



Fondazione
ARENA DI VERONA

Arena Opera Festival 2021





ARENA OPERA FESTIVAL

IL PIÙ GRANDE SPETTACOLO D'OPERA AL MONDO

1913, un anno segna l'inizio di una grande storia: quella tra la città di **Verona** e l'**opera lirica**, una storia che si intensifica di anno in anno. Il 10 agosto 1913 va in scena sul palco veronese **Aida** in occasione della celebrazione dei cento anni dalla nascita di Giuseppe Verdi e da allora, ogni anno, l'**Arena di Verona** si trasforma nel **teatro sotto le stelle più grande al mondo**. Ancora oggi **Aida** è l'opera regina della rassegna veronese, richiamando ogni estate **spettatori da ogni angolo del mondo**, desiderosi di vivere almeno una volta nella vita la **magia** unica dell'**opera lirica** in **Arena**. L'**anfiteatro romano** si combina con la **maestosità** delle **scenografie** e delle **coreografie** di massa, rendendo l'Arena Opera Festival un **evento unico al mondo**, capace di suscitare **emozioni** che si imprimono in modo indelebile nel **cuore** degli **spettatori**.



ARENA OPERA FESTIVAL

IL FESTIVAL IN NUMERI

- € 26.674.454 **fatturato di biglietteria** nel 2019, con una **media** di € 523.028 **a serata**
- 598 **testate** presenti all'Arena di Verona nel 2019
- 103 **testate nazionali**, 182 **testate straniere**, 34 **radio/tv locali** e 38 **nazionali**, e ben 241 **testate diverse del web** nel 2019
- A chiusura del Festival 2019 oltre 5.000 **servizi e articoli**
- Oltre 500.000 follower tra **Facebook, Instagram e Twitter** con un **incremento** che supera i 14.500 follower rispetto al 2018
- **Prima** tra le **fondazioni italiane** nella classifica di **like, follower, impressions, interazioni e commenti**; **quarta** a livello **mondiale**
- Il sito www.arena.it è il più ricercato tra quelli delle **fondazioni italiane** insieme al Teatro alla Scala



540 MLN DI EURO

Il 2020 e la mancanza di un'attività completa del Festival dell'Arena di Verona hanno dimostrato in maniera tangibile quanto l'economia della città e il suo anfiteatro siano legate a filo doppio. L'impatto economico che l'Arena ha su molti dei comparti dell'economia veronese è difficilmente calcolabile ma, attenendoci ai dati degli studi di **Federculture e di Fondazione Symbola**, l'impatto economico di un festival culturale è misurabile **fra le 5 e le 7 volte il suo valore di produzione**; ovvero, se il giro d'affari di Fondazione Arena di Verona è di circa €45 milioni, **per ogni euro speso in cultura si generano mediamente €6**. Pertanto, l'impatto dell'Arena sulla città è di circa €270 milioni l'anno. **Valore che arriva fino al doppio nel caso di festival internazionali a spiccata vocazione turistica**. Si capisce, quindi, quanto il sistema economico veneto non solo nel comparto turistico debba essere sensibilizzato a salvaguardia di questa ricchezza.

Il tenore Jonas Kaufmann
in Arena il 17 agosto

150° anniversario 1871 AIDA 2021

RICCARDO MUTI INAUGURA IL FESTIVAL 2021

19, 22 giugno ore 20.45

Il Maestro **Riccardo Muti** dirigerà *Aida* di Giuseppe **Verdi** in **forma di concerto** in **due serate** straordinarie che passeranno alla storia come pietra miliare per l'Arena di Verona e il suo pubblico. Il 24 dicembre **1871** all'Opera del Cairo andò in scena la Prima dell'*Aida* di Giuseppe Verdi e **ricordare all'Arena di Verona** quell'**evento straordinario** con la **presenza** del Maestro **Riccardo Muti** è il modo più **elevato** e **formidabile** per **rendere omaggio** a questo **capolavoro**, nel 120° anniversario dalla morte di Giuseppe Verdi.

Il cast stellare delle due serate vede, solo per citarne alcuni, il soprano **Sonya Yoncheva** per la prima volta nella sua carriera nel ruolo di Aida, **Francesco Meli** come Radamès, l'Amonasro di **Luca Salsi** e **Anita Rachvelishvili** nel ruolo di Amneris.

Il M° Riccardo Muti sarà protagonista dell'inaugurazione del Festival con un concerto straordinario per il 150° dell'*Aida* di Giuseppe Verdi





COME UN DOPOGUERRA. DALL'ARENA RIPARTE L'ITALIA

La Regione Veneto ha pubblicato un report che analizza gli effetti dell'emergenza sanitaria a livello socio-economico. Di rilievo, **la chiusura a -55,8% del settore turistico nei primi otto mesi dell'anno**: le presenze di turisti stranieri diminuiscono del 71%, mentre quelle italiane diminuiscono di circa un quarto (-23,8%). La principale provenienza estera rimane la Germania, mentre gli USA scendono dal 5° all'11° posto della graduatoria.

L'arrivo del vaccino e una nuova consapevolezza rispetto alla gestione della pandemia devono però indurre all'ottimismo e invitare tutti a pensare al futuro.

Con il concerto di inaugurazione dell'11 maggio 1946, ovviamente diretto da Toscanini, alla Scala di Milano l'Italia tornò ufficialmente a vivere dopo la guerra.

Riccardo Muti, allievo di Antonino Votto, a sua volta amatissimo allievo di Toscanini, rappresenta oggi la massima espressione dell'italianità nel mondo e a lui è affidato quello che molto probabilmente sarà il primo grande evento pubblico della fase discendente della pandemia.

Quando il vaccino sarà diventato strutturale e il Covid subirà il cambiamento di temperatura estivo, allora dall'Arena potrà simbolicamente ripartire l'Italia.



PROTEGGERE LA FONDAZIONE VERONA E I LAVORATORI

È da questa convinzione che parte la consapevolezza che in tanti, mossi dalla volontà di contribuire per il benessere pubblico, vorranno diventare sostenitori di Fondazione Arena. È necessario, dunque, associare alla consueta attività di sponsorship un'attività più puntuale e minuta legata al fundraising di quei donatori privati e aziende che hanno al centro dei propri interessi la **responsabilità sociale**.

Nasce così un progetto che punta ad una **chiamata alle armi collettiva** per difendere il valore identitario ed economico del Festival Areniano, minacciato dalla crisi del turismo internazionale derivante dal Covid-19.

La ripartenza dell'Arena sarà la ripartenza dell'Italia.

A close-up portrait of Plácido Domingo, an elderly man with a full white beard and hair, wearing a dark suit jacket, a light blue shirt, and a dark tie. He is looking slightly to the left of the camera with a serious expression. The background is a light blue gradient.A small graphic of the Italian flag, consisting of three horizontal stripes of green, white, and red, positioned in the top right corner of the page.

DIVENTA UNA DELLE 67 COLONNE DELL'ARENA

L'idea quindi è quella di generare una membership basata su un racconto suggestivo, che consiste nel ricreare un anello ideale intorno all'Arena di Verona fatto da quegli imprenditori che vorranno annualmente partecipare al sodalizio, a simboleggiare le 67 colonne degli arcovoli distrutti dal terremoto del 1117. Da un capo all'altro dell'ala dell'Arena per proteggerla grazie alla ricostruzione ideale del secondo anello: unione di altrettante coraggiose aziende. I valori al centro di questa membership sono: patrimonio culturale, CSR, riconoscibilità sociale, fiscalità territoriale, pubbliche relazioni.

Partner dell'iniziativa è il gruppo Athesis.



PERCHÉ ADERIRE

- A. L'Arena di Verona incarna lo spirito duplice del Bel Paese, da un lato conferisce a una città piccola, eleganza e unicità, dall'altro è un sogno che si apre al mondo senza provincialismi. Altrettanto fanno tanti industriali che portano ogni giorno i propri valori ovunque.
- B. L'Arena è anche **luogo di produzione di valore e ricchezza**, per le tante famiglie dei suoi lavoratori e per le migliaia di persone coinvolte nel suo indotto, dal palcoscenico al turismo. In questo senso la sua missione, oltre che culturale, è socialmente fondamentale in quanto vera e propria impresa.
- C. La Fondazione Arena inoltre è un teatro sano, **fortemente basato su risorse private e l'unico a versare allo Stato più di quanto riceve come contributo**.
- D. Il Covid però mette in crisi questo modello perché avvantaggia chi punta in prevalenza sui contributi pubblici e non sulla biglietteria. Tuttavia c'è un modo per riequilibrare questa stortura: aderendo a questo progetto, testimonieremo di credere nell'Arena e **chiameremo lo Stato a contribuire per 2/3 del valore che ciascuno di noi deciderà di versare** nel progetto.

Un **PATRONS CIRCLE esclusivo** intorno al simbolo identitario dell'Arena.

Gli imprenditori più illuminati del territorio insieme ai più importanti mecenati italiani e stranieri, tutti riuniti a fianco del linguaggio più universale del Made in Italy nel mondo: l'opera lirica.

Accessi ed eventi riservati, benefici fiscali e responsabilità sociale al centro di una delle membership più importanti della cultura nazionale.

Tre livelli di adesione per 66 aderenti: **BENEFACTOR - LEADERSHIP - ADVISOR** oltre a un'unica posizione di **FOUNDER**. Per tutti un credito d'imposta al 65% grazie ad Art Bonus.



**PER SOLI
67 DONATORI**



ATTIVITÀ E VANTAGGIO FISCALE

- A. Le 67 colonne cingono l'Arena per ricomporre l'abbraccio ideale del secondo anello, da una parte all'altra dell'ala superstite. L'investimento annuale (senza vincolo di rinnovo) per l'azienda o per il singolo è di 10.000€ all'anno per i patron BENEFACTOR, 30000€ per i LEADERSHIP patron, 60000€ per gli ADVISOR.
- B. La quota di donazione del PATRONS FOUNDER è riservata.
- C. La partecipazione alla membership consente di accedere a un club di relazioni e iniziative riservate alle 67 colonne
- D. Puoi essere tu la colonna e dedicare la colonna ai tuoi figli o ai tuoi nipoti per trasferire loro il senso di una fra le più importanti identità italiane da preservare oppure intitolarla a un caro scomparso o al fondatore dell'azienda.
- E. Nel limite del 5 per mille del fatturato dell'impresa o del 15 per cento dei redditi delle persone singole riceverai il 65% di credito d'imposta sul tuo versamento grazie ad Art Bonus.
- F. **Art Bonus è un vero modello di fiscalità vantaggiosa che riporta sul territorio risorse che altrimenti sarebbero destinate altrove.**
- G. Il progetto si divide in due macro-attività: il racconto editoriale di coloro che vorranno diventare una o più colonne e la raccolta dei singoli cittadini.
- H. **L'obiettivo del circle è garantire all'Arena 1 milione di euro all'anno.**
- I. Ogni storia e ogni motivazione saranno raccontate sui mezzi del Gruppo Athesis per scandire il conto alla rovescia verso il raggiungimento dell'obiettivo.



Solo il PATRONS CIRCLE avrà **accesso alle poltrone del palco d'onore**, ad esclusione della Primissima del Festival. Una segreteria organizzativa sarà sempre a disposizione dei Patrons per assisterli, consigliarli rispetto alla scelta delle recite, offrire aiuto per l'organizzazione di eventi o per l'accesso prioritario in teatro.



GLI EVENTI RISERVATI AI PATRONS



Il gala in Arena dedicato alle 67 colonne e due **eventi** all'anno **riservati** ai membri oltre alla **conferenza stampa** di presentazione



Walk of fame al Festival Operistico e **relazioni** con gli altri partecipanti alla membership

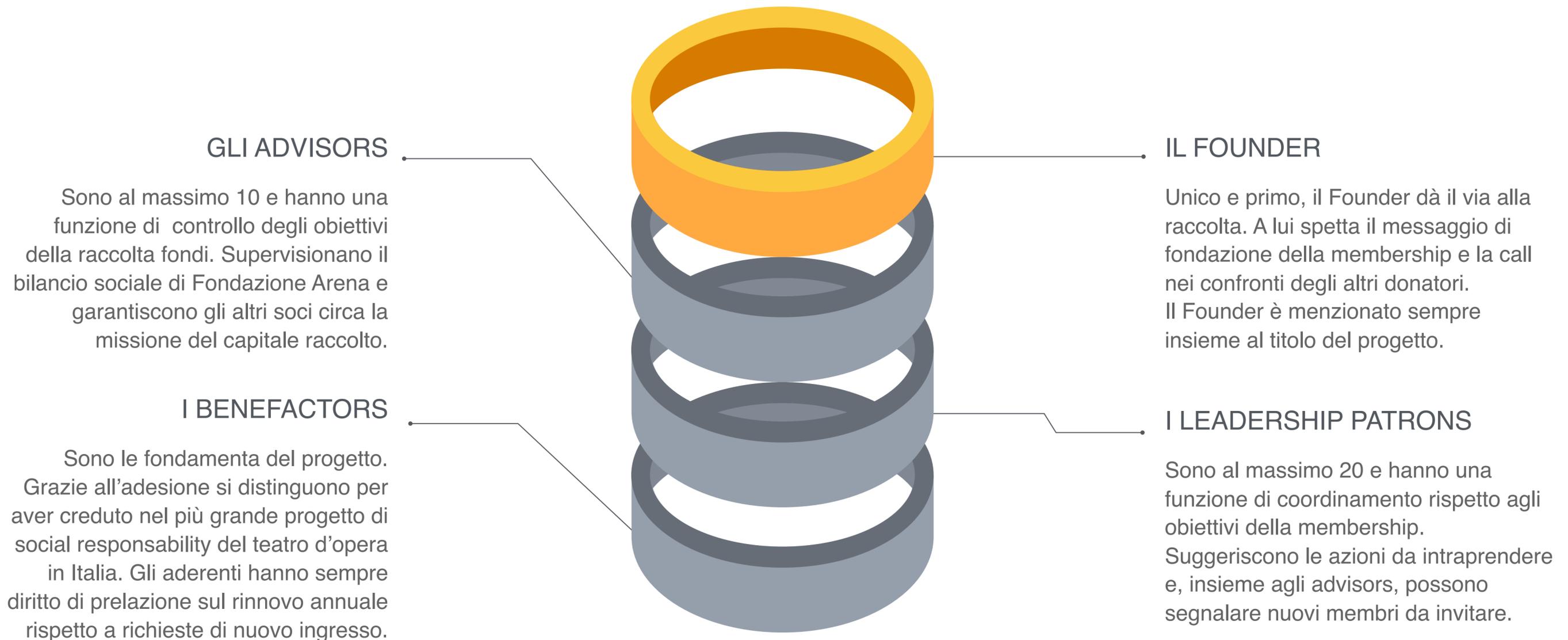


Menzione in tutti i materiali editoriali del teatro e nel corso di tutto lo **storytelling** a cura dei media Athesis



Accessi esclusivi e agevolazioni per gli eventi aziendali in Arena per l'azienda e i suoi collaboratori

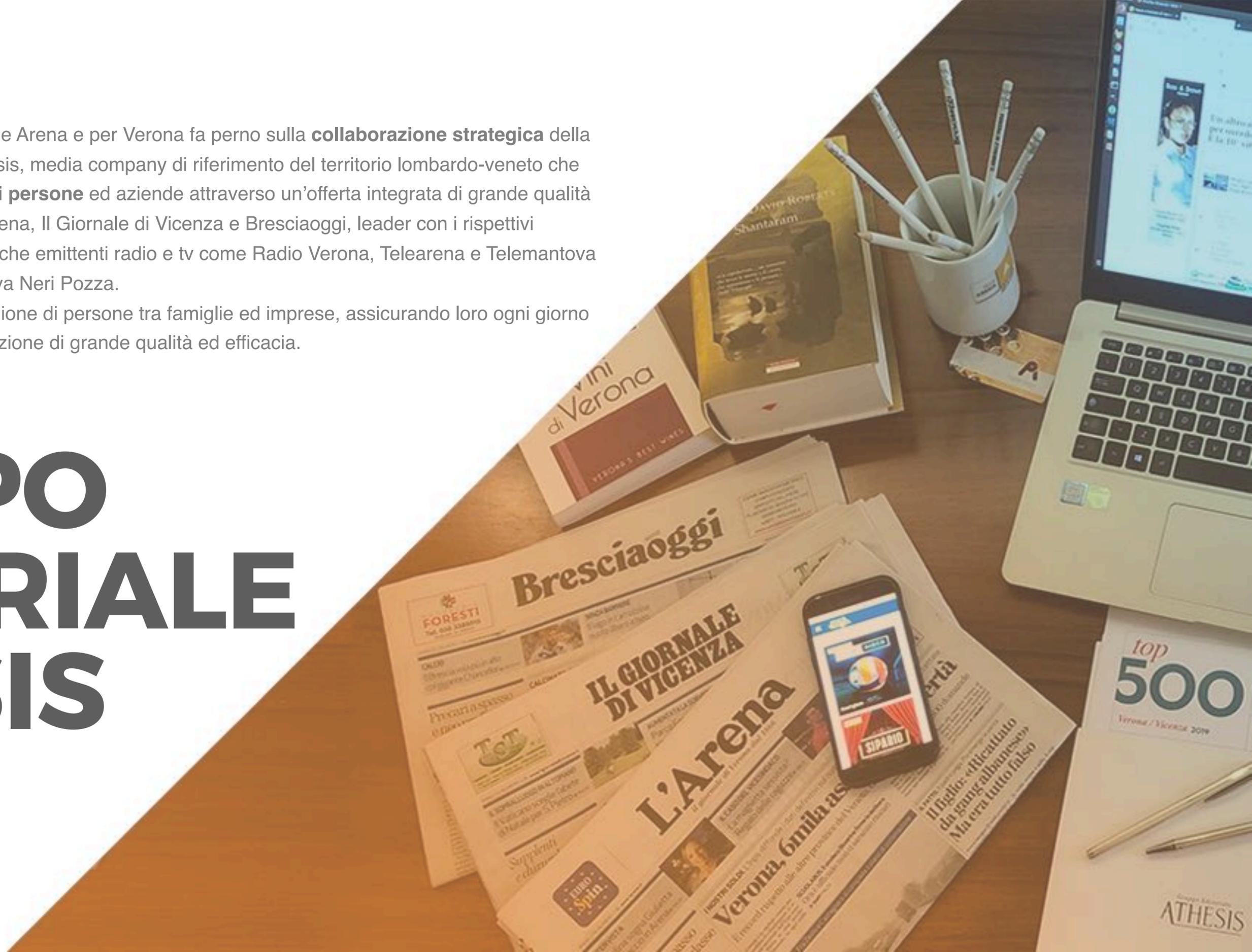
IL CLUB DEI 67 PATRONS



Questa grande iniziativa per la Fondazione Arena e per Verona fa perno sulla **collaborazione strategica** della Fondazione con il Gruppo Editoriale Athesis, media company di riferimento del territorio lombardo-veneto che **raggiunge ogni giorno oltre 6 milioni di persone** ed aziende attraverso un'offerta integrata di grande qualità che si poggia su grandi testate come L'Arena, Il Giornale di Vicenza e Bresciaoggi, leader con i rispettivi quotidiani, website e profili social, su storiche emittenti radio e tv come Radio Verona, Telearena e Telemantova e sulla prestigiosa casa editrice di narrativa Neri Pozza.

Solo a Verona, Athesis parla a quasi 1 milione di persone tra famiglie ed imprese, assicurando loro ogni giorno informazione, intrattenimento e comunicazione di grande qualità ed efficacia.

GRUPPO EDITORIALE ATHESIS



COME ADERIRE CON ART BONUS

2021

es: 10.000 € in Art Bonus
(credito d'imposta 2166€ per il primo anno)

LIMITE DEL 5% DEL FATTURATO PER LE AZIENDE
OPPURE DEL 15% DEL REDDITO IMPONIBILE
DELLE PERSONE FISICHE

2022

credito d'imposta 2166€

L'ADESIONE È SEMPLICISSIMA. BASTA INDICARE
NEL BONIFICO LA CAUSALE "ART BONUS -
PROGETTO 67 COLONNE ARENA DI VERONA"

2023

credito d'imposta 2166€

FONDAZIONE ARENA REGISTRERÀ LA
DONAZIONE E RESTITUIRÀ UN DOCUMENTO
FISCALE PER RICEVERE IL CREDITO D'IMPOSTA

LA FORMULA PER ABBRACCIARE L'ARENA ADOTTANDO UNA O PIÙ COLONNE È QUELLA DELL'ART BONUS, LA MISURA FISCALE CHE PERMETTE DI RICEVERE UN **CREDITO D'IMPOSTA PARI AL 65% DEL VALORE DELLA DONAZIONE**

IL PIANO DI COMUNICAZIONE

LANCIO

MARZO 2021

L'appello dell'Arena per raccogliere le forze migliori. Una compagnia per ricostruire idealmente il secondo anello. Con Riccardo Muti come Arturo Toscanini per un nuovo rilancio dopoguerra



Il valore sociale e l'appello

La storia delle 67 colonne

Il Founder

I primi soci

Appelli dei testimonial

RACCONTO

APRILE - SETTEMBRE 2021

Dopo l'adesione del Founder Patrons e dei primi soci di riferimento, la membership si concentra sul racconto delle storie di adesione, alternando gli appelli dei testimonial



Storie dei sostenitori

Crowdfunding e persone

Appelli dei testimonial

Countdown ultime adesioni

I 67 soci e il Festival

NUTRIMENTO

TUTTO L'ANNO

Per consolidare il progetto serve la continua comunicazione del valore sociale dell'Arena in termini di creazione di ricchezza e di lavoro. Una sorta di bilancio sociale permanente da condividere con la stampa e gli stakeholders in occasione dei meeting riservati ai soci. (Presentazioni di bilanci, interviste sui risultati della membership, destinazione dei fondi, ecc...)



Bilancio sociale annuale

Nuovi ingressi

Condivisione obiettivi

Eventi riservati ai soci

Premi e riconoscimenti

OUTPUT DEL PROGETTO E TESTIMONIAL



La campagna ha una doppia identità: territoriale e internazionale.

La prima persegue l'obiettivo della raccolta per il consolidamento del valore sociale dell'Arena e quindi avrà come principali canali i mezzi del gruppo Athesis che per primo ha creduto nell'iniziativa e la comunicazione istituzionale.

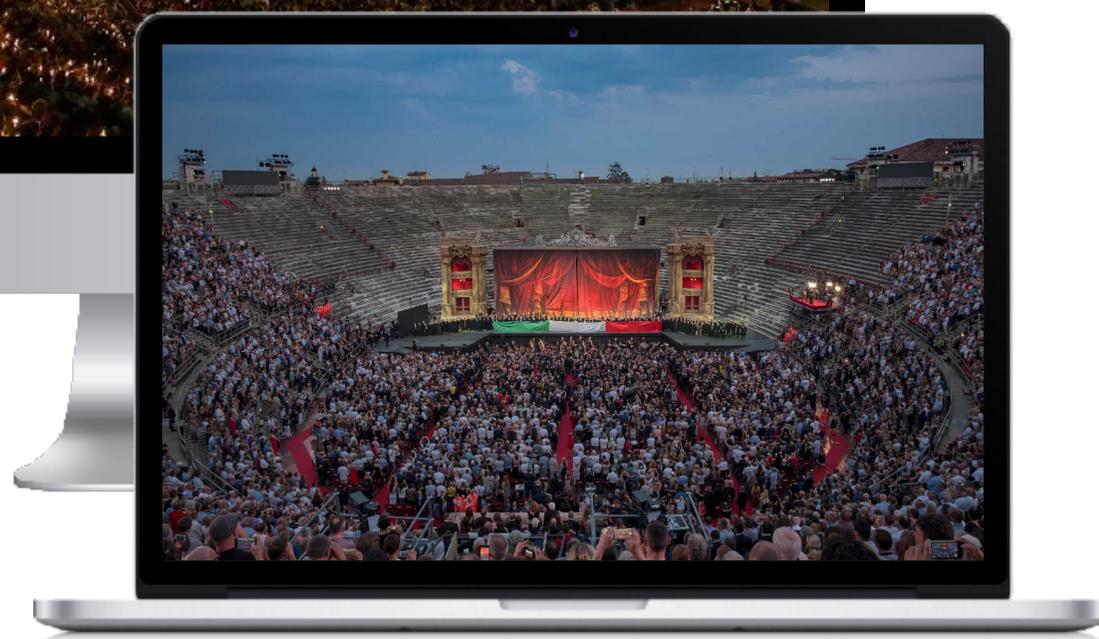
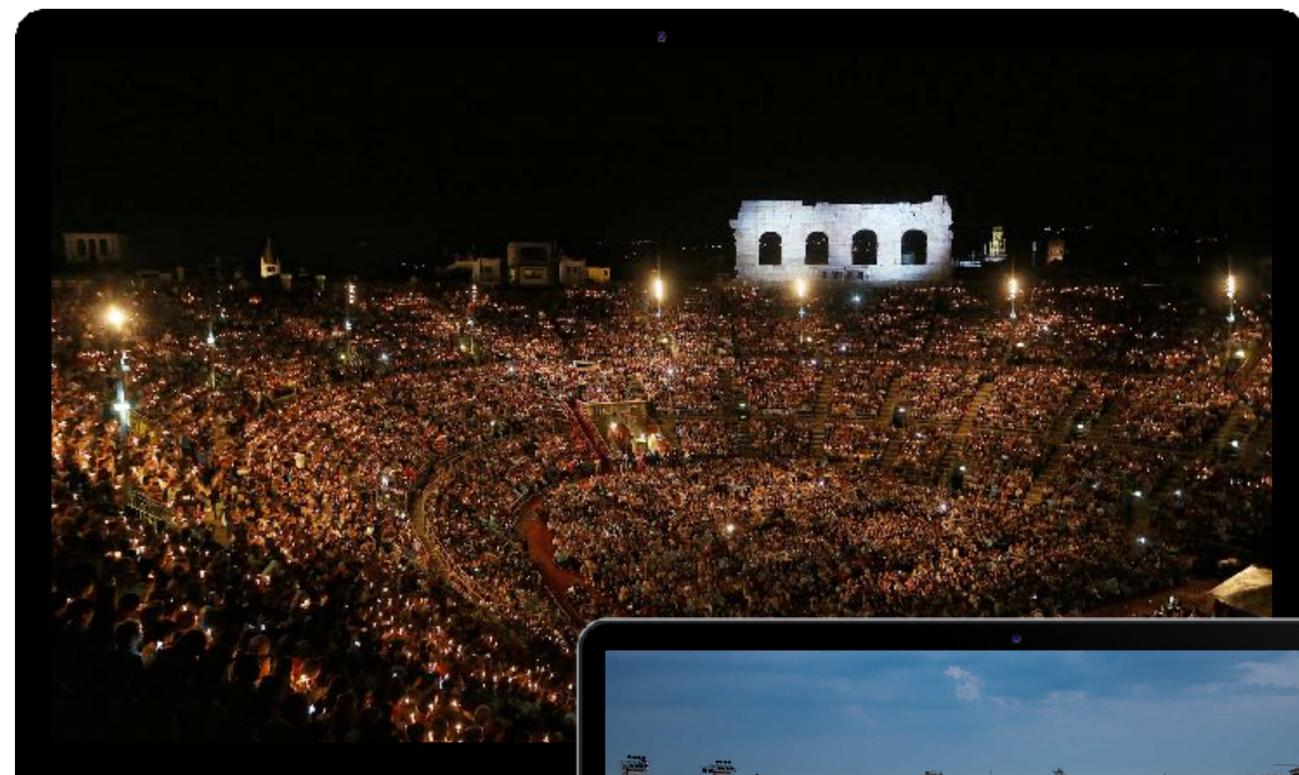
La seconda sfrutta la portata internazionale del brand Arena di Verona e si affida ai video e alle interviste dei testimonial (in prevalenza artisti e imprenditori) per attirare aziende worldwide interessate a investire in progetti di brand equity.

La comunicazione internazionale sarà prevalentemente social e in appoggio avrà RCS Mediagroup con un format video dedicato al valore economico dell'opera all'Arena di Verona. Una sorta di "Com'è fatto" con grande risalto per i temi "Quanto vale" e "Grazie a chi". Il format video sarà veicolato anche sulle properties di Fondazione Arena e su quelle dei mecenati del progetto.

Seguendo le linee tracciate da Art Bonus sarà compito di Arena di Verona acquistare pagine su testate nazionali per ringraziare i propri mecenati e citarne l'azione sui propri canali, anche tradizionali, in occasione del Festival.

RTL 102.5 è mediapartner di Fondazione Arena di Verona.

CLICK ON THE VIDEOS



FAI CLICK SUI VIDEO

ARENA OPERA FESTIVAL. IL LUOGO PIÙ ITALIANO SULLA TERRA



Visita il canale YouTube dell'Arena

Clicca [QUI](#)



Fondazione
ARENA DI VERONA