

DOI: <https://doi.org/10.31318/2786-8877.7.2024.331837>

ПОНОМАРЕНКО О. Ю.

Національна музична академія України імені П. І. Чайковського. Кандидат мистецтвознавства, доцент, доцент кафедри історії світової музики і кафедри теорії та історії культури (Київ, Україна).

Ponomarenko, Olena. Ukrainian National Tchaikovsky Academy of Music. Candidate of Art Studies (PhD), Associate Professor, Associate Professor at the Department of World Music History and at the Department of Cultural Theory and History (Kyiv, Ukraine).

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-3726-489X>

© Пономаренко О. Ю., 2024.

ponomarenkooolena1970@gmail.com

МУЗИЧНІ ФЕСТИВАЛІ ЯК ІНСТРУМЕНТ ТЕРИТОРІАЛЬНОГО МАРКЕТИНГУ В СУЧАСНІЙ ІТАЛІЇ

MUSIC FESTIVALS AS A TOOL FOR TERRITORIAL MARKETING IN MODERN ITALY

Політика територіального маркетингу в сучасній Італії спрямована на те, щоб, по-перше, надати містам привабливості й збільшити туристичні потоки, по-друге, задовольнити економічні потреби місцевого населення за допомогою «синергії та співпраці між усіма суб'єктами, які беруть участь в управлінні й розвитку цього процесу» [Balestra, Malaguti, 2006, с. 270]. Вона ґрунтується переважно на організації значної кількості культурно-мистецьких проєктів, серед яких важливе місце належить музичним фестивалям. Вони дають змогу зміцнити місцеву ідентичність і увиразнити самобутність італійських міст, їхніх матеріальних і нематеріальних ресурсів.

Актуальність теми зумовлена необхідністю розглянути італійські музичні фестивалі як важливий інструмент розвитку іміджу міст, що формує комфортне міське середовище і впливає на його бренд, узагальнити досвід їхньої організації, важливий для музичного життя загалом і для України зокрема.

Розгляд музичних фестивалів, які впливають на атмосферу місцевості, зумовлений тим, що музичний фестиваль, відбуваючись у місті, може виконувати такі функції: формувати й розвивати його позитивний імідж; збільшувати і просувати туристичні потоки; залучати інвестиції; розвивати інфраструктуру; впливати на соціально-економічний розвиток. Згідно з визначенням Анджея Шромніка (Andrzej Szromnik) «територіальний маркетинг — це сукупність скоординованих дій місцевих, регіональних або загальнодержавних суб'єктів, що сприяють прискоренню процесів обміну і впливу шляхом розпізнавання, формування й задоволення потреб і сподівань мешканців» [Szromnik, 1997, с. 36].

«Равелло Фестиваль» — це один із найбільш давніх і престижних музичних фестивалів у південній Італії, який уперше відбувся 18 червня 1953 року. Організаторами проєкту стали: Джироламо Боттіглієрі (Girolamo Bottiglieri), президент Управління туризмом провінції Салерно, і Паоло Карузо (Paolo Caruso), меценат, нащадок буржуазної родини, власник сезонного готелю «Бельведере Карузо» («Belvedere Caruso»).

Організація і проведення фестивалів такого рівня потребують високих критеріїв добору та високої професійної майстерності як учасників, так і організаторів, зокрема державних і комерційних структур, фінансових фондів, культурних асоціацій, закладів туристичного сектору. Завдяки тісній інтеграції фестивалю та місцевих структур Равелло цей проєкт став основним інструментом територіального маркетингу, він дав змогу покращити імідж міста внаслідок експлуатації місцевих ресурсів.

Міська еліта Равелло задовго до народження цього фестивалю зрозуміла, що необхідні спільні зусилля для вирішення

багатьох внутрішніх проблем невеликого міста, пов'язаних із фінансуванням, для створення яскравого образу свого регіону, збереження національних традицій, облаштування Равелло відповідно до рівня елітного національного і міжнародного туризму, а головне — для збереження історичного значення Равелло як «Міста Музики». Результатом такої співпраці став «Равелло Фестиваль», який уже 71-й сезон демонструє мистецькі здобутки:

- міста — Равелло (Ravello);
- провінцій — Неаполь (Napoli), Салерно (Salerno);
- регіону — Кампанія (Campania).

Сильні сторони «Равелло Фестиваль» визначають його успіх уже багато років. По-перше, основна ідея фестивалю пов'язана з історією проєкту. Головним імпульсом для його народження став історичний факт — 26 травня 1880 року Равелло відвідав Ріхард Вагнер. Композитор тривалий час гостював у Віллі Руфоло на узбережжі Амальфі, захоплений красою цієї найстарішої вілли, він побачив тут той сад Клінгзора, який показав в опері «Парсифаль». Візит Вагнера в Равелло привертає до міста, як пише Дітер Ріхтер (Dieter Richter), «вагнерівський туризм», що триває і нині, «звертається до ландшафту пам'яті, у якому архітектура, природа і музика нерозривні» [Richter, 2010]. Відтоді Південь Італії — це вже не просто географічне місце. Образ Равелло, який створили попередники, не втрачає своєї привабливості і стає символом нового стилю життя і нового погляду на мистецтво.

По-друге, своєрідність фестивалю полягає в його оригінальності, яка зберігається багато років, а з часом лише покращується завдяки щорічному оновленню постановок, включенню до програми секцій, що репрезентують різні види мистецтв, а також незабутніх концертів на світанку, коли публіка просто неба слухає музику в оточенні середземноморського пейзажу, під зоряним небом фантастичного Амальфітанського узбережжя. Сучасний формат «Равелло Фестиваль» охоплює вісім секцій: симфонічна музика, камерна музика, музика для кінофільмів, образотворче мистецтво, відеокліпи, дизайн, танці, література. Кожна з них присвячена

одному з видатних митців, які колись побували тут: Ріхарду Вагнеру, Едварду Грігу, Герберту Лоуренсу, Едварду Форстеру, Греті Гарбо.

По-третє, значна складова успіху проєкту пов'язана з тим, що його організатори завдяки новітнім технологіям спрямували структурні проблеми території невеликого міста в конструктивне русло. Равелло розташоване на висоті 350 метрів над рівнем моря на крутих схилах гір Латтарі (Lattari) вздовж Амальфітанського узбережжя, тому невелика територія для культурних об'єктів, концертних майданчиків і сцен потребує від організаторів нових ідей і рішень, щоб підтримувати й розвивати фестиваль до високого професійного та міжнародного рівнів, залучаючи все, що надає місту ще більшої комфортності й зручності для масового туризму.

Професійний рівень фестивалю безпосередньо залежить від якості обслуговування слухачів, тому організатори постійно модернізують проєкт. Концерти просто неба в різних місцях Равелло зацікавили публіку, і це вимагало від організаторів нових ініціатив, однією з яких стало будівництво 1955 року креативної сцени «Бельведере» («Belvedere»). Ексклюзивна конструкція головної сцени шириною 22 і глибиною 14 метрів встановлена на різноспрямованих риштуваннях над 15-метровим обривом. Фундамент, зведений на зразок кріпосної вежі, з вершини якої симетрично відходять два прогони сходів, що нівелюють відмінність між висотою майже в п'ять метрів, щоб досягти земляного валу, який зміцнює огорожу шириною шість метрів.

Згодом змінилась і тривалість утілення проєкту. До 2008 року фестиваль відбувався в липні, з 2008 він триває 127 днів. Саме це надало змогу 2008 року визнати «Равелло Фестиваль» найбільшою подією року в Європі. З 2009 і досі його тривалість — 365 днів. Щоб уникнути проблем, пов'язаних із погодними умовами, у січні 2010 року було відкрито новий концертний зал «Аудіторіум Оскар Німеєр» («Oscar Niemeyer Auditorium»), збудований за проєктом бразильського архітектора Оскара Німеєра. У цій будівлі площею

1500 кв. м є аудиторія на 400 місць, напівкругла сцена і студія звукозапису. Зведення «Аудіторіуму» дало змогу одразу вирішити кілька важливих питань: по-перше, він став місцем проведення симфонічних сезонів протягом року, а не тільки влітку; по-друге, тепер можливе планування мистецьких подій на перспективу, сприяючи додатковій зайнятості як музикантів, так і персоналу проєкту; по-третє, створено ще одну пам'ятку, яка приваблює туристів і зацікавлену публіку. «Аудіторіум» став привабливим місцем для туризму і відпочинку в Равелло. Тут відбуваються концерти класичної музики, конференції, семінари, культурні заходи тощо. Розвиток економіки регіону протягом 365 днів на рік, забезпечення постійної зайнятості місцевим жителям, особливо молоді, сприяли тому, що він став символом міста.

Починаючи з 2002 року, фестиваль організовує Фонд Равелло (Fondazione Ravello), мета якого — представляти й розвивати Равелло як один із культурних центрів регіону Кампанія. Члени фонду становлять дві категорії:

1. Перша — Soci Fondatori (Члени Засновники) — область Кампанія (Regione Campania), провінція Салерно (Provincia di Salerno), муніципалітет Равелло (Comune di Ravello), фонд Монте деї Паші Сієна (2002–2010) (Fondazione Monte dei Paschi di Siena).

2. Друга — Soci Ordinari (Звичайні члени) — Управління туризмом провінції Салерно (Ente provinciale per il Turismo di Salerno), Регіональне управління культурної та ландшафтної спадщини Кампанії (Direzione Regionale per i Beni Culturali e Paesaggistici della Campania). Президентами фонду у різні часи були відомі політики регіону.

Економічна складова «Равелло Фестиваль» постійно розширюється. Доступний бюджет проєкту щороку зростає. Наприклад, 2007 року він становив 1 994 000 євро, 2008 — 2 500 000 євро, з яких 62% забезпечені коштом приватного фінансування і 38% шляхом державної політики регіону й муніципалітету. Основні джерела фінансування — регіон Кампанія і Муніципалітет Равелло. «Місто Музики Равелло»

2003 року отримало європейське фінансування — близько 10 мільйонів євро.

Отже, завдяки грамотному керівництву й організації Фонду Равелло, фестиваль за останні роки розвивається і постійно збагачує свої можливості, залишаючись яскравим зразком подієвого туризму. Ексклюзивний імідж «Равелло Фестиваль» підтверджує його високий професійний рівень, впливаючи на збереження сталого складу аудиторії і залучення нових слухачів. Успішна інтеграція організаторів проєкту з місцевою спільнотою ґрунтується на просуванні місцевих культурних традицій і на розвитку територіальних ресурсів. Цей тісний зв'язок становить своєрідність «Равелло Фестиваль», що вже багато років підтверджує свій статус як італійський культурний бренд.

Список використаної літератури

1. Balestra C., Malaguti A. Organizzare musica: legislazione, produzione, distribuzione, gestione nel sistema italiano. Milano : Edizione Franco Angeli, 2006. 373 p.

2. Richter D. Il magico giardino di Klingsor. Un paesaggio esotico nel Parsifal di Richard Wagner e il “mito di Ravello”. *Territori della cultura* / Centro Universitario Europeo per i Beni Culturali. Ravello 2010. N. 1. URL: https://www.univeur.org/cuebc/images/Territori/PDF/01/TdC1_Richter.pdf [accessed: 21.09.2023].

3. Szromnik A. Marketing terytorialny — geneza, rynki docelowe i podmioty oddziaływania. *Marketing terytorialny. Strategiczne wyzwania dla miast i regionów* / red. T. Domański, Centrum Badań i Studiów Francuskich ; Instytut Studiów Międzynarodowych. Lodz : Uniwersytet Lodzki, 1997.