

L'analisi. La raccolta pubblicitaria delle cinque serate

Show da 50 milioni di euro

VIALE
MAZZINILA
LIGURIA

“

L'anno scorso gli spot fruttarono all'azienda 42 milioni di euro

Gian Paolo Tagliavia

Secondo Banca Ifis, ai dati della raccolta pubblicitaria va aggiunto un fatturato di 18,4 milioni di euro di impatto diretto sul territorio ligure

Sanremo 2023 fa il pieno di spot: la raccolta veleggia verso la cifra record di 50 milioni di euro. «Il numero definitivo lo diamo domenica, ma siamo vicini» all'obiettivo, ribadisce Gian Paolo Tagliavia, amministratore delegato di Rai Pubblicità. «È un'edizione che promette molto bene», spiega Tagliavia. «I conti si fanno alla fine, ma riteniamo già oggi di superare il risultato già molto significativo dell'anno scorso», quando si raggiunsero 42 milioni di euro.

Nuove partnership

«Due fattori ci hanno aiutato: la conferma di Amadeus, arrivata alla fine dello scorso Festival, che ci ha consentito di lavorare per tempo e in maniera certissima a un evento complesso, grazie a un nome che gode di grande credibilità presso gli sponsor. E poi il superamento del modello classico delle sponsorizzazioni, sostituito dalle partnership, che ci consentono di mettere insieme attività diverse con le singole aziende, evitando un approccio standardizzato». Accanto a Tagliavia, i manager dei principali sponsor di Sanremo 2023, Suzuki, Plenitude, Costa Crociere e Poltronasofà. Che, nel caso di

Suzuki e Costa, hanno permesso di organizzare uno show nello show: nel primo palco, a pochi metri dall'Ariston, i concerti di Piero Pelù, Nek, Renga, Annalisa, La Rappresentante di Lista; nel secondo palco, in mezzo al mare, a bordo della nave Costa Smeralda, i live delle polemiche con i rapper superstar Salmo, Fedez, Guez, Takagi e Ketra.

Il comparto spettacoli

Intanto l'ufficio studi di Banca Ifis ha analizzato l'impatto economico del Festival in base ai dati del 2022: ai 42 milioni di ricavi da raccolta pubblicitaria - risultato per cui si prevede un aumento di almeno il 9 per cento - si aggiunge un fatturato di 18,4 milioni di euro di impatto diretto sul territorio ligure, valore che potrebbe crescere nel 2023: hospitality (8,8 milioni), ristorazione (2 milioni), shopping e casinò (2 milioni), trasporti (600 mila euro). «In più, 5 milioni di euro di contributo Rai al Comune utilizzato sia per investimenti in loco sia per le spese afferenti le attività e, più in generale, il territorio». La ricerca fa il punto anche sull'impatto economico dell'intero settore dello spettacolo e dell'intrattenimento.

Nel 2022 il settore, unendo le attività core (editoria, prodotti per intrattenimento, ideazione e produzione di spettacolo, artisti) e quelle funzionali (diffusione di contenuti artistici, riparazione e restauro, supporto alle rappresentazioni, media di comparto) ha prodotto oltre 54 miliardi di ricavi, non solo pareggiando ma addirittura superando del 2 per cento il risultato pre pandemico del 2019 (52,9 miliardi). Un valore pari all'1,5 per cento del Pil italiano.

Ma che musica!

Quanto alla fruizione della musica, un sondaggio di Banca Ifis dimostra come accompagni molti momenti della quotidianità degli italiani. La quasi totalità ascolta canzoni mentre si allena (89 per cento) o durante lo svolgimento delle attività professionali (85 per cento). Lo scorso anno in Italia i cittadini hanno dedicato all'ascolto della musica 20,5 ore pro capite a settimana, in aumento dell'1,4 per cento rispetto al 2021. Anno che ha registrato un valore del mercato discografico significativo: 332 milioni di euro, con una stima di crescita nel primo semestre del 2022 del 18 per cento.

RIPRODUZIONE RISERVATA



●●●●
SPETTACOLO
Gianni
Morandi,
78 anni,
e Chiara
Ferragni,
35 anni,
durante
la serata
finale
del 73esimo
Festival
di Sanremo