



stabilmente all'interno della propria attività strategica. Da qui, la scelta di definire una serie di azioni volte a strutturare e sviluppare la propria attività di *streaming*, investendo per dotarsi - entro il 2021 - di un'infrastruttura tecnologica per la produzione e di una piattaforma di trasmissione proprie, la Teatro San Carlo Digital Opera House.

Con l'idea di preparare, nel tempo, il lancio della piattaforma e abituare il pubblico anche a questa tipologia di fruizione, il Teatro di San Carlo ha, quindi, avviato a dicembre 2020 una programmazione *streaming* e VOD a pagamento di eventi inediti realizzati *in house*:

- *Cavalleria rusticana* (*streaming* dal 4 al 7 dicembre 2020)
- *Gala Mozart Belcanto* (*streaming* dal 10 al 13 dicembre 2020)
- *Concerto di Natale* (*streaming* dal 24 al 26 dicembre 2020)
- *Gala di Danza* (*streaming* dal 31 dicembre 2020 al 2 gennaio 2021)

In questa fase di sperimentazione, gli eventi sono stati trasmessi attraverso Facebook (*Cavalleria rusticana* e *Gala Mozart Belcanto*) - utilizzando l'innovativo strumento degli eventi online a pagamento - e la piattaforma MyMovies (*Concerto di Natale* e *Gala di Danza*) del gruppo editoriale GEDI.

Al termine della trasmissione in *streaming*, gli spettacoli sono stati messi a disposizione del pubblico *on demand* a prezzo maggiorato sul sito dello shop del Teatro con possibilità di noleggiare il contenuto per 24h o 72h.

- *Cavalleria rusticana* (*on demand* dal 17 al 23 dicembre 2020)
- *Gala Mozart Belcanto* (*on demand* dal 25 al 31 dicembre 2020)
- *Concerto di Natale* (*on demand* dal 27 dicembre 2020)
- *Gala di Danza* (*on demand* dal 3 gennaio 2021)

La strategia messa a punto è riepilogata nello schema a seguire.

 TEATRO DI SAN CARLO 1737			
 TEATRO DI SAN CARLO 1737		Strategia di distribuzione	
Streaming	Cavalleria Rusticana / Gala Mozart Belcanto	✓ Streaming e vendita tramite evento online a pagamento Facebook ✓ Un accesso di 1,09€ per utente ✓ Disponibilità del contenuto per 3 giorni dalla data del primo streaming	Concerto di Natale / Gala di Danza
	VOD	✓ Disponibilità di 1 settimana a titolo ✓ Noleggio 24h, 2,99€ / Noleggio 72h, 5,99€	✓ Streaming e vendita tramite sito MyMovies.it ✓ Un accesso di 1,09€ per utente con possibilità di regalo e di acquisto in combinata (Card2Natale Streaming a 2€) ✓ Disponibilità del contenuto per 3 giorni dalla data del primo streaming
		✓ Disponibilità illimitata per ogni titolo ✓ Noleggio 24h, 2,99€ / Noleggio 72h, 5,99€	

Come riassunto nelle due tabelle sottostanti, *Cavalleria rusticana* è stato l'evento di punta di questa programmazione, con un picco di quasi 35.000 biglietti venduti in circa 10 giorni. Per i suoi importanti risultati, l'evento è stato, inoltre, segnalato da Facebook quale "case history" di successo (il link all'articolo online è disponibile qui <https://www.facebook.com/facebookmedia/success-stories/teatro-san-carlo-paid-online-events>). In totale, i biglietti venduti dal Teatro di San Carlo per gli *streaming* di dicembre 2020 sono stati 48.774 in tutto il mondo (con punte in USA, Germania e Francia) e hanno generato ricavi totali per euro 37.510,71. La maggioranza di questo pubblico è composto da donne e il 23% degli acquirenti complessivi ha meno di 35 anni.

La sperimentazione sta continuando anche nel 2021 con la proposta, già entro il primo quadrimestre dell'anno, di una Stagione di ulteriori nove progetti distribuiti su entrambe le piattaforme usate nel 2020 e introducendo anche delle formule di abbonamento mensile. Inoltre, sono allo studio ulteriori accordi di distribuzione con piattaforme streaming di rilievo internazionale per ampliare ulteriormente la platea di utenti che potranno fruire via *streaming* degli spettacoli della Fondazione.

Fondazione Teatro di San Carlo

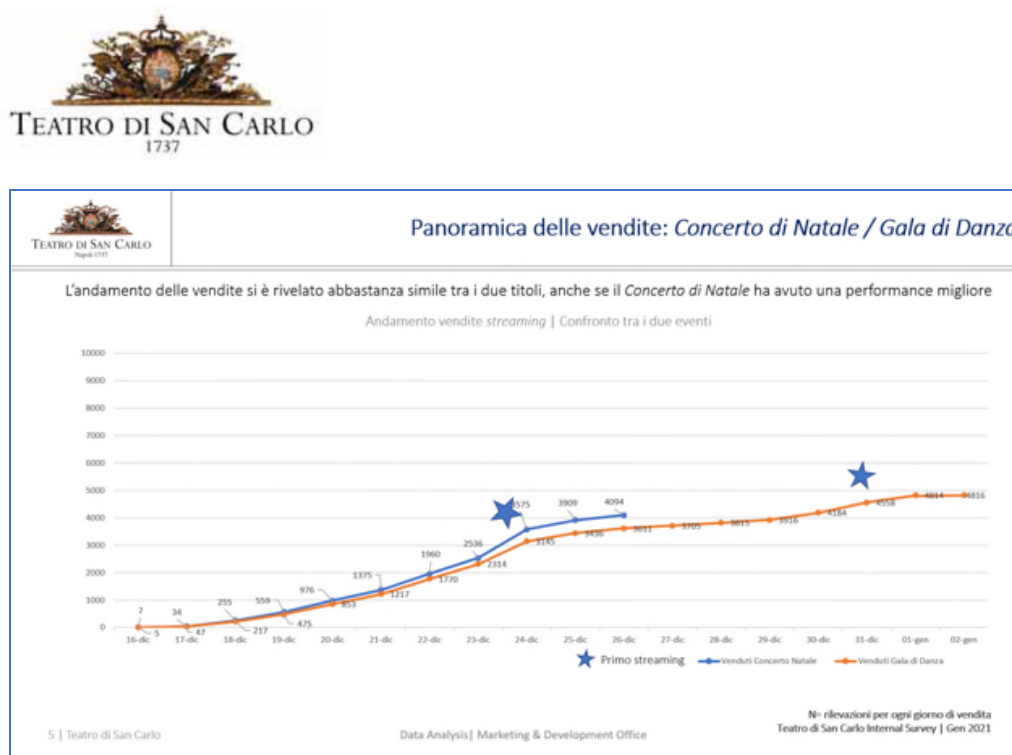
Relazione sulla gestione 2020

Pagina 28 di 78



Grazie alla partnership con Facebook, oltre a beneficiare di un importantissimo supporto di tipo tecnico, è stato, inoltre, possibile sviluppare delle sinergie virtuose per la promozione degli eventi in *streaming*, attraverso, ad es., anche l'erogazione di crediti pubblicitari, che hanno consentito di recuperare ulteriori risorse per il necessario *Advertising* degli spettacoli. Al momento una strategia simile è allo studio anche con Google per le Campagne Pubblicitarie attivate col sistema Ad Words.





I VOD hanno, inoltre, dato un'accelerata interessante all'attività del nostro shop online, definendo, di fatto, una nuova categoria merceologica con relativa linea di ricavo. I dettagli verranno definiti al punto 3.2) nella sezione dedicata al Merchandising.

2) Il sistema Community: social network e sito web in una piattaforma integrata

La pandemia da Covid-19 ha reso ancora più strategico il ruolo dei social media e dell'attività di web marketing per non interrompere il rapporto del Teatro di San Carlo con l'ambiente esterno nonostante le restrizioni imposte.

Il Teatro di San Carlo ha quindi ulteriormente incrementato gli investimenti per lo sviluppo delle proprie strategie di web marketing, progettando un servizio sempre più avanzato e rafforzando la propria presenza sui principali social network. Ciascuno di essi, in maniera complementare agli altri, assolve ad un'importante funzione di cross-communication e cross-selling, volta a promuovere tutte le iniziative del Teatro agli occhi di un pubblico sempre più vasto.

La Community ha raggiunto le quasi 40.000 persone, mentre l'Universo Social si è evoluto al punto da delineare per il prossimo anno questa previsione di crescita:

Fondazione Teatro di San Carlo

Relazione sulla gestione 2020

Pagina 30 di 78



- Pagina fan ufficiale su Facebook: ad oggi, 149.657 follower; risultati attesi 170.000 circa entro dicembre 2021.
- Account ufficiale su Twitter: ad oggi, 143.000 follower; risultati attesi 160.000 circa entro dicembre 2021.
- Account ufficiale su Instagram: ad oggi, 48.800 follower; risultati attesi 90.000 circa entro dicembre 2021.
- Canale YouTube: ad oggi, 5.000 iscritti; risultati attesi 9.000 circa entro dicembre 2021.

3) Le Visite Guidate ed il Merchandising

3.1) Visite Guidate

Dal mese di ottobre 2012 il Teatro di San Carlo ha organizzato, *in house*, il servizio di visite guidate, con un sistema interno dedicato, per favorire lo sviluppo di questa particolare forma di autofinanziamento che si propone al mercato turistico nazionale ed estero.

Oltre all'attivazione di convenzioni specifiche con agenzie turistiche e compagnie crocieristiche attive su Napoli e la sottoscrizione di accordi con agenzie di congressi, aziende e clientela business, il Teatro ha diffuso l'iniziativa anche presso il pubblico locale con un'intensa attività di promozione che ha dato corpo, in pochissimo tempo, a risultati importanti.

Naturalmente, la crisi Covid ha duramente colpito anche queste attività, troncando di netto la quota di entrate da essa derivanti. Per il 2020 è stato, infatti, necessario limitarci ad accogliere 23.670 visitatori che hanno generato ricavi per euro 155.587,00.

Per il 2021, oltre ad augurarsi una solida ripresa delle attività in presenza, è stato, tuttavia, già previsto il lancio di un ciclo di *virtual tour* in puntate da distribuire a pagamento *in primis* ai ragazzi delle Scuole, quindi ad ulteriori fasce di pubblico.

3.2) Shop ed E-Commerce

Come accennato nei punti precedenti, i mesi della pandemia da Covid sono stati un momento nel quale è stato possibile mettere in campo nuove azioni strategiche volte a sviluppare ulteriormente l'attività del Teatro sul web.

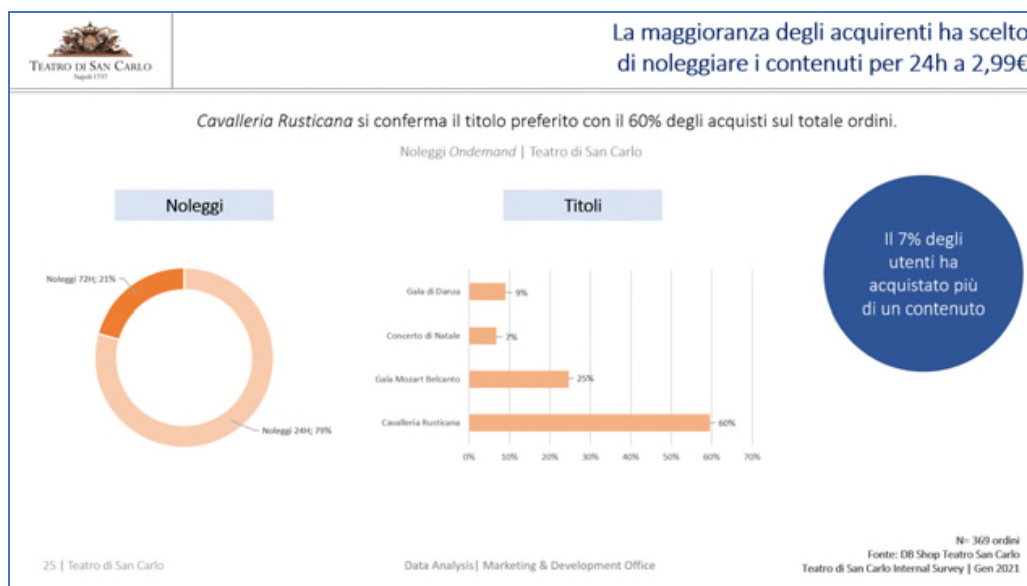
Fondazione Teatro di San Carlo

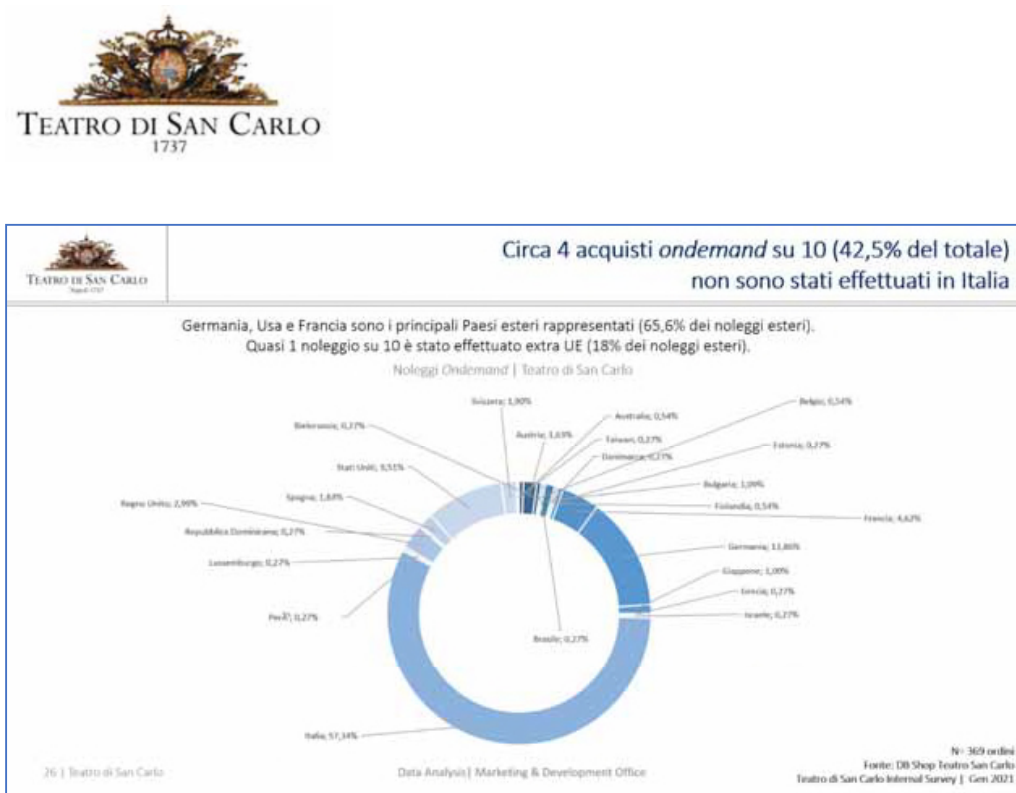
Relazione sulla gestione 2020

Pagina 31 di 78



In particolare, la piattaforma e-commerce del Teatro, oltre al tradizionale catalogo (composto da Edizioni, Abbigliamento e Accessori, Merchandising), ha consentito di veicolare tra gli utenti anche un prodotto completamente nuovo: i Video *on demand*, lanciati a dicembre 2020. Con quasi 370 ordini in poco più di un mese di vendite circa da tutto il mondo, questo prodotto ha registrato interessanti performance riassunte nelle tabelle sottostanti. Con tariffe da euro 2,99 (per noleggi da 24h) ed euro 4,99 (per noleggi da 72h) le vendite VOD hanno generato - per il 2020 - incassi lordi per euro 1.582,17. In totale, sul 2020 le vendite da shop hanno generato ricavi per euro 2.433,59.





4) Art Bonus / Sostenitori / Raccolta Fondi / Donazioni / Sponsorizzazioni / Fitto Spazi / Attività Convegnistica

4.1) Art Bonus euro 879.423,00 / Sponsorizzazioni euro 316.012,00 / Altri contributi euro 627.758,00

Per quanti hanno a cuore e intendono dare una mano alla cultura, sono sempre più utilizzate specifiche normative che, seppur migliorabili, consentono sia alle imprese che alle persone fisiche di continuare a sostenere la cultura e l'arte. Norme che avvalendosi dello sgravio fiscale e di procedure rese via via più snelle consentono al “nuovo mecenate” di destinare somme ed investimenti per il recupero, la valorizzazione del patrimonio culturale ed anche di dare vita a nuovi progetti culturali.

La sensibilità dei mecenati, capaci di fondere l'amore per l'arte con il concreto sostegno alle azioni di sviluppo, rappresenta un valore determinante, fortemente incisivo sulla vita della Fondazione vessata dagli effetti della crisi sanitaria per emergenza epidemiologica da



Covid-19 è un prezioso valore aggiunto rispetto allo svolgimento dell'attività caratteristica del Teatro di San Carlo.

Molti soggetti hanno sostenuto azioni d'intervento su progetti specifici della Fondazione, spesso rivolti alla sensibilizzazione del pubblico dei giovani attraverso il valore storico-artistico della Fondazione, implementando il potenziale di diffusione della cultura musicale. Tra questi, Generali Italia, attraverso il progetto Valore Cultura, ha reso accessibile, a un pubblico sempre più vasto di giovani, la promozione, lo sviluppo e la valorizzazione del nostro territorio aprendosi, con un approccio rivolto al sociale e, allo stesso tempo, formativo, alle fasce più deboli; uno sguardo rivolto al futuro verso un orizzonte d'intervento a favore delle giovani generazioni che il Teatro di San Carlo coltiva con cura grazie all'attivazione di progetti Educational. Anche altre aziende del territorio campano, tra cui Gesac spa, Italstage srl, Seda Group hanno sposato importanti progetti artistici e culturali in linea con gli obiettivi della Fondazione attraverso lo strumento Art Bonus.

La Legge di Stabilità 2016 del 28 dicembre 2015, n. 208 ha, infatti, stabilizzato e reso permanente l'Art Bonus, agevolazione fiscale al 65% per le erogazioni liberali a sostegno della cultura. La Legge 22 novembre 2017, n. 175 "Disposizioni in materia di spettacolo e deleghe al Governo per il riordino della materia" meglio conosciuta come Codice dello Spettacolo, in vigore dal 27 novembre 2017, all'art. 5, comma 1, allarga ad altri soggetti finanziati dal Fondo Unico per lo Spettacolo (FUS) la possibilità di ricevere il sostegno di privati attraverso erogazioni liberali che danno diritto al Mecenatismo di usufruire del credito di imposta Art Bonus.

Le Fondazioni Lirico-Sinfoniche sono individuate come un soggetto di primario interesse relativamente alle erogazioni liberali a sostegno della cultura. A seguito dell'approvazione della L. n. 208/2015 (Legge di Stabilità 2016), infatti, l'art. 1 del DL n. 83/2014 (convertito nella L. 106/2014) recita:

1. Per le erogazioni liberali in denaro effettuate nei periodi d'imposta successivi a quello in corso al 31 dicembre 2013, per interventi di manutenzione, protezione e restauro di beni culturali pubblici, per il sostegno degli istituti e dei luoghi della cultura di appartenenza pubblica, delle fondazioni lirico-sinfoniche e dei teatri di

Fondazione Teatro di San Carlo

Relazione sulla gestione 2020

Pagina 34 di 78



tradizione e per la realizzazione di nuove strutture, il restauro e il potenziamento di quelle esistenti di enti o istituzioni pubbliche che, senza scopo di lucro, svolgono esclusivamente attività nello spettacolo, non si applicano le disposizioni di cui agli articoli 15, comma 1, lettere h) e i), e 100, comma 2, lettere f) e g), del testo unico delle imposte sui redditi, approvato con decreto del Presidente della Repubblica 22 dicembre 1986, n. 917, e spetta un credito d'imposta, nella misura del 65 per cento delle erogazioni effettuate.

4.1.1) Altri progetti: I piccoli-grandi sostenitori

I Soci sono sostenitori del San Carlo che a titolo personale si sono sentiti di riaffermare un vincolo di appartenenza al Teatro attraverso la sottoscrizione di programmi di Membership.

Persone da sempre vicine al nostro Teatro hanno sottoscritto la Card, anche attraverso lo strumento dell'Art Bonus DL n. 83/2014 (convertito nella L. 106/2014), segno distintivo di chi ama e segue con amore l'attività del Massimo napoletano.

La passione per il Teatro ha avuto modo di accrescersi attraverso attività "privilegiate" come gli incontri con gli artisti, le visite nei laboratori della sartoria, della scenografia, della sala trucco, una partecipazione dietro le quinte di tutto quanto avviene in Teatro e un'accoglienza sempre attenta a cogliere nuove esigenze e necessità.

A tale universo, costituito da un'ampia e complessa realtà, appartiene un discreto numero di grandi e piccoli mecenati che, nel corso della sospensione delle attività dettate dall'emergenza sanitaria, sono ricorsi allo strumento dell'Art Bonus e alle libere donazioni *online* attraverso il servizio di pagamento digitale PayPal.

Per spettacoli annullati causa Covid-19 l'Agenzia delle Entrate, attraverso la Risoluzione N. 40/E del 15 luglio 2020, ha consentito ai possessori di *voucher* di convertirli in donazioni Art Bonus in favore degli enti già eleggibili alla misura fiscale. Una bella opportunità per tutti coloro che sono vicini alle istituzioni di spettacolo duramente colpite dalle conseguenze dello stop forzato, per emergenza epidemiologica, di tutte le attività programmate: i costi sostenuti per vedere spettacoli che sono stati cancellati a seguito del

Fondazione Teatro di San Carlo

Relazione sulla gestione 2020

Pagina 35 di 78



DPCM dell'8 marzo possono diventare donazioni Art Bonus se si è in possesso del *voucher*, di pari importo del biglietto, ottenuto con le modalità previste dal “Decreto Cura Italia” del 17 marzo 2020 e successive modificazioni nel “Decreto Rilancio” del 19 maggio 2020.

Nel complesso, i contributi per “Art Bonus”, con un discreto incremento rispetto allo scorso anno, ammontano ad **euro 879.423,00**.

4.2) Sostenitori

Nella famiglia dei Sostenitori del Teatro rientrano i soggetti che versano contributi annuali di importo non inferiore ad euro 15.000,00 destinati al fondo di gestione. Tali soggetti partecipano alla vita della Fondazione attraverso incontri, in questo periodo a distanza, da tenersi almeno una volta l'anno nei modi e nelle forme definiti dal Sovrintendente, anche in ragione della diversa entità delle contribuzioni.

Facendo appello al senso di responsabilità, considerato l'evolversi della situazione epidemiologica, il carattere particolarmente diffusivo dell'epidemia e l'incremento dei casi sul territorio nazionale, il San Carlo ha ritenuto opportuno continuare a tener fede alla *mission* dichiarata nello Statuto e mettere in campo azioni finalizzate alla tutela e alla diffusione della cultura musicale avvalendosi del contributo dei Soci Sostenitori che hanno consentito, con il loro sostegno, di supportare le attività di spettacolo nelle quattro fasi che hanno caratterizzato questo anno così cruciale per tutti i teatri internazionali, ossia: a) spettacoli in presenza e dal vivo nei primi mesi dell'anno antecedenti alla diffusione pandemica; b) spettacoli in presenza con piante spettacolo a capienza ridotta al fine di consentire, attraverso adeguamento delle misure di contrasto alla diffusione del virus, la sicurezza individuale dello spettatore; c) spettacoli all'aperto nel periodo dell'Estiva 2020, nei luoghi di maggior interesse storico-paesaggistico della città di Napoli e in decentramento regionale, con conseguente adozione delle misure di sicurezza e prevenzione; d) spettacoli *in streaming* e *on demand*.

Attraverso il contributo di Compagnia di San Paolo, negli anni il Teatro di San Carlo ha potuto valorizzare la propria identità culturale e creativa rendendo la cultura storica e territoriale più fruibile e attrattiva, rappresentando un'opportunità, soprattutto

Fondazione Teatro di San Carlo

Relazione sulla gestione 2020

Pagina 36 di 78



nell'ambito delle celebrazioni inaugurali del Teatro, di crescita e sviluppo economico-sociale per le masse artistiche del Teatro, per i lavoratori e, soprattutto, per il pubblico di melomani.

In tale contesto, complesso rispetto ai meccanismi di fruizione ma coerente relativamente all'attenzione verso l'attività caratteristica, la Fondazione ha potuto beneficiare della quota associativa dell'Istituto Intesa Sanpaolo, da anni al fianco della Fondazione Teatro di San Carlo con contributi su stagione destinati al fondo di gestione. Un impegno particolare, nella prospettiva dell'implementazione del fondo della Fondazione con conseguente importante apporto all'attività di spettacolo all'aperto e in modalità *streaming*, è stato registrato grazie all'intervento del Sostenitore Philippe Foriel-Destezet, che negli ultimi anni ha supportato la Fondazione con interventi su progetto tra cui il restauro conservativo del sipario del Teatro, raffigurante *Il Parnaso*, realizzato da Giuseppe Mancinelli, direttore della Scuola di Disegno dell'Istituto di Belle Arti, nel 1854.

4.3) Sponsorizzazioni

L'anno 2020 ha visto l'ingresso di nuovi *sponsor* che hanno rappresentato, in tale complessa congiuntura, linfa vitale per le attività della Fondazione. Molti gli incontri con piccoli, medi e grandi imprenditori per nuove *partnership* inaugurate nel 2020 su base triennale o intavolate per avere inizio nell'anno 2021. Lo sguardo delle imprese, interessate a sostenere la cultura e la storia del Lirico napoletano, è rivolto, con grande impegno, anche ad attività che riguardano i progetti formativi e/o eventi extra: Laboratori di Vigliena, appuntamenti Extra, grandi eventi all'aperto, Educational, etc.

L'impostazione adottata, e sedimentata in questi anni, viaggia in direzione di una maggiore consapevolezza del ruolo dello *sponsee* come soggetto e attrattore culturale, disponibile all'ascolto delle esigenze dello *sponsor* ma, allo stesso tempo, fortemente impegnato nella salvaguardia dell'identità, del *brand*, della *mission* e dell'unicità storica della Fondazione Teatro di San Carlo. Il modello strutturale e cardinale per incasellare tali attività di sponsorizzazione, prevede un'ulteriore suddivisione di questo strumento in 3 grandi fasce temporali d'intervento: piccoli e medi progetti, grandi progetti e progetti di lunga durata.

Fondazione Teatro di San Carlo

Relazione sulla gestione 2020

Pagina 37 di 78



I principali obiettivi prefissati per il 2020 sono stati:

- monitoraggio costante di partner e sponsor per evitare dispersioni e incongruenze con l'identità;
- stabilire una strategia Istituzionale al fine del consolidamento degli sponsor acquisiti;
- ricerca di nuovi interlocutori tra soci istituzionali, sostenitori, sponsor;
- ricerca di nuovi mecenati anche alla luce dei benefici previsti dal DL n. 83/2014 convertito nella L. 106/2014 Art Bonus;
- ascolto delle esigenze dei partner al fine di concordare, con formule dinamiche, le modalità di erogazione del contributo;
- sensibilizzazione del pubblico abituale e occasionale sull'importanza del sostegno alle attività culturali e di spettacolo;
- valorizzazione dello strumento dello *streaming* con sviluppo opportunità offerte dal *digital marketing*.

Euro 316.012,00 per sponsorizzazioni e contributi su produzioni.

Euro 627.758,00 altri contributi.

Euro 12.895,00 vendita libretti (la Fondazione ha optato, in occasione della programmazione di spettacoli in streaming, alla distribuzione di libretti di sala gratuiti in digitale).

4.3.1) Grandi progetti: “Concerto d’Imprese” - Percorsi di musica al Teatro di San Carlo

Grazie al progetto Concerto d’Imprese e alla sensibilità degli imprenditori che hanno finora aderito al piano di investimento triennale a sostegno dell’attività caratteristica del Teatro, il San Carlo ha scritto pagine intense nel segno di una continuità storica che ha reso e continua a rendere il Teatro d’Opera più antico d’Europa quel meraviglioso Palcoscenico del mondo impresso da sempre nella memoria collettiva. La crisi mondiale generata dal diffondersi della pandemia, il perdurare di un clima di incertezza che non ha consentito di dare pieno esito alla ripresa delle attività e al tanto sperato incontro

Fondazione Teatro di San Carlo

Relazione sulla gestione 2020

Pagina 38 di 78



con il nostro pubblico ha influito sulla progettualità del Teatro di San Carlo mettendo in crisi la mission basata sulla realizzazione di spettacoli dal vivo. Il Teatro di San Carlo, tra le maggiori imprese culturali nazionali, è una sempre più prolifica realtà produttiva riconosciuta come patrimonio artistico e umano a livello internazionale.

La musica e le multiformi espressioni dell'arte, attraverso strutture semantiche universali, rappresentano opportunità di dialogo e confronto tra culture; il necessario bisogno di condividere la bellezza, di riconoscersi in essa, di scoprire l'inscindibile appartenenza della materia umana alle forme dell'espressione liberale, induce ad una sempre più viva cooperazione tra soggetti che operano in ambito culturale ed economico, a una profonda riflessione sulle opportunità di interesse collettivo da sviluppare nei reciproci settori di competenza.

Rendendo comune la fruizione dei linguaggi musicali e teatrali, in tutte le possibili manifestazioni sceniche e di ascolto, il San Carlo, simbolo della cultura operistica italiana, si delinea come residenza attiva per le culture del mondo.

Da queste premesse nasce il progetto Concerto d'Imprese sostenuto da un gruppo di eccellenze imprenditoriali del territorio campano che ha unito le forze per implementare interventi di sostegno all'insediamento, la promozione e lo sviluppo dell'offerta artistica al Teatro di San Carlo: un'azione congiunta che si delinea come progetto di valorizzazione del patrimonio storico-musicale, della mobilità artistica, del confronto professionale, della circolazione transnazionale delle opere culturali e artistiche e dei professionisti. Contribuendo, ciascuno in base a diverse prospettive d'osservazione e alle proprie idee, alla costituzione di un fondo d'investimento ripartito su base triennale, gli imprenditori hanno consentito al Teatro di rafforzare il percorso artistico della Stagione di Concerti, dal 2019, con grandi interpreti della scena contemporanea. L'intervento degli imprenditori ha consentito di ospitare artisti internazionali come Valery Gergiev alla guida dell'Orchestra del Teatro Mariinskij di San Pietroburgo, Cecilia Bartoli e l'Ensemble barocco Les Musiciens du Prince di Monaco, nuovi talenti emergenti del panorama pianistico internazionale come Lorenzo Pone (borsista al Royal College of Music di Londra) e un'esecuzione dell'integrale delle nove *Sinfonie* di Beethoven affidate alla bacchetta di Juraj Valčuha alla direzione dell'Orchestra e Coro

Fondazione Teatro di San Carlo

Relazione sulla gestione 2020

Pagina 39 di 78



del Teatro di San Carlo e dell'Orchestra Sinfonica Nazionale della RAI di Torino, la Israel Philharmonic Orchestra diretta dal maestro Zubin Mehta.

Aedifica/Brin 69 srl, ALA Advanced Logistics for Aerospace, Caronte spa, Ferrarelle spa, SIAP srl, Philippe Foriel-Destezet, Getra Spa, TEMI spa per GLS, Isaia spa, Laminazione Sottile spa, Palazzo Caracciolo spa, Ranieri Impiantistica srl, Seda spa: l'impegno dei Gruppi Prezioso e Di Luggo, di Fulvio Scannapieco e Vittorio Genna, di Lorenzo Matacena, di Carlo e Michele Pontecorvo, Simone Finamore, Philippe Foriel-Destezet, Marco Zigon, Francesco Tavassi, Gianluca Isaia, Massimo, Pietro e Luca Moschini, Costanzo Jannotti Pecci, Pasquale Ranieri, Gianfranco e Antonio D'Amato, sensibilità illuminate vicine al Teatro di San Carlo, è una dimostrazione del valore che la cultura, oggi come ieri, rappresenta nella nostra società. Sostenere il San Carlo, "dare luogo" alla musica significa tutelare quel bisogno dell'uomo di raccontarsi attraverso i suoni, nato - riprendendo le parole di Roland Barthes - "prima che fosse inventata la scrittura, anzi, molto prima che fosse praticata la pittura rupestre". Sostenere le attività di spettacolo dal vivo significa impegnarsi a scrivere pagine della nostra cultura contemporanea investendo, soprattutto, e grazie ad un'offerta di grande richiamo, nell'avvicinamento delle giovani generazioni alla scena.

Ogni singola azienda ha sottoscritto un impegno triennale di **euro 45.000/anno**.

4.3.2) Sponsor

Sono destinati alla gestione della Fondazione le erogazioni ottenute a titolo di sponsorizzazione per specifiche manifestazioni o per singole attività. Nell'anno 2020 la famiglia degli sponsor del Teatro di San Carlo si è ampliata con l'ingresso dell'antico Pastificio di Gragnano Giuseppe Di Martino, operante dal 1912 attraverso tre generazioni di pastai della famiglia Di Martino, *brand* presente in oltre 35 paesi. La sponsorizzazione nasce nel segno di una necessaria valorizzazione dei profili culturali dei partner e dalla volontà dello *sponsor* di favorire la Fondazione Teatro di San Carlo di Napoli nel perseguimento dello scopo rivolto alla diffusione dell'arte musicale e dell'educazione musicale della collettività, così come stabilito dalla legge e dallo Statuto. La Sponsorizzazione triennale, oltre a produrre significativi risultati in termini di sostegno

Fondazione Teatro di San Carlo

Relazione sulla gestione 2020

Pagina 40 di 78



alle attività di gestione, è una Partnership strategica di lungo termine in linea ideale con la ricerca assidua e continua dell'eccellenza e del bello.

4.3.3) Le sponsorizzazioni tecniche e media partnership

Altrettanto fondamentali sono state le sponsorizzazioni tecniche e precisamente la fornitura di beni o prestazioni di servizi.

Tra le più significative per l'anno, la realizzazione delle divise ufficiali del personale di sala, forniture vini per serate di gala per l'Estiva 2020, addobbi floreali, noleggio pianoforti per gli spettacoli in programmazione, oggetti di scena, calzature di scena e tecniche, disponibilità di vari alberghi ad ospitare alcuni artisti della Stagione.

Un importante contributo alla diffusione del *brand* San Carlo e all'implementazione delle attività di comunicazione è rappresentato dallo strumento delle *media partnership* con le principali testate giornalistiche e realtà del panorama internazionale della comunicazione. Nel concludere, si evidenzia l'assoluta necessità di mantenere ed implementare i risultati raggiunti negli ultimi anni, attraverso una strategia Istituzionale, e rafforzando sempre più un modello teatrale che ha grandi potenzialità.

4.4) Raccolta fondi - Concessione in uso temporaneo degli Spazi euro 75.250,00

La concessione degli spazi per attività convegnistica ha avuto, negli ultimi anni, un notevole incremento. Il completo restauro e ammodernamento del Teatro, assieme alla realizzazione di ulteriori nuovi spazi, ha creato i presupposti per incrementare tali attività, che rappresentano una ulteriore fonte di entrate da parte dei privati. Purtroppo l'impossibilità di organizzare eventi in presenza all'interno del Teatro nel 2020, per esigenze di carattere sanitario dettate dalla pandemia, ha comportato una flessione dei ricavi da concessione in uso temporaneo degli spazi rispetto allo scorso anno.

5) Obiettivi in rete - Mercato nazionale/internazionale di riferimento

Dal 2015 il Teatro di San Carlo è su GOOGLE CULTURAL INSTITUTE.

Il Teatro di San Carlo ha aderito al progetto Google Cultural Institute, piattaforma internazionale che vede attualmente già operative oltre 60 istituzioni culturali di tutto il

Fondazione Teatro di San Carlo

Relazione sulla gestione 2020

Pagina 41 di 78



mondo. Tra i palcoscenici internazionali: *Carnegie Hall*, *Filarmonica di Berlino*, *Opéra Garnier di Parigi* e, in Italia, *il Teatro dell'Opera di Roma*, *la Pergola di Firenze*.

La piattaforma permette di effettuare un tour virtuale all'interno del Lirico partenopeo con mappatura e panoramiche di *street view*, impiegate - in epoca di *lockdown* dettati dalla diffusione pandemica - per *tour* virtuali condivisi anche con il portale ecosistema digitale della Regione Campania, e un progetto di mostra virtuale che raccoglie più di 100 immagini conservate presso il MeMUS, Museo e Archivio Storico del Teatro di San Carlo.

In tale ottica, la Fondazione ha portato a termine un progetto di valorizzazione storico-artistica del Teatro, realizzando un prodotto di alto valore editoriale con la casa editrice Scripta Manent. Ogni volume è un unicum affidato alle migliori competenze intellettuali e artistiche ed è realizzato secondo criteri di grande maestria artigianale, come tributo alle eccellenze nei campi dell'espressività e dell'ingegno umani, italiani e internazionali.

Forte è stato ancora, nonostante la congiuntura storica emergenziale, l'attenzione verso il mercato internazionale del turismo culturale, prevedendo la promozione di tutte le attività, in particolare della Stagione Estiva 2020 e in decentramento, nelle filiere e sistemi turistici in Italia e in Europa.

6) Il San Carlo per la città / Il San Carlo per il Sociale

Tante le iniziative volte ad aprire il Teatro al territorio, tramite un ciclo di opere e concerti rivolti, a prezzo ridotto, alle famiglie e ai giovani in modalità a distanza, anche nel corso del *lockdown* che ha visto la sospensione delle attività.

Anche nel 2020, limitatamente al periodo consentito dalla diffusione della pandemia, il Teatro di San Carlo ha rinnovato il suo impegno per il Sociale, attraverso il Progetto il San Carlo per il Sociale a favore di fasce deboli a Napoli, in Italia e nel mondo. Nel corso degli anni, infatti, alcune prove generali aperte al pubblico vengono dedicate, di volta in volta, ad Enti o Associazioni benefiche locali, nazionali ed internazionali, attraverso la devoluzione di una parte dell'incasso a sostegno delle loro attività.

Fondazione Teatro di San Carlo

Relazione sulla gestione 2020

Pagina 42 di 78