 milioni sugli operatori economici e sulla comunità cittadina

Stabilisce nuovi record e conferma il proprio trend in crescita delle ultime edizioni il XIX Festival Verdi conclusosi lo scorso 20 ottobre, come risulta dal report, frutto dell'Osservatorio permanente istituito dal Teatro Regio in collaborazione con l'Università di Parma, presentato a istituzioni, sponsor, pubblico e disponibile alla consultazione su teatroregioparma.it.

I dati raccolti attestano il record di spettatori e di incasso della storia del Festival Verdi, con 26.353 presenze provenienti da tutti e cinque i continenti, oltre 1,4 milioni di euro di biglietti venduti e oltre 100 tour operator e gruppi nazionali e internazionali organizzati che sono intervenuti e che hanno già prenotato la loro partecipazione al XX Festival Verdi, in programma dal 24 settembre al 18 ottobre 2020 (*I Lombardi alla prima Crociata, Rigoletto, Macbeth* nella versione francese, *Ernani*, eseguito in forma di concerto, sono le opere nell'anno di Parma Capitale italiana della Cultura.).

Nabucco, nella produzione di Ricci/Forte diretta da Francesco Ivan Ciampa, vanta il record di incasso per singola recita (oltre 117 mila euro) e per titolo (sfiorando i 400 mila euro) della storia del Festival Verdi, con oltre il 90% di riempimento medio delle recite, un sostanziale tutto esaurito, e raccogliendo, a oggi, il pressoché unanime trionfo da parte dei media accreditati.

Verdi Off, giunto alla IV edizione, accresce lo straordinario coinvolgimento che intorno e in nome del Maestro è in grado di stimolare nel pubblico di famiglie, giovani, visitatori, che hanno come un fiume riempito le vie del centro durante la *Verdi Street Parade* inaugurale cui hanno partecipato oltre 8500 persone e 1300 artisti impegnati in 50 performance lungo i 2,5 km di percorso, che si sono ritrovati a cantare *Va, pensiero* riempiendo Piazza Duomo, mentre oltre 59.300 sono state le visualizzazioni del video di quel momento della parata sui profili facebook del Teatro Regio e di Verdi Off con oltre 1797 mi piace, 1176 condivisioni e 130.821 persone raggiunte. Un desiderio e una volontà di condivisione e comunione nel segno della musica e del teatro che ha rapidamente esaurito le 11 recite del *Verdi Circus* nel cuore dell'Oltretorrente cittadino, divertendo e commuovendo l'eterogeneo pubblico che sotto lo stesso tendone ha riunito volti e culture provenienti da molti paesi del mondo.

Media partner



Main partners



Major partner



I NUMERI DELLA XIX EDIZIONE

13 luoghi (di cui 9 nuovi), **29 eventi**, **25 opere e concerti**, **20 incontri**, **76 appuntamenti in un mese**, **5 orchestre**, **2 cori**, **177 artisti** (cantanti, musicisti, attori, mimi, ballerini, assistenti, maestri collaboratori, bambini), **208 lavoratori**, (elettricisti, fonici, attrezzisti, falegnami, macchinisti, scenografi realizzatori, sarti, truccatori, parrucchieri, personale amministrativo, di sala e di portineria) **di cui 98 under 35 provenienti da 12 Paesi**.

LE PRESENZE

Il **Festival Verdi 2019** ha accolto **26.353 spettatori**, cui vanno aggiunti gli **oltre 20.000 di Verdi Off**, ed ha fatto registrare il **record assoluto di incasso** della storia del Festival Verdi con **€ 1.434.150**, con una significativa copertura **del 20%** sui **costi complessivi del Festival Verdi 2019**.

L'analisi dei dati conferma con grande evidenza la vocazione internazionale del Festival e la sua sempre maggiore attrattività verso il **pubblico proveniente da tutti e 5 i continenti con il 59.44% di presenze extraterritoriali**. Rispetto al 2018 sono giunti a Parma anche spettatori provenienti da Andorra, Cambogia, Cile, Colombia, Gabon, Giamaica, Singapore.

Il **Teatro Regio di Parma** ha fatto registrare un **riempimento medio del 84,6%** accogliendo 7782 spettatori, il **Teatro Giuseppe Verdi di Busseto** del **85,6%** con 2638 spettatori, la **Chiesa di San Francesco del Prato** del **89,1%** con 2203 spettatori.

SROI (SOCIAL RETURN ON INVESTMENT)

L'Osservatorio permanente sul Festival Verdi, avvalendosi del lavoro dei professori Isabella Mozzoni del Dipartimento di Discipline Umanistiche, Sociali e delle Imprese Culturali e Giulio Tagliavini del Dipartimento di Scienze Economiche e Aziendali, ha elaborato l'analisi SROI (Social Return On Investment) con l'obiettivo di verificare e valutare gli effetti esterni del Festival Verdi, consentendo di mettere a fuoco gli impatti favorevoli, stimati con estrema cautela nella loro dimensione monetaria.

Ne è risultato **un indice SROI pari a 2,5** (ogni € 10 investiti nel Festival Verdi hanno indotto benefici per gli stakeholder stimabili in almeno € 25). Su un investimento complessivo di € 6.3 milioni per il Festival Verdi 2019, l'indice SROI evidenzia dunque **€ 15.75 milioni** di benefici suddivisi tra **operatori economici** (€ 8,35 milioni), **comunità cittadina** (€ 7.2 milioni) e **cultura lirica mondiale** (€ 200.000).

PARMA INCOMING E MERCATO ALBERGHIERO

Parma Incoming, tour operator partner del Festival Verdi, **ha venduto 1.520 biglietti**, il 9,5% del totale dei biglietti venduti, **a 722 spettatori** che hanno prodotto un indotto calcolato in euro **€ 1.3 milioni** (elaborazione Centro Studi Ascom su dati Parma Incoming) con una **permanenza media salita a 4 notti** e **una spesa media di € 560** per pasti extra, shopping, acquisto di prodotti tipici, con esclusione dei servizi già forniti da Parma Incoming (pernottamenti, pasti e degustazioni, visite guidate a teatri, luoghi verdiani, musei, cantine, caseifici e prosciuttifici).

L'analisi dei dati forniti da PromoParma, Consorzio Albergatori di Parma, elaborati su un campione che comprende le 12 principali strutture ricettive di Parma (1211 camere), evidenzia e ribadisce il dato: per il periodo dal 26 settembre al 20 ottobre 2019, registra un **incremento dell'indotto turistico**. In particolare, le **24.949 camere vendute** hanno generato **ricavi per € 2.3 milioni**, con un aumento del 9% rispetto allo stesso periodo del 2018 (€2.1 milioni), per una percentuale media di occupazione delle camere disponibili pari al 81,6%, con un picco del 94% in corrispondenza del 26 settembre, giorno inaugurale del Festival Verdi, e del 97,5% il 10 ottobre in occasione del Gala Verdiano. L'Osservatorio permanente del Festival Verdi su un campione dei 13 principali **Bed&Breakfast** della città (38 camere) ha registrato una percentuale media di occupazione del **94%**.

LA COMUNICAZIONE

La **comunicazione** del Festival ha coinvolto oltre **200 testate nazionali**, **44 testate internazionali** con oltre **1200 articoli pubblicati** e **38 servizi radio-televisivi**, generando un **OTS** (Opportunity to see: numero medio di possibili visualizzazioni) di **150 milioni** e un **AVE** (Advertising Value Equivalent: valore economico dei contenuti), **pari a € 2 milioni**. A questi dati vanno aggiunti quelli relativi alla **pubblicità** (inserti, advertising, inserzioni Facebook, manifesti e digital, campagne tv) che, a fronte di €100.000 di investimento diretto, ha generato un **OTS di 665 milioni** e un **AVE di €3.9milioni**.

Mediaset, Media partner del Festival Verdi, ha condotto una **campagna di 49 giorni**, dal 28 luglio al 14 settembre 2019, **del valore di € 2,7 milioni** (di cui il 41% su Canale 5), con **2.628 passaggi** sulle 13 diverse emittenti degli 8 spot realizzati, raggiungendo circa **660 milioni di utenti** (di cui il 41% su Canale 5).

Le opere *I due Foscari* e *Nabucco* sono state registrate da **Dynamic**, il maggior produttore in Italia di opera e musica lirica e tra i primi in Europa, che le distribuirà in tutto il mondo, tramite il gruppo Naxos a cui è affiliata. Delle due opere, nuove produzioni del Teatro Regio di Parma, saranno prodotti CD, DVD e BLURAY e la loro distribuzione sarà anche digitale, in audio attraverso streaming e download su tutte le maggiori piattaforme (iTunes, Apple Music, Spotify, ecc.), in video su internet (video-on-demand) e sulle TV via cavo e via satellite (Pay-TV), nei cinema digitali e in circuiti privati.

Tra i maggiori clienti di Dynamic: Germania, USA, Regno Unito, Francia, Giappone, Corea del sud, Russia, Cina.

WEB E SOCIAL

Dal 6 agosto, giorno in cui è stata avviata la pianificazione social ad alta frequenza, al 20 ottobre 2019, il sito **teatroregioparma.it** è stato visitato **452.547 volte** da **74.104 singoli utenti**, con una **durata media di permanenza di 2'48"**. In totale, nei 76 giorni presi in esame, sono ben **78% i nuovi visitatori**.

Oltre 2000, più che raddoppiati rispetto al 2018, sono i contenuti social pubblicati sui profili Facebook, Instagram, Twitter, Youtube del Teatro Regio di Parma.

Oltre 3 milioni le visualizzazioni della pagina Facebook, con **1.051 nuovi follower**, una **copertura giornaliera di 19.736 utenti** e un **engagement giornaliero di 1.520 interazioni**.

Il nuovo profilo **Instagram** del Teatro Regio nei medesimi 76 giorni di campagna ha raccolto oltre 700.000 visualizzazioni, con 1050 nuovi follower e una copertura di oltre 250.000 utenti.

VERDI OFF

Verdi Off, la rassegna di appuntamenti collaterali al Festival Verdi, che il Teatro Regio di Parma ha realizzato in collaborazione con il Comune di Parma e con l'Associazione "Parma, io ci sto!", alla sua IV edizione conferma e accresce i propri risultati. Gli oltre 130 appuntamenti a ingresso libero in un mese, per 59 eventi in 62 luoghi diversi in Città e in Provincia, di cui 26 nuovi rispetto alla precedente edizione, hanno coinvolto **2130 artisti** e un **pubblico stimato in oltre 20.000 spettatori**.

La comunicazione relativa a Verdi Off, sinergicamente integrata con quella del Festival Verdi, ha prodotto autonomamente un **OTS di 15 milioni** e un **AVE di € 560.000 euro**.

La pagina **Facebook Verdi Off** ha accresciuto la propria fanbase di **635 nuovi follower** e ha raggiunto in media **3.365 utenti al giorno**, con **560.697 visualizzazioni complessive**. Gli oltre 500 contenuti della pagina, pubblicati dal 6 agosto al 20 ottobre 2019, hanno ricevuto **mediamente 306 clic sul link, like, commenti al giorno**.

Le 1.100 interviste realizzate nell'ambito dell'osservatorio permanente hanno restituito queste informazioni relative al **pubblico di Verdi Off 2019**: il **76% è composto da Under 50**, il **17% arriva da fuori Provincia**, il **41% non è appassionato d'opera**.

“Anche quest’anno l’edizione del Festival Verdi ha dimostrato di saper produrre qualità quantità e cultura - dichiara Federico Pizzarotti, Sindaco di Parma e Presidente della Fondazione Teatro Regio di Parma. Ogni anno i numeri del nostro Festival crescono e questo non può che farci piacere: segno che sa unire alla perfezione la bellezza eterna della lirica con la qualità del prodotto, arrivando a coinvolgere l’intero tessuto sociale di Parma e cogliendo su di sé anche l’attenzione internazionale. Auguro al Festival di continuare su questa strada di successo e di maturità, che giova a Parma, al nostro Paese e alla lirica in generale. Ci aspettiamo che questi risultati siano riconosciuti dal MIBACT, consentendo al Festival di ottenere un sostegno economico adeguato, soprattutto in ragione dello straordinario lavoro di fundraising già compiuto in questi anni dal Teatro Regio e certificato da Art Bonus, che nella classifica dei teatri lirici pubblicata dal Ministero, in base ai contributi privati incassati dal 2016 a oggi, vede il Teatro Regio di Parma in quarta posizione, di gran lunga al primo posto per quanto riguarda i teatri di tradizione, ma davanti anche a molte fondazioni liriche di città ben più grandi”.

“L’edizione 2019, che si è appena conclusa, ha confermato pienamente il percorso intrapreso dal Festival Verdi, - dichiara Anna Maria Meo Direttore generale del Teatro Regio di Parma - con un trend di crescita riscontrabile in tutti i parametri presi in considerazione dallo studio, condotto dall’Osservatorio Permanente istituito in collaborazione con l’Università di Parma, coordinato dai professori Isabella Mozzoni del Dipartimento di Discipline Umanistiche, Sociali e delle Imprese Culturali e Giulio Tagliavini del Dipartimento di Scienze Economiche e Aziendali: uno strumento capace di affrontare con metodo scientifico l’analisi dell’insieme dei dati quantitativi della manifestazione in tutta la loro complessità e di restituirci, attraverso semplici rappresentazioni grafiche, una sintesi efficace di ciò che significa, in termini di impatto economico - ma non solo - il Festival Verdi per la città di Parma e il territorio circostante. Dietro ad ogni numero, infatti, dobbiamo immaginare persone, relazioni, notorietà internazionale del territorio e dei suoi prodotti, attività imprenditoriali, lavoro, insomma una lunga serie di ricadute che possono essere misurate e comparate e che contribuiscono a quella che possiamo chiamare valutazione complessiva dell’investimento in attività culturali, nel caso specifico nel Festival Verdi. È proprio proiettandoli su questo sfondo che invito tutti, e in particolar modo le categorie economiche, a leggere i numeri di questo report, del quale mi preme sottolineare soltanto i nuovi record in termini di spettatori (con quasi il 60% di presenze extraterritoriali) e di incassi, nonché di testate giornalistiche internazionali, che costituiscono una testimonianza di qualcosa che non è strettamente oggetto di questo studio, pur costituendone i presupposti: la qualità del progetto culturale. Qualità a cui non possiamo rinunciare se vogliamo proseguire in questo trend di crescita che nel giro di pochi anni ha portato il Festival Verdi a posizionarsi a livello dei maggiori festival operistici internazionali; qualità che ancora una volta ha bisogno del sostegno di tutti coloro che operano sul territorio che, primo fra tutti, ne trae i benefici”.

“Dopo il videomapping che ha fatto rivivere sulla facciata della Pilotta il maestoso monumento dedicato a Verdi, l’innovativo gioco di luci sulle note del walzer di Verdi orchestrato da Nino Rota per Il Gattopardo, il grande cubo in Piazza Duomo che ha permesso al pubblico di immergersi grazie a tecnologie innovative nel mondo di Macbeth, proiettato anche sulla facciata dei monumenti intorno che per una notte sono diventati palcoscenico di una suggestiva danza verticale, per l’inaugurazione della quarta edizione di Verdi Off abbiamo pensato di concentrarci sulle relazioni, sul senso di comunità e sul coinvolgimento delle persone - dichiara Barbara Minghetti, curatrice di Verdi Off. Abbiamo invaso, così, strade e piazze e con la Verdi Street Parade abbiamo creato un percorso dal Teatro allo Chapiteau di Verdi Circus, punteggiato di spettacoli, concerti, danze, performance di street art dedicati a Giuseppe Verdi. Una grande parata che si è conclusa in Piazza Duomo con un “Va’ pensiero” cantato da almeno 5.000 persone, diventato subito virale sul web. La città con Verdi, Verdi nella città. Lo Chapiteau di Verdi Circus, nel cuore dell’oltretorrente, ha accolto tantissime famiglie che hanno potuto meravigliarsi e commuoversi con lo spettacolo dedicato al Cigno di Busseto, dove acrobazia, poesia e clowneria si sono sposati con le musiche del Maestro”. “Verdi Off ha consolidato dunque la sua mission, quella cioè 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. Forti di questo nuovo successo siamo già al lavoro per la prossima edizione. Le parole d’ordine saranno ancora una volta quelle che hanno reso già grande Verdi Off: accessibilità, trasversalità, gratuità, condivisione, collaborazione, multidisciplinarietà, divertimento: un mix che - ne siamo sicuri - ci regalerà ancora grandi emozioni!”

“I successi del Festival Verdi - dichiara Michele Guerra, Assessore alla Cultura del Comune di Parma - rendono ormai di anno in anno piacevolmente difficile rilasciare dichiarazioni che aggiungano qualcosa di nuovo alla soddisfazione della nostra comunità culturale. La scossa elettrica che ha attraversato Parma con la Verdi Street Parade, le gabbie, i volumi e il sentimento traboccante nella indimenticabile Luisa Miller di San Francesco del Prato, il coraggio e la poesia del Nabucco di Ricci e Forte nel cuore profondo del nostro Regio ci hanno fatto capire, una volta di più, che cosa vuol dire essere un vero Festival: stare ben piantati nel proprio tempo e provare a prenderlo in contropiede, abitare una tradizione e comprendere la necessità di sfidarla oltre i suoi limiti. I risultati economici si raggiungono solo con la cura artistica e culturale”.

Il Festival Verdi 2019 è realizzato grazie al contributo di Comune di Parma, Ministero per i beni e le attività culturali, Reggio Parma Festival, Regione Emilia-Romagna, Parma 2020 Capitale Italiana della Cultura. Major partner Fondazione Cariparma. Main partners Chiesi, Crédit Agricole. Media partner Mediaset. Main sponsor Iren, Barilla. Sponsor Opem, Dallara, Unione Parmense degli Industriali. Sostenitori Dulevo, Mutti, Sicim, Smeg, Cantine Ceci, Agugiaro & Figna, La Giovane Advisor AGFM. Radio ufficiale Radio Monte Carlo. Con il supporto di “Parma, io ci sto!”. Con il contributo di Diocesi di Parma, Comitato per San Francesco del Prato, Comune di Busseto, Concorso Internazionale Voci Verdiane Città di Busseto, Camera di Commercio di Parma, Fondazione Monte Parma, Ascom. Partner istituzionali La Toscanini, Fondazione Teatro Comunale di Bologna. Partner artistici Coro del Teatro Regio di Parma, Società dei Concerti di Parma, Orchestra Giovanile della Via Emilia, Conservatorio “Arrigo Boito” di Parma, Barezzi Festival. Il Festival Verdi è partner di Fedora, Opera Europa. Il Festival Verdi ha ottenuto Effe Label 2019-2020. Sostenitori tecnici IgpDecaux, MacroCoop, Milosped, Grafiche Step, Andromeda's, De Simoni, Azzali Editore. Tour operator partner Parma Incoming.

Verdi Off è realizzato in occasione del Festival Verdi dal Teatro Regio di Parma con Comune di Parma, Parma 2020 Capitale Italiana della Cultura, “Parma, io ci sto!”. Sponsor Parmacotto, Engel&Völkers.

La promozione internazionale del Festival Verdi 2019 è realizzata dal Teatro Regio di Parma 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 e prevede un roadshow con tappe in Spagna (Madrid), Argentina (Buenos Aires), Perù (Lima), Brasile (São Paulo, Rio de Janeiro), Uruguay (Montevideo).

L'immagine esclusiva del Festival è il ritratto di Giuseppe 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 2019.

Parma, 11 dicembre 2019

Paolo Maier

Responsabile Area Comunicazione, Editoria, Stampa Archivio

Teatro Regio di Parma,

strada Garibaldi, 16/A 43121 Parma – Italia

Tel. +39 0521 203969

p.maier@teatroregioparma.it stampa@teatroregioparma.it

www.teatroregioparma.it

