

POLITECNICO DI TORINO

Dipartimento di Architettura e Design



**Politecnico
di Torino**

Corso di Laurea in Design e Comunicazione Visiva

Progettazione e realizzazione di un tool digitale per
la rivalorizzazione del settore teatrale in Italia.

Relatore

Paolo Marco Tamborrini
Denise Aimar

Candidato

Osella Enrico

Perché?

7 su 250

Durante l'estate del 2021 ho avuto modo, tramite l'agenzia nella quale ho iniziato a lavorare, di assistere a numerosi spettacoli di teatro che hanno avuto luogo nello spazio dell'Open Factory di Nichelino.

Ho riscoperto (o per meglio dire **scoperto**) un genere del quale non sapevo praticamente nulla e sul quale avevo molto pregiudizio. Ho assistito a spettacoli che mi hanno coinvolto dall'inizio alla fine al punto da farmi perdere la concezione del tempo. Si creava in ogni occasione un'atmosfera **magica** che cresceva al proseguire dello spettacolo.

Ho potuto assistere a diversi spettacoli che variavano dal comico al musical, dal biografico al circense.

Ogni spettacolo si è rivelato **meritevole** e una piacevole scoperta.

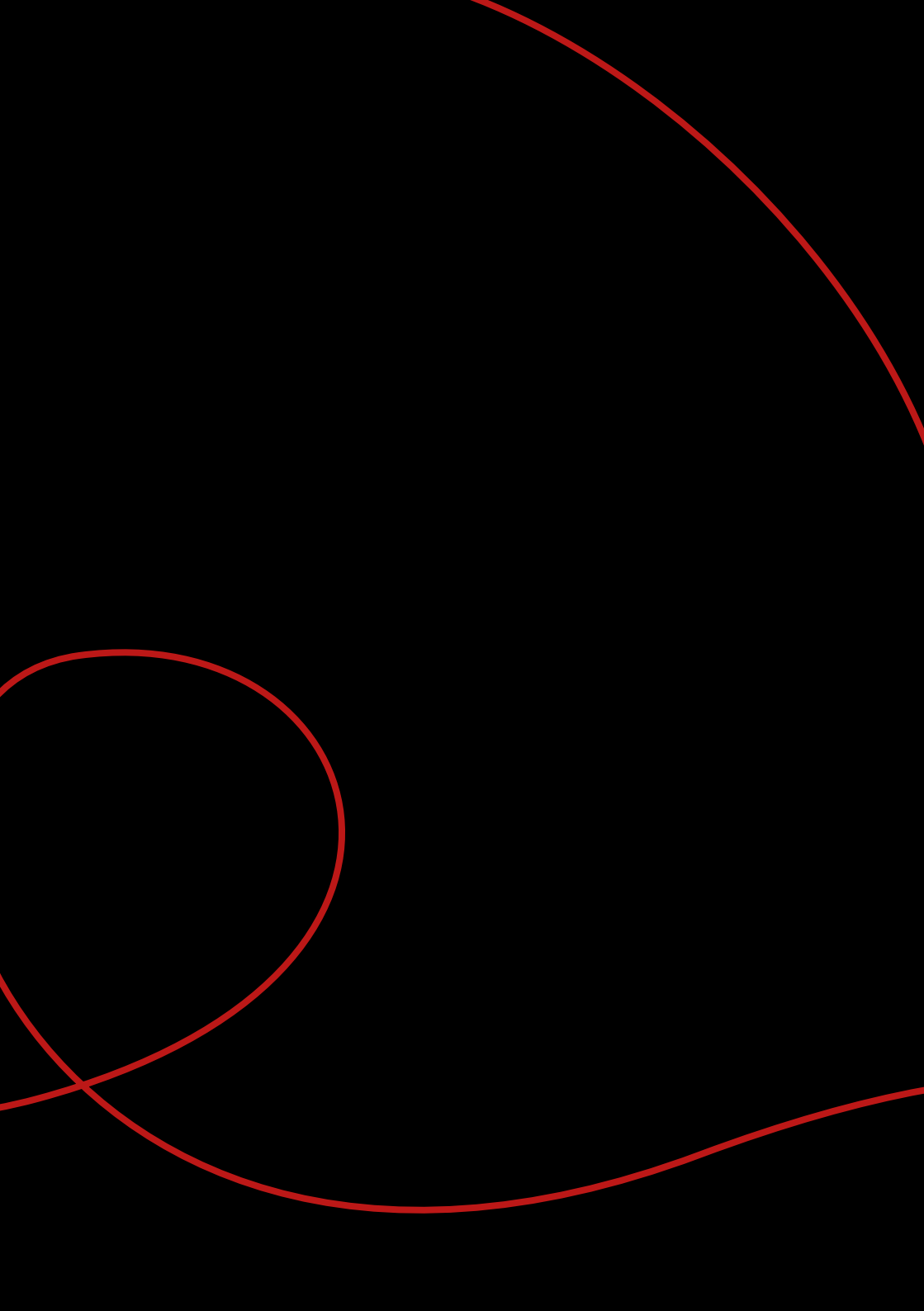
Durante una sera in particola-

re, guardandomi intorno mi è
sorta spontanea una domanda:

***come fanno ad esserci solo 7 persone ad
assistere a questo spettacolo?***

The background is a solid black color. It features three abstract red lines. One line starts from the top left and curves upwards towards the top right. Another line starts from the bottom left and curves upwards towards the bottom right. A third line is a partial circle on the right side of the image.

Scenario



Analisi dei dati

Visione generale

Gli ultimi due anni, tra l'inizio del 2020 e la fine de 2021, per il mondo dello spettacolo in particolare, non sono stati tra i più piacevoli. Come ben tutti sappiamo, alcuni avvenimenti e alcune dinamiche (tra cui una pandemia come se non bastasse) non hanno permesso all'industria dello **spettacolo** di esercitare la propria attività nel pieno delle potenzialità Per questo motivo, i dati che si andranno ad analizzare successivamente considereranno l'anno 2019, ultimo utile a capire davvero la situazione attuale in **Italia**. In base a quanto riportato dal documento annuale sul settore della cultura e tempo libero emesso dall'**ISTAT** relativo all'anno 2019, l'affluenza della popolazione (di età superiore ai 6 anni) a qualsiasi tipo di spettacolo fuori casa è rimasta pressoché **uguale** all'anno precedente (64,6%

nel 2019 rispetto al 64,9% nel 2018). I dati che presentano delle **variazioni considerevoli** riguardano il settore teatrale (che registra un +1,1% sull'affluenza).

Si registra una maggiore fruizione dei servizi di intrattenimento tra gli uomini rispetto che tra le donne (rispettivamente 67% e 62,5%).

A livello geografico si percepisce una maggiore attività e partecipazione alle iniziative culturali nel Centro Nord.

Questo sommario di dati, a primo impatto, potrebbe far tirare un sospiro di sollievo e illudere il lettore di trovarsi in uno Stato culturalmente attivo (tutto sommato). Tuttavia, l'analisi dei dati è ancora lunga e nasconde molte più informazioni di quante non ci si aspetti.

Nel 2019 è vero sì che il 64,9% della popolazione ha partecipato ad attività culturali ma è anche vero che il dato è comprensivo di tutte quelle persone che durante l'anno in questione hanno “svolto nel tempo libero almeno una delle seguenti attività: visitare **musei**, **mostre**, siti archeologici o **monumenti**, assistere a **concerti** di musica classica o di altro genere, partecipare a **spettacoli teatrali**, a proiezioni **cinematografiche**, ad eventi **sportivi** o frequentare luoghi di **ballo**”. Si tratta quindi di un dato estremamente ampio e ricco di fattori che possono in qualsiasi modo modificarne il significato:

anche una partita vista allo stadio, per intenderci, è considerata come attività culturale.



Teatro

Parlando di teatro, nel 2019 si registra un 20,3% su coloro che dichiarano di essere andati a teatro almeno una volta nei 12 mesi precedenti. Le quote più elevate si registrano soprattutto tra i bambini di età compresa tra i 6 e i 10 anni (con un sostanzioso 32%) e tra i ragazzi di 11-14 anni (33,6%). **Scende** a quota 29,2% il dato relativo ai **ragazzi** di 18-19 anni per poi diminuire progressivamente all'aumentare dell'età. Tra le attività culturali,

il teatro è l'unico a presentare una maggiore affluenza di pubblico femminile rispetto a quello maschile

(22,8% contro 17,7%) indipendentemente dalla fascia d'età.

Analizzando i dati di affluenza, si registra un 82% tra coloro che non superano le tre visi-

te annuali e un 6,7% di utenti che assistono a spettacoli teatrali più di 7 volte l'anno. In particolare, a quest'ultimo dato fanno la differenza gli **over 75enni** (con un tasso di affluenza pari al 14%) seguiti da persone tra i 65 e i 75 anni (con un 11,3%).

Come anticipato nel sommario precedente, "l'abitudine" ad andare a teatro almeno una volta l'anno è più diffusa nel Centro Nord rispetto che nel Sud, anche se con una lieve differenza (rispettivamente 22,3% e 21,3%).

In ultimo, si registra una maggior affluenza nelle aree metropolitane (caratterizzate da un 26,9% di partecipanti) rispetto ai piccoli comuni (14,8%).



Cinema

Analizzando i dati di un settore tanto vicino quanto diverso rispetto a quello teatrale, ossia il cinema, si ottengono dati decisamente diversi.

Tra le varie tipologie di intrattenimento, infatti,

il cinema è quello che attira il maggior numero di persone

arrivando ad un abbondante 48,5% tra i visitatori. I numeri di **maggior** rilevanza si registrano nei **giovani** fino ai 24 anni: si passa dal 74,5% dei bambini tra i 6 e 10 anni all'83% dei ragazzi di età compresa tra i 18 e i 19 anni.

L'abitudine di andare al cinema **decresce** all'aumentare dell'**età**, inversamente a quanto avviene per il teatro: si passa infatti dal 66,5% delle persone di 25-34 anni al 23,1% degli anziani tra i 65 e i 74

anni, fino al 9% tra le persone di più di 75 anni. Tra il pubblico si registra un 49,3% di spettatori maschi e un 47,7% di donne (ad esclusione della fascia d'età giovane fino ai 24 anni, in cui il **pubblico** femminile supera quello maschile).

Riguardo i numeri di visite per anno, il 62,6% ci va massimo tre volte mentre il 15,1% almeno sette volte. La restante percentuale, pari a circa il 22% si divide tra chi ci si reca meno di due volte in un anno e chi invece assiste in media ad uno spettacolo ogni due mesi.

A livello geografico, il Centro Italia registra un'affluenza maggiore rispetto a Nord e Sud (rispettivamente 51,2%, 48,5% e 47%). Coerentemente alle altre forme di intrattenimento, anche per l'industria del cinema si registra una **maggior** affluenza nelle aree **metropolitane** rispetto ai piccoli comuni e alle aree rurali.







In particolare

Il 2019

Sulla base dei dati del 2018, il 2019 segna una ripresa non indifferente per quanto riguarda l'offerta dell'attività di spettacolo (+47.420 Spettacoli, pari ad una ***crescita*** del +1,10%). Questo dato, insieme alla sempre più alta presenza di spettatori, fa registrare un aumento di 13.553.122 biglietti e abbonamenti venduti in più rispetto all'anno precedente (+5,82%). Questo fa posizionare i 246.383.395 Ingressi come la ***seconda*** miglior ***performance*** degli ultimi 5 anni per lo spettacolo italiano.

Si rivela in ***crescita*** anche la Spesa al botteghino (+5,49%) e la Spesa del pubblico (+2,91%) mentre rimane pressoché stabile il Volume d'Affari con una perdita minima e trascurabile.

Il grande punto di forza per il mondo dello spettacolo, si è rivelato essere il mondo del

cinema. Calcolando infatti i dati senza tener conto dell'intero settore cinematografico, si rileva una **costanza** rispetto al 2018 sotto tutti gli aspetti ad eccezione del numero di spettacoli che rileva una forte perdita (-2,89%).

L'analisi sulla quantità degli enti organizzatori di spettacoli, che nel 2019 risultano essere 80.944, seppur in **diminuzione** rispetto al 2018 (-2,1%), hanno dimostrato di aver offerto una migliore qualità degli spettacoli, generando così una crescita di tutti gli indicatori economici. Mediamente, nel 2019, un biglietto per accedere all'evento è costato agli spettatori 11,28€.

Il settore del **cinema** durante il 2019 ha segnalato una consistente **ripresa** rispetto all'anno precedente anche e soprattutto grazie alla campagna "MOVIE.MENT. AL CI-

NEMA TUTTO L' ANNO".

A fronte di un contenuto **aumento** nel numero di spettacoli (+2,55%) gli Ingressi sono arrivati a 104.439.213 con un aumento del 13,91% rispetto all'anno precedente. In aumento anche la spesa al botteghino (+15,6%), la Spesa del pubblico (+16,06%) ed il Volume d'affari (+15,97%).

Il settore del **teatro**, seppur con numeri più contenuti, chiude il 2019 al **rialzo** nonostante il minor numero di spettacoli proposti (-2,65%).

La **Spesa** al botteghino, la Spesa del pubblico, il Volume d'affari segnano un **aumento** rispettivamente di +6,98%, +5,50% e +5,75%.

Tra i settori appartenenti all'offerta teatrale **crescono** il **Balletto** e la **Commedia** Musicale mentre si mantengono stabili il Teatro e la Lirica. Se-

gnano una **decrescita** il **Circo**, l'Arte Varia e gli spettacoli di Burattini e Marionette sotto tutti gli indicatori economici.

Il settore dei Concerti e della Musica dal vivo continua a registrare una crescita sotto tutti gli aspetti a fronte di un'offerta di Spettacoli sostanzialmente invariata. Gli ingressi segnano un aumento del 5,16% e la Spesa al botteghino chiude l'anno con +4,67%. Crescita simile si può apprezzare anche per il Volume d'Affari (+4,26%) e per la Spesa del Pubblico (+4,29%) superando così i 516 milioni.

Sul grande schermo

Numero di spettacoli

Durante il 2019 ha registrato 4.363.937 spettacoli, pari ad una **crescita**, rispetto ai dati del 2018, del +1,10%. Esaminando l'andamento mensile del numero di spettacoli, si rileva una costanza durante l'anno con un lieve calo nei mesi estivi.

L'analisi geografica segna una **maggiore attività** nelle zone del **Nord-Ovest**, seguite dal Centro, Nord Est, Sud e Isole a concludere (da 1,25 milioni di spettacoli a 361 mila).

La Lombardia continua ad essere anche nel 2019 la Regione nella quale è stata rilevata la massima concentrazione di Spettacoli (776,9) seguita dal Lazio (541,2 mila) e l'Emilia-Romagna (379,5 mila).

Ingressi

Gli Ingressi quantificano il numero di partecipanti nelle manifestazioni per le quali è previsto il rilascio di un titolo d'accesso (biglietto d'in-

gresso o ingresso in abbonamento). Nel 2019 gli Ingressi sono saliti a 246.383.395 con un notevole aumento rispetto all'anno precedente del +5,82%. Analizzando l'andamento mensile, si percepisce la **diminuzione** degli Ingressi nei mesi **estivi**. L'analisi territoriale conferma il Nord-ovest come vincitore in termini di numeri (78,0 milioni di Ingressi) seguito dal Nord-est (60,7 milioni), dal Centro (57,7 milioni), dal Sud (33,0 milioni) e dalle Isole (17,1 milioni).

La Lombardia con 51,5 milioni, rimane la regione che ha registrato più Ingressi, seguita dal Lazio con 28,2 milioni e dall'Emilia-Romagna con 27,5 milioni.

Spesa al botteghino

Nel 2019 la Spesa al Botteghino ha registrato un **incremento** del 5,49% rispetto al 2018, equivalente a 2.778.578.006€. L'andamento della spesa oscilla tra i 170,1

milioni di euro del mese di febbraio e i 319 milioni di euro del mese di luglio. Anche per questo dato economico il primo posto a livello geografico lo occupa il Nord-Ovest con quasi un miliardo di entrate. In chiusura le Isole con un totale di 157,7 milioni di euro. In crescita la Lombardia e in calo, seppur leggero, il Lazio (rispettivamente 661 e 329 milioni di euro).

Spesa del pubblico

Il pubblico, nel corso del 2019 ha destinato alla fruizione degli spettacoli 4.992.083.695 euro che corrispondono ad un **incremento** di +2,91% sulla spesa del **2018**. La spesa calcolata nei 12 mesi presenta oscillazioni comprese tra i 277,6 milioni di euro del mese di febbraio e i 612,3 milioni di euro del mese di agosto. Anche in questo caso, a livello geografico, si conferma al primo posto il Nord-Ovest seguito nell'ordine da Nord-Est,

Centro, Sud e Isole. La Lombardia realizza il valore più elevato di Spesa del pubblico, con 1.237 milioni di euro; seguono il Veneto (673,6 milioni di euro) e l'Emilia-Romagna (510,2 milioni di euro).

Volume d'affari

Il Volume d'Affari registrato nel 2019 ammonta a 6.789.086.409 euro, in ***negativo*** rispetto al 2018 di quasi un punto percentuale. Questo dato riassume all'interno di sé tutti quegli ***investimenti*** che, pubblici o privati, hanno destinato al mondo dello spettacolo e dell'intrattenimento. Rappresenta quindi un sostanzioso sostegno al mondo dello spettacolo ma anche il crescente appeal che lo spettacolo ha come veicolo del messaggio delle aziende. Il mese di agosto risulta essere il più caldo anche in termini di investimenti con un oltre 814 milioni di euro.



A teatro

Numero di spettacoli

Il Teatro, con 85.944 eventi, rappresenta ben oltre la **metà** (65,01%) del Numero di spettacoli dell'intero settore teatrale. Il settore vive principalmente grazie ai numeri conseguiti dagli spettacoli di **Prosa**, favoriti dal pubblico. L'andamento mensile rende noto che il maggior numero di spettacoli si è concentrato nel mese di marzo (12.528) mentre il più basso ad agosto (2.081).

Ingressi

Gli Ingressi al Teatro ammontano a 14,7 milioni di unità nel corso del 2019 e valgono il 63,09% dell'intero settore. Il **massimo numero** di spettatori si registra nel mese di **marzo**, corrispondente al mese centrale dei canonici per la rassegna teatrale (2,3 milioni). Il dato più basso si registra in settembre (262 mila); si rileva la sostanziale coincidenza temporale tra domanda

(Ingressi) ed offerta (Numero di spettacoli).

Spesa al botteghino

La Spesa al botteghino è di 206,1 milioni di euro e, seppur in crescita, diminuisce la sua incidenza nel settore scendendo al 48,38% dell'intero valore del settore teatrale.

Considerando la suddivisione mensile della Spesa al botteghino si nota che il valore più alto è stato confermato nel mese di ***ottobre*** (24,3 milioni di euro) Il più basso rimane ad agosto con 7,8 milioni di euro. Valori elevati di Spesa al botteghino si rilevano sistematicamente durante i mesi ***autunnali*** e ***invernali*** della stagione teatrale essendo tendenzialmente i mesi in cui si concentrano gli spettacoli più importanti dell'intera rassegna. Il ***costo*** medio d'ingresso è pari a ***14,00 euro***, registrando una ripresa rispetto al 2018 (+3,53%).

Spesa del pubblico

La somma che il pubblico destina alla fruizione degli spettacoli teatrali è di 230 milioni di euro. Il valore differenziale rispetto alla Spesa al botteghino è di **23,9 milioni** di euro. Questo significa che la Spesa del pubblico non generata dall'acquisto di titoli d'accesso (quindi guardaro-ba, prevendite, somministrazioni di alimenti e bevande e simili) si sta riducendo ad un valore vicino al 10% del valore complessivo.

Nell'analisi di andamento mensile, la Spesa del pubblico rispecchia lo stesso andamento della Spesa al botteghino.

Volume d'affari

Il Volume d'affari della Prosa nel 2019 ammonta a 236,6 milioni di euro. Considerando che la Spesa del pubblico ammonta a 230 milioni di euro, si deduce che le entrate del settore derivano per il 97,21% dalle somme provenienti dagli spettatori e per il 2,79% dai

Scenario - In particolare

proventi economici da parte di terzi. In termini assoluti, questi ultimi sono scesi al valore di 6,6 milioni di euro.

Il Volume d'Affari più elevato si percepisce nel mese di gennaio con 26,9 milioni di euro.



Internet

A contatto col mondo

La tecnologia nel corso dell'ultimo decennio ha subito ***sviluppi incredibili*** che mai si sarebbero potuti anche solo immaginare.

Il tastino che permetteva di connettersi a Internet sui telefoni, fino a una decina di anni fa era ***temuto*** ed evitato il più possibile mentre oggi è diventato il nostro miglior amico.

Le ***abitudini*** delle persone hanno subito cambiamenti ragguardevoli e immaginarsi di vivere oggi come si faceva a inizio anni 2000 per molti è impensabile.

Lo confermano alcuni dati inerenti l'utilizzo dei social e dei servizi legati a Internet in generale.

Nel 2019, il 54,9% della popolazione italiana dichiara di utilizzare con ***regolarità*** il PC mentre la percentuale sale al 70,4% per quanto concerne

l'utilizzo di Internet.

L'uso del computer interessa maggiormente la fascia **gio-vane** con livelli più alti tra gli 11 e i 44 anni: tra i 15 e i 19 anni, l'80% utilizza il computer. Nelle fasce d'età più alte si rileva un utilizzo del computer nel 34% della popolazione (tra i 65 e i 74 anni) per poi calare al 10,7% dai 75 anni in poi (dato interessante in quanto superiore del 3,4% rispetto ai dati dell'anno precedente).

Un andamento non tanto differente si rileva negli utilizzatori di **Internet**.

Le **differenze di genere** non sembrano intaccare in modo considerevole i dati: il 59% degli uomini e il 50,5% delle donne dichiarano di utilizzare il computer. Analogamente, il 74,2% degli uomini e il 66,9% delle donne fanno uso di internet. Tra i 65 e i 74 anni il divario cresce a sfavore delle

donne (14 punti percentuali di scarto per l'utilizzo del pc e 13,5 per l'utilizzo di internet).

Geograficamente il **Sud** presenta delle percentuali **minori** nell'utilizzo di internet e dispositivi ad esso collegati (il 46,3% della popolazione residente nel Mezzogiorno e il 48,6% nelle Isole). Nel Centro e nel Nord le percentuali aumentano superando la media Nazionale (rispettivamente 60% e 57,4%).

Complessivamente l'utilizzo di Internet è **aumentato** rispetto al **2018** di 2 punti percentuali e mostra una continua crescita andando ad analizzare i dati degli anni precedenti.

Streaming

Il cinema in tasca

I servizi di streaming, in **Italia**, stanno riscuotendo un successo notevole soprattutto in **seguito** ai due **lockdown** dell'anno scorso. Secondo le rilevazioni di EY infatti, già a gennaio 2021 gli **abbonamenti** attivi sulle piattaforme di streaming erano oltre 11 milioni, 6,5 milioni in più rispetto al 2018. Tuttavia, viste le possibilità di **condividere** gli abbonamenti con altri utenti, si stima che i reali utilizzatori dei servizi possano superare i 16 milioni.

Per quanto riguarda i servizi proposti dalla pay tv tradizionale, il cui servizio è offerto solo da Sky al momento, il numero di utenti si aggira attorno ai 5 milioni.

Si assesta su ben altri numeri invece il bacino di utenza dei servizi di streaming gratuiti: oltre 27 milioni di persone, 7

milioni in più rispetto al 2018, usufruiscono di tali servizi. Il 95% di essi è rappresentato unicamente da **YouTube**.

Analizzando questi numeri con un occhio più critico, si possono ottenere delle informazioni specifiche per ognuna delle piattaforme in questione. La piattaforma leader sul mercato Italiano è senza dubbio **Netflix** con oltre **3,7 milioni** di clienti attivi. Al secondo posto si attesta Amazon Prime Video con 2,3 milioni di clienti, seguito da Tim Vision con 2 milioni di utenti (non tutti attivi sul servizio stesso però).

Ad ogni servizio di streaming sono legati inoltre diversi **dispositivi**. Ecco allora che un determinato servizio, se usufruibile su più dispositivi, otterrà un maggiore successo rispetto ad altri. Per le piattaforme pay tv il dispositivo più

usato è ovviamente la smart tv (o comunque devices ad essaccollegati) con una percentuale di utilizzo dell'80% sui clienti totali.

Per i contenuti **gratuiti** invece gli utenti scelgono nel 44% dei casi i dispositivi **mobili**, in particolare gli smartphone, seguiti da pc e tablet.

Gli utenti dei servizi gratuiti, in media, spendono circa **un'ora** al giorno nella visione dei contenuti proposti. Il tempo di visione per le pay tv invece sale a quota **un'ora e mezza**.





20% teatro

circa 12 milioni di Italiani



27% strea

circa 16 milioni di Italia

Percentuale di italiani che dichiara di aver usufruito almeno una volta durante l'anno dei seguenti servizi nell'anno 2019.

50% cinema

circa 30 milioni di Italiani

ming

ni



6% teatro

del 20% *circa 720 mila Italiani*



15% cinema

del 50% *circa 7,5 milioni di Italiani*



Percentuale di italiani che dichiara di aver usufruito più di 7 volte durante l'anno dei seguenti servizi nel 2019.



100% streaming

del 27% circa 16 milioni di Italiani

Riflessioni

Ha ancora senso?

Viviamo in un'epoca in cui per guardare il nuovo film uscito giusto ieri nelle sale, comodamente seduti sul **divano** e in qualunque momento io voglia, mi basta aspettare una settimana e cercarlo poi in streaming.

Perché dovrei quindi prendermi la briga di comprare un biglietto e andare a vedere un qualsiasi spettacolo in un posto diverso rispetto a casa mia, con tutto ciò che ne consegue?

La differenza principale sta nell'esperienza, l'atmosfera in cui ci si immerge allo spegnersi delle luci, il silenzio che cala nella sala e il fragore degli applausi a fine spettacolo che ti coinvolge fino a fondo rendendo quella serata indimenticabile.

La risposta alla domanda “ha

ancora senso assistere agli spettacoli dal vivo?” è quindi **sì**. Non si tratta di una risposta che ha l'obiettivo di apparire come verità assoluta, quanto più come spunto di riflessione e di analisi della società odierna.

Passiamo sempre più tempo vicini ma solo sui social; informati su tutto ma da fonti incerte; al passo con le mode ma decise da altri.

Quella sana **magia** che circondava lo spettacolo dal vivo, non ci riguarda più: è troppo obsoleta e scomoda per quelle che sono le nostre **abitudini**.

Si tratta quindi non solo di spettacolo, quanto più di un modo per **riscoprire** noi stessi e il piacere di dedicarsi del tempo, lontani da tutto e da tutti, pur stando **insieme**. (per davvero).





Problema

Quanto è complicato

Non può essere però solo il fatto di trovare più comodo il proprio divano rispetto alle poltrone in velluto che spinge le persone a non andare più ad assistere gli spettacoli dal vivo. Deve esserci dell'altro.

Uno dei grandi **problemi** del mondo del teatro, che lo fa posizionare in **ultima** posizione a livello di fruizione del servizio di intrattenimento è la difficoltà che riscontrano gli utenti nel trovare qualcosa che davvero possa suscitare il loro interesse.

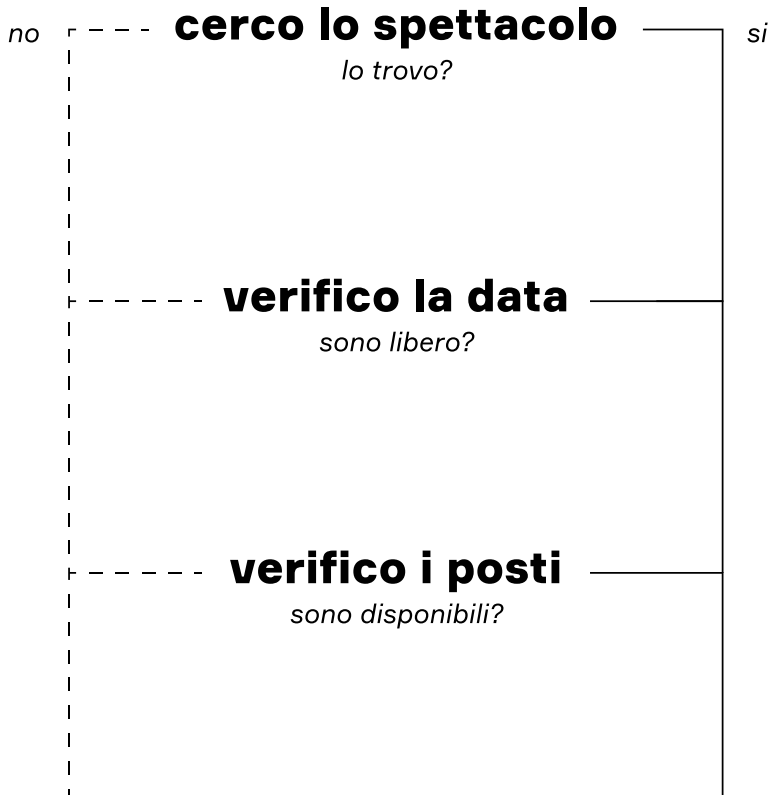
Durante la ricerca di uno spettacolo, una persona che già ha in mente lo spettacolo che vuole vedere, deve affrontare diversi passaggi prima di arrivare ad **acquisire il biglietto**. Spesso durante questo tortuoso percorso, ci si trova davanti ad un **bivio**: continuo la ricerca o lascio perdere?

Inutile dire che per tanti che decidono di continuare la ricerca, altrettanti gettano la spugna e si rintanano in luoghi ricchi di strade a senso unico: lo **streaming**.

Ancora più ardua è la missione per una persona che non sa cosa andare a vedere e si avventura alla ricerca di un titolo che possa soddisfare la sua fame di intrattenimento.

I **passaggi** da compiere per arrivare a stringere il sudato biglietto aumentano a dismisura e le probabilità che molti si perdano lungo la strada aumentano di conseguenza.

Penso dunque che questo sia il problema più grande relativo al mondo del teatro: non esiste una strada facile che ti porta dal punto A “voglio guardare qualcosa a teatro” al punto B “ho trovato cosa guardare”.



Non vado a teatro

Vado a teatro



Non vado a teatro

Vado a teatro

***Il flusso di chi sa che
vedere si rivela abbi***

***spettacolo andare a
pastanza complesso***



no

cerco un teatro

lo trovo?

si

cerco lo spettacolo

trovo qualcosa?

verifico la data

sono libero?

verifico i posti

sono disponibili?

Non vado a teatro

Vado a teatro



no

cerco un teatro

si

lo trovo?

cerco lo spettacolo

trovo qualcosa?

verifico la data

sono libero?

verifico i posti

sono disponibili?

Non vado a teatro

Vado a teatro

***Il flusso di chi non sa c
vedere si rivela dec***

***he spettacolo andare a
isamente complesso***





A red line starting from the top left and curving downwards towards the center.

Personas

A red line starting from the bottom left, curving upwards and to the right, then looping back down and to the left.



L'appassionata

Arianna, 20 anni

Esperienze significative

Arianna è sempre stata una ragazza intraprendente, vogliosa di scoprire cose nuove e fare nuove esperienze.

All'età di 12 anni si è appassionata di pittura e da allora passa diverse ore della sua giornata a dipingere (e con il tempo è diventata davvero brava!).

La scuola non l'ha mai appassionata davvero tanto ma intrapresi gli studi in scienze dell'educazione ha poi riscoperto una passione "lavorare con i bambini è il mio sogno, potergli trasmettere dei valori: non credo ci sia nulla di più magico".

Punti di forza e debolezze

Arianna è una persona estremamente creativa. Da un piccolissimo stimolo come un'idea, un suono, un'immagine riesce a tirar fuori collegamenti impensabili da una persona



normale. Forse però è proprio questa creatività che la porta a vivere in un mondo tutto suo: si dimentica costantemente le cose in giro, manca gli appuntamenti, si perde nei suoi pensieri e non riesce a concludere il discorso che ha iniziato ormai decenni fa.

Relazione con la tecnologia

La tecnologia per Arianna non è mai stato un must: ha ricevuto il computer in eredità da suo fratello all'età di 10 anni ma più che ascoltare le canzoni di Justin Bieber su Youtube o "disegnare" su Paint non ha mai fatto tanto. Il cellulare da quando l'ha ricevuto in seconda media l'ha sempre usato solo per chattare con le sue amiche o postare su Instagram i suoi lavori su tela.

Relazione con il teatro

All'età di 15 anni, dopo un laboratorio sul teatro fatto con la scuola, si è innamorata di

questo mondo in cui la finzione incontra la realtà in modo così plateale. Da allora ogni martedì e giovedì si ritrova con il gruppo di teatro della sua zona e fanno mille prove, laboratori e workshop per imparare l'arte. Quando esce un nuovo spettacolo è sempre in prima linea (o meglio, in prima fila) pronta per andarlo a vedere e fare tesoro delle tecniche recitative dei suoi "colleghi".

Lo scettico



Luca, 25 anni

Esperienze

ha passato gli ultimi anni della sua vita bilanciando studio e divertimento riuscendo a concludere gli studi in tempo e con ottimi risultati ma senza negarsi il solito sabato sera in Sansa. Non ha effettuato particolari esperienze coinvolgenti durante la sua vita ma è ben deciso su quello che vuole dal suo futuro: un lavoro stabile nell'industria informatica, una famiglia felice e una bella macchina (la vecchia punto grigia del nonno l'ha stancato ormai).

Punti di forza e debolezze

Luca è una persona estremamente determinata. Se si mette in testa un obiettivo, lo deve raggiungere a tutti i costi (e il più delle volte ce la fa!). L'unico suo problema è che è estremamente condizionato dalle sue abitudini. Convin- cerlo a fare qualche experien-

za nuova non è un'impresa semplice e qualora ce la si facesse, non è detto che si riveli collaborativo.

Relazione con la tecnologia

Grazie ai suoi studi, la tecnologia non ha segreti per Luca. Che si tratti di un sito web, un'applicazione o qualsiasi cosa che funzioni grazie ad un codice, non esiste dettaglio che lui non conosca.

Unico problema? Nel corpo di un ventiquattrenne si cela un animo da vero boomer: pensate che non ha neanche instagram!

Relazione con il teatro

Luca e il teatro sono come due linee parallele: non si sono mai incontrati e non si incontreranno mai.

Sin da bambino non è mai stato attratto dal teatro, tantomeno da "quelle noiose sere in cui cantano con le voci strane" (vedi significato "ope-

ra lirica"). Vuoi un po' a causa delle innumerevoli volte che da piccolo ha dovuto tenere compagni alla nonna mentre si godeva la milionesima replica dell'Aida, vuoi un po' per la sua tendenza a non cambiare idea, del teatro proprio non ne vuole sapere.

La fan del musical

Celeste, 22 anni

Esperienze significative

Celeste è da sempre appassionata di musica. Ha iniziato a suonare il flauto traverso all'età di 10 anni e da allora il mondo della musica l'ha travolta e affascinata. Ogni spettacolo, purchè ci siano delle canzoni, la entusiasma e le fa venire voglia di cantare a squarciagola insieme agli attori in scena.

Un brano di musica classica nella sua top 10 di Spotify si trova sempre.

Ciò che per gli altri può sembrare noioso, per lei è una dimostrazione d'arte senza eguali.

Punti di forza e debolezze

La voglia di esplorare e fare nuove esperienze è uno dei punti forti di Celeste. Nulla è dato per scontato e tutto può essere rimesso in discussione, tranne le persone: se non le vai a genio, non c'è modo di



farle cambiare idea.

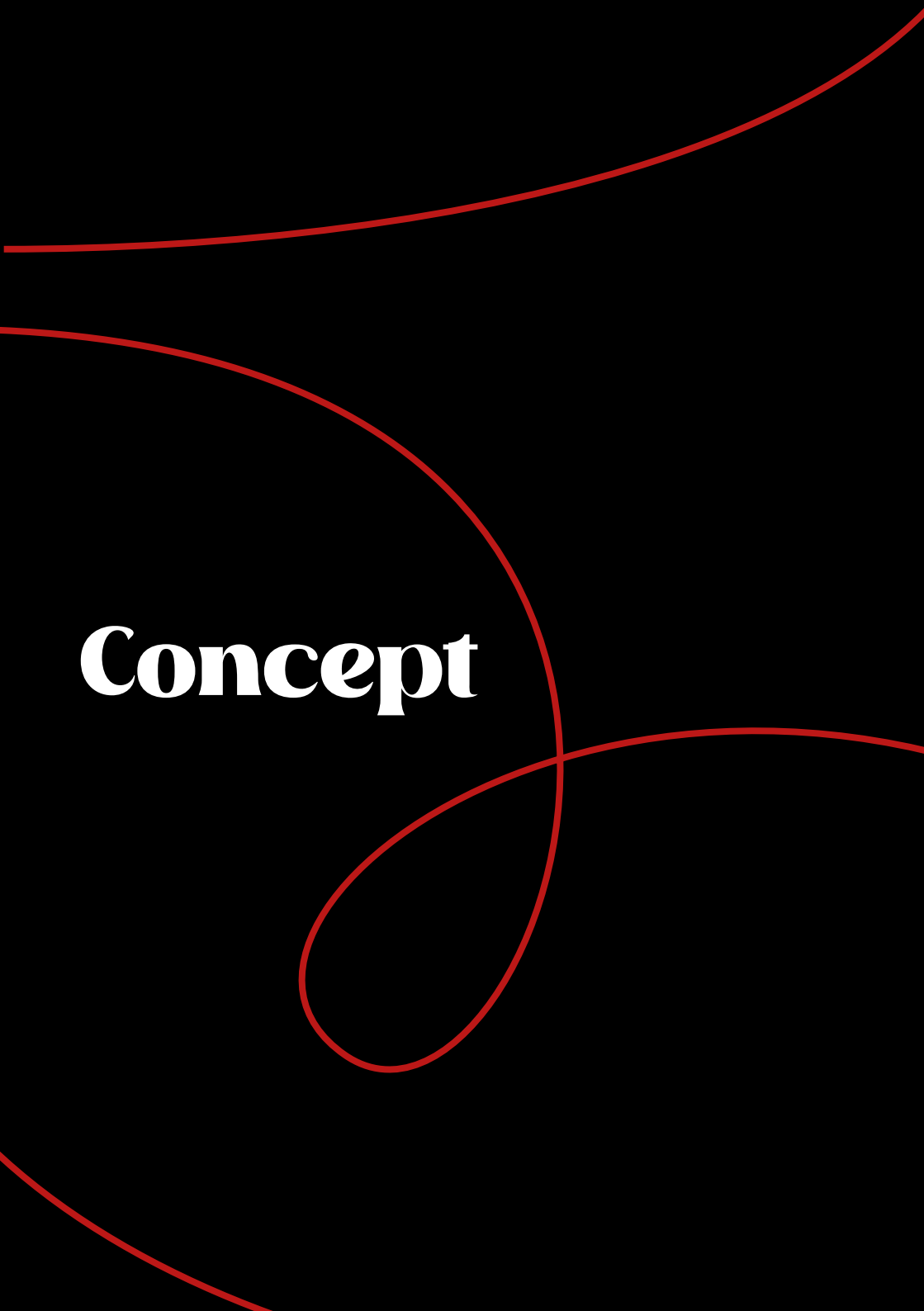
Relazione con la tecnologia

Le ultime uscite in fatto di tecnologia non l'hanno mai entusiasmata più di tanto ma se si tratta di piattaforme streaming, non se ne perde una. Qualsiasi sia la piattaforma in questione, se contiene emateriali Disney deve essere per forza in suo possesso.

I social le fanno perdere un sacco di tempo ma non posta con troppa frequenza.

Relazione con il teatro

Il teatro non è mai stata una sua grande passione ma se si tratta di musical, non importa dove e quando, se su un megaschermo o su un piccolo palco nella piazza del paese, lo spettacolo necessita di essere visto. Non è così raro quindi che alla domanda “che si fa stasera?” risponda con “io non ci sono, sono a vedere la replica di Cats” (di nuovo).

The image features a solid black background with several thin, vibrant red lines. These lines are curved and fluid, creating a sense of movement and abstract design. One line starts near the top left and curves towards the top right. Another line enters from the left, curves around the word 'Concept', and then loops back towards the bottom left. A third line enters from the bottom left and curves upwards towards the right. The word 'Concept' is centered in the middle of the frame, rendered in a bold, white, serif font.

Concept

Uno spettacolo sorprendente

Tutti almeno una volta ci siamo trovati ad assistere ad uno spettacolo teatrale e la maggior parte di noi non l'ha fatto per scelta quanto più per obbligo da parte della prof di italiano che organizzava l'immane "uscita a teatro" che ci ha fatto pensare "mai più!".

Ed è così che la nostra love story con il teatro finisce ancora prima di iniziare.

O forse no?

È arrivato il momento di ricredersi!

Basta pensare che il teatro sia noioso (guarda che si ride anche). Basta pensare che sia un posto culturalmente elevato (beh forse un po' sì, ma penserai mica di non essere all'altezza?).

Basta pensare "tanto non mi piace" (neanche il vino ti pia-

ceva da piccolo, eppure ora al ristorante fai persino finta di intendertene).

Dagli una seconda chance, riscopri la bellezza del teatro e regalati un'esperienza.

Come quando al compleanno ti trovi a scartare quel regalo dalla forma insolita e che proprio non riesci a immaginare di cosa si tratti:

lasciati incantare allo stesso modo dall'esperienza teatrale.

E se non sai che spettacolo scegliere, chiudi gli occhi e affidati al caso: le più grandi scoperte sono nate così.



The image features a solid black background. Two thin, vibrant red lines are drawn across the frame. One line starts from the top left, curves downwards and to the right, passing behind the text. The other line starts from the top right, curves downwards and to the left, also passing behind the text. These lines create a sense of dynamic movement and frame the central text.

Casi studio

Utravel

Una meta sconosciuta

Da parte del Gruppo Alpitour nasce Utravel, la startup che propone viaggi con una soluzione interessante: la meta è sconosciuta fino a pochi giorni prima della partenza!

Attraverso la scelta tra diversi pacchetti che variano per prezzo, zone geografiche, tipo di vacanza, gli utenti possono prenotare il loro viaggio senza sapere quale sarà la meta: si sceglie il periodo, si procede al pagamento e si è pronti per partire!

Alpitour in questo modo riesce ad offrire ad un prezzo competitivo un'esperienza indimenticabile venendo anche incontro alle disponibilità dei resort: utenti diversi vengono indirizzati verso mete diverse così da distribuire le prenotazioni in modo equo.



The Fork

Dove mangio oggi?

E se con pochi e semplici click fosse possibile visualizzare tutti i sushi vicino a me e prenotare quello che mi ispira di più? E se prenotando mi dessero pure uno sconto sul conto totale?

Questo è quello che fa The Fork: in un attimo l'utente ha una panoramica più o meno completa sulla situazione "ristoranti che mi interessano" e può comodamente scegliere quello che più lo aggrada. Basta inutili ricerche su internet e prenotazioni via telefono (ma solo dalle 19 in poi che prima siamo chiusi!).

Prenota dove e quando vuoi e disdici in un attimo, nulla di più facile e veloce.



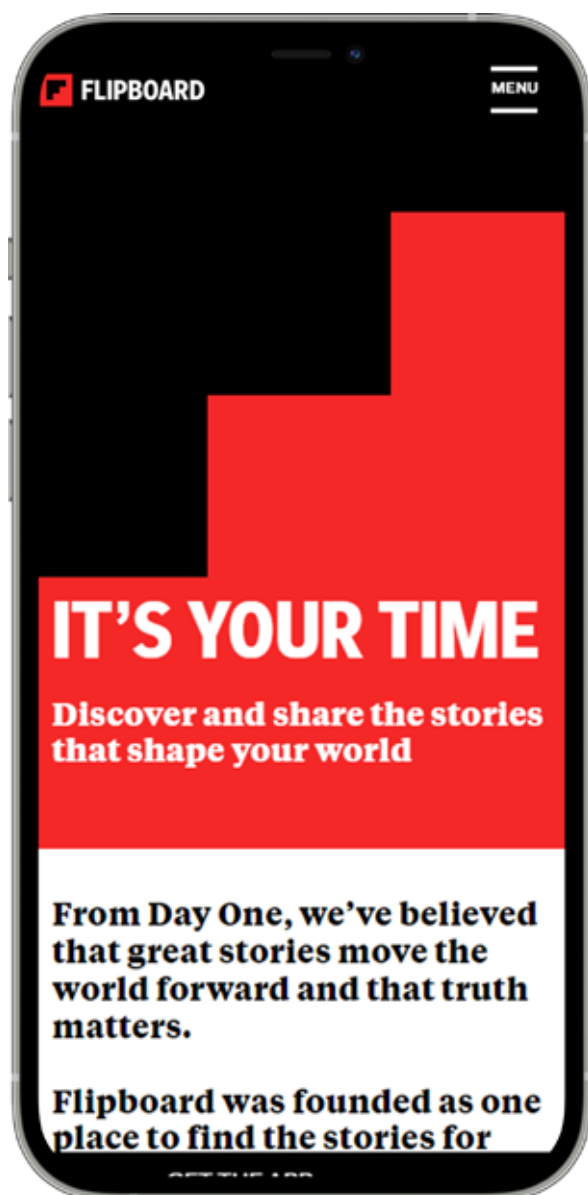
Flipboard

News a portata di click

Grazie a Flipboard, la notizia “Scopri ora chi è la nuova fiamma di Belen Rodriguez” non comparirà più tra le tue notizie quotidiane (a meno che non ti interessi realmente).

Flipboard infatti utilizza le categorie di informazione per filtrare le notizie sulla base dei tuoi interessi e proporti solo contenuti adatti a te. Ogni volta che ti va di ricevere qualche news su argomenti che attirano la tua attenzione, ti basterà aprire l'app e flippare le varie notizie.

Basta perdere tempo con informazioni inutili, crea il tuo personal magazine con pochi click: al resto ci pensa lui.



Too good to go

La mystery box

Meglio svendere che buttare: è questa la filosofia dietro a Too good to go.

Per andare contro lo spreco alimentare, attraverso questa applicazione, chiunque può prenotare ed acquistare delle mystery box presso il suo negozio alimentare preferito: non so cosa troverò all'interno ma sicuro mi piacerà!

Le box hanno un prezzo decisamente agevolato e si differenziano in base al peso e al prezzo: scegli quanto vuoi spendere e corri a ritirare la tua prenotazione.



MAMMT

Per i più indecisi

Devo pranzare ma tra una call e l'altra non ho tempo nè di cucinare
nè tanto meno di pensare a cosa ordinare? MAMMT viene in tuo soccorso.

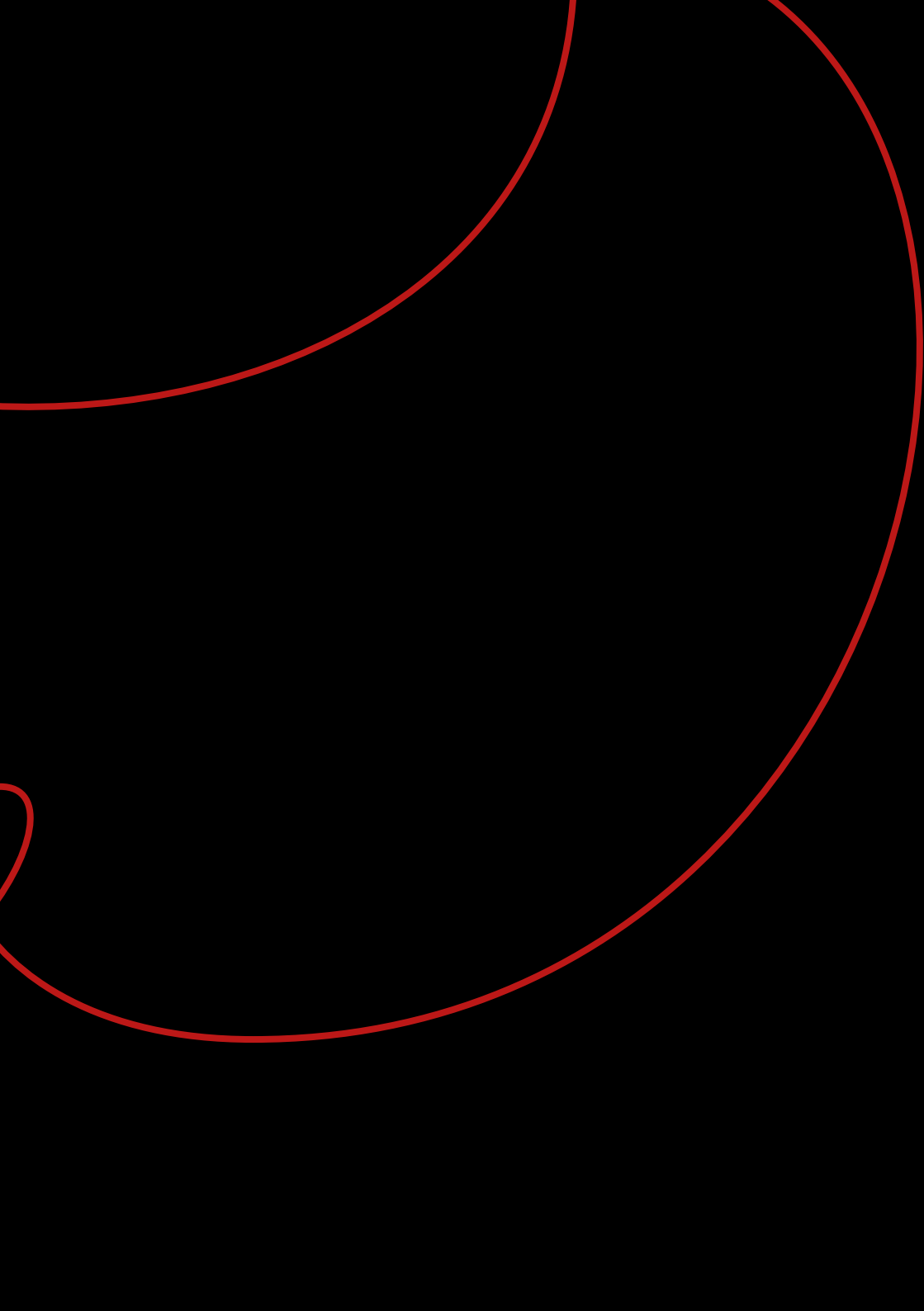
Si tratta di un'applicazione di delivery in cui le uniche informazioni che devi inserire riguardano: giorno e ora di consegna, persone che consumeranno il pasto e luogo di consegna. Al resto ci pensa mammt.

Il servizio genera automaticamente un ordine comprensivo di primo e contorno, secondo e contorno o piatto unico. Che dire, se non sai cosa cucinare, ci pensa MAMMT.



The background is a solid black field. It is decorated with several thin, vibrant red lines. At the top, two lines curve downwards and cross each other in the center. Below this, another red line curves across the middle of the page. In the lower half, there are more red lines, including a long, sweeping curve that starts from the left and ends on the right, and a smaller loop-like shape on the far right edge.

Linee guida



Il logo

Significato

Moozmi deriva dal misspelling di “muse me” che significa “ispirami”.

Il riferimento alle muse porta direttamente al mondo teatrale rimanendo comunque distaccato e giovane.

L'obiettivo dell'app è infatti ispirare il pubblico giovane e indirizzarlo verso una scelta basata sui propri interessi, semplificando il processo decisionale e rendendo l'esperienza del teatro memorabile.

moozmi

Il logo

Le forme

Il logo si presenta con delle forme morbide e sinuose.

La m in corsivo rappresenta dinamicità e movimento diventando elemento distintivo del logo.

Il logo rimane semplice da riprodurre e per questo facile da ricordare.

Ogni forma del logo è ricavata da cerchi e linee di dimensioni riconducibili a quelle della sezione aurea.

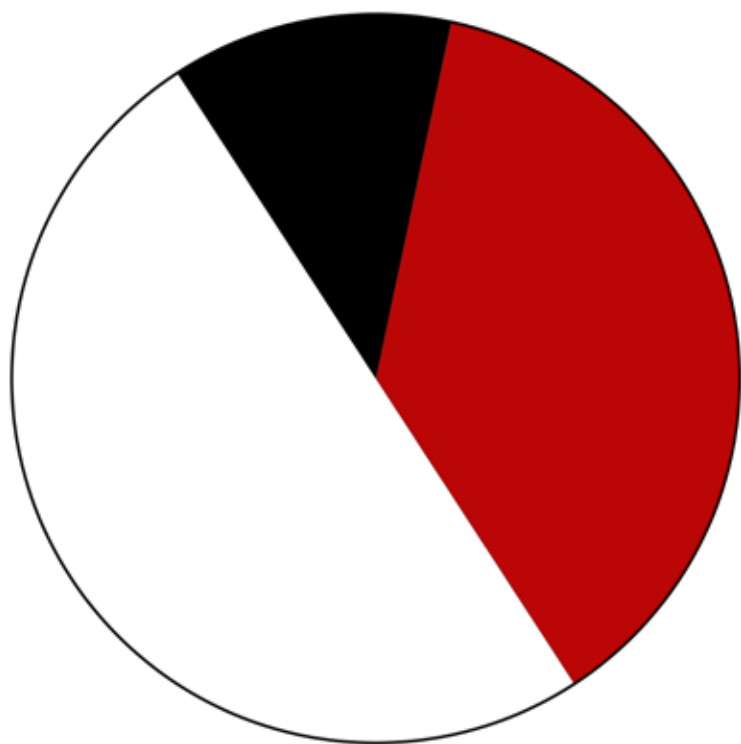
moozmi

Il logo

I colori

Il colore predominante nella comunicazione che riguarda moozmi dovrà essere il rosso, identificativo del marchio e utilizzato per i dettagli e gli elementi distintivi della comunicazione.

Il bianco risulterà essere il colore predominante per lo sfondo nella sua versione base mentre il nero viene utilizzato esclusivamente per i testi.



Il logo

I font

I font identificativi di moozmi sono il Formular e il Beach Lombok.

Per i testi il font da utilizzare è il formular nel peso regular e con dimensioni non inferiori ai 7px. I pesi light e bold sono da utilizzare solo nei formati digitali.

Per evidenziare parti importanti nei testi si utilizza il Beach Lombok con le stesse dimensioni del corpo.

Il Beach Lombok deve essere utilizzato anche per i titoli con dimensione di tre mezzi rispetto a quello del corpo mentre per i sottotitoli viene utilizzata la versione in italic di dimensioni pari a un quarto in più del corpo.

Formular Light

Beach Lombok

Formular Regular

Beach Lombok Italic

Formular Bold

Titolo **18 px**

Sottotitolo ***15 px***

Corpo 12 px

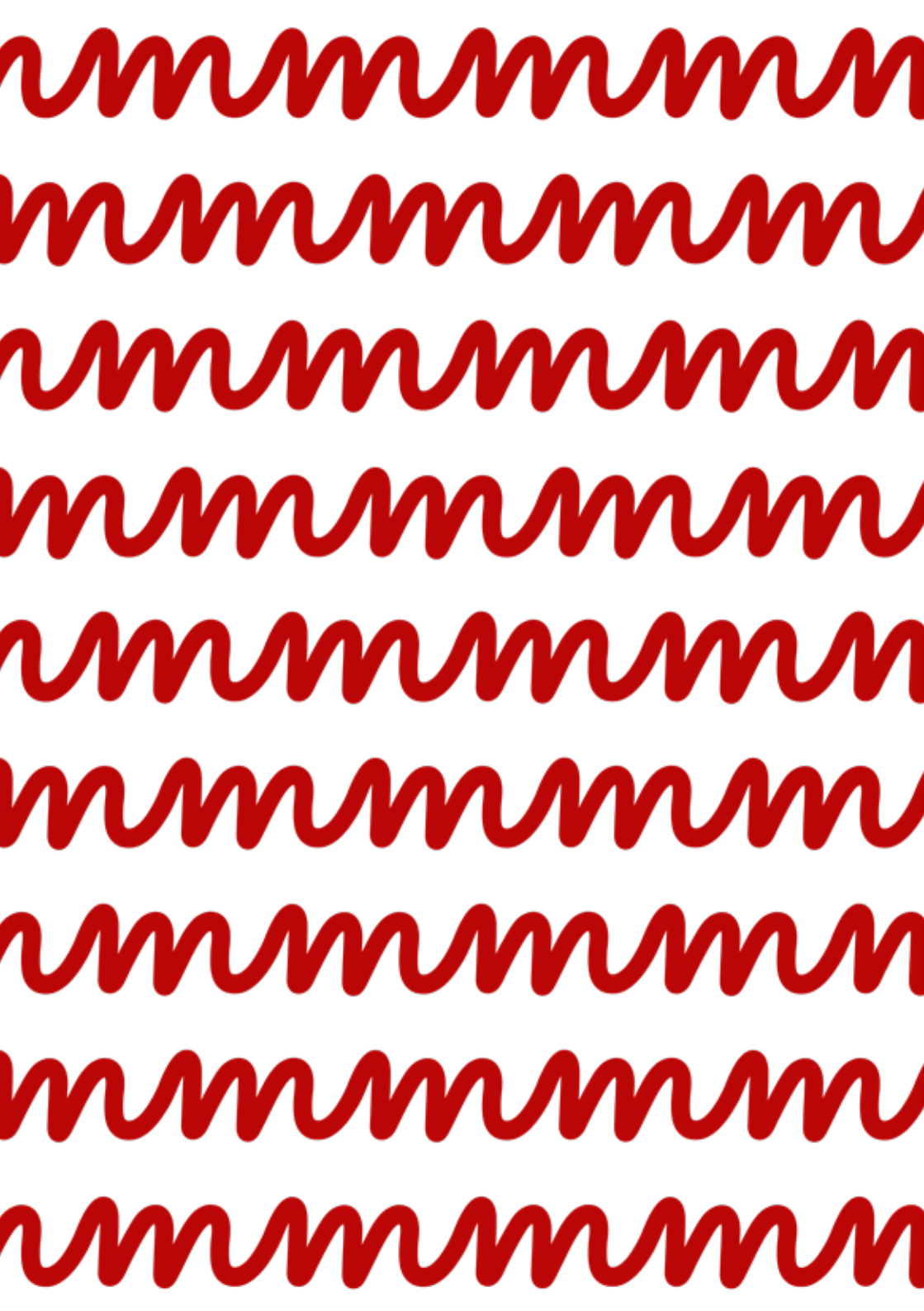
Il logo

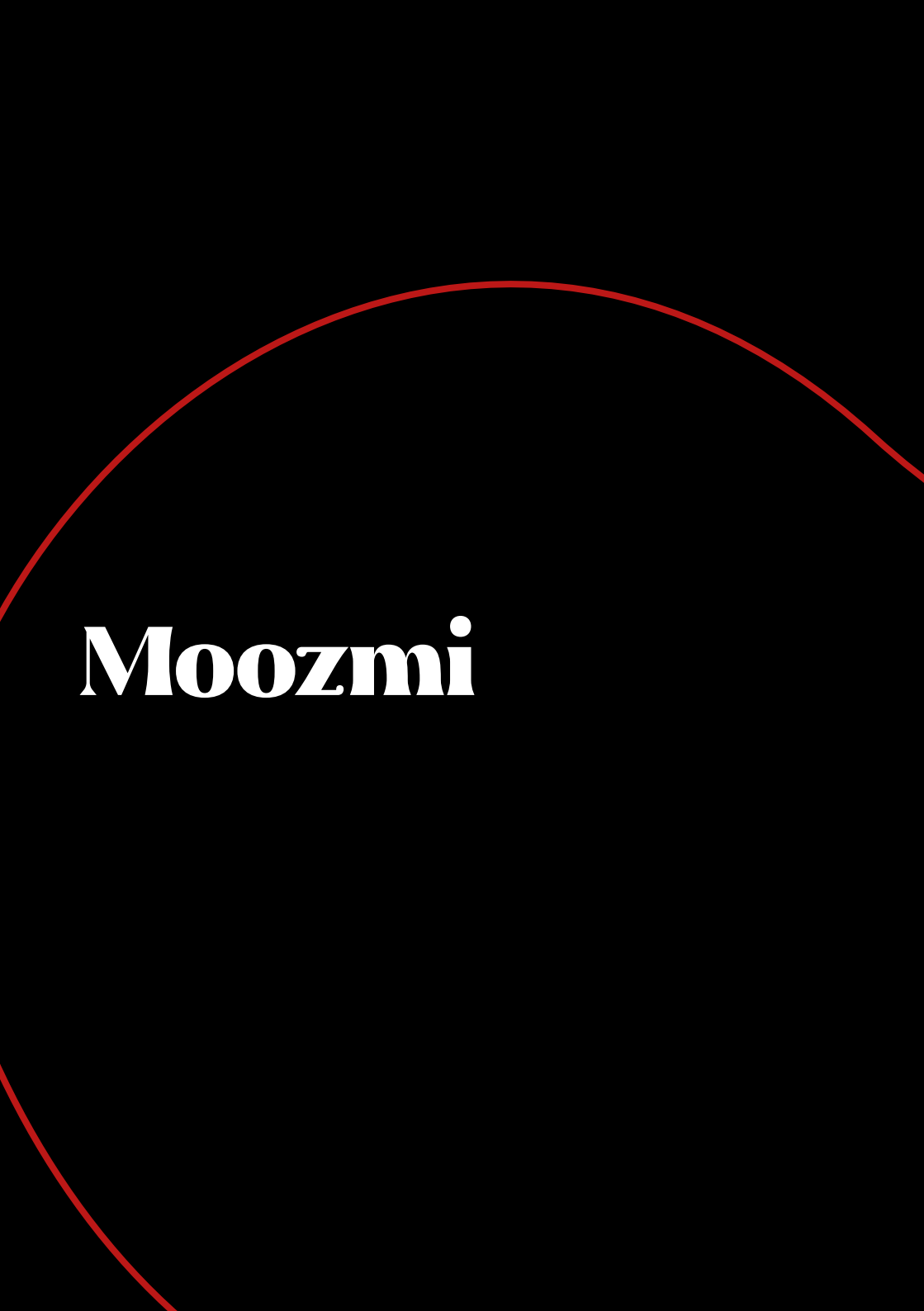
Il pattern

Il pattern viene ricavato dalla ripetizione della m identificativa di moozmi.

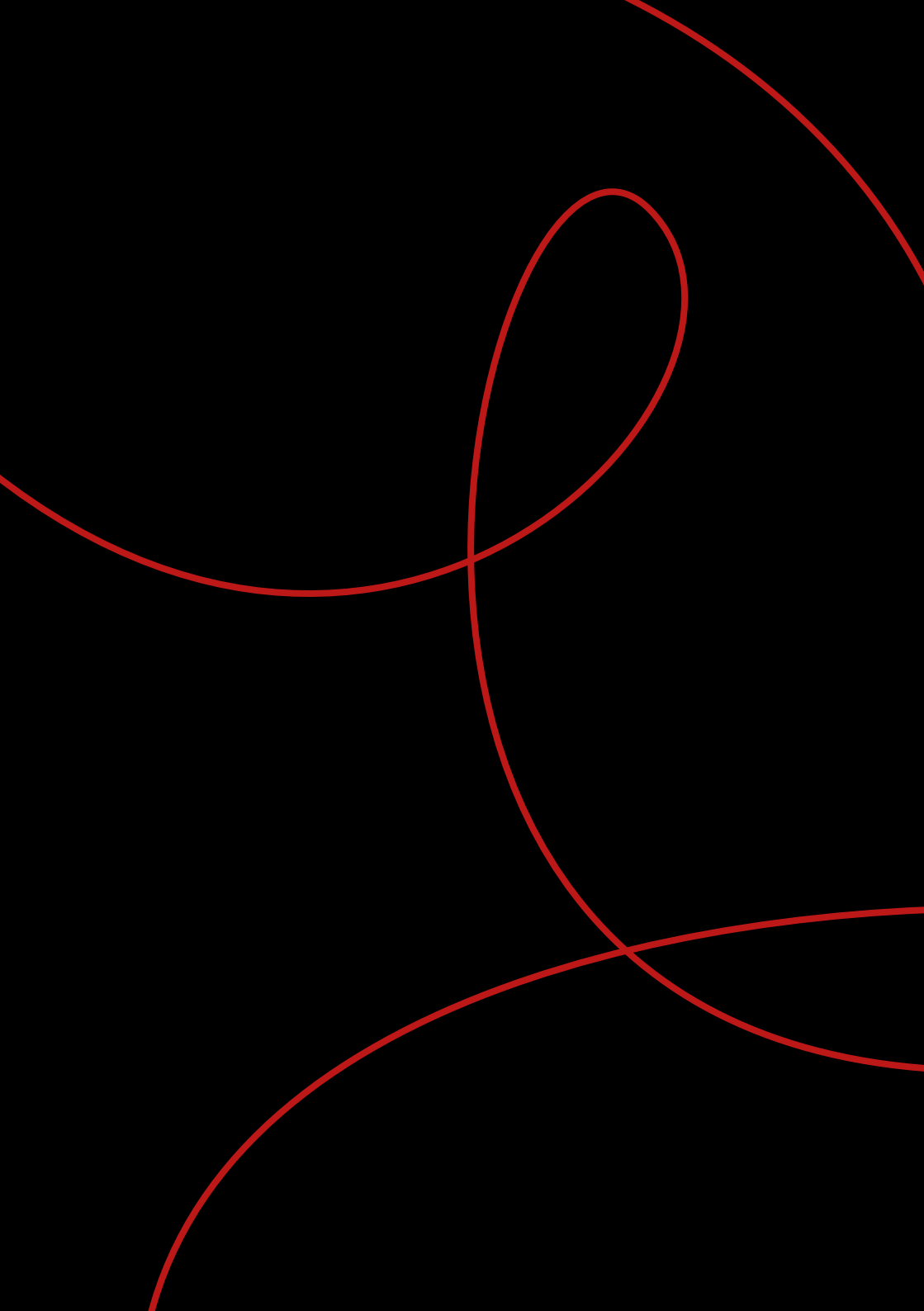
Può essere utilizzato nella sua versione rossa su fondo bianco o bianca su fondo nero. In altri casi l'utilizzo è sconsigliato in quanto non conforme alle regole di utilizzo.

Il pattern nell'app viene utilizzato per indicare la sezione del blind ticket. Non può essere in alcun modo utilizzato come sfondo, sopra ad altre immagini o al di sotto di testi.



A thick red arc, part of a circle, curves across the top and sides of the image, framing the central text.

Moozmi



Il login

Benvenuto

Attraverso il primo login l'utente si troverà di fronte diverse categorie di spettacolo. Tra queste, sarà invitato a sceglierne alcune che ritraggano i propri gusti. Così facendo, moozmi inizierà a conoscere l'utente e a comprenderne le preferenze. Questa scelta non è definitiva e in qualsiasi momento si potrà rivedere le proprie decisioni e modificarle a proprio piacimento.







HP

Ce n'è per tutti i gusti

Dopo l'accesso, l'utente si troverà davanti diversi caroselli di spettacoli divisi in sezioni. Basandosi sulla geolocalizzazione l'app suggerirà in primis gli spettacoli che si terranno in teatri o location vicine all'utente. Seguono poi la sezione degli ultimi visualizzati (assente in caso di primo accesso) e la sezione last minute che comprenderà tutti quegli spettacoli che si svolgeranno di lì a pochi giorni e per i quali è prevista una riduzione sul prezzo del biglietto.



Dettaglio spettacolo

Scopri di più

Ogni spettacolo è dotato di una pagina dedicata nella quale è possibile leggerne la trama, visionare i Tag e prendere nota dei dettagli relativi a luogo, orario e data di messa in scena. Attraverso la pagina di dettaglio, dopo aver letto la trama sarà possibile inserire lo spettacolo tra i Preferiti o procedere con l'acquisto del biglietto.

9:41

5G



Da Vicino a te



Le sorelle Marinetti

Teatro Colosseo, via Madama Cristina 71, Torino

22.01.2022 | 21:30

Genere: commedia, musical

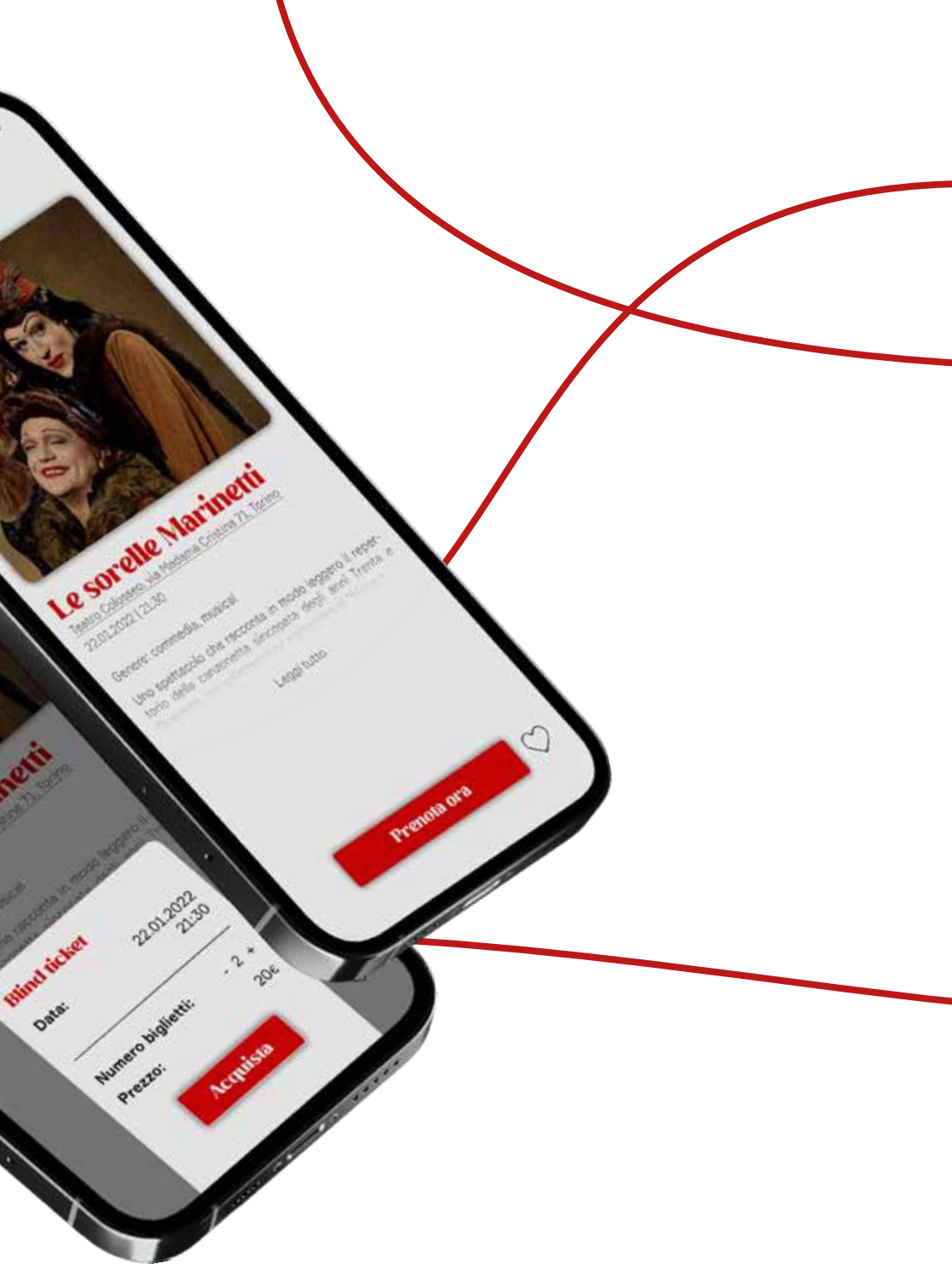
Uno spettacolo che racconta in modo leggero il repertorio della canzonetta sincopata degli anni Trenta e Quaranta, con un'attenzione particolare al "filone a."

[Leggi tutto](#)

Prenota ora







Le sorelle Marinetti

Teatro Colosseo, via Macedonia 71, Torino
22.01.2022 | 21:30

Genere: commedia, musical

Uno spettacolo che racconta in modo leggero il repertorio della commedia sinfonica degli anni Trenta e Quaranta.

[Leggi tutto](#)

Prenota ora

blind ticket

Data: 22.01.2022
21:30

Numero biglietti: - 2 +
Prezzo: 20€

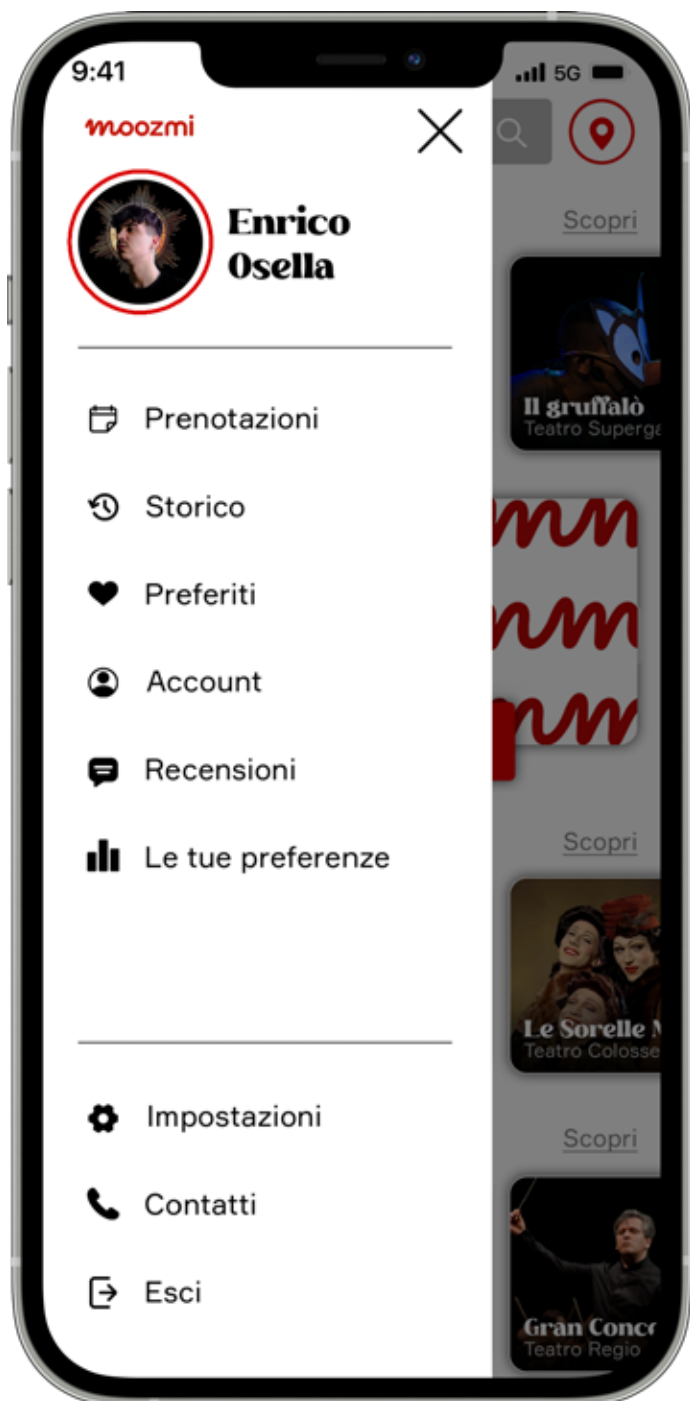
Acquista

Il menu

Tutto sotto controllo

Attraverso il pulsante in alto a sinistra, l'utente potrà accedere al menù che permette di tenere sempre sotto controllo i movimenti del proprio account.

Ognuna delle voci del menù aprirà una sezione dedicata basata sulle azioni dell'utente.



Pagine del menu

Prenotazioni

Attraverso il pulsante in alto a sinistra, l'utente potrà accedere al menù che permette di tenere sempre sotto controllo i movimenti del proprio account.

Ognuna delle voci del menù aprirà una sezione dedicata basata sulle azioni dell'utente.

9:41

5G

← **Cosa andrai a vedere**



Io, Steve Jobs

Teatro Superga, Nichelino 20.01.2022 | 21:00



Harlem gospel

Teatro Colosseo, Torino 22.01.2022 | 21:30



Peter Pan

Teatro Colosseo, Torino 22.01.2022 | 21:30

Pagine del menu

Storico

Attraverso il pulsante in alto a sinistra, l'utente potrà accedere al menù che permette di tenere sempre sotto controllo i movimenti del proprio account.

Ognuna delle voci del menù aprirà una sezione dedicata basata sulle azioni dell'utente.

Pagine del menu

Preferiti

Attraverso il pulsante in alto a sinistra, l'utente potrà accedere al menù che permette di tenere sempre sotto controllo i movimenti del proprio account.

Ognuna delle voci del menù aprirà una sezione dedicata basata sulle azioni dell'utente.

9:41

5G



I tuoi preferiti



Parenti Serpenti

Teatro Superga, Nichelino 20.01.2022 | 21:00



Arlecchino furioso

Teatro Regio, Torino 22.01.2022 | 21:30



Peter Pan

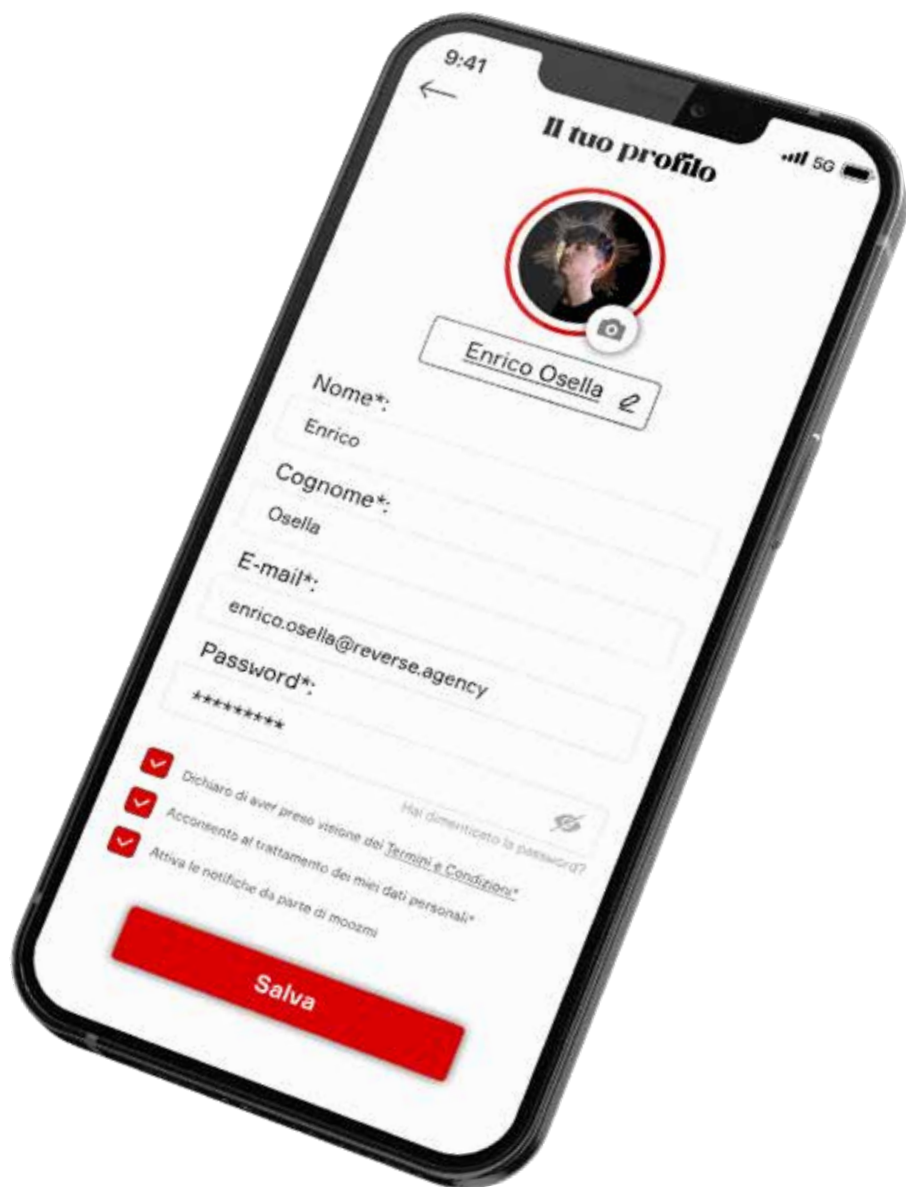
Teatro Colosseo, Torino 22.01.2022 | 21:30

Pagine del menu

Account

Attraverso il pulsante in alto a sinistra, l'utente potrà accedere al menù che permette di tenere sempre sotto controllo i movimenti del proprio account.

Ognuna delle voci del menù aprirà una sezione dedicata basata sulle azioni dell'utente.



Pagine del menu

Recensioni

Attraverso il pulsante in alto a sinistra, l'utente potrà accedere al menù che permette di tenere sempre sotto controllo i movimenti del proprio account.

Ognuna delle voci del menù aprirà una sezione dedicata basata sulle azioni dell'utente.



Pagine del menu

Le tue preferenze

Attraverso il pulsante in alto a sinistra, l'utente potrà accedere al menù che permette di tenere sempre sotto controllo i movimenti del proprio account.

Ognuna delle voci del menù aprirà una sezione dedicata basata sulle azioni dell'utente.



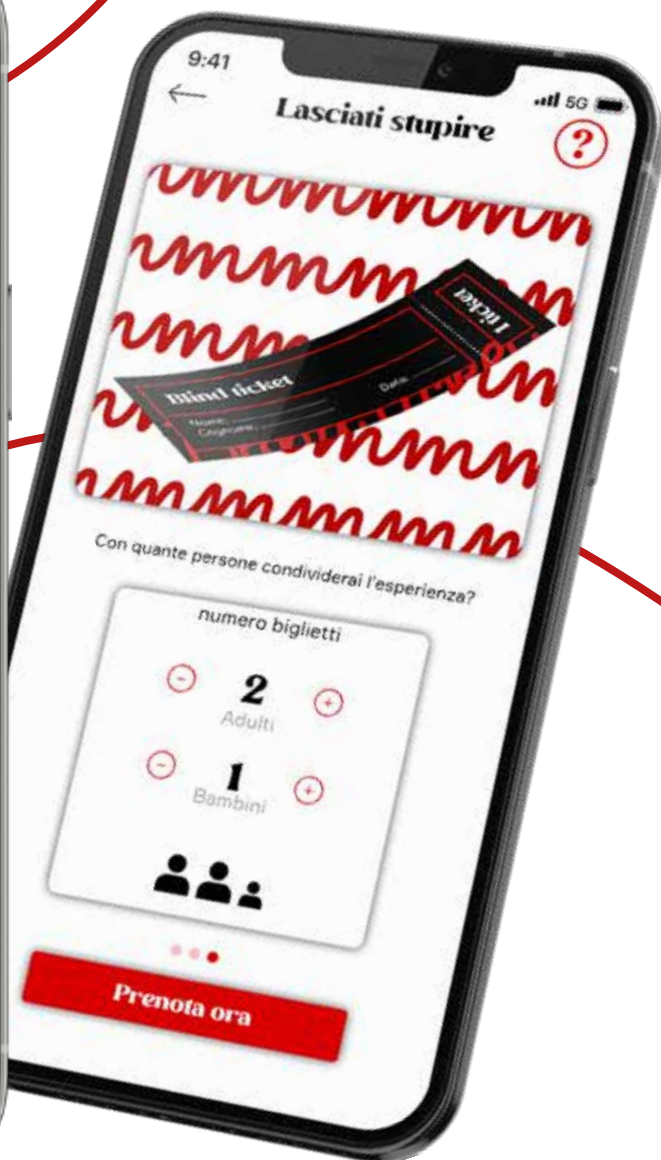
Blind ticket

Lasciati sorprendere

La sezione più interessante dell'app è sicuramente quella dedicata al Blind Ticket. Qui l'utente potrà acquistare un biglietto senza sapere quale spettacolo andrà effettivamente a vedere. Sulla base delle categorie di spettacolo inserite nelle tue preferenze, l'algoritmo sceglierà, tra quelli disponibili, lo spettacolo che più si adatta all'utente. Sarà sufficiente impostare la data e il luogo e procedere all'acquisto.







Il biglietto

Impossibile perderlo

Ogni spettacolo che si rispetti ha un biglietto ma nel 2021 del cartaceo possiamo anche farne a meno sia per una questione di rispetto ambientale, sia per comodità e praticità. Ad ogni acquisto verrà generato un biglietto elettronico che verrà conservato fino al giorno dello spettacolo nella sezione Le mie prenotazioni per poi essere archiviato nello Storico. Con un semplice tap sul biglietto l'utente potrà mostrare il codice a barre da mostrare in biglietteria al momento dell'ingresso. Per i dispositivi iOS sarà anche possibile accedere al biglietto direttamente dal Wallet.

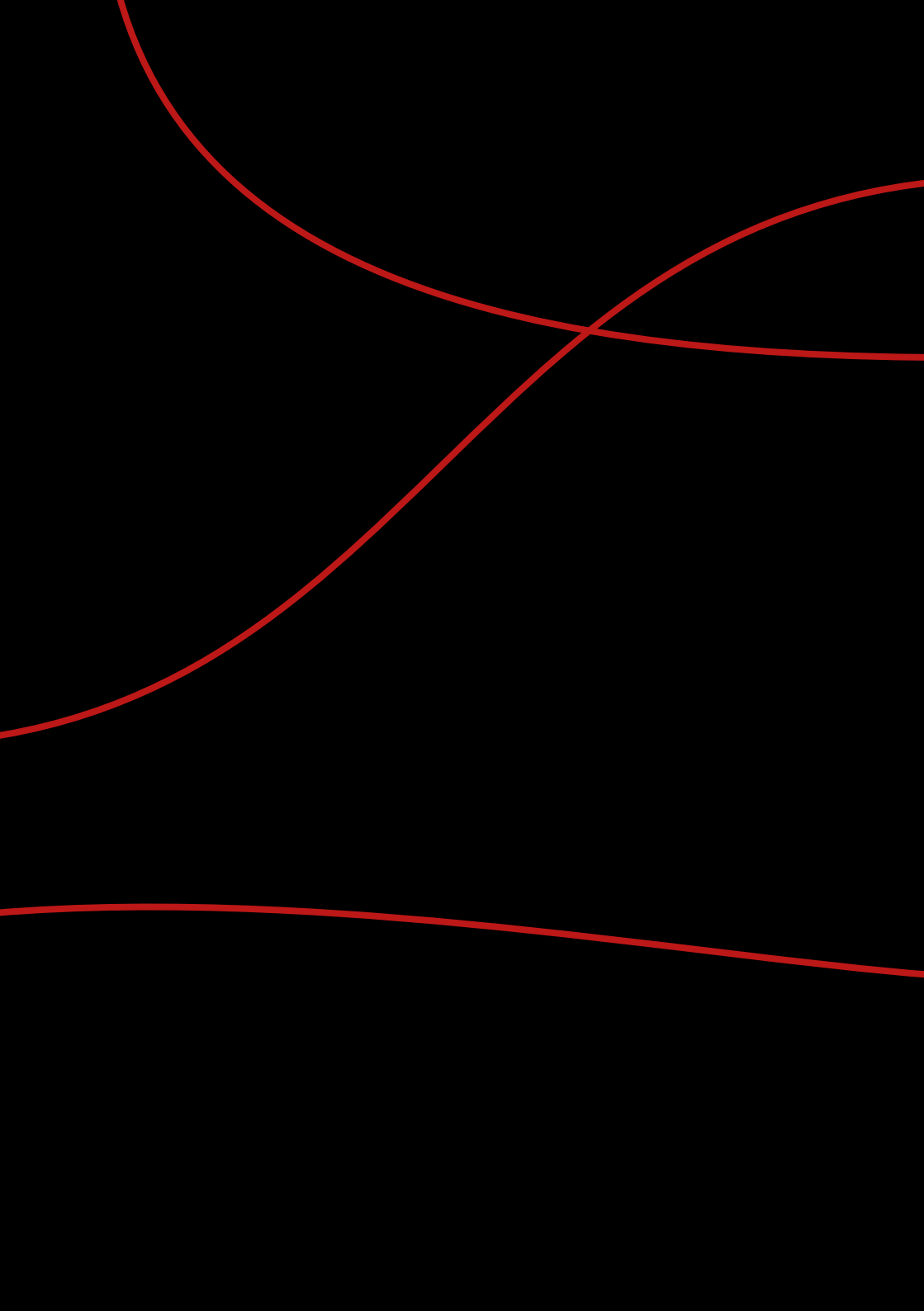






The background is a solid black field. It is decorated with several thin, vibrant red lines. These lines are curved and fluid, creating a sense of movement and organic form. One line starts from the top left, curves downwards and to the right, passing behind the word 'Strategia'. Another line forms a large, open loop on the right side of the image. A third line curves from the bottom left towards the center. The overall effect is minimalist yet dynamic.

Strategia



Arrivare ai teatri

Presentare i vantaggi

Moozmi è uno strumento che per le istituzioni teatrali si può rivelare solo che vantaggioso.

Trattandosi di un servizio che propone diverse soluzioni di vendita per i vari biglietti (personalizzabili in qualsiasi momento) il teatro potrà in qualsiasi momento cambiare le caratteristiche del biglietto per renderlo acquistabile attraverso più promozioni. Il numero di biglietti invenduti in questo modo tenderà a ridursi drasticamente.

Inoltre, rispetto all'attuale servizio maggiormente adottato per l'acquisto dei biglietti teatrali, ovvero TicketOne, Moozmi si presenta con un contratto molto più vantaggioso per il teatro.

Attraverso il sistema di vendita proprietario, Moozmi si pone come competitor del

servizio ad oggi (quasi) monopolizzante dell'intero settore dello spettacolo.

Il sistema di contratti che propone oggi TicketOne prevede la possibilità di usufruire del servizio a fronte della cessione di una generosa percentuale sulle prevendite (arrivano fino all'80%) e di una costante sui biglietti emessi (anche qualora venissero stampati per errore o rimborsati al cliente) che può variare in base al tipo di evento di cui si parla.

Il tipo di collaborazione che si verrebbe ad instaurare tra le istituzioni e moozmi ricalcherebbe grossomodo le linee guida di TicketOne pur presentando delle sostanziali differenze per rendere più abbordabile l'investimento per i teatri.





Parlare con chi ne sa

Gli utenti abituali

Attraverso la partnership con i teatri associati al servizio che Moozmi propone, sarà possibile applicare il logo e il Qr-code per il download dell'app direttamente sulle locandine degli spettacoli.

In questo modo, chiunque voglia andare a vedere uno qualsiasi degli spettacoli proposti dai diversi teatri, si troverà davanti la possibilità di prenotare grazie a questo nuovo strumento.

Attraverso i primi download, si inizieranno a creare i primi utenti che usufruiranno dei diversi servizi proposti da Moozmi. Trattandosi di utenti perlopiù abituali nell'ambiente teatrale, sapranno apprezzare le diverse possibilità che l'app propone e troveranno sicuramente altre occasioni per utilizzarla.



Arrivare agli altri

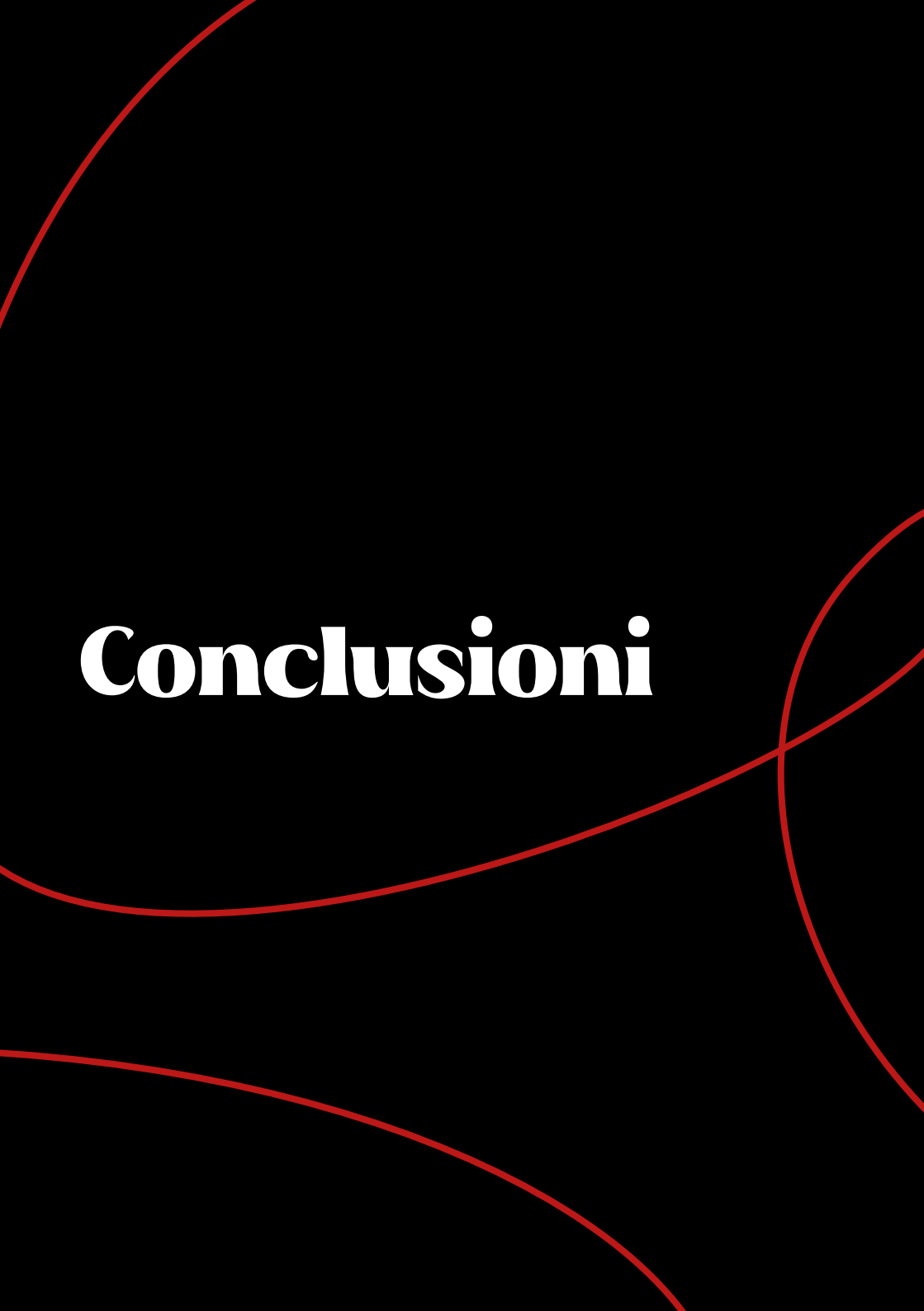
La condivisione

Il miglior modo per fare pubblicità è fare in modo che chi ti è più vicino ti parli di quel fantastico prodotto che farebbe proprio al caso tuo.

Ecco che attraverso la possibilità di condividere i biglietti e la necessità di avere l'app per poterli visualizzare ed eventualmente salvare, si genera una maggiore conversione in termini di download e, di conseguenza, di potenziali clienti.

Ogni nuovo cliente ci si aspetta che, compiendo un nuovo acquisto per un qualsiasi spettacolo, condivida a sua volta il biglietto aumentando così la diffusione dell'app e l'aumento del numero di user.



The background is a solid black field. It is decorated with several thin, vibrant red lines that form large, sweeping, and partially overlapping arcs. These lines originate from the edges of the frame and curve inward, creating a sense of dynamic movement and depth. The word "Conclusioni" is centered horizontally and vertically within this abstract composition.

Conclusioni

Cosa succederà?

Il futuro di moozmi

Attraverso Reverse, l'agenzia nella quale lavoro come direttore artistico, è in progetto la realizzazione dell'app, inizialmente come strumento di gestione dei teatri con i quali collaboriamo ma con il chiaro obiettivo di espandere il numero di associati.

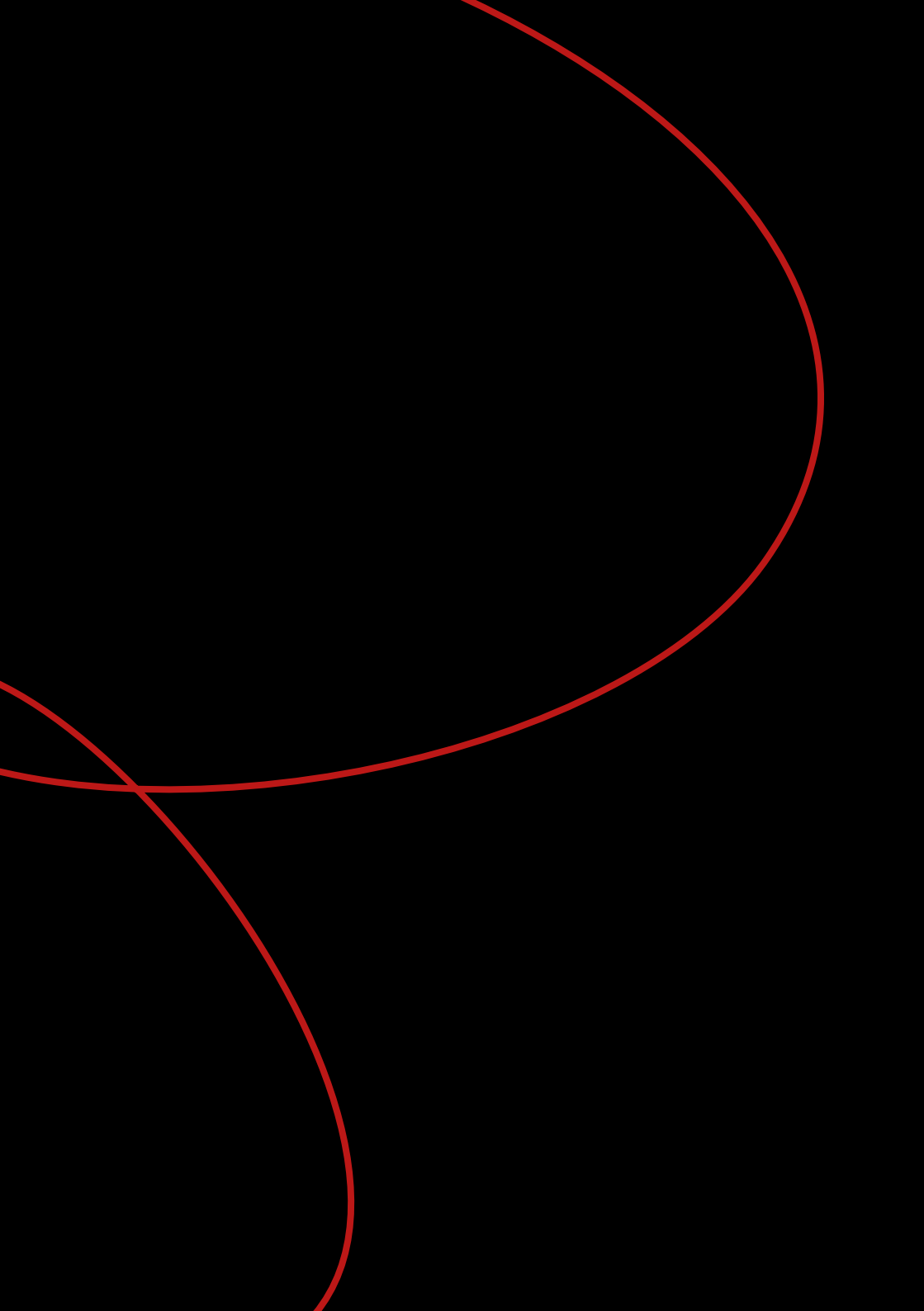
La proposta di realizzare l'app è stata colta con grande interesse da parte del team che ne ha subito percepito le potenzialità e si è attivato per raccogliere le informazioni necessarie all'effettiva realizzazione.

Il primo associato verosimilmente sarà il Teatro Superga di Nichelino del quale abbiamo in gestione la comunicazione e con il quale abbiamo un forte legame territoriale e affettivo.



The image features a solid black background with several thin, vibrant red lines. One line starts from the top left and curves downwards towards the center. Another line starts from the top left and curves more steeply downwards towards the bottom left. A third line starts from the right edge and forms a horizontal, slightly wavy shape. The word "Sitografia" is centered in a white, bold, serif font.

Sitografia



I siti che ho consultato

Dati Istat relativi all'anno 2019

<https://www.istat.it/it/files/2020/12/C10.pdf>

Registri SIAE

https://www.siae.it/sites/default/files/SIAE_Annuario_dello_Spettacolo_2019.pdf

Sito principale per il settore teatrale

<https://www.teatro.it/>

Stili e generi teatrali

<https://nonsolocultura.studenti.it/stili-e-generi-teatrali-190679.html>

Dati sull'utilizzo di internet

<https://www.primaonline.it>

Dati sull'utilizzo dello Streaming

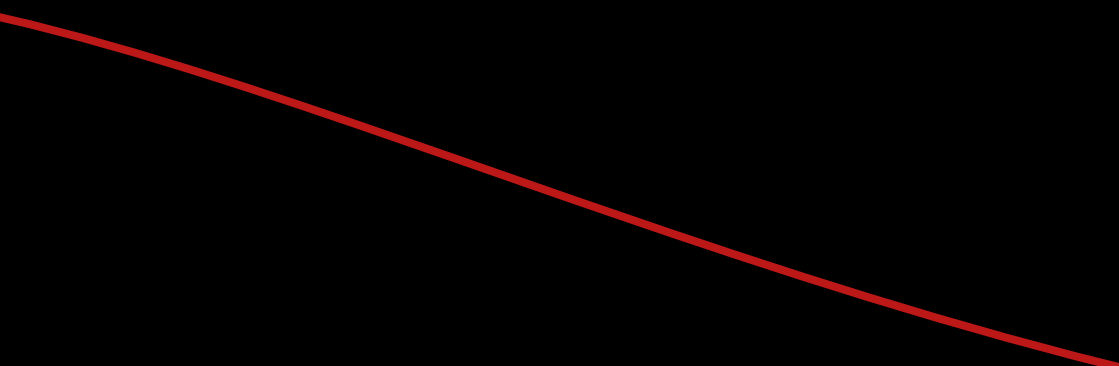
<https://www.insidemarketing.it/streaming-televisivo-in-italia-dati-2019/>

<https://www.fortuneita.com/2019/09/16/lo-streaming-conquista-gli-italiani-valore-mercato-46/>

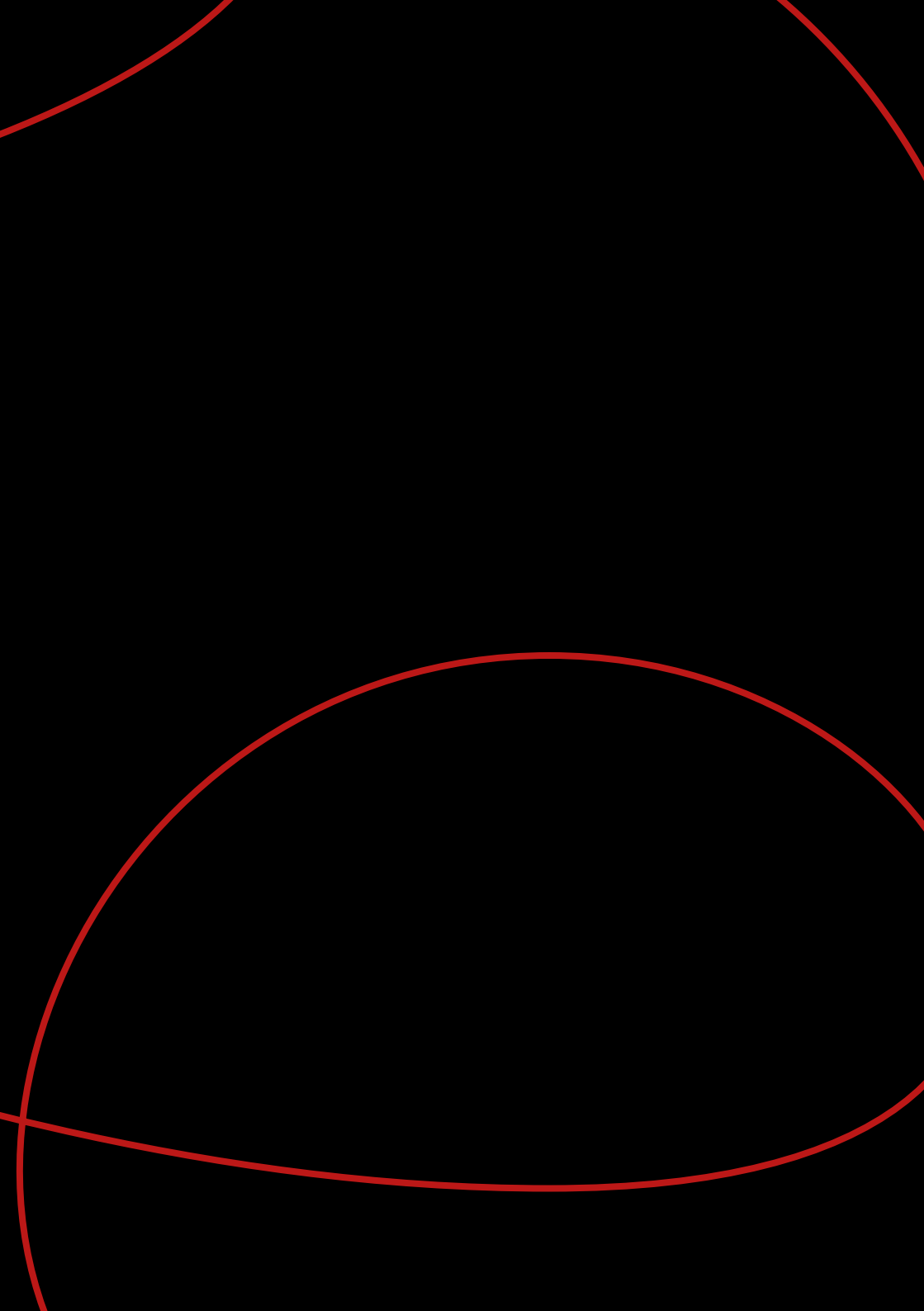
Portale TicketOne

<https://www.ticketone.it/help/terms/>





Ringraziamenti



Menzioni speciali

Vorrei ringraziare tutte le persone che hanno contribuito alla realizzazione di questo progetto sotto ogni suo aspetto.

Il primo ringraziamento va alla Relatrice Denise Aimar per il supporto, i preziosi consigli e la completa disponibilità che hanno permesso il raggiungimento di questo obiettivo.

Grazie al Relatore Paolo Marco Tamborrini per la sua presenza e per la prontezza di risposta durante questi ultimi e frenetici mesi.

Un ringraziamento speciale va a Celeste per avermi supportato e soprattutto sopportato nei periodi più difficili ed essere sempre stata presente e pronta ad aiutarmi.

Fondamentale si è rivelato essere l'aiuto del team di Reverse, in particolare di Domenico De Ruvo, Direttore del Teatro Superga, per i numerosi spunti di riflessione e per la fiducia nel progetto.

Ulteriori ringraziamenti vanno a Ivan Bianco per il prezioso aiuto, indispensabile al raggiungimento di questo grande traguardo.

In ultimo, ma non per importanza, un ringraziamento speciale alla mia famiglia per aver creduto fin dal giorno zero in me e nelle mie decisioni.

Enrico Osella

