

MITO SettembreMusica
COMUNICATO STAMPA FINALE
Milano, Torino - 24 settembre 2010

Al termine della quarta edizione, MITO SettembreMusica conferma la sua vocazione di grande Festival Internazionale, con una proposta musicale di altissima qualità all'insegna dell'intreccio dei generi, in grado di offrire chiavi di partecipazione inedite e di richiamare un pubblico di anno in anno più ampio ed eterogeneo.

In 22 giorni il Festival ha proposto 261 appuntamenti tra concerti, conferenze, proiezioni e spettacoli per bambini, coinvolgendo oltre 3400 artisti provenienti da 33 Paesi, che si sono esibiti in 115 differenti sedi a Milano e Torino superando anche i confini cittadini grazie a manifestazioni sostenute da Regione Lombardia e Regione Piemonte. In più, al cartellone ufficiale si sono aggiunti 224 appuntamenti di MITOFringe che hanno animato 82 spazi inusuali nei due capoluoghi.

Gli spettatori hanno riservato al Festival una fiducia crescente con l'aumento delle presenze che in questa edizione hanno raggiunto le 183.723 unità, di cui 96.345 a Milano e 87.378 a Torino, con una saturazione dei posti disponibili pari al 97%, cui vanno sommate quelle di MITOFringe con 50.000 unità complessive, di cui 36.000 a Milano e 14.000 a Torino dove MITOFringe è entrato negli ospedali, nelle case di riposo e nei luoghi di detenzione.

Le cifre dell'edizione appena conclusa inducono ad una riflessione sull'aumento della domanda di musica nelle due città, sul desiderio di approfondimento da parte del pubblico che si spinge oltre le mode: sono stati venduti 112.945 biglietti (51.907 a Milano e 61.038 a Torino) per i 145 appuntamenti a pagamento. La vendita dei biglietti online è stata pari al 19,5% (23% a Milano e 16% a Torino).

E se i numeri riflettono un indiscutibile esito positivo, ancor più significativa risulta la verifica di come MITO SettembreMusica stia entrando sempre più nella coscienza collettiva del tessuto delle due città, con una aumentata capacità di fidelizzazione del pubblico e una spiccata attitudine all'incremento di nuovi spettatori sempre più attenti e coinvolti. Le prevendite, infatti, sono tra i dati più considerevoli da ricordare avendo registrato un risultato indiscutibile: 20mila ticket venduti il primo giorno dell'apertura delle biglietterie - a giugno - e un incremento complessivo delle prevendite superiore al 50% rispetto alla passata edizione.

A conferma di questi dati citiamo i risultati del sondaggio su un ampio campione di cittadini milanesi commissionato all'ISPO Istituto per gli Studi sulla Pubblica Opinione del Professor Renato Mannheim. MITO SettembreMusica ne esce promosso "a pieni voti" dai cittadini milanesi. I giudizi positivi sulle varietà delle proposte (83%), sulla comunicazione (82%), sulla programmazione (81%), sul livello degli artisti (79%), sulla modalità di acquisto e ritiro dei biglietti (65%), sul tenore dei prezzi (71%), e sul livello dei concerti che, pur in maggioranza gratuiti, sono giudicati di ottima qualità dall'82% dei cittadini, rappresentano un record di popolarità e di consenso. Così come il fatto che circa metà della popolazione del capoluogo lombardo dichiara di sapere cos'è il Festival MITO è sorprendente. L'89% dei milanesi ritiene che il Festival contribuisca a rendere viva la città, l'84% che porti vantaggi economici e l'83% che ne aumenti il prestigio. Infine, sul FocusTurchia il 74% del campione condivide la scelta di aver offerto lo spaccato di un Paese ad alto valore culturale.*

In sintesi, anche i milanesi, come i torinesi - che vantano una consuetudine ormai trentennale con il Festival - cominciano a pensare alla manifestazione come a un appuntamento irrinunciabile, un tempo d'interazione con la musica di qualità cui prepararsi in anticipo come dimostrano i "tutto esaurito" di 91 concerti tra quelli a pagamento, e il numero degli abbonati al Festival MITO, salito a 1503, con un aumento del 55% solo a Milano.



Il progetto dedicato alle scuole e ai giovani ha visto partecipare più di 2300 ragazzi ai concerti del cartellone ufficiale, oltre ai moltissimi bambini che hanno assistito agli spettacoli a loro riservati.

Un altro dato di rilievo, che incoraggia lo sviluppo delle proposte tecnologiche offerte dal Festival al pubblico più sensibile ai nuovi media, è quello relativo alle diverse modalità di partecipazione: è cresciuto del 50% il numero degli accessi web al sito di MITO (218mila tra maggio e settembre con una media di 1720 accessi giornalieri), sono raddoppiati rispetto al 2009 gli iscritti al profilo Facebook del Festival e quasi 7mila persone hanno chiesto di ricevere la newsletter quotidiana. Rilevante anche il dato delle dirette in streaming offerte: oltre 1600 internauti hanno avuto l'opportunità di seguire 22 concerti e incontri (10 a Torino e 12 a Milano) in diretta. Il MITOTg trasmesso quotidianamente sul sito web e i video di alta qualità che documentano la maggior parte degli appuntamenti, hanno permesso di vivere il Festival in molti, differenti modi.

E nelle parole del presidente Francesco Micheli e del vicepresidente Angelo Chianale si coglie il senso di un impegno preso con il pubblico del Festival: "Quest'anno, ancora più che in passato, il pubblico è stato la bussola delle nostre scelte. Questo spiega perché già alla prevendita sono stati esauriti così tanti concerti, anche per spazi enormi quali il Palasport Olimpico Isozaki e il Palasharp, per un totale di 35.000 presenze. Quindi grande pubblico "nuovo" e sempre maggiore integrazione tra le nostre due città."

Un ringraziamento caloroso a questo grande pubblico, ai Comuni di Milano e Torino per il sostegno fondamentale, alla Regione Lombardia e alla Regione Piemonte, ai Partner del Festival Camera di Commercio di Milano (Partner Istituzionale), Camera di Commercio Industria Artigianato e Agricoltura di Torino, Intesa Sanpaolo, Eni e Compagnia di San Paolo, agli Sponsor Enel e Pirelli, ai media Partner Corriere della Sera, La Stampa, Radio Rai 3, Telelombardia, Radio Number One e Radio Classica, agli sponsor tecnici ATM, Ferrovie dello Stato, FAI Fondo Ambiente Italiano, Vienord, GTT, GF Ferré e Mansutti, agli sponsor di progetto Mediaset, Il Gioco del Lotto - Lottomatica, Fondazione CRT, Webasto, alle aziende che hanno offerto la propria qualità al Festival Ceretto, Galbusera, Guido Gobino Cioccolato, ICAM Cioccolato, Fonti Lurisia, La Posta di Cavour e alla squadra di MITO che ha operato con grande energia, passione e professionalità.

Arrivederci a settembre 2011 per la quinta edizione del Festival MITO SettembreMusica.

UFFICIO STAMPA

Coordinamento Ufficio Stampa nazionale
Mara Vitali Comunicazione
Monica Ripamonti - 02.70108230 / 348.0608294

Carmen Ohlmes
Responsabile comunicazione (Milano)
02.88464722 / 339.4118058

Laura Tori
Responsabile comunicazione (Torino)
011.4424703 / 349.4161254

** Ricordiamo che il sondaggio online del Prof. Mannheimer sulla conoscenza e sull'apprezzamento del Festival MITO è tuttora in corso fino al 30 settembre su www.mitosettembremusica.it*