

INDAGINE SULLA LIRICA

Giovane e internazionale, il pubblico della Scala

Luxottica nuovo socio sostenitore del teatro, Squinzi entra nel cda

 di **Giovanna Mancini**

È un pubblico sempre più giovane e internazionale quello che frequenta, o che vorrebbe frequentare, il Teatro alla Scala di Milano. Un pubblico che si informa ancora attraverso i mezzi tradizionali come la stampa o la televisione, ma sempre più spesso – e ormai soprattutto – attraverso il web e l'informazione specializzata.

Il mondo è cambiato rapidamente negli ultimi 12 anni e con esso anche i frequentatori (abituali, saltuari o potenziali) del Piermarini. Lo certifica un'indagine realizzata per conto del teatro lirico milanese da Makno, che aveva già monitorato il pubblico scaligero e la percezione dell'immagine della Scala nel 1997, nel 2003 e nel 2004. L'istituto di ricerca ha realizzato 3.281 interviste tra persone che sono state almeno una volta alla Scala nell'ultima stagione, altre che sono state comunque in contatto con il teatro e altre, infine, che non sono andate al Piermarini nell'ultimo anno, ma sono comunque frequentatori di opera, concerti o balletti. Mettendo a confronto i risultati del 2016 con l'indagine svolta nel 2003 ne risulta un quadro fortemente mutato e ancora in rapida trasformazione.

Il cambiamento in atto

Innanzitutto è in atto un processo di ricambio e ringiovanimento del pubblico, con un aumento del 20% di spettatori con età inferiore ai 44 anni, a cui vanno aggiunti i bambini coinvolti nell'iniziativa Spettacoli per Piccoli. Inoltre, se nel 2003 la fascia di età più rappresentata era quella tra i 55 e i 64 anni (un terzo del totale), oggi è invece quella tra i 45 e i 54 anni, con il 24%. «Un dato che ci rende orgogliosi – ha commentato il sovrintendente del teatro Alexander Pereira – perché frutto anche alle attività di promozione culturale che abbiamo intensificato in questi anni, ad esempio le politiche di abbonamenti e bi-

glietti scontati per gli under 30».

Si tratta inoltre di un pubblico fortemente fidelizzato, informato (soprattutto attraverso la Rete) e critico, al quale occorre rivolgere, spiega il presidente di Makno Mario Abis, un'offerta non solo sempre più di qualità, ma anche personalizzata, sotto il profilo artistico ma anche economico, oltre a una serie di servizi che si allargano anche all'offerta turistica della città. «Facendo leva su questi elementi – fa notare Abis – sono convinto che si potrebbe consolidare il 30% di quanti oggi si dichiarano solo potenziali frequentatori del teatro».

Un altro aspetto importante, sottolinea Abis, è l'aumento del pubblico non residente a Milano, in particolare di quello in arrivo dall'estero, che nel 2016 raggiunge l'11% del campione contro l'1% del 2013. Risultato certamente di un processo di globalizzazione che si riflette su molti fenomeni sociali e culturali, ma anche di una accresciuta vocazione internazionale della Scala. Elemento che non contrasta con la decisione, portata avanti negli ultimi due anni da Pereira e dal direttore musicale Riccardo Chailly, di riscoprire il repertorio italiano: «Questa scelta non va vista come un atteggiamento provinciale – precisa il sovrintendente – ma come la volontà di valorizzare le opere che hanno fatto grande la Scala nel mondo. L'obiettivo è raggiungere un equilibrio tra titoli italiani e titoli esteri, aumentando i primi ma senza ridurre questi ultimi».

Nuovi soci e Contratto unico

Per riuscirci, ovviamente, è stato necessario aumentare la produzione del teatro e di conseguenza il bilancio della Fondazione alla Scala (previsto a 121,9 milioni di euro per il 2016), che proprio in questi giorni ha visto l'ingresso di un nuovo socio: il gruppo Luxottica è diventato «Fondatore sostenitore» della Scala e porterà al teatro un sostegno di 600 mila euro l'anno. Inoltre, il presidente della Mapei (già socio



Peso: 27%

permanente dal 2008), Giorgio Squinzi, è entrato a far parte del consiglio di amministrazione della Fondazione, il che implica un impegno di 3 milioni di euro l'anno. Il suo debutto nel cda scaligero è atteso già nella seduta di lunedì prossimo, l'ultima prima della serata del 7 dicembre che darà il via - con la «Madama Butterfly» di Giacomo Puccini - alla nuova stagione lirica.

Tra i temi sul tavolo del cda, il rinnovo del contratto dei lavoratori della Scala che, grazie all'autonomia gestionale ottenuta dal ministero per i Beni culturali nell'ottobre del 2014, hanno diritto a un contratto da stipulare «all'unico livello aziendale». Dopo la lunga trattativa che ha portato, lo scorso maggio, alla firma del testo che ha dato ordine e uniformità ai tanti ac-

cordi sindacali stratificatisi negli anni, ora è partita la trattativa per il cosiddetto «Contratto 2.0», il rinnovo vero e proprio, che conterrà anche gli aspetti economici.

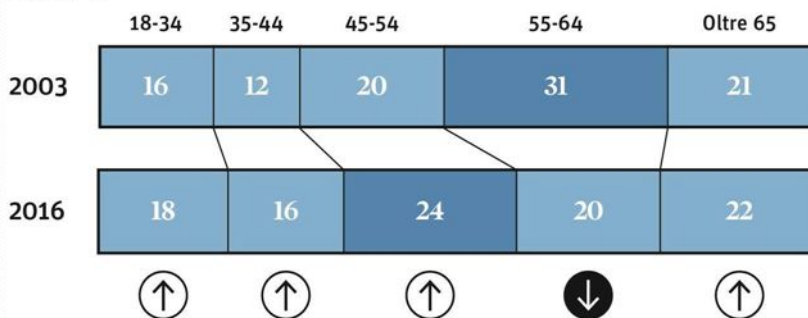
Proprio ieri si è tenuto un incontro tra direzione e sindacati per definire la proposta da sottoporre lunedì al cda: un incontro definito positivo dai sindacati (Cgil, Cisl, Uil e Fials) che hanno presentato una piattaforma unitaria. «Abbiamo definito con la direzione che il 2017 sarà, per quanto riguarda la pianta organica del teatro, la fotografia del 2016, ovvero i contratti a tempo determinato saranno rinnovati e il numero di lavoratori (oltre 900, ndr) resterà invariato», spiega Paolo Puglisi della Cgil. Del resto, aggiunge, il volume della produzione del teatro pre-

vista per la prossima stagione giustifica il mantenimento dei numeri attuali. Inoltre, dal 1° gennaio prossimo dovrebbe arrivare in busta paga quell'anticipo della vacanza contrattuale che sarebbe dovuto pervenire lo scorso settembre ma che era stato bocciato dalla Corte dei Conti. Se lunedì ci sarà il via libera del cda, la trattativa potrà partire già dal giorno successivo per arrivare, nei prossimi mesi, al rinnovo del contratto.

Come cambia la platea

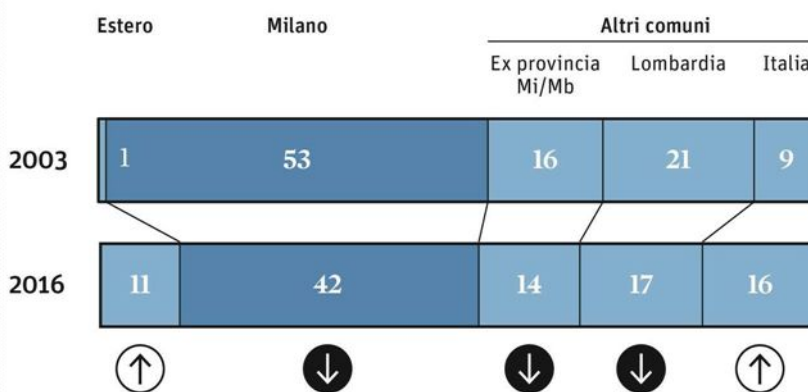
IL PUBBLICO DEL PIERMARINI PER FASCE DI ETÀ

Dati in %



IL PUBBLICO DEL PIERMARINI PER LUOGO DI RESIDENZA

Dati in %



Fonte: Makno per Teatro alla Scala



Peso: 27%