

RISULTATI DEL 100° ARENA DI VERONA OPERA FESTIVAL 2023

Miglior incasso in assoluto nella storia del Festival per un totale di 33.048.000 euro

Oltre 400.000 spettatori complessivi: 60.000 presenze in più rispetto allo scorso anno

Il pubblico dell’Arena di Verona Opera Festival 2023 ha premiato la centesima edizione – in programma dal 16 giugno al 9 settembre con 49 recite, 8 produzioni d’opera e 5 eventi speciali – facendo registrare **il miglior incasso di sempre** per un totale di 33.048.000 euro e **un aumento di presenze** pari a 59.584 spettatori rispetto al 2022, raggiungendo quota 402.722. Si conferma l’internazionalità della maggior parte del pubblico e quest’anno sono 125 i Paesi di provenienza diversi dall’Italia.

Anche le trasmissioni televisive delle opere di questa edizione – proposte su Rai1, Rai3 e Rai5 – hanno coinvolto un ampio numero di telespettatori, come nel caso dell’*Aida* inaugurale del 16 giugno trasmessa da Rai Cultura su Rai1, che è stata seguita in diretta da quasi 1.800.000 spettatori con oltre il 13% di share in media. A ulteriore conferma dell’interesse suscitato da questa nuova produzione, la parola “Aida” secondo Google Trend è stata cercata in Italia su Google il 430% di volte in più nella prima settimana del Festival rispetto alla media del numero di ricerche per lo stesso termine negli ultimi 5 anni. Il risultato di biglietteria di questa nuova produzione è stato straordinario: sold-out per tutti i 20.000 posti a disposizione nelle due recite del 16 e 17 giugno. Quest’ultima data ha registrato inoltre un incasso da medaglia d’argento nella storia del Festival, secondo solo al Gala di Plácido Domingo del 2009.

Dato migliore ad oggi anche per quanto riguarda i media nazionali e internazionali: le testate ed emittenti accreditate sono state infatti 285, per un totale di 1434 presenze. E sono stati più di 6.000 gli articoli e i servizi dedicati al Festival n. 100 (solo fra quelli riscontrati) tra web, carta stampata, radio e tv. Per quanto riguarda l’estero, significativa è stata la copertura mediatica sulle principali testate in Francia e nei Paesi di area germanica.

Mai così tanti gli eventi speciali proposti, che hanno ottenuto un grande apprezzamento grazie in particolare alla qualità artistica che ha visto anche i debutti di Juan Diego Flórez impegnato in un Gala, e di Orchestra e Coro del Teatro alla Scala diretti dal maestro Riccardo Chailly.

L’edizione 2023 ha poi ottenuto risultati mai visti prima per l’Arena sui social: a fine Festival, i canali Facebook e Instagram hanno raggiunto quasi 47 milioni di contatti, con 16 mila ore di visualizzazioni dei video: la sola pagina Instagram ha raggiunto più di 12 milioni di account, crescendo del 166% rispetto al 2022.

Nel corso del 100° Opera Festival, l’Arena ha inoltre sperimentato con successo l’innovativo progetto di accessibilità e inclusione “Arena per tutti”, sviluppato in collaborazione con l’Accessibility Partner Müller, che ha permesso ad oltre 700 persone con disabilità di fruire degli spettacoli.

Major partner



Automotive partner



Official sponsor



Mobility partner



Accessibility partner



Media partner



Il 100° Festival all'Arena di Verona si è svolto con il doppio **patrocinio della Regione del Veneto e del Ministero della Cultura, il quale ha anche stanziato un contributo straordinario di 1 milione di euro** per la storica ricorrenza delle cento stagioni d'opera in Arena.

*«Esprimo la soddisfazione del Ministero della Cultura per i risultati del centesimo festival dell'Arena di Verona – ha dichiarato il **Sottosegretario per la Cultura Gianmarco Mazzi** - Fondazione Arena rappresenta un modello virtuoso di respiro internazionale sia sotto il profilo artistico che gestionale. Il mio grazie va a tutti i lavoratori, al Presidente Damiano Tommasi e alla Sovrintendente Cecilia Gasdia, unica donna alla guida di una fondazione lirica che ha dedicato con successo tutta la sua vita artistica e professionale all'arte dell'opera».*

*«Vorrei ricordare che l'anno è iniziato col sequestro dell'Arena per la caduta della stella, cosa che non era immaginabile e nemmeno preventivabile – ha spiegato **Damiano Tommasi, Sindaco di Verona e Presidente di Fondazione Arena** – Ma abbiamo avuto la conferma di avere un pubblico affezionato e di riuscire ad attrarre i migliori e le migliori interpreti del Bel Canto: è su questo che dobbiamo costruire quello che sarà il futuro dell'opera in Arena. Riguardo all'obiettivo di generare sempre nuovi spettatori, la nuova produzione di Aida è stata sicuramente un buon termometro: all'inizio ha disorientato parecchi appassionati, ma alla fine osare ha premiato. Della stagione che ci siamo appena lasciati alle spalle, ci ha dato soddisfazione anche la serata di danza Zorba il Greco al Teatro Romano, che apre una nuova finestra sull'attività di Fondazione Arena rispetto al passato recente, stimolandoci a mettere in calendario anche nel 2024 qualche serata dedicata alla danza: e anche in questo caso credo che sia stato il gioco di squadra, fuori dallo spogliatoio, a premiare. L'interesse della città e l'interesse di questo anfiteatro devono andare oltre i personalismi, senza incidere sulla qualità della proposta. Da presidente della Fondazione Arena e da sindaco dico che se questi sono i risultati, nonostante le criticità, l'auspicio per il futuro sarà di navigare a vele spiegate. E sono convinto che accadrà perché questi dati, questi numeri, questi riscontri non possono che far bene alla nostra città».*

*«Al termine di questa stagione veramente unica, voglio rivolgere il primo ringraziamento a tutti i lavoratori di Fondazione Arena: fra tutti i numeri dietro l'enorme impegno produttivo richiesto per il 100° Festival, più caro di tutti è quel 1421 che rappresenta i nomi di chi l'ha reso possibile – ha dichiarato **Cecilia Gasdia, Sovrintendente di Fondazione Arena** – Ringrazio coloro che hanno rinnovato la fiducia nel Festival: il pubblico, i nostri sponsor, le 67 colonne, i media, i membri dei Consigli di Indirizzo avvicendatisi per questa edizione, il Presidente Damiano Tommasi, il Ministro della Cultura Gennaro Sangiuliano che ha stanziato per il 100° Festival un'erogazione straordinaria. Quest'edizione, che abbiamo preparato lungamente, con responsabilità, cura, passione e dedizione, ci ha trovato pronti all'impegno richiesto grazie alla collaborazione di tutti: posso dire con soddisfazione che è stata una festa, non solo per l'Arena e per Verona, ma di tutti».*

*«Il 2023 è stata per noi la stagione dei record: sotto il profilo artistico, produttivo, di spettatori e di incassi – ha concluso **Stefano Trespidi, Vice Direttore Artistico di Fondazione Arena** – La soddisfazione è grande, pari all'enorme sforzo compiuto. Abbiamo pensato questo 100° Festival per i lavoratori e per la città di Verona. E ora possiamo dire di essere riusciti in questa impresa, di cui condividiamo i risultati, grazie ai lavoratori e alla città tutta».*

L'eccezionalità di questa edizione si rispecchia anche nel parterre degli sponsor privati, che Fondazione Arena tiene a ringraziare calorosamente. Ai partner storici si è aggiunto per il 100° Festival un folto numero di nuovi

Major partner



Automotive partner



Official sponsor



Mobility partner



Accessibility partner



Media partner





Fondazione
ARENA DI VERONA®

marchi. Tra gli sponsor di lungo corso Fondazione Arena di Verona desidera ringraziare in primis **UniCredit**, che vanta una longevità di collaborazione di oltre 25 anni, **Calzedonia**, **Pastificio Rana**, **Volkswagen Group Italia**, **DB Bahn**, **RTL 102.5**. Alla compagine degli official sponsor si sono aggiunti quest'anno **Forno Bonomi**, **Metinvest/Saving Lives**, **Genny**, che firma le nuove divise del personale adibito all'accoglienza del pubblico e **Müller**, che sostiene i progetti di accessibilità dedicati alle persone con disabilità. Tra gli official partner, a marchi storici quali **Veronafiere**, **Air Dolomiti**, **A4 Holding**, **Casa Sartori**, **SABA Italia**, **SDG Group** e al Cultural Partner **Palazzo Maffei**, si sono aggiunti **Acqua Dolomia**, **Sanagol** e **Mantova Village**. Un ringraziamento doveroso va naturalmente anche a imprese, privati, ordini professionali che compongono la schiera della Membership **67 Colonne per l'Arena di Verona**, fondata da Gianluca Rana dell'omonimo pastificio e da Sandro Veronesi, patron del Gruppo Calzedonia, e giunta quest'anno alla sua terza edizione.

Major
partner



Automotive
partner



Official
sponsor



Mobility
partner



Accessibility
partner



Media
partner





Fondazione
ARENA DI VERONA*

IL CARTELLONE

Il programma del 100° Arena di Verona Opera Festival 2023 è stato **il più ricco nella storia del Festival** dalla prima stagione del 1913 ad oggi e ha offerto **un'antologia dei titoli e degli allestimenti più amati negli ultimi quarant'anni di storia areniana**. Dal 16 giugno al 9 settembre sono state 49 le serate di spettacolo, con **8 produzioni d'opera** e 5 serate-evento.

Tra i titoli d'opera, si segnalano **due produzioni completamente nuove nella stessa stagione** – non accadeva dal 2011: 13 recite ha avuto l'**Aida** inaugurale, interamente pensata dal poliedrico Stefano Poda, al suo debutto in Arena, per unire simbologia egizia e grande spettacolo popolare con un'impronta visiva potentemente personale, coreografica, teatrale, dettata da linee, materiali e colori netti, inediti giochi di luce e richiami a moda e installazioni d'arte contemporanea. Le 4 serate di **Rigoletto** secondo Antonio Albanese – attore e regista cinematografico, anch'egli esordiente in Anfiteatro – hanno visto in scena i quattro migliori baritoni di oggi offrendo ad ogni replica un nuovo imperdibile protagonista.

Dovendo guardare al proprio passato recente, l'Arena di Verona non poteva dimenticare i suoi registi-scenografi più importanti: di Franco Zeffirelli, nell'anno del suo centenario, sono stati proposti il primo e l'ultimo spettacolo firmato per l'Arena, cioè **Carmen** con 5 recite e **La Traviata** con 6, e per 4 serate la **Madama Butterfly** pensata nel 2004 per festeggiarne i cent'anni dal debutto nel 1904 cui prese parte Giovanni Zenatello, poi fondatore del Festival areniano. Dell'argentino Hugo De Ana sono state presentate le eleganti produzioni de **Il Barbiere di Siviglia** e **Tosca** per 4 recite ciascuna. Infine è stato omaggiato Gianfranco de Bosio, stimato regista docente ed ex sovrintendente, con 4 rappresentazioni del suo classico **Nabucco**.

Mai così tante in una sola stagione, le **5 serate-evento** in unica data hanno ampliato l'offerta artistica accontentando curiosi e appassionati: l'attesissimo esordiente **Juan Diego Flórez** ha portato in Arena Rossini, il belcanto, l'opera francese, così come **Plácido Domingo** e altre sette stelle della lirica hanno offerto uno sguardo su due secoli di opera e musical in quattro lingue diverse. **Jonas Kaufmann** è tornato protagonista sul palcoscenico areniano con un'ampia antologia di opera, operetta e inedita musica da film chiudendo con sei bis, quindi l'Orchestra e il Coro del Teatro alla **Scala** diretti dal maestro Chailly hanno inaugurato la loro tournée europea in quest'unica tappa italiana con un eccezionale concerto tutto-Verdi.

All'ormai tradizionale e atteso ritorno di **Roberto Bolle and Friends**, Fondazione Arena ha aggiunto un appuntamento straordinario al Teatro Romano con il proprio Ballo e cinque étoile internazionali in **Zorba il greco**, rinato a Verona grazie al suo creatore Lorca Massine.

GLI ARTISTI

5 registi, 9 direttori d'orchestra, 95 solisti, 17 primi ballerini sono stati protagonisti del 100° Festival: fra questi ben 39 debuttavano in Arena, tra cantanti affermati e giovani di talento. I migliori artisti del panorama internazionale si sono avvicendati per una o più sere del Festival 2023, consolidando l'interesse che l'Arena suscita nel mondo, tanto per il pubblico che per la critica. Ai migliori **soprani** di oggi, come Anna Netrebko (che ha inaugurato il Festival come *Aida* e l'ha concluso con *La Traviata*), Aleksandra Kurzak, Lisette Oropesa, Anna Pirozzi, Jessica Pratt, Maria José Siri, Sonya Yoncheva, si sono unite per il proprio debutto areniano Rosa Feola, Asmik Grigorian, Nadine Sierra, Elena Stikhina. Fra gli altri **esordienti** illustri vale la pena citare Piotr Beczała, Christian Van Horn, Juan Diego Flórez, gli stessi complessi scaligeri col

Major partner



Automotive partner



Official sponsor



Mobility partner



Accessibility partner



Media partner



maestro Riccardo Chailly. La parata di stelle nell'alternanza dei cast ha offerto ad ogni rappresentazione l'unicità di una vera e propria *prima*: i **mezzosoprani** Olesya Petrova, Clémentine Margaine, Vasilisa Berzhanskaya, Elena Zilio, i **tenori** Yusif Eyvazov, Vittorio Grigolo, Roberto Alagna, Francesco Meli, Luciano Ganci, Gregory Kunde, Freddie De Tommaso, Angelo Villari, Yonghoon Lee, Antonino Siragusa, i **baritoni** Amartuvshin Enkhbat, Ludovic Tézier, Luca Salsi, Erwin Schrott, Simone Piazzola, Luca Micheletti, Nicola Alaimo, Roman Burdenko, Alessandro Corbelli, i **bassi** Michele Pertusi, Alexander Vinogradov, Rafał Siwek, Simon Lim, Gianluca Buratto, Carlo Lepore, naturalmente i **direttori** Marco Armiliato, Daniel Oren, Alvis Casellati, Andrea Battistoni, Alessandro Bonato, Christopher Franklin, Jochen Rieder, Francesco Ivan Ciampa.

I RISULTATI DI BIGLIETTERIA

Le 49 serate del 100° Opera Festival hanno registrato la presenza di 402.722 spettatori in totale e generato un **incasso totale di 33.048.000 euro, il valore più alto nella storia del Festival insieme al valore dell'incasso medio per recita**, che si attesta a 674.490 euro a serata. Seguendo l'andamento storico degli ultimi anni e considerata la ripresa dello spettacolo dal vivo dopo il biennio pandemico, si riscontra un ritrovato interesse per l'opera come forma d'arte totale: il 2023 rappresenta anche il **miglior risultato di presenze medie alle recite d'opera con 8.400 spettatori a serata**. Tra i titoli più apprezzati, si segnalano per incasso medio più alto a posizioni ravvicinate *La Traviata*, *Carmen* e la nuova produzione di *Aida*, tutte attestate con valori tra i 738 e i 761 mila euro a serata. La seconda "prima" di *Aida*, il 17 giugno, rappresenta anche il secondo maggior incasso di sempre nella storia del Festival, seconda solo al Gala Domingo 2009, con oltre 955 mila euro.

La provenienza degli oltre 400 mila spettatori del 100° Festival conferma la **forte vocazione internazionale dell'Arena di Verona**: il 56% del pubblico proviene da Paesi diversi dall'Italia, con la Germania alla testa di **125 diversi Paesi** (il valore più alto nella storia areniana). Si segnala anche un incremento di pubblico italiano, come segnale di un rinnovato interesse nel patrimonio artistico e culturale e di intrattenimento rappresentato dagli spettacoli del Festival.

IL RUOLO DI PARTNER, SPONSOR E 67 COLONNE

Nel 2023 Fondazione Arena riceve **da sponsorizzazioni e donazioni in Art Bonus 1 milione di euro in più rispetto al 2022 raggiungendo così il livello più alto di finanziamento privato della sua storia recente**. Al termine del 100° Arena di Verona Opera Festival, è quindi da rilevare il prezioso contributo concretamente fornito dai partner e dagli sponsor del Festival: insieme, il rapporto che li lega al Festival areniano registra un tasso di longevità considerevole, con una media di 14 anni, a fianco di numerosi ingressi di partner che hanno scelto di dare fiducia al modello economico virtuoso della Fondazione. Un ringraziamento va in primis a Unicredit, che da oltre 25 anni è a fianco della Fondazione Arena con il ruolo di major partner del Festival e gestore della Biglietteria insieme a TicketOne, ma anche agli official sponsor Calzedonia e Pastificio Rana, cui si sono aggiunti per la speciale stagione 2023 i nuovi sponsor Forno Bonomi, Metinvest e Genny, accanto all'automotive partner Volkswagen Group Italia, al mobility partner DB BAHN e al media Partner RTL 102.5. Casa Sartori si è confermata official supplier insieme alla nuova Dolomia; si sono confermati anche per il 2023 i partner ufficiali AirDolomiti, A4holding, saba, sdg group e Veronafiore, accanto alle new entry Mantova Village e Sanagol. Müller ha inaugurato il ruolo di accessibility partner con le nuove iniziative di inclusività di Fondazione Arena mentre Palazzo Maffei Casa Museo Verona quello di cultural partner col Festival.

Major partner



Automotive partner



Official sponsor



Mobility partner



Accessibility partner



Media partner



Nel 2023 si è rinnovato per la terza edizione il progetto di fundraising **67 colonne per l'Arena di Verona** in collaborazione con il Gruppo Athesis. Alla sua nascita, l'iniziativa è stata insignita del premio Cultura+Impresa e del primo premio come miglior progetto di fundraising nella VI Edizione del Concorso Art Bonus, indetto dal Ministero della Cultura. Anche la terza edizione 2023 ha visto la partecipazione di aziende, imprenditori, ordini professionali e associazioni di categoria che hanno aderito alla campagna superando il traguardo di quanto raccolto negli anni precedenti.

L'ATTENZIONE DEI MEDIA

La 100^a stagione segna un ulteriore incremento nella partecipazione e nell'attenzione dei media, registrando **1434 presenze totali** di addetti ai lavori stampa, tv, web, blog, radio e social, in rappresentanza di **285 fra testate ed emittenti** diverse, con una media di 28 operatori a recita: **dati in significativo aumento** rispetto al già positivo 2022, riscontrabile anche nel numero di articoli pubblicati, 6052 alla chiusura del Festival.

Col 60% del totale delle pubblicazioni, il web cresce ulteriormente e si consolida luogo d'elezione, mentre la carta stampata è pressoché stabile al 30%; i servizi radiofonici si attestano al 3% e in aumento è l'attenzione della TV (7%).

Il 100° Festival ha interessato le principali **testate giornalistiche nazionali** anche in presenza (Avvenire, Corriere della Sera, Il Foglio, Il Giornale, Il Sole 24 ORE, La Repubblica, La Stampa) e puntuale e costante è stata l'attenzione dei **media locali**, tra cui si segnalano L'Arena, Corriere di Verona, La Cronaca di Verona e del Veneto, Gardasee Zeitung, Rai TGR Veneto, Telenuovo, Telearena, Telepace.

In crescita, grazie anche al coinvolgimento di addetti ai lavori durante le tappe del Promotional World Tour, la presenza delle **principali testate giornalistiche d'Europa** anche di settore: Austria (Der Standard, Krone), Germania (Die Welt, Focus, Oper das Magazin, Orpheus, Opernwelt, Süddeutsche Zeitung, Der Tagesspiegel, HAZ – Hannoversche Allgemeine, ZDF), Svizzera (Schweizer Wochenende), Francia (Diapason, Radio France Musique, La Croix, Opéra Magazine, Point De Vue), Spagna (El Pais, La Vanguardia). In crescita l'interesse dei media di area balcanica, del Vicino e dell'Estremo Oriente.

Il 100° Festival è stato molto presente anche su **TV & Radio nazionali**, tra cui si segnalano i servizi giornalistici di Rai News24, Rai TG1, Rai TG2, Sky TG24, Tgcom24.

IL 100° OPERA FESTIVAL SU TV, RADIO E SOCIAL

Il 100° Festival conferma l'alto numero 2022 di serate riprese dalle televisioni nazionali e non: la serata inaugurale che ha svelato la nuova **Aida** in diretta mondovisione su Rai 1 su produzione Rai Cultura, ha raggiunto il picco di 3 milioni di telespettatori nella sua prima parte, attestandosi poi sul 13% di share. Alle prime de **Il Barbiere di Siviglia** e **Tosca**, riprese dalle telecamere di Rai 3 per il ciclo "La grande opera all'Arena di Verona" introdotto al grande pubblico dagli interventi di Luca Zingaretti, si è sommata la ritrasmissione della **Carmen** inaugurale 2022 per una media di mezzo milione di spettatori a serata, cui si aggiungono più di 100.000 spettatori ad ogni replica su Rai 5. La stessa **Tosca** con diverso cast è stata ripresa da Unitel per lo streaming tv di Arte Concert mentre ZDF ha registrato il gala di **Jonas Kaufmann** con Sonya Yoncheva e Ludovic Tézier (tuttora disponibili online).

La stessa edizione 2023 ha raggiunto risultati inauditi per l'Arena sui social: già all'indomani della prima, secondo Google Trends la parola "**Aida**" è stata cercata in Italia su Google il **430% di volte in più rispetto**

Major partner



Automotive partner



Official sponsor



Mobility partner



Accessibility partner



Media partner





Fondazione
ARENA DI VERONA*

alla media delle ricerche negli ultimi 5 anni. Per il titolo verdiano non era stato mai raggiunto un picco così alto di ricerche in Italia dal 2018.

Sempre dopo l'inaugurazione, sui social l'hashtag **#inArena** ha raggiunto circa **5,6 milioni di utenti** producendo **310 mila like**, mentre le pagine social ufficiali "Arena di Verona" hanno raggiunto un pubblico di oltre 1 milione e 500 mila persone in modalità organica, dato che raggiunge i 5 milioni di utenti nel mondo se a questo dato si sommano i risultati delle campagne pubblicitarie. A fine Festival, **i canali Facebook e Instagram hanno raggiunto quasi 47 milioni di contatti**, con **16 mila ore di video visti** (in media 8 contenuti per utente): la sola pagina Instagram ufficiale ha raggiunto più di 12 milioni di account, **crescendo del 166%** rispetto al 2022.

Tra le novità della stagione 2023 si segnalano infine i **podcast**: con la cura di Roberta Vespa, Rai Radio 3 ha dedicato quattro puntate de **L'Astrolampo** ai 100 anni di Festival, da Zenatello a Callas e Zeffirelli e le stelle di oggi, ai lavoratori e al pubblico dell'Arena. È tuttora in corso il podcast RCS **Sull'ali dorate** in cui le grandi firme del *Corriere* fra cui Federico Rampini, Barbara Stefanelli, Paolo Mereghetti, Aldo Grasso, Aldo Cazzullo e Fiorenza Sarzanini raccontano l'eterna attualità dei temi dell'opera in occasione del 100° Festival areniano.

UN'ARENA ACCESSIBILE

Nel corso del 100° Opera Festival, l'Arena ha sperimentato con successo un innovativo **progetto di accessibilità e inclusione** sviluppato in collaborazione con Müller, Accessibility Partner dell'iniziativa, nata per creare nuovi standard di fruizione affinché l'Opera possa raggiungere tutti gli spettatori che desiderano avervi accesso.

Grazie al progetto coordinato dalla professoressa Elena Di Giovanni, docente dell'Università di Macerata, l'Arena è stata in grado di mettere a disposizione oltre 700 posti dedicati in totale, distribuiti in dieci serate dell'Opera Festival, insieme a percorsi creati ad hoc, che hanno consentito alle persone con disabilità di seguire gli spettacoli con supporti sensoriali e cognitivi. Il successo del progetto è stato garantito da **766 partecipanti** in totale, tra spettatori (466) che hanno usufruito delle audioguide e dei materiali di preparazione dedicati all'accessibilità (trailer inclusivi, libri di sala inclusivi e digitali, schede easy to read) e partecipanti ai percorsi sensoriali (300), che hanno avuto la fortuna di vivere l'esperienza del backstage dell'Arena in base alle specifiche disabilità. L'operazione ha inoltre permesso di ampliare il pubblico: il **63.7%** dei visitatori interessati dalle nuove misure (prevalentemente italiani, tra i 45 e i 54 anni) ha dichiarato di essere entrato per la prima volta nell'anfiteatro veronese. Gli **strumenti** sono disponibili sul sito www.arenapertutti.it

INIZIATIVE E COLLABORAZIONI

Le **pubblicazioni** ufficiali del Festival 2023, cui si è aggiunto l'**omaggio storico di Athesis**, hanno ripercorso le 100 stagioni d'opera all'Arena di Verona dal 1913 ad oggi. Un omaggio è stato tributato da Fondazione Arena ai fondatori del Festival, a cominciare dal veronese **Giovanni Zenatello**, e a due personaggi fondamentali per la storia dell'Arena e del mondo dell'opera in generale, che nel 2023 avrebbero compiuto 100 anni: **Maria Callas**, che il 2 agosto '47 iniziò da sconosciuta la sua carriera internazionale proprio all'Arena di Verona, e il regista e scenografo **Franco Zeffirelli**, che dal 1995 alla sua scomparsa nel 2019 legò indissolubilmente il suo nome e la sua arte all'Anfiteatro veronese.

Major partner



Automotive partner



Official sponsor



Mobility partner



Accessibility partner



Media partner



Fondazione Arena ha dedicato al proprio territorio di riferimento iniziative speciali: è stata rinnovata ai Comuni della Provincia di Verona la possibilità di acquistare biglietti a prezzo ridotto a favore di cittadini impegnati in attività socialmente utili e che operano nel volontariato, come ringraziamento per l'impegno costante profuso verso la comunità. La buona accoglienza di questa iniziativa, che ne conferma il successo, ha visto l'adesione di diversi Comuni della Provincia.

Si è rafforzato inoltre il legame con diverse **realità associative** con **circoli lirici**, appassionati e curiosi di altre regioni d'Italia che organizzano uscite dedicate ai titoli dell'Opera Festival.

Infine il 22 agosto il Coro di Fondazione, diretto dal nuovo maestro Roberto Gabbiani, ha tenuto un atteso concerto sul **Monte Baldo**, grazie alla collaborazione con le Funivie omonime, rinnovando una tradizione apprezzata da diversi anni e interrotta dalla pandemia.

Tra le collaborazioni 2023 si annovera quella speciale con **Vanity Fair**: la presenza di Vanity Fair all'inaugurazione del 16 giugno, grazie al contributo di UniCredit, è stata taggata con hashtag **#inarena** in 415 post dagli influencer invitati e nel complesso ha raggiunto direttamente **1.268.108 contatti**, con un'ulteriore reach stimata di circa 4.800.000 contatti.

La partnership con Vanity Fair e AD ha dato vita a speciali redazionali dedicati al 100° Festival che hanno raggiunto altri 3 milioni di contatti. Infine, con uno speciale progetto social rivolto al pubblico under30 non specializzato, **Reframing Opera**, ha visto 4 giovani attori e influencer (Serena De Ferrari, Jenny De Nucci, Alessandro Orrei, Edoardo Purgatori) interpretare in video i protagonisti delle opere in chiave contemporanea, collezionando oltre 6 milioni di contatti.

ARENA OPERA FESTIVAL EXPERIENCE

Le iniziative corporate negli eventi dei quattro spazi esclusivi in collaborazioni di Noahlity sono giunte al **secondo anno** e hanno coinvolto **oltre agli sponsor e alle 67 colonne, 32 nuove aziende** che hanno scelto l'Arena per i propri eventi di pubbliche relazioni.

Il pacchetto corporate è composto da quattro esperienze negli spazi più esclusivi dell'Arena di Verona per alcune serate e riservate agli ospiti di sponsor, donatori delle 67 colonne e delle aziende partner dell'Arena di Verona, per offrire a fianco della magia del teatro sotto le stelle più grande al mondo quattro tipologie di esperienze esclusive mai pensate prima negli spazi areniani.

The Star Roof, la più prestigiosa delle iniziative dell'offerta, ha consentito ogni sera a 24 ospiti di accedere alla terrazza esclusiva che collega il primo anello dell'Arena con l'ala simbolo dell'anfiteatro, per gustare una cena dello chef stellato **Mattia Bianchi** da una location veramente unica, prima di assistere all'opera dalla prima fila star. L'obiettivo di questa iniziativa, nata nel 2022 d'intesa con la Soprintendenza Archeologia Belle Arti e Paesaggio, è la raccolta di fondi per valorizzare un monumento unico come l'Arena e progettare il museo dell'anfiteatro che negli anni si aggiungerà come esperienza da offrire al pubblico corporate e non.

Accanto a questa proposta, tre iniziative rivolte unicamente alle Aziende: the **Stone Lounge**, un'area riservata per accogliere i propri ospiti dall'ingresso in Arena fino all'inizio dell'opera, il **Backstage Vip Pass**, per respirare l'atmosfera del "dietro le quinte" areniano alla scoperta dei luoghi non accessibili al pubblico, ed infine **Meetings & Events in Gran Guardia**, una nuova area lounge nella Buvette del Palazzo della Gran Guardia con un esclusivo percorso attraverso le migliori etichette delle cantine che sostengono la Fondazione Arena di Verona seguito da un light dinner.

Major partner



Automotive partner



Official sponsor



Mobility partner



Accessibility partner



Media partner





Fondazione
ARENA DI VERONA®

IL FESTIVAL E LA CITTÀ

Tutta la città di Verona è stata coinvolta da diverse iniziative in occasione del fine settimana inaugurale del 100° Festival: venerdì, prima della Prima, in Gran Guardia è stato presentato il **francobollo commemorativo che Poste Italiane ha dedicato al 100° Festival** alla presenza del Ministro delle Imprese e del Made in Italy.

Numerose novità hanno coinvolto Verona ben oltre il centro storico: tre punti cardine dell'ingresso alla città si sono colorati di elementi scenografici dagli allestimenti più celebri della storia recente del Festival in un **progetto di arredo urbano del Comune di Verona reso possibile grazie alle categorie del turismo**, mentre la serata inaugurale è stata trasmessa in diretta anche su quattro **maxischermi** distribuiti in altrettanti quartieri: Giardino d'Estate a San Zeno, Parco San Giacomo presso Borgo Roma, Piazza del Popolo a San Michele, Via Marin Faliero c/o Saval.

Dopo la Prima, sabato 17 giugno il **convegno L'Opera nel futuro** organizzato da Ministero della Cultura e A.N.Fo.L.S. ha riunito le diverse categorie professionali (artisti, tecnici, sovrintendenti, giornalisti) in un unico dibattito sullo stato dell'arte e i suoi sviluppi.

Per tutta l'estate, Piazza Bra si è popolata delle ben note **isole scenografiche**, per la prima volta corredate da didascalie e foto che hanno illustrato ai passanti la collocazione e l'uso degli spettacolari elementi di scena nei diversi titoli della stagione, mentre le transenne che circondano il **vallo areniano** sono state rivestite di un dizionario dell'opera in due lingue, avvicinando i curiosi al linguaggio universale della musica, che si avvale di termini italiani.

Sono stati attivi quattro **info point itineranti** in diversi punti della città per distribuire i programmi del Festival e far vivere ai turisti un'**esperienza "immersiva" tramite l'uso di visori** che li hanno portati per qualche minuto a vestire i panni degli artisti coinvolti sul palco dell'Arena.

Diverse anche le mostre organizzate in occasione del 100° Festival: la **mostra fotografica 100 volte Callas** al Palazzo della Gran Guardia ha esposto in un selezionato percorso gli scatti più significativi della Divina a Verona, con ritratti inediti eseguiti dai fondatori dello Studio Tommasoli, i cui eredi hanno curato l'allestimento. Fondazione Arena ha proposto per tutta la durata del Festival la **mostra Aida 100** che documenta con gli inediti scatti di Ennevi i molti particolari della nuova produzione firmata da Stefano Poda, visitabile presso la libreria Feltrinelli di via Quattro spade. Da segnalare è anche la preziosa **mostra Arena di carta**, con i manifesti storici di quasi un secolo di festival provenienti dalla collezione Salce, visitabile ogni venerdì, sabato e domenica fino al 1° ottobre presso il Museo Archeologico Nazionale al Teatro Romano.

IL PUBBLICO GIOVANE

Il 100° Arena di Verona Opera Festival ha visto il ritorno dei giovani in Anfiteatro. Grazie all'ormai consolidato progetto di **Arena Young** denominato *Scuola e Università all'opera*, che offre la possibilità a docenti e studenti di ogni ordine e grado di assistere ad alcuni spettacoli con riduzioni speciali, hanno partecipato al Festival **giovani provenienti da 20 paesi differenti**, dall'Australia alla Francia, dalla Cina alla Germania agli Stati Uniti. Dopo gli ultimi anni inficiati dalla pandemia, la crescita di interesse internazionale da parte del pubblico giovane e l'ampio respiro della partecipazione fanno ben sperare per gli anni a venire. La 100ª stagione ha inoltre aperto le porte dell'Anfiteatro **per la prima volta ad un progetto formativo: Scopriamo l'Arena con... Rigoletto!** ha portato 39 ragazzi delle scuole secondarie di II grado di Verona e

Major
partner



Automotive
partner



Official
sponsor



Mobility
partner



Accessibility
partner



Media
partner





Fondazione
ARENA DI VERONA®

provincia ad assistere alla nascita, allo sviluppo e alla realizzazione finale di uno spettacolo d'opera, *Rigoletto* appunto, in un percorso tra le arti e i mestieri del teatro guidato personalmente dal regista Antonio Albanese.

La stagione, infine, si è conclusa con la partecipazione alle **Giornate della Didattica - Festival dell'educazione** che si è svolto a Verona il 4 e 5 settembre e che ha portato 70 docenti delle Scuole del territorio veronese ad assistere all'ultima rappresentazione di *Madama Butterfly* in Arena il 7 settembre, in un'occasione di scambio e confronto tra Fondazione Arena e la sua Area Formazione e Promozione Scuole e le diverse istituzioni scolastiche. L'attenzione dell'Arena di Verona per le nuove generazioni prosegue nella stagione invernale al Teatro Filarmonico con le numerose iniziative di *Arena Young* destinate alle diverse fasce d'età, dalla scuola d'infanzia all'università.

I PROSSIMI FESTIVAL

Fondazione Arena di Verona ha annunciato i programmi sia dell'estate 2024 che del 2025: il ricco programma del 101° Opera Festival 2024 conta 7 produzioni d'opera, 5 serate speciali e un 1 balletto dall'8 giugno al 7 settembre, con un omaggio speciale a Giacomo Puccini nel centenario della scomparsa e uno a Gianfranco de Bosio a un secolo dalla nascita.

Tutte le date sono già in vendita su www.arena.it, attraverso il circuito TicketOne e sui canali social [Facebook](#) - [Twitter](#) - [Instagram](#) - [YouTube](#) dell'Arena di Verona.

Informazioni

Ufficio Stampa Fondazione Arena di Verona

Via Roma 7/D, 37121 Verona

tel. (+39) 045 805.1861-1905-1891-1939

ufficio.stampa@arenadiverona.it

Skill&Music

Ufficio stampa nazionale e internazionale

Tel. +39 339 1010571 (Irene Sala) /

+39 339 6483224 (Firmina Adorno) /

+39 331 8361276 (Paolo Cairolì)

info@skillandmusic.com

www.skillandmusic.com

Biglietteria

Major partner



Automotive partner



Official sponsor



Mobility partner



Accessibility partner



Media partner





Fondazione
ARENA DI VERONA®

Via Dietro Anfiteatro 6/B, 37121 Verona

biglietteria@arenadiverona.it

Call center (+39) 045 800.51.51

Punti di prevendita TicketOne

www.arena.it

Major
partner



Automotive
partner

VOLKSWAGEN
GROUP ITALIA S.P.A.

Official
sponsor

CALZEDONIA



GENNY

Mobility
partner



Accessibility
partner



Media
partner





Fondazione
ARENA DI VERONA®

Founding members



CAMERA DI COMMERCIO
INDUSTRIA ARTIGIANATO
AGRICOLTURA VERONA



Major partner



Official sponsors

CALZEDONIA



GENNY

Automotive partner

VOLKSWAGEN
GROUP ITALIA S.P.A.



Accessibility partner



Media partner



Official suppliers



**CASA
SARTORI**
1898

Cultural partner

PALAZZOMAFFEI
CASA MUSEO VERONA

Official partners



MANTOVA VILLAGE
LAND OF FASHION

