



# **Il senso del cinema e dell'audiovisivo per i territori - Volume 1**

Rapporto di ricerca realizzato dalla Fondazione Rosselli per Luce-Cinecittà  
con la supervisione della Direzione Generale per il Cinema del MiBACT

Roma, 20 novembre 2013

# Il senso del cinema e dell'audiovisivo per i territori

Affidamento di un servizio di ricerca sulle risorse presenti sui territori italiani ove presente una Film Commission  
Codice COG: ZC909321F0

a cura della Fondazione Rosselli



Direzione di progetto  
**Bruno Zambardino**

Schede regionali a cura di:

**Alessandra Alessandri** (Trentino Alto Adige, Emilia Romagna, Friuli Venezia Giulia, Liguria, Lombardia, Piemonte, Valle d'Aosta, Veneto; focus sui servizi FC).

**Monica Sardelli** (Basilicata, Calabria, Campania, Lazio, Marche, Puglia, Sardegna, Sicilia, Toscana).

Casi studio regionali a cura di:

**Andrea Ardone e Sandra Franzo**

Appendice su rapporti Stato-regioni e ruolo delle Film Commission: interviste/contributi di:

**Charlotte Appelgren, Paolo Di Maira, Alessandra Fratini, Redento Mori, Marcello Mustilli, Giuseppe Richeri e Marco Cucco, Alessandro Signetto**

Ringraziamenti:

Luce Cinecittà: Enrico Bufalini

Mibac Dg Cinema: Nicola Borrelli, Iole Giannattasio

Associazione Italian FC: Silvio Maselli, Davide Bracco, Anna Olivucci e i responsabili delle singole FC associate

Antenna Media Torino: Silvia Sandrone

© 2013 - Tutti i diritti riservati - L'utilizzo, anche parziale, è consentito a condizione che venga citata la fonte.

*Il presente rapporto è stato chiuso il 14 novembre 2013*

*(...) tra gli interventi di medio periodo si rendono necessari:*

*l'allargamento del campo d'azione del Ministero dal mero settore cinematografico a tutto il settore delle produzioni audiovisive (...); il riordino del comparto audiovisivo mediante un intervento normativo che chiarisca gli ambiti di competenza dello Stato rispetto a quelli delle Regioni e degli altri enti territoriali" (...).*

*Roma, 23 maggio 2013 – Illustrazione in Parlamento delle linee programmatiche dell'azione del Ministro per i Beni e le Attività Culturali*

# Sommario (Vol.1)

<b>Premessa: più audiovisivo, più innovazione, più cultura .....</b>	<b>3</b>
<b>Nota metodologica.....</b>	<b>6</b>
<b>Introduzione .....</b>	<b>11</b>
<b>Le schede regionali.....</b>	<b>13</b>
<b>Scheda n.1: Alto Adige .....</b>	<b>13</b>
<b>Scheda n.2: Trentino .....</b>	<b>30</b>
<b>Scheda n.3: Basilicata .....</b>	<b>39</b>
<b>Scheda n.4: Calabria .....</b>	<b>57</b>
<b>Scheda n.5: Campania.....</b>	<b>73</b>
<b>Scheda n.6: Emilia-Romagna.....</b>	<b>92</b>
<b>Scheda n.7: Friuli Venezia Giulia .....</b>	<b>112</b>
<b>Scheda n.8: Lazio .....</b>	<b>157</b>
<b>Scheda n.9: Liguria .....</b>	<b>157</b>
<b>Scheda n.10: Lombardia .....</b>	<b>188</b>
<b>Scheda n.11: Marche .....</b>	<b>188</b>

# Premessa: più audiovisivo, più innovazione, più cultura

*“L’assenza di un perimetro ben definito e condiviso, la moltiplicazione delle fonti di finanziamento a livello nazionale e regionale che riflette una non ordinata attribuzione di competenze tra le varie istituzioni comporta il rischio di sovrapposizioni improduttive e rende sempre più critico l’impiego ottimale ed efficiente delle risorse disponibili” (Flavia Barca).*

**“**Varare una legge di riordino complessivo del sistema audiovisivo italiano che superi gli steccati tra cinema e tv, riconosca e disciplini le Film Commission, preveda una Direzione Generale del Mibac dedicata all’audiovisivo”.

Questo è il quinto di otto punti qualificanti di una possibile quanto inderogabile riforma del settore, contenuto in una lettera aperta inviata il 3 maggio 2013 ai nuovi Ministri Bray e Zanonato e a tutte le istituzioni da parte delle Associazioni di categoria del settore audiovisivo<sup>1</sup>.

In quell’appello pubblico, si sosteneva che fosse giunto il momento di varare leggi innovative capaci di accogliere la sfida per l’innovazione e la crescita del Paese dopo anni spesi a studiare gli impatti economici dell’audiovisivo sui territori e alla acquisita certezza scientifica in base alla quale per ogni euro pubblico, le produzioni audiovisive ne generano sino a 6.

Da questo contesto muove e prende le mosse il presente studio commissionato a Fondazione Rosselli da Luce-Cinecittà (la cui compagine è stata di recente ristrutturata sotto il profilo organizzativo e gestionale) su input dell’Associazione Nazionale delle Film Commission.

Anche a seguito di alcuni incontri preliminari volti ad approfondire il taglio e le tematiche da trattare all’interno dello studio, sin dalle prime battute è stato condiviso un percorso di analisi aperto e basato sul reciproco confronto con i vari responsabili delle FC aderenti al coordinamento puntando in via prioritaria a tracciare/narrare lo stato di salute del settore audiovisivo a livello regionale a partire dalla sua valenza socio-economica e dalle numerose declinazioni ed oggetti di osservazione. In questi cinque intensi mesi di attività, lo staff di ricerca ha scandagliato (non senza ostacoli e difficoltà) in profondità ciascun territorio facendo e-

---

<sup>1</sup> Cfr. Lettera aperta ai Ministri Bray (Mibac) e Zanonato (Mise) e a tutte le istituzioni da parte delle Associazioni dell’Audiovisivo, dal titolo “Più audiovisivo, più innovazione, più cultura”. L’appello si concludeva con queste parole: “Le imprese dell’audiovisivo, gli autori, le Film Commission, i festival, le sale cinematografiche sono produttori di reddito e di ricchezza culturale; contribuiscono a diffondere la nostra diversità culturale nel mondo e attraggono investimenti esteri in Italia. Un Paese competitivo non può rinunciare alla sua industria più avanzata in termini di innovazione e di creatività”. Giova ricordare che alcune di queste priorità fissate nell’agenda sono state portate a compimento, come ad esempio l’estensione della leva fiscale all’audiovisivo e l’aver reso gli incentivi fiscali uno strumento permanente.

mergere punti di forza e di debolezza, elementi di criticità ma anche le forti potenzialità, soprattutto là dove si persegue con intelligenza e lungimiranza una politica posta al servizio delle specificità locali e capace di incoraggiarne la vocazione territoriale. In quasi tutti i casi abbiamo riscontrato un ruolo sempre più centrale strategico svolto dalle Film Commission a sostegno dei giovani talenti, degli autori, dei videomakers, delle imprese e delle maestranze locali. Un ruolo che si sta ampliando e diversificando per abbracciare l'intera filiera nella consapevolezza che il supporto alla produzione non può essere disgiunto da quello alla distribuzione e alla promozione anche in un'ottica internazionale (si pensi alla presenza delle FC all'interno dei network europei per favorire le coproduzioni ed attrarre risorse e capitali esteri sui propri territori).

Le schede che vi proponiamo in questo studio sono dunque il frutto di una condivisione con una rete di soggetti pubblici e privati che si sono resi disponibili a fornire informazioni, spunti di riflessione, critiche aperte che ci hanno consentito di evidenziare quali fattori di innovazione contribuissero ad alimentare il comparto, di individuare le iniziative di formazione a maggior valore aggiunto, di valutare attraverso indicatori quali-quantitativi la capacità di attrazione delle risorse o ancora la presenza di interconnessioni e reti di partenariato sul territorio.

Lo studio ha una duplice finalità: fornire un quadro esaustivo al committente (Luce Cinecittà/Mibact – Dg Cinema) delle funzioni e delle attività svolte dalle FC mettendolo al servizio anche dello Stato e delle Regioni impegnate nel processo di riforma dei vari livelli di governo del settore. Anche per questo motivo si è ritenuto utile dedicare una parte importante del lavoro alle relazioni Stato-Regioni ospitando il parere di alcuni esperti di rilievo nazionale ed europeo ciascuno dal proprio angolo di osservazione (cfr. Appendice). Dall'altro si risponde all'esigenza espressa dal Coordinamento nazionale delle FC (che ha fortemente caldeggiato questo studio presso il committente nel quadro di una convenzione ad hoc) di scattare una fotografia (in movimento) delle risorse generate dall'audiovisivo nel territorio in cui operano le FC stesse.

L'auspicio pertanto è che i dati e le informazioni contenute nella ricerca possano fornire un utile contributo ai vari stakeholder a livello nazionale e regionale in questa delicata fase di confronto e di negoziato in merito alle attribuzioni di competenza in materia di cinema e audiovisivo, nel quadro di un più ampio ed organico disegno di riforma per razionalizzare e rendere più efficace l'azione pubblica di sostegno e di facilitazione degli operatori del settore.

Solo da una approfondita e reciproca comprensione delle specificità presenti nei vari territori e delle peculiari vocazioni è possibile dar vita ad un dibattito aperto e possono rafforzarsi le reti collaborative in un processo di contaminazione e scambio permanente pur nella consapevolezza delle forti differenze esistenti.

Anche per questa ragione auspichiamo che lo sforzo compiuto dalla Fondazione Rosselli nel tentativo non agevole di giungere ad mappatura delle risorse che alimentano il cinema e l'audiovisivo a livello regionale non venga disperso e che tale strumento di monitoraggio possa essere perfezionato ed aggiornato pe-

riodicamente per valorizzare al meglio le energie profuse in questi mesi dal gruppo di lavoro e dal nutrito panel che vi ha collaborato e che ringrazio per la disponibilità e il tempo dedicato a questo studio.

Si tratterebbe di una scelta intelligente e lungimirante che consentirebbe di cogliere in tempo reale l'evoluzione dei territori sotto il profilo normativo, gestionale e produttivo considerando l'apporto sempre più rilevante fornito allo sviluppo economico e alla crescita culturale dei territori italiani. Un modo per riconoscere il "senso" che questi soggetti hanno per il cinema e l'audiovisivo.

***Bruno Zambardino***

Coordinatore Istituto di Economia dei Media  
Fondazione Rosselli

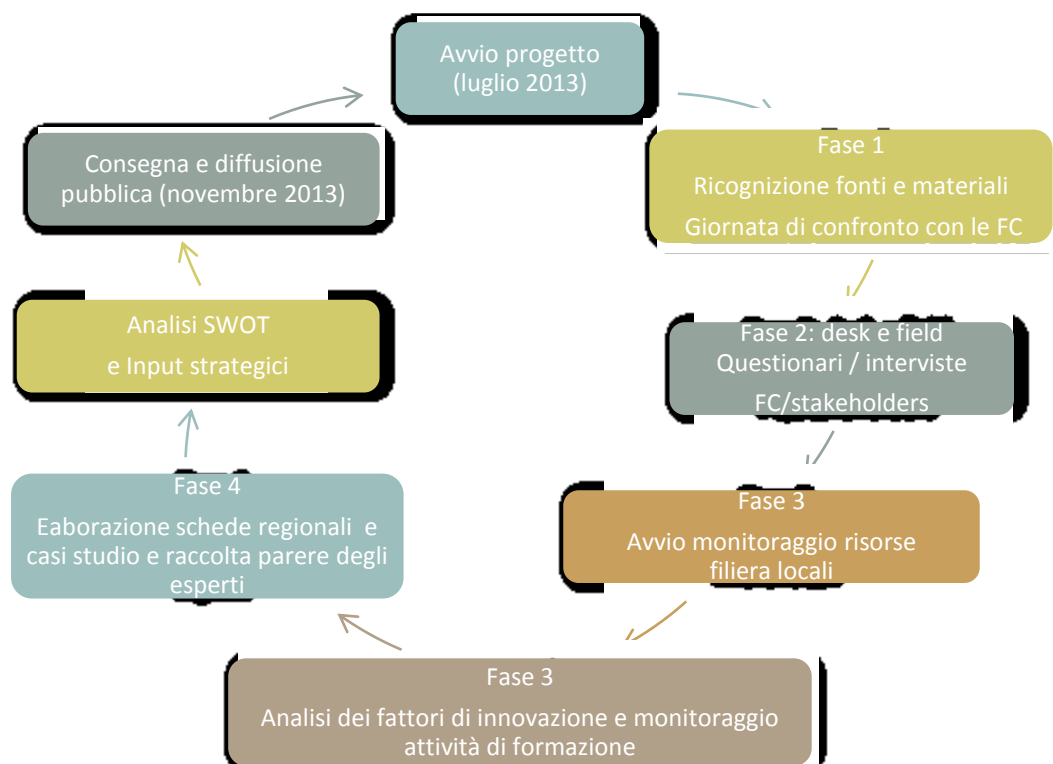
# Nota metodologica

Il perimetro di analisi del report fa riferimento alle 17 Regioni in cui è presente una FC aderente al Coordinamento ovvero:

- ✓ Trentino-Alto Adige, Emilia Romagna, Friuli Venezia Giulia, Liguria, Lombardia, Piemonte, Valle d'Aosta, Veneto, nel Nord;
- ✓ Basilicata, Calabria, Campania, Lazio, Toscana, Puglia, Sardegna, Sicilia, Marche, nel Centro-Sud

L'avvio operativo della ricerca è stato preceduto da una giornata di incontro con i rappresentanti delle FC alla presenza del committente tenutasi il 24 luglio 2013 presso la sede romana della regione Puglia. Nel corso della riunione la Fondazione Rosselli ha presentato le linee guida del progetto ed illustrato gli esiti delle prime fasi di raccolta dei materiali e verifica delle fonti, condividendo con le FC la metodologia e le finalità strategiche dello studio.

Di seguito vengono sinteticamente descritte le principali fasi di lavoro, che, a partire dalla ricognizione dei dati esistenti e dalla elaborazione e somministrazione dei questionari agli stakeholders coinvolti nella fase field, hanno condotto alla redazione del report finale.



Coerentemente con quanto previsto dall'incarico ricevuto dal committente, l'analisi si è incentrata in particolare sui seguenti aspetti:

- filiere: **macrosettori** audiovisivo e tv, sottosettori (produzione, postproduzione, esercizio...), generi (documentario, animazione...);
- numerosità, **valore aggiunto e occupati** delle imprese attive nei singoli territori posti sotto esame (Unioncamere);
- offerta di **formazione** regionale iniziale e continua;
- **innovazione** (a livello di tipologie di soggetti, prodotti/generi, piattaforme);
- **livello di internazionalizzazione**;
- **attività** svolte e **servizi** offerti dalle **FC**
- quantificazione delle **risorse pubbliche** a sostegno del comparto.

Tali elementi, grazie all'attività di raccolta delle informazioni in modalità desk e all'indagine sul campo, sono confluiti all'interno di singole schede regionali, corredate da casi studio, andando a costituire l'ossatura principale della ricerca.

Sotto il profilo metodologico si è fatto ricorso ad un mix articolato di strumenti composto da una serie di questionari strutturati, linee guida e tracce aperte per le interviste agli stakeholders pubblici e privati, casi studio e focus, contributi di esperti.

Una attenzione particolare è stata rivolta alla progettazione e all'utilizzo di schede di monitoraggio ad hoc (vedi *infra*) grazie alle quali è stato possibile raccogliere ed analizzare le informazioni e i dati relativi alle varie aree di intervento, rispondendo in questo all'esigenze espressa dal committente di dotarsi di strumenti di ricerca e metodologie di analisi da adottare ed implementare anche al termine dello studio stesso contribuendo in questo modo a costruire un vero e proprio sistema di rilevazione permanente.

Nella fase desk il team di ricerca ha analizzato ed incrociato le seguenti fonti su base regionale: Unioncamere (ultimo Rapporto Symbola 2013), Istat (censimento 2012 su fatturati e occupazione di ogni singola regione), ex Enpals (occupati e livelli di remunerazione). Accanto a tali fonti, sono stati utilizzati ed elaborati dati provenienti da rapporti forniti a livello regionale dalla pubblica amministrazione o frutto di studi ed analisi da parte di università e/o enti di ricerca.

In modalità field (questionari) sono stati raccolti i dati che hanno consentito l'analisi dei siti delle FC e dei servizi on line offerti (in particolare production guide, film database, location database, eventuali censimenti formativi), per valutare sia capillarità/completezza/rappresentatività dei censimenti, sia il livello di trasparenza. Riguardo alle informazioni relative alle Production Guide si sottolinea come i dati forniti si riferiscano esclusivamente al comparto produttivo non rappresentando pertanto l'intero perimetro delle attività audiovisive del territorio.

Le risultanze dei questionari sono state verificate anche in modalità desk attraverso una apposita scheda di valutazione.



### Schema di monitoraggio dei servizi informativi on line

<input type="checkbox"/>	Esistenza di un sito dedicato	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	Livello di interattività con l'utenza	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	Pagina Facebook	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	Profilo Twitter	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	Location guide	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	Archivio produzioni	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	Production guide	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	Info su eventuali fondi	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	Info su permessi	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	Persone di contatto	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	Valutazione servizi on line FC fa parte degli stakeholders regionali	<input type="checkbox"/>

Analogo l'approccio adottato per il monitoraggio dei fondi regionali (ove presenti) effettuato incrociando gli esiti dei questionari rivolti alle FC con dati desk (in particolare attingendo alla guida on line dell'ANICA sui fondi regionali e agli stessi siti delle FC) utilizzando una griglia declinata in 10 indicatori chiave.

### Schema di monitoraggio dei fondi regionali

<input type="checkbox"/>	Data di istituzione	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	Periodicità bandi	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	Segmenti della filiera	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	Beneficiari	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	Budget	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	Generi eleggibili	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	Importo massimo finanziato	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	Tipologia di erogazione	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	Requisiti di eleggibilità	<input type="checkbox"/>

La panoramica sull'offerta formativa regionale è stata realizzata raccogliendo e sistematizzando le informazioni sulle eccellenze provenienti in prima battuta dalle FC e dagli stakeholders, cui si è aggiunta una capillare attività di ricognizione dei portali pubblici specializzati a livello regionale, confluita all'interno di una apposita griglia di monitoraggio.

### Schema di monitoraggio dell'offerta formativa

<input type="checkbox"/>	Esistenza di un censimento dell'offerta formativa regionale dell'audiovisivo	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	Esistenza di ricerche/valutazioni/monitoraggi sulla formazione regionale AV	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	Attività di formazione iniziale o continua del mondo del cinema e AV gestite da FC	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	Giudizio medio stakeholders sulle iniziative formative organizzate dalla FC	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	Altre attività formative AV di eccellenza non organizzate/promosse dalle FC	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	Valutazione sull'efficienza dell'offerta formativa (rispondenza alle esigenze del mercato)	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	Valutazione adeguatezza generale della formazione per l'AV sul territorio	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	Attività di matchmaking (workshop, speed-date, meeting market) gestite o non da FC	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	Valutazione adeguatezza generale iniziative di matchmaking	<input type="checkbox"/>

La mappatura dei soggetti e delle piattaforme innovative presenti sui singoli territori è stata effettuata incrociando dati desk e field provenienti dai questionari e dalle interviste. Le informazioni relative alle società di produzione che si sono distinte per innovazione e legame con i territori in esame, sono state successivamente raccolte all'interno di casi studio a corredo delle singole schede regionali.

L'**analisi sul campo** è stata fondamentale per conoscere da vicino le realtà operanti sul territorio. La struttura stessa delle schede regionali ripercorre a grandi linee l'articolazione del questionario composto da 9 sezioni principali:

### Struttura del questionario: sezioni principali

<input type="checkbox"/>	Sezione generale	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	Personale FC	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	Aspetti economici	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	Filiera, soggetti, aziende, professionisti	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	Formazione	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	Aspetti istituzionali e paraistituzionali a livello locale	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	Finanziamenti	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	Rapporti con il territorio	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	Considerazioni conclusive /input	<input type="checkbox"/>

Il questionario è stato somministrato ai rappresentanti delle 18 FC oggetto di analisi e in aggiunta a figure rappresentative dell'audiovisivo regionale (principali stakeholders, come ad esempio responsabili dei Fondi audiovisivi/dirigenti amministrativi, responsabili Centri di produzione Rai, studios e cineporti, rappresentanti delle sezioni comunicazione/AV sistema camerale, confindustriale e artigianato, distretti territoriali, associazioni di produttori regionali (come Apil, Aprodoc e DER), eventuali enti di ricerca e università che hanno condotto studi ad hoc (Arti, Distretto AV di Roma).

In media sono stati compilati 2/4 questionari per ciascuna regione e sono state condotte 1/2 interviste telefoniche/skype/personali ad altrettanti stakeholders o responsabili FC, là dove non è stato possibile ricevere il questionario compilato o ad integrazione dello stesso.

L'esito finale dell'analisi field è risultato non omogeneo da regione a regione. In alcuni casi vi è stata piena disponibilità e condivisione, determinando un forte valore aggiunto all'output finale in termini di ricchezza informativa; in altri casi il lavoro di raccolta dati è stato molto difficoltoso, impedendo di raggiungere il medesimo livello di profondità e pregiudicando in parte il lavoro di comparazione finale. Nella seconda parte dello studio sono ospitati alcuni contributi di riflessione richiesti ad esperti del settore chiamati ad esprimersi in merito a rischi ed opportunità legati ad un possibile percorso di riconoscimento delle FC e più in generale sulle relazioni Stato-Regioni in materia audiovisiva.

Il rapporto è stato realizzato da metà luglio a metà novembre 2013.

# Introduzione

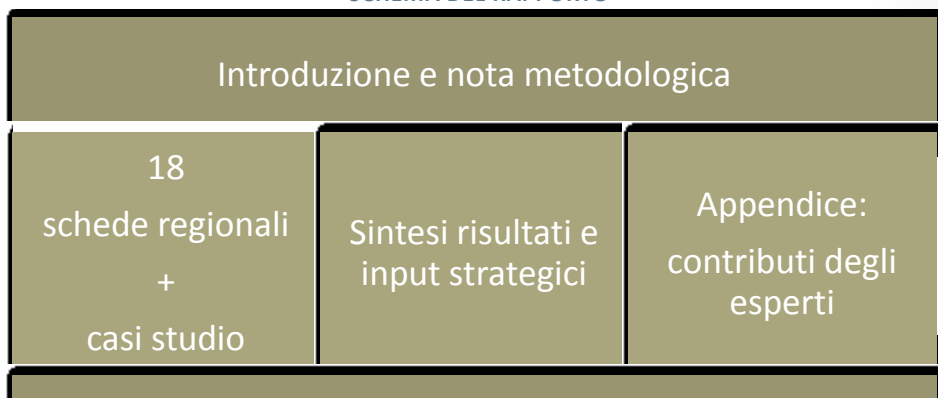
L rapporto si compone di 3 parti.

Nella prima parte – la più corposa – si presenta il frutto del lavoro di ricognizione sui singoli territori ove è presente una Film Commission (d’ora in poi FC), sfociato nella elaborazione di 18 schede regionali analitiche articolate secondo le tematiche contenute nei questionari (cfr. nota metodologica).

Al termine della ricognizione su base regionale, nella seconda parte si traccia un quadro comparativo dei principali risultati emersi dall’analisi, dal quale discendono alcune considerazioni conclusive di natura strategica evidenziando opportunità e criticità emerse nel corso dello studio ed avanzando alcune ipotesi di lavoro e linee guida a supporto dell’azione della committenza.

L’appendice dello studio, infine, ospita i contributi di alcuni esperti del settore sollecitati ad esprimere considerazioni e lanciare proposte operative sul tema delle relazioni Stato regioni e in particolare sulle prospettive sul ruolo svolto dalle FC sul territorio e sulle modalità più efficaci per giungere ad un processo di armonizzazione dei livelli amministrativi.

SCHEMA DEL RAPPORTO



Tornando alla mappatura regionale, ciascuna scheda contiene dati aggiornati sul peso economico dell’audiovisivo a livello regionale e provinciale in termini di numerosità, addetti e valore aggiunto, informazioni di dettaglio sul ruolo e sul funzionamento delle FC (natura giuridica, attività svolte, budget, personale) indicazioni sulla presenza di fondi a sostegno del settore.

All’interno delle schede sono presenti inoltre dati (aggiornati al primo semestre 2013) sulle produzioni assistite/finanziate, sulle giornate di lavorazione, sulla spesa diretta effettuata sui territori. Una particolare attenzione è stata dedicata ai servizi on line messi a disposizione degli operatori (ad esempio film database, production guide, location guide) anche al fine di valutare il grado di trasparenza e di efficienza in termini di aggiornamento presente in ciascuna realtà territoriale. Uno spazio rilevante è stato riservato anche alle iniziative di formazione professionale e di progetti innovativi e realtà di eccellenza che si sono distinte nel corso degli ultimi anni.

A corredo delle schede regionali sono stati raccolti ed approfonditi una serie di casi studio individuati anche sulla base di quanto emerso dalla mappatura delle risorse regionali. Seguendo un approccio bottom-up, per ciascun territorio è stato individuato un soggetto di particolare interesse ai fini dello studio in termini di innovazione ma anche di sostegno da parte della FC.

All'interno della trattazione delle singole tematiche affrontate sono presenti le considerazioni acquisite in fase field tramite interviste in presenza e a distanza. Come già ricordato nella nota metodologica, pur avendo una struttura ed una articolazione comune, i contenuti e le informazioni delle schede variano in funzione del grado di completezza delle risposte dei questionari trasmessi alle FC e agli stakeholders e dei feedback ricevuti in sede di analisi field. In alcuni casi (soprattutto nel centro-Sud) il gruppo di lavoro – che ha avuto a disposizione un arco temporale ristretto rispetto all'ampiezza della ricognizione che in sostanza ha riguardato tutto il territorio nazionale fatta eccezione per Umbria e Molise - si è dovuto "arrendere" all'assenza di riscontri e procedere in autonomia in base ai dati desk disponibili.

Per una più agile lettura e consultazione, lo studio è diviso in due volumi:

Volume 1: premessa; nota metodologica; introduzione e prime 10 schede regionali (Trentino-Alto Adige; Basilicata, Calabria, Campania, Emilia Romagna, Friuli Venezia Giulia, Lazio, Liguria, Lombardia e Marche)

Volume 2: le restanti schede regionali (Piemonte, Puglia, Sicilia, Sardegna, Toscana, Valle d'Aosta, Veneto); casi studio regionali; conclusioni e input strategici; contributi degli esperti.

# Le schede regionali

## Scheda n.1: Alto Adige

### 1 L'audiovisivo regionale in cifre

L'audiovisivo in Trentino Alto Adige conta poco più di 200 imprese attive sul territorio ovvero l'1,6% del totale nazionale, incidenza che si riduce all'1,8% e all'1,5% se guardiamo rispettivamente al numero degli occupati e al valore aggiunto generato. I tre indicatori posizionano il Trentino Alto Adige al quindicesimo posto nella graduatoria nazionale del numero di imprese, al quattordicesimo per numero di occupati e al dodicesimo per valore aggiunto prodotto<sup>2</sup>.

TAB. 1 IMPRESE, OCCUPATI E VALORE AGGIUNTO IN TRENTINO A.A. E INCIDENZA %, 2012

	Imprese Film Radio- Tv	Incidenza %	Occupati	Incidenza %	Valore ag- giunto (M€)	Incidenza %
Trentino Al- to Adige	209	1,6%	1.300	1,8%	124,5	1,5%
Italia	13.407	100%	73.500	100%	8.056,3	100%

Fonte: elaborazioni lem – Rosselli su dati Symbola – Unioncamere

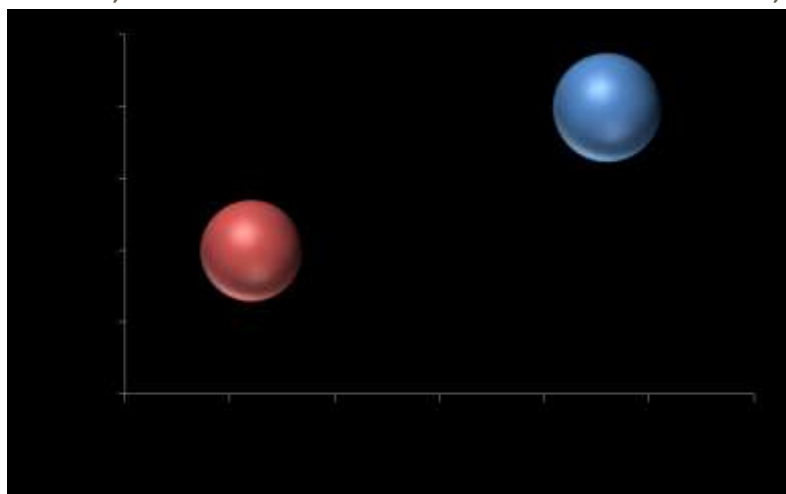
La provincia autonoma di Bolzano prevale su quella autonoma di Trento in tutti e tre i parametri di valutazione.

TAB. 2 IMPRESE, OCCUPATI E VALORE AGGIUNTO NELLE P.A. DI TRENTO E BOLZANO , 2012

Provincia	Imprese	Occupati	Valore ag- giunto
Trento	96	600	57,8
Bolzano	113	800	66,6

Note: dati valore aggiunto in M€. Fonte: elaborazioni lem – Rosselli su dati Symbola – Unioncamere

FIG. 1 IMPRESE, OCCUPATI E VALORE AGGIUNTO NELLE P.A. DI TRENTO E BOLZANO, 2012

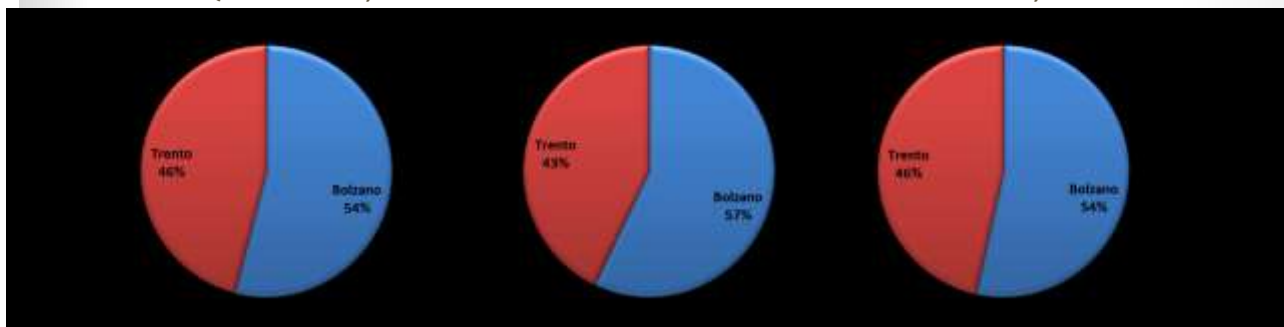


Fonte: elaborazioni lem – Rosselli su dati Symbola – Unioncamere

<sup>2</sup> Fonte: *Io sono cultura: L'Italia della qualità e della bellezza sfida la crisi*, III Rapporto Unioncamere – Symbola, 2013

La provincia autonoma di Bolzano, la più settentrionale d'Italia, è al 62° posto della graduatoria nazionale del sistema produttivo culturale privato italiano complessivo per numerosità delle imprese, ma al 42° posto per incidenza del Valore Aggiunto e degli occupati, mentre Trento si posiziona al 33° per numerosità delle imprese ma al 26° per Valore Aggiunto e per occupati.

FIG. 2 QUOTA IMPRESE, OCCUPATI E V. AGGIUNTO NELLE NELLE P.A. DI TRENTO E BOLZANO, 2012



Fonte: elaborazioni lem – Rosselli su dati Symbola – Unioncamere

Si tratta infatti di un numero limitato di imprese audiovisive mediamente molto piccole per dimensioni (nessuna nelle top 100 nazionali) per forza occupazionale (3-4 contribuenti ex Enpals mediamente per azienda), ma con fatturati in ascesa, passati complessivamente da 27 milioni di Euro del 2008 ai 39 del 2010 (cfr. Ente dello Spettacolo 2012 su dati Istat). L'attivazione dei fondi ha innalzato il volume dei ricavi negli anni 2011 e 2012, come dimostra il dato Unioncamere sul valore aggiunto.

In termini politico-istituzionali, come vedremo, a dispetto delle ridotte dimensioni regionali, le strategie di investimento nell'Alto Adige prima, e poi parzialmente nel Trentino, dedicate al comparto audiovisivo, risultano particolarmente significative sia in termini di Fondi che di risorse complessive a disposizione delle Film Commission e dell'industria in generale.

Obiettivi strategici al centro di tali politiche di intervento sono quelli di sviluppare una industria locale, di incrementare i flussi turistici, e di rafforzare i progetti di collaborazione con i Paesi esteri limitrofi in virtù della particolare posizione geografica transfrontaliera.

In relazione alla popolazione residente<sup>3</sup> il numero di occupati nel settore ammonta a un occupato ogni 800 abitanti, più o meno in linea con la media italiana, che è di un occupato nel settore ogni 812 abitanti.

La relazione abitanti/imprese nel settore è invece di 1 impresa ogni 4.976 abitanti, inferiore al dato italiano di 1 impresa ogni 4.452 abitanti.

Il 55,2% delle famiglie della regione dispone a casa, nel 2012, di un accesso a Internet a banda larga, la penetrazione è superiore a quella del territorio italiano totale, che è del 48,6%.

La quota del Fondo Unico per lo Spettacolo destinata al cinema nel 2011 è stata, per il Trentino Alto Adige di 70.880 euro (lo 0,1% del totale quota destinata al cinema a livello nazionale) a beneficio di 14 soggetti. Al cinema è andato il 2% della cifra che il FUS ha destinato ai soggetti operanti su territorio regionale (3,5 milioni di euro).

I dati Siae<sup>4</sup> sul settore cinematografico mettono in evidenza una forte crisi del settore, che, nel 2012, si è fatta sentire in maniera consistente in tutti i parametri di ricerca.

Il numero di spettacoli si è ridotto da 27.554 del 2011 a 25.474 del 2012 (-7,5%), mentre gli ingressi al cinema nel 2012 in tutta la regione sono stati 1.097.863, in calo dell'8,1% rispetto al 2011. Le presenze<sup>5</sup> sono invece diminuite dell'1,6% sul 2011 a 39.735.

<sup>3</sup> Popolazione al 31 dicembre 2012 in base a dati Istat (Cfr. <http://demo.istat.it/bil2012/index.html>)

<sup>4</sup> Siae, *Annuario dello Spettacolo*, 2012.

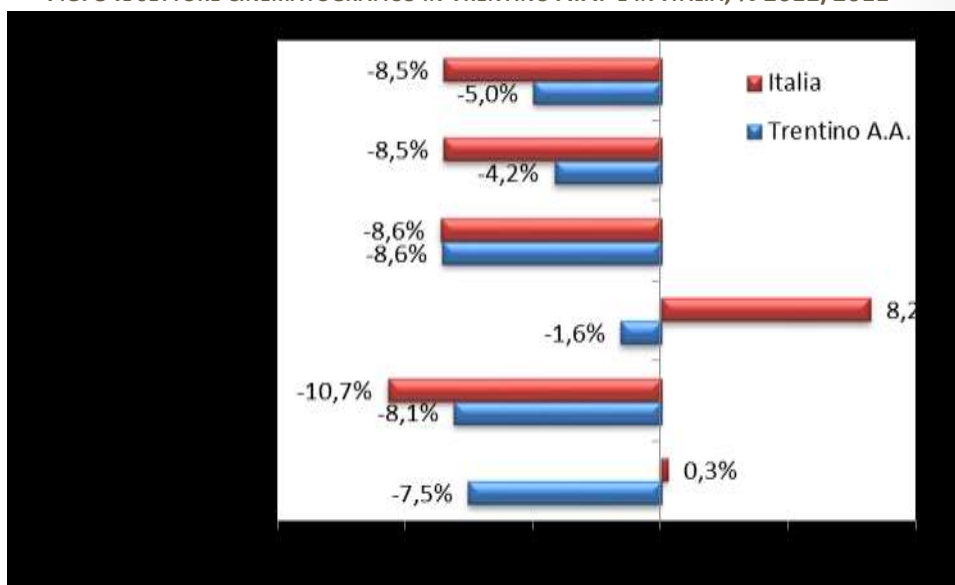
<sup>5</sup> A differenza degli ingressi, le presenze vengono utilizzate per quantificare i partecipanti a manifestazioni per le quali non è previsto il rilascio di titoli d'accesso.

Nel 2012 il pubblico ha speso, per l'acquisto di biglietti e abbonamenti al cinema (spesa del botteghino), 7.661.234 euro, in calo dell'8,6% rispetto all'anno precedente. La spesa del pubblico<sup>6</sup> ammonta, per questo settore, a 9.630.220 euro, in calo del 4,2%.

Il volume d'affari complessivo relativo al settore cinematografico in Trentino Alto Adige ammonta dunque a 9.681.680 euro, in calo del 5% sul 2011.

I dati appena citati sono più bassi rispetto a quelli nazionali per tutti i parametri di ricerca e in particolare per presenze e numero di spettacoli.

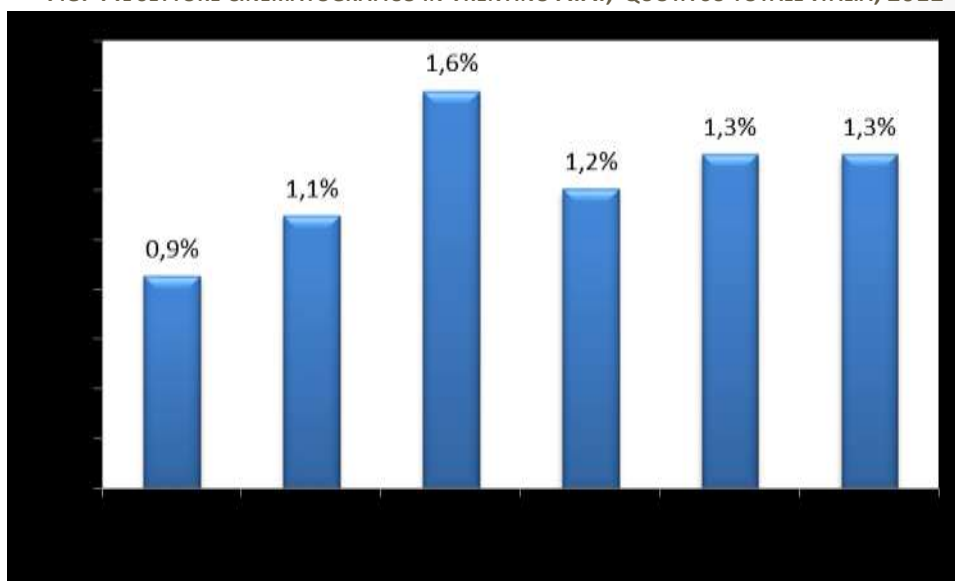
FIG. 3 IL SETTORE CINEMATOGRAFICO IN TRENTINO A.A. E IN ITALIA, % 2012/2011



Fonte: elaborazioni lem – Rosselli su dati Siae

La quota Trentino Alto Adige sul totale Italia si aggira tra lo 0,9% e l'1,6% per tutti i parametri.

FIG. 4 IL SETTORE CINEMATOGRAFICO IN TRENTINO A.A., QUOTA SU TOTALE ITALIA, 2012



Fonte: elaborazioni lem – Rosselli su dati Siae

<sup>6</sup> L'importo che il pubblico ha destinato, nell'anno 2012, alla fruizione degli spettacoli.



L'autonomia amministrativa delle due province richiede di separare da questo momento in poi i dati e le informazioni relative a Bolzano e a Trento, e quindi l'Alto Adige dal Trentino, iniziando dal primo (cfr. *infra*).

## 2 La Film Commission ALTO ADIGE - BLS<sup>7</sup>

La Film Commission in Alto Adige è nata nel 2008 ed è diventata operativa l'anno successivo. Si configura come un reparto (Film Fund & Commission) dell'agenzia di promozione territoriale Business Location Südtirol – Alto Adige. BLS aderisce, oltre che ad IFC, anche a EFCN – European Film Commission Network e a AFICI – Association of Film Commissioners International.

### 2.1 Scheda anagrafica

<b>Logo</b>	
<b>Nome completo</b>	BLS Business Location Südtirol-Alto Adige spa – FILM FUND & COMMISSION
<b>Forma giuridica</b>	Reparto di agenzia di promozione territoriale (spa)
<b>Enti pubblici/privati nella compagine</b>	Provincia: Assessorato all'Economia
<b>Persone di riferimento</b>	Direttore BLS: Ulrich Stofner Resp. BLS Film Fund Alto Adige: Christiana Wertz
<b>Data di istituzione</b>	2008
<b>Data di avvio attività</b>	2009 (2010 reparto Film Fund & Commission)
<b>Indirizzo</b>	Passaggio Duomo 15, Bolzano
<b>Contatti telefonici</b>	0471/06.66.00
<b>Sito e mail</b>	www.bls.info service@bls.info
<b>Pagina Facebook/Twitter</b>	Facebook ( <a href="http://www.facebook.com/blsfilmlocation">www.facebook.com/blsfilmlocation</a> )
<b>Eventuali altre sedi</b>	=
<b>Altre FC attive sul territorio</b>	Trentino Film Commission (aderente al Coordinamento)

<sup>7</sup> Tutti i dati e le valutazioni, laddove non diversamente indicato, hanno come fonte le schede Film Commission compilate dalle FC stesse, e le schede stakeholders compilate dagli stakeholders stessi (individuati in parte su indicazione delle FC e in parte da fonti desk Iem-Rosselli).

## 2.2 Mission e attività, azioni di monitoraggio

Business Location Sudtirolo-AltoAdige (BLS), società in house della Provincia Autonoma di Bolzano, è un centro di avviamento e servizio per imprese e Comuni altoatesini, e imprese italiane ed estere (434 nel 2011): tra i suoi compiti primari, il consolidamento e lo sviluppo dell'Alto Adige come localizzazione economica, in particolare nei settori chiave delle Energie rinnovabili e delle Tecnologie Alpine. Non funge solo da mediatore per il reperimento di superfici produttive, ma elabora anche la richiesta di finanziamento per il loro acquisto.

E' organizzata in 4 reparti: Location Service (consolidamento e sviluppo location), Marketing e Comunicazione (ad es. posizionamento italiano come "Green region"), Business Development (consulenza all'insediamento delle aziende italiane ed estere interessate), e infine Film Fund & Commission, che promuove la regione come location cinematografica e amministra il Fondo provinciale, avendo come target territoriali primari Italia, Germania ed Austria<sup>8</sup>.

La mission primaria dichiarata dal Film Fund&Commission di BLS è lo sviluppo dell'indotto economico/produttivo, seguito dal sostegno/promozione della produzione audiovisiva e, in misura minore, dall'incentivazione del lavoro delle risorse umane locali, mentre l'attività di promozione turistica non viene dichiaratamente perseguita. Per questo motivo non vengono svolte azioni di monitoraggio dell'impatto turistico delle produzioni nè vengono utilizzate le produzioni come strumento di attrazione turistica nè si tiene conto dell'impatto turistico nella scelta delle produzioni da sostenere.

I servizi offerti comprendono, oltre a quelli base di assistenza, permessi, scouting location e segnalazione delle risorse umane locali, anche finanziamenti diretti alle produzioni e organizzazione di matchmaking tra produzione locale e committenza.

Gli stakeholders interpellati avvertono come inadeguate/insufficienti la fornitura di cineporti/uffici per le produzioni (ancora assenti), l'erogazione di formazione e di iniziative di promozione culturale, e come parzialmente adeguate le attività di promozione culturale e turistica (di fatto assenti), ma adeguata l'assistenza fornita alle produzioni nel suo complesso.

BLS compie, a titolo di monitoraggio e valutazioni delle azioni svolte, statistiche e "Balances Score Card" (rilevante ed eccezionale il fatto che nello staff generale di BLS figurino una posizione di "Research & Data Service", come il fatto che venga redatta e pubblicata sul sito una relazione annuale), anche se alcuni stakeholders reputano ancora insufficienti/inadeguati i monitoraggi sull'impatto dell'audiovisivo nel territorio, a causa della giovane età della struttura (operativa a pieno regime solo dal 2010).

BLS ha commissionato nel giugno 2012 alla struttura londinese di ricerca Available Light Advisory di Richard Miller la ricerca "Analisi del mercato audiovisivo, identificazione di strategie per lo sviluppo dell'Alto Adige come location cinematografica", di cui a fine ottobre 2013 non sono ancora stati resi noti i risultati.

## 2.3 Il sostegno alle produzioni

Le produzioni finanziate e assistite totali (incluso sia quelle solo assistite con fornitura di servizi, sia quelle finanziate dal Film Fund<sup>9</sup>, ma escludendo quelle non portate a termine) sono state in totale 11 nel 2011, 31 nel 2012 e 24 nel primo semestre 2013, rivelando una progressione significativa, triplicando di fatto i volumi produttivi in un solo anno.

TAB. 3 PRODUZIONI ASSISTITE DALLA FC NEL 2011, 2012 E 1 SEM 2013 PER GENERE PRODUTTIVO

Produzioni	2011	2012	1 H 2013
Lungometraggi cinematografici	4	12	10
Fiction/film per la tv		4	2

<sup>8</sup> Da qui in poi ci si riferirà per brevità al reparto Film Fund & Commission di BLS, unico competente in materia audiovisiva, come BLS tout court.

<sup>9</sup> BLS può erogare finanziamenti soltanto tramite il Film Fund, e non ha fondi per l'ospitalità.

Documentari	2	7	3
Cortometraggi	1	2	2
Pubblicità	1	3	2
Videoclip			2
Programmi per la tv	3	2	3
Altro (film di danza)		1	
<b>TOTALE</b>	<b>11</b>	<b>31</b>	<b>24</b>

Fonte: BLS

Mentre qualche anno fa era praticato quasi esclusivamente il genere del documentario (anche per la presenza della scuola Zelig, cfr. *infra*), ad aumentare in modo consistente è stato il numero dei lungometraggi cinematografici.

Delle produzioni girate sul territorio e sostenute da BLS, mediamente metà sono italiane e metà internazionali, di cui l'80% in lingua tedesca (tra Austria, Svizzera e Germania)<sup>10</sup>.

**TAB. 4 PRODUZIONI ASSISTITE DALLA FC NEL 2011, 2012 E 1 SEM 2013 PER PROVENIENZA GEOGRAFICA**

	2011	2012	1 H 2013
Regionali	1	3	2
Extraregionali italiane	5	13	9
Europee	5	15	12
Extraeuropee			1
<b>TOTALE</b>	<b>11</b>	<b>31</b>	<b>24</b>

Fonte: BLS

Complessivamente sono state effettuate 96 giornate di lavorazione (ripresa e postproduzione) nel 2011, ben 465 nel 2012 e 155 nel primo semestre 2013.

Sottolineamo quindi il poderoso incremento tra il 2011 e il 2012, sia nel numero di produzioni sostenute (triplicati), sia nel numero di giornate totale di lavorazione (quasi quintuplicate).

I film finanziati negli anni 2012 e 2013 spaziano dalle commedie targate Cattleya "Il principe abusivo" di Alessandro Siani (400.000 Euro) e "Un boss in salotto" di Luca Miniero (450mila euro), ai film drammatici "Anita B" di Roberto Faenza (400.000 E) e "La migliore offerta" di Giuseppe Tornatore (700mila euro di finanziamento alla produzione), mentre negli anni precedenti un forte sostegno (ben 1,5 milioni di euro) era andato alla fiction Rai "Un passo dal cielo", interpretata da Terence Hill e ambientata in Alta Val Pusteria (e "sottratta" con un certo clamore ad un Trentino allora meno attivo)<sup>11</sup>;

**TAB. 5 SPESA DIRETTA SUL TERRITORIO 2011, 2012 E 1 SEM 2013**

	2011	2012	1 H 2013
	6.206.692€	7.359.437€	6.215.254€ *

Fonte: BLS \* non ancora rendicontato

mentre l'"effetto territoriale" complessivo prodotto dall'audiovisivo sostenuto da BLS (sommando produzioni sostenute con servizi e produzioni finanziate dal Fondo) nel 2011 è stato di 7,878 milioni di Euro (cfr. Relazione annuale BLS 2011)<sup>12</sup>.

<sup>10</sup> Cfr. Cinema e Video International, 28 agosto 2013.

<sup>11</sup> Fonte: Film Database [www.bls.info](http://www.bls.info)

<sup>12</sup> Cfr. *infra* i criteri di erogazione dei finanziamenti e i vincoli di territorialità.

Da segnalare che BLS organizza periodicamente l'iniziativa "Places", Location tour per illustrare ambientazioni di diverse tipologie e e descrivere i benefici derivanti dal finanziamento locale associati alle agevolazioni legate al tax credit.

## 2.4 Risorse e costi

Il budget amministrato da BLS per la propria gestione, sia nel 2012 che nel 2013, è di quasi 800mila euro (e diventerà di circa 770mila euro nel 2014): si tratta interamente di fondi provinciali, cui si sommano i 5 milioni di euro annuali del Film Fund (vedi *infra*).

Delle risorse complessive vengono destinati l'80% a contributi diretti all'audiovisivo, il 10% in spese di accoglienza e assistenza alle produzioni, il 5% in costi del personale e il restante 5% alla promozione di eventi.

Il budget a disposizione viene ritenuto sostanzialmente adeguato dagli stakeholders interpellati: il Centro Audiovisivi Bolzano<sup>13</sup> segnala però l'opportunità di incrementare risorse destinate a movie map e alla promozione turistico-culturale delle location cinematografiche, in collaborazione con enti e strutture operanti sul territorio, mentre Bolzano Cinema<sup>14</sup> vorrebbe incrementare le voci "promozione eventi" e "sostegni a festival e strutture cinematografiche".

Le risorse umane della BLS – sezione Film Fund & Commission comprendevano nel 2012:

- 5 unità a tempo indeterminato (project manager),
- 1 unità anno a tempo determinato (location manager),
- 1 unità anno in stage
- 1 consulente.

Erano in numero stabile rispetto all'anno precedente, nonostante venga dichiarata una necessità di integrazione dell'organico con una figura di Amministratore fondi.

## 2.5 Servizi on line

I principali servizi on line comprendono il sito [www.bls.info](http://www.bls.info), disponibile in italiano, inglese e tedesco (con 3.500 utenti unici mensili), e una pagina Facebook ([www.facebook.com/blsfilmlocation](http://www.facebook.com/blsfilmlocation), aggiornata mediamente trisettimanalmente, con 1.470 Fans attuali).



<sup>13</sup> Il Centro Audiovisivi di Bolzano in lingua italiana, parallelo a quello in lingua tedesca, promuove e diffonde la cultura audiovisiva, cinematografica e multimediale. Comprende una Mediateca e una Sala Montaggio, organizza proiezioni e presentazioni cinematografiche, sostiene e promuove la produzione audiovisiva sul territorio tramite l'acquisto e la produzione di documentari di rilevante interesse culturale con attinenza al territorio, offrendo in consultazione un catalogo di 140 documentari, e organizzando il premio "Autori da scoprire" per giovani artisti (nel 2005 e nel 2009).

<sup>14</sup> Bolzano Cinema Filmtage è un Festival cinematografico che raccoglie film d'essai o comunque di difficile circuitazione cinematografica, e film di registi emergenti di paesi confinanti con il nostro (e quindi Austria, Svizzera, Germania) raramente o mai proiettati nelle sale. Nel 2013 si è svolto dal 17 al 21 aprile (cfr. [www.filmtage.it](http://www.filmtage.it)).

La **Location guide**<sup>15</sup>, strutturata in database per tipologie (ad es. "Piazze", o "Torrenti") e per topic (es. "Mistico", o "Industriale"), consta di circa 400 location, censite in schede esaurienti.

Viene ritenuta da BLS rappresentativa al 40% delle location effettivamente disponibili sul territorio; complessivamente adeguata o parzialmente adeguata dagli stakeholders.

La **Production Guide**, denominata "Directory"<sup>16</sup>, consiste in un elenco (per tipologie di imprese e ruoli professionali insieme, senza distinzione tra imprese e singoli) aggiornato settimanalmente: consta al momento della rilevazione di 103 aziende e di 250 tra professionisti e artisti. La Directory viene ritenuta rappresentativa da BLS al 90% per le imprese, al 75% per i professionisti e al 80% per gli artisti, e adeguata dagli stakeholders<sup>17</sup>.

L'**Archivio produzioni** (denominato "Banca dati progetti")<sup>18</sup> è invece un database con query per titolo, call del bando, genere, casa di produzione, regista, campo libero, e anche per tipo di finanziamento erogato (finanziamento della pre-produzione, finanziamento della produzione, o sostegno non finanziario). Contiene schede dettagliate di 90 produzioni dal 2009 (20 annue mediamente).

Il sito, oltre ai 3 servizi di base, tutti ad accesso aperto, comprende anche informazioni esaurienti sul Film Fund (con modulistica scaricabile) e sui permessi (ma senza modulistica), le sezioni News, Press, Casting, e viene ritenuto adeguato anche dagli stakeholders: denota in generale un elevato livello di trasparenza (pubblica la relazione annuale - l'ultima disponibile è quella relativa al 2011 - con i dati di dettaglio sulle produzioni assistite e sui finanziamenti erogati), e riferimenti del personale di contatto con dovizia di dettagli informativi. BLS pubblica inoltre sul sito la propria rivista annuale "Take- Magazine for Film professionals", giunta nel 2013 al suo terzo numero.



Tra i (pochi) punti di debolezza del sito segnaliamo l'assenza di una sezione Formazione, dedicata sia ai corsi di cui BLS è partner sia ai corsi esterni (ad es. di Zelig, cfr. *infra*), tanto più che il training è come vedremo uno dei punti di forza dell'audiovisivo altoatesino, per la presenza di realtà di eccellenza.

## 2.6 Relazioni istituzionali

BLS dichiara di avere relazioni con le FC attigue (Trentino) per discutere progetti comuni (produzioni finanziate congiuntamente), e con alcuni soggetti istituzionali chiave, in particolare:

- Bolzano Cinema (Festival del cinema di Bolzano)
- Film Association South Tyrol (FAS)<sup>19</sup>
- Zelig - scuola di documentario, televisione e nuovi media.

Vengono citati anche l'Ufficio di Cultura Tedesca e di Cultura Italiana (e Centro Audiovisivo Bolzano - centro Trevisi) all'interno del Centro Audiovisivo Bolzano.

Gli stakeholders coinvolti reputano adeguate le relazioni tra la FC, il mercato audiovisivo locale, e la Provincia.

<sup>15</sup> [www.bls.info/it/film-location/location](http://www.bls.info/it/film-location/location)

<sup>16</sup> [www.bls.info/it/film-location/directory/directory](http://www.bls.info/it/film-location/directory/directory)

<sup>17</sup> Effettivamente questi dati sono considerabili coerenti con quelli desk forniti da Symbola-Unioncamere.

<sup>18</sup> [www.bls.info/it/film-location/finanziamenti/banca-dati-progetti](http://www.bls.info/it/film-location/finanziamenti/banca-dati-progetti)

<sup>19</sup> La Film Association of South Tyrol (FAS) è nata nel 2004 con l'intento di creare un punto di riferimento per chi lavora nel campo dell'audiovisivo sul territorio della provincia di Bolzano: l'Associazione si pone come mezzo per promuovere e sostenere la realizzazione di film in Alto Adige, e come strumento di diffusione e conoscenza del cinema locale e non solo. Raccoglie una quarantina di professionisti attivi nel campo del film a soggetto e documentario, del film d'arte e sperimentale e dell'audiovisivo in genere (autori, registi, produttori, direttori della fotografia e operatori di ripresa, fonici, compositori e sound designer, montatori ecc), 8 società e Zelig Film school. I suoi membri operano in Alto Adige o sono altoatesini che lavorano all'estero e appartengono a tutti e tre i gruppi linguistici. FAS ha sostenuto la nascita sia del Fondo che della FC.

Gli stakeholders valutano come parzialmente adeguato (Centro Audiovisivi Bolzano) o inadeguato (Bolzano Cinema) il coordinamento degli enti locali deputati all'audiovisivo in un vero “**sistema cinema**”, in quanto “non esiste un coordinamento strutturato, i contatti funzionano soprattutto a livello personale” (secondo Bolzano Cinema).

## 2.7 Obiettivi della FC e giudizio complessivo

A breve e medio termine, BLS indica come propri obiettivi, oltre al proseguimento del Film Fund:

- Sviluppo territoriale (primario)
- Production & location services
- Promozione territoriale.

Più in dettaglio la struttura è impegnata in questa fase a rafforzare ulteriormente le seguenti aree di intervento:

- Sviluppo territoriale: incrementare ulteriormente l'attrattiva dell'Alto Adige come location per le produzioni cinematografiche esterne, e contribuire contemporaneamente alla crescita del prodotto interno lordo complessivo della provincia, affinché la politica e l'economia, la cultura, il mondo della formazione e dell'aggiornamento professionale e il settore finanziario collaborino in maniera attiva e coordinata. “Sulla base di una precisa strategia territoriale saranno acquisite e insediate aziende adatte alla location nonché avviati progetti di formazione e aggiornamento professionale. BLS inoltre sostiene attivamente la creazione di coproduzioni transnazionali capaci di far sedere a un tavolo comune i rispettivi produttori e registi”.
- **Production & Location Services:** continuare a sostenere i cineasti durante la pianificazione e la realizzazione delle produzioni in Alto Adige, in termini di ricerca individualizzata di location e personale, e di una prima consulenza legale e fiscale, oltre che nella richiesta delle autorizzazioni alla ripresa.
- **Promozione territoriale: oltre che in termini di PR e di comunicazione on line,** partecipazione ai principali eventi di settore dei mercati di riferimento in Italia, Austria e Germania (organizzando colloqui personali di consulenza con possibili richiedenti ed eventuali interessati, curando ed estendendo le collaborazioni internazionali, e consolidando il posizionamento dell'Alto Adige come piattaforma per l'industria cinematografica di Italia, Austria e Germania).

Tra i propositi per il futuro, BLS dichiara la volontà di disporre di un ulteriore budget, aggiuntivo a quello dedicato al finanziamento delle produzioni e pre-produzioni, per lo sviluppo di particolari misure di intervento, e su generi emergenti (ad esempio progetti transmediali, games, ecc), ed auspica di poter organizzare eventi informativi, tavole rotonde e task force, per sviluppare insieme a istituzioni e imprese misure comuni per rafforzare l'audiovisivo.

Secondo il parere di Bolzano Cinema, obiettivi prioritari dovrebbero essere la promozione della cultura cinematografica sul territorio nel suo complesso, e una sempre maggiore collaborazione con le strutture cinematografiche e festivaliere locali.

Secondo il Centro Audiovisivi Bolzano (ufficio di Cultura italiana) invece le priorità dovrebbero essere la valorizzazione del territorio anche dal punto di vista turistico e culturale, nella tutela della sua specificità, e un investimento nella distribuzione e nella promozione delle opere, per dare maggiore visibilità ai risultati conseguiti dai prodotti finanziati – soprattutto i documentari su storia e cultura locale - dopo i festival o l'eventuale sala, coinvolgendo anche i centri audiovisivi sul territorio.

Il bilancio e il giudizio complessivo degli stakeholders sull'operato della BLS è positivo, anche se vengono considerati migliorabili il grado di conoscenza delle realtà produttiva audiovisiva, e in generale la capacità di sviluppare una vera e propria strategia di sviluppo della produzione locale, e di una programmazione a lungo termine.

### 3 Fondi

Il Film Fund di BLS, che aderisce a Cineregio, prevede una somma di 5 milioni annui, erogabile indipendentemente dalla sede delle case di produzione che ne fanno richiesta. "BLS accompagna e consiglia i produttori durante tutto il processo di richiesta di erogazione, valuta i progetti presentati con l'ausilio di una commissione di esperti e propone infine le produzioni da finanziare alla Giunta provinciale dell'Alto Adige."

Sono previste tre tipologie di intervento:

- a) finanziamento separato alla Produzione<sup>20</sup>,
- b) finanziamento separato alla Preproduzione, (intesa come sviluppo del progetto, pre-produzione in senso stretto e in casi eccezionali anche come sviluppo della sceneggiatura)<sup>21</sup>,
- c) finanziamento combinato per la Pre-produzione e la Produzione<sup>22</sup>.

TAB. 6 BLS FILM FUND ALTO ADIGE

Data di istituzione	Previsto da Legge provinciale n. 1/2011, operativo dal 2011
Periodicità bandi	Presentazione diretta, no bandi
Fasi filiera interessate	Produzione e pre-produzione
Beneficiari	Imprese di produzione, indipendentemente dalla loro sede. In caso di coproduzione internazionale, beneficiario è il produttore italiano per la sua quota
Budget totale annuo	5.000.000 Euro
Prodotti eleggibili	Lungometraggio (> 80') Documentario (> 30') Fiction tv (> 45') Serie tv (> 45') No spot pubblicitari, trasmissioni sportive, di intrattenimento e di informazione
Importo massimo contributo	Produzione: max 1.500.000 E Preproduzione (sia nel separato che nel combinato): max 50.000 E
Tipologia di contributo	A fondo perduto non superiore al 50% dei costi (per la produzione: eccezionalmente fino all'80%).

<sup>20</sup> "Con il finanziamento alla produzione, BLS sostiene i produttori che realizzano del tutto o in parte un progetto cinematografico in Alto Adige; naturalmente questi fondi possono essere cumulati con altre forme di contributo pubblico. Il produttore deve contribuire al finanziamento con un apporto adeguato di risorse finanziarie, anche sotto forma di contanti. La distribuzione del progetto deve già essere assicurata e particolari voci portanti del piano di finanziamento devono già essere confermate o, come minimo, essere state garantite da fonti degne di fiducia. Nel preventivo dettagliato secondo le modalità proprie del settore devono essere messe in evidenza le attività che saranno svolte in Alto Adige. Un coinvolgimento delle infrastrutture cinematografiche locali e del personale disponibile in Alto Adige, nonché la pianificazione di un impegno in materia di formazione, contribuiranno ad una positiva valutazione della domanda. Ogni progetto dovrà inoltre superare un "test culturale" tramite il quale sarà verificato il rispetto delle prescrizioni UE in materia di concessione di sovvenzioni statali e regionali" (cfr. BLS, Take n° 3, Magazine for Film Professionals, 2013).

<sup>21</sup> Vengono sostenuti esclusivamente progetti che hanno un diretto riferimento culturale con l'Alto Adige, che può essere definito dal soggetto stesso, ma anche dallo staff coinvolto, in particolare dal produttore, dall'autore o dal regista (il semplice fatto che, sulla base del luogo di ambientazione delle riprese, un soggetto sia adatto a una realizzazione in Alto Adige, non viene riconosciuto come riferimento culturale).

<sup>22</sup> La richiesta congiunta di finanziamento alla pre-produzione e alla produzione è prevista per progetti di particolare rilevanza per l'Alto Adige come location cinematografica. Particolare attenzione è rivolta ai progetti per i quali la società di produzione deve sostenere spese elevate per le attività di pre-produzione, perché il luogo delle riprese deve essere spostato in Alto Adige, oppure perché il soggetto deve essere adattato alla location altoatesina; viene inoltre data preferenza alle coproduzioni internazionali, in particolare a quelle tra Italia, Germania e Austria.

<p>Vincoli di territorialità</p>	<p>Per il finanziamento alla produzione:                  Spesa minima sul territorio Alto Adige (con deroghe):</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 150% del contributo ricevuto, per progetti che non presentino alcun riferimento culturale ad AA e le cui scene principali non siano girate in location riconoscibili AA</li> <li>- 125% per progetti con riferimenti culturali AA o le cui scene principali girate in location riconoscibili AA</li> <li>- 100% per progetti con riferimenti culturali AA e le cui scene principali girate in location riconoscibili AA</li> </ul> <p>SPESA MASSIMA: non più del 80% del budget di produzione.</p> <p>Per il finanziamento separato alla pre-produzione:                  nessun vincolo di spesa (ma deve essere presente un riferimento culturale AA e la realizzazione del progetto deve avvenire prevalentemente in AA)</p>
----------------------------------	--

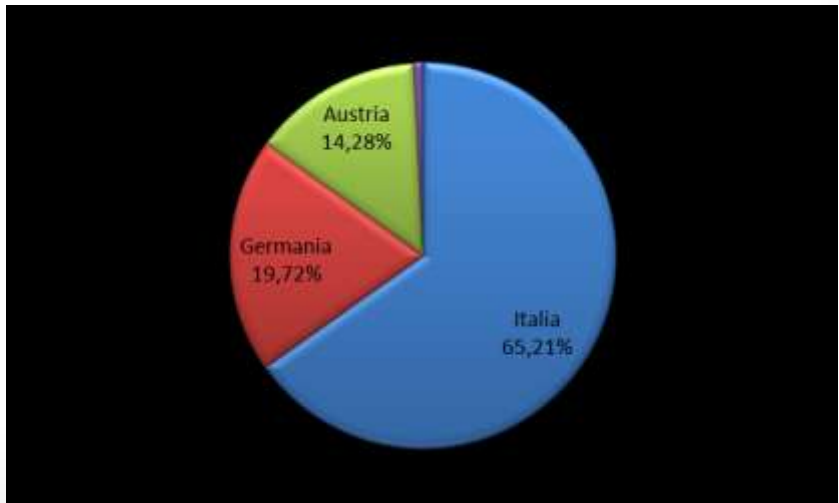
Fonte: Guida ai Fondi Regionali Anica (per maggiori dettagli sul funzionamento operativo: [www.anica.it/online/allegati/fondi\\_regionali/trentino/BLSFilm%20Fund%20Alto%20Adige\\_190612.pdf](http://www.anica.it/online/allegati/fondi_regionali/trentino/BLSFilm%20Fund%20Alto%20Adige_190612.pdf))

Per quanto riguarda i generi ammissibili, BLS dichiara di non avere generi elettivi di preferenza rispetto ad altri, ma di analizzare la ricaduta potenziale in termini di spesa territoriale, una volta verificata la presenza sul territorio delle competenze necessarie. Un caso discusso è quello dell'animazione, che attualmente non viene esplicitamente citato dal bando come genere ammissibile (ma nemmeno esplicitamente escluso), cosa che alcuni stakeholders rimproverano a BLS, ipotizzando che il genere possa essere penalizzato, nonostante la lavorazione sia particolarmente estesa nel tempo e il numero delle risorse umane impiegate significativo: da parte sua BLS precisa che, essendo un fondo selettivo e non automatico, la commissione potrebbe comunque includere l'animazione nelle opere sostenute (per quanto ritenuta critica per la mancanza di competenze specifiche sul territorio), come è accaduto ad esempio nel 2013 nel caso del sostegno allo sviluppo di "Clash".

Le risorse del Fondo sono state erogate interamente nel 2011 e nel 2012, e per la quota parte di 3.960.000 Euro nel primo semestre 2013, con un contributo massimo per singola produzione di un milione e mezzo nel 2011, di 700.000 nel 2012, e circa altrettanti nel primo semestre di quest'anno.

Per quanto riguarda la destinazione delle risorse, come evidenziato nel grafico, nel 2012, il 65% dell'ammontare complessivo è stato assegnato a produttori italiani, poco meno del 20% a produttori tedeschi e il 14% circa a produttori austriaci.

FIG. 5 QUOTA FINANZIAMENTO PER NAZIONE DELLA CASA DI PRODUZIONE FINANZIATA



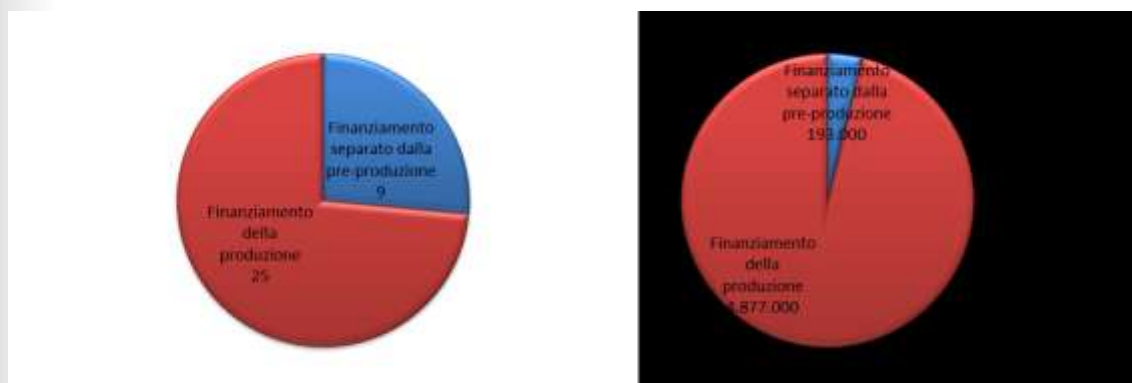
Fonte: BLS, Take 3, 2013



In base agli ultimi dati disponibili sono stati erogati sostegni a 34 progetti di 23 società di produzione, che hanno impegnato 461 giorni di riprese.

Nel dettaglio, 25 progetti sono stati sostenuti in fase di produzione (per complessivi 4.877.000 Euro erogati), mentre i restanti 9 hanno ottenuto contributi per la fase di pre-produzione (per complessivi 193.500).

FIG. 6 N.PROGETTI FINANZIATI E SOMME EROGATE PER TIPOLOGIA DI FASE SOSTENUTA



Fonte: BLS, Take 3, 2013

L'effetto territoriale raggiunto dal solo Fondo<sup>23</sup> è stato di due milioni e mezzo di Euro, pari al 162% dell'investimento (Fonte: BLS, Take 2013, n°3).

Il budget di 5 milioni di Euro è stato ufficialmente riconfermato per il 2014, mentre per la conferma negli anni successivi bisognerà attendere l'esito delle elezioni locali, indette a fine ottobre 2013.

Vi sono inoltre, disponibili sul territorio, altri fondi minori, non gestiti da BLS: un piccolo fondo dell'Ufficio di cultura tedesca per opere (anche audiovisive) di giovani artisti, e fondi FSE - Fondo Sociale Europeo per progetti specifici di formazione.

I fondi sono complessivamente ritenuti dagli stakeholders rispondenti parzialmente adeguati: il Centro Audiovisivi Bolzano indica come area di miglioramento un maggior coordinamento tra gli enti nell'allocazione delle risorse, pur nel rispetto delle loro differenti mission, mentre Bolzano Cinema segnala la mancanza di sostegni adeguati per il film festival e le strutture cinematografiche.

#### 4 Eccellenze locali e internazionalizzazione

Tra i settori che la regione sembra aver voluto privilegiare, anche per garantire alle imprese che girano sul territorio un'adeguata offerta di servizi, figurano in particolare i service tecnici, considerati essenziali per il decollo di una industria locale dell'audiovisivo: da notare in proposito la nascita recente di varie strutture già attive in altri territori, che hanno deciso di aprire filiali altoatesine (cittiamo ad esempio Panalight Sudtirolo, Movie People Sudtirolo, Rec Alto Adige Sudtirolo, la tedesca Maier Bros)<sup>24</sup>.

Bolzano Cinema individua come soggetti di eccellenza, oltre alla BLS stessa, la scuola di cinema Zelig (quest'ultima individuata, anche in rappresentanza del genere del documentario, anche dal Centro Audiovisivi Bolzano).

<sup>23</sup> I dati sulla spesa territoriale precedentemente citati erano invece relativi all'intera attività di BLS, che comprende anche la fornitura di servizi a produzioni non finanziate dal Fondo.

<sup>24</sup> Panalight, presente a Roma e Milano, si è associata alla Helios, società altoatesina di produzione e comunicazione, per un'offerta di mezzi tecnici e trasporti; Movie People di Milano alla Leur trasporti; la Rec romana ha aperto nella primavera 2013 una filiatà a Merano, dove è attiva anche la Maier Bros di Colonia. Cfr. Sudtirolo Valley, di Chiara Gelato, in Cinema & Video International, 29 agosto 2013.

Il livello di internazionalizzazione viene ritenuto adeguato dagli stakeholders interpellati. La localizzazione del territorio, come crocevia tra Nord e Sud Europa, colloca naturalmente l'Alto Adige in una posizione privilegiata in questo senso.

La capacità delle case di produzione di intercettare i fondi del Programma Media è abbastanza ridotta considerando che, secondo i dati forniti da Antenna Media Torino la quota complessiva del Trentino Alto Adige ha oscillato negli ultimi 3 anni tra il 3,3% del 2011 e il 3,8% del 2012<sup>25</sup>.

Va aggiunto che la maggior parte delle risorse è stata erogata a Zelig Film School (su cui ci soffermeremo nel prossimo paragrafo) per la Formazione Continua.

## 5 Formazione

Sul territorio vengono svolte rilevanti iniziative di formazione sia gestite direttamente dalla FC sia promosse da altri soggetti attivi nel settore.

### 5.1 Iniziative gestite direttamente dalla FC

Un'iniziativa gestita direttamente e annualmente da BLS è **Incontri**: si tratta di uno Script Lab per lo sviluppo di soggetti cinematografici, gratuito per i partecipanti, individuati tra sceneggiatori delle aree linguistiche italiana e tedesca, che lavorano al proprio progetto con un collaudato team di esperti internazionali per alcuni mesi (sia in workshop in presenza in lingua inglese, che assistiti online), sviluppandolo fino alla Bibbia: un trattamento pronto per il mercato, che la BLS presenterà in pitching, festival ed eventi di networking a produttori in Italia, Germania e Austria. Il progetto vincitore si aggiudica un Development Award di 5.000 Euro e potrà prendere parte a "Racconti Residency", un soggiorno di tre settimane finalizzato alla scrittura e alla ricerca, mentre i produttori coinvolti possono richiedere a BLS un finanziamento per un ulteriore sviluppo del progetto. Il focus è su progetti i cui contenuti abbiano un forte collegamento con l'Alto Adige e che siano adatti a una coproduzione tra i tre paesi.

Ad esempio la Call for entries 2012/13 raccoglie idee per serie tv (lunga serialità da 50', miniserie da 2-6 episodi x 100', webseries da 3'-8', tranne soap e daily series), svolte in Alto Adige e su contenuti legati alla provincia.

Un'ulteriore iniziativa, promossa da BLS, organizzata e gestita da Zelig e finanziata dal FSE, è **Movie-It** (cfr. *infra*).

### 5.2 Altre iniziative formative

La realtà formativa più significativa sul territorio è rappresentata da **Zelig - Scuola di Documentario, Televisione e Nuovi Media**, storica realtà di eccellenza fondata già nel 1988, da una cooperativa di produttori, operatori Rai e operatori culturali, come scuola professionale di tecnici cinetelvisivi. A seguito di una ricerca di mercato condotta nel 1999 con Doc.it Associazione Documentaristi Italiani, l'Associazione Documentaristi Tedeschi, European Documentary Network e PACT, è stato individuato come focus didattico il documentario (anche se recentemente si è aperto anche al crossmedia, gaming incluso), una nicchia allora ancora non coperta da altre offerte formative.

Il corso è internazionale (ha mediamente solo il 50% di studenti italiani, e sono in crescita gli extra-europei), e ha una ricaduta occupazionale del 90% (e al 90% fuori dall'Italia). Dal punto di vista didattico, ha scelto di non avere un corpo docenti fisso, ma professionisti internazionali che non insegnano su base continuativa, e che vengono a Bolzano per una o due settimane di docenza: questa scelta privilegia docenti attivi nel mondo del lavoro, motivati, e che possono offrire agli allievi reali occasioni professionali.

Altre iniziative formative sono:

---

<sup>25</sup> Nel dettaglio: 226.000 Euro nel 2010, pari allo 3,6% del totale italiano di 6,3 milioni; meno di 200.000 nel 2011, pari allo 3,3% del totale italiano di 6 milioni, e poco più di 300.000 Euro nel 2012, cioè il 3,8% del totale italiano di 7,9 milioni.

- EsoDoc-European Social Documentary: un progetto formativo in lingua inglese, sostenuto dal programma MEDIA dell'Unione Europea, focalizzato su documentari multiplatforma su tematiche di comunicazione sociale delle ONG, quali i diritti umani, la giustizia sociale e la protezione ambientale, in particolare nei paesi in via di sviluppo. Nell'arco di 6 mesi, EsoDoc offre tre sessioni di una settimana ciascuna, durante le quali i partecipanti, sia individualmente che in gruppo, sviluppano un progetto di film documentario.
- Il già citato Movie-It, organizzato e gestito da Zelig in partnership con BLS e finanziato dal FSE: si tratta di corsi professionali brevi (moduli di 50/100 ore) per assistenti di produzione cinematografica (microfonista, assistente operatore, assistente scenografo/attrezzista) residenti in Alto Adige, già in possesso di esperienze professionali specifiche. Il fabbisogno di un percorso formativo per le professioni di assistenza alle produzioni cinematografiche è stato rilevato e valutato da BLS, FAS – Film Association South Tyrol e ZeLIG, che ne hanno definito congiuntamente obiettivi e contenuti: nella prima edizione del corso (primavera 2012) sono stati formati assistenti per il reparto di produzione (segretario di produzione e di edizione, location scout) e di camera (aiuto operatore, macchinista, elettricista), e anche l'obiettivo della seconda edizione del corso (primavera 2013) è quello di "fornire personale specializzato per le mansioni di assistenza di alto livello, per poter posizionare e confermare l'Alto Adige quale ideale localizzazione per l'economia cinematografica" (cfr. [www.bls.info](http://www.bls.info))<sup>26</sup>.
- "Raccontare l'avventura", un workshop in lingua italiana per filmmaker professionisti su come si racconta la montagna e l'alpinismo, dallo sviluppo del progetto alla preparazione ai pitching; è un'iniziativa che si svolge dal 2006, organizzata da ZeLIG col TrentoFilmfestival, e poi sposata anche da Trentino Film Commission<sup>27</sup>.

ZeLIG è anche una **casa di produzione** per film, documentari e progetti cross-media, che fornisce quindi occasioni lavorative ai propri corsisti.

ZeLIG percepisce come proprio punto di forza e conseguentemente come punto di forza dei propri diplomati, il fatto di concepire il film come un lavoro collettivo, in cui anche chi studia regia o fotografia non considera degradante o sminuente ricoprire ruoli tecnici di assistente o macchinista: un'artigianalità "europea" dell'audiovisivo si contrappone per certi versi ad una concezione "artistica", che ha forse troppo incoraggiato in passato le rivendicazioni autoriali degli studenti di cinema italiani, attratti dalle gratificazioni di ruoli cosiddetti "artistici" quali regista e autore, causando una sovrabbondanza di offerta formativa per questi ruoli (che ha assecondato le richieste del mercato degli studenti ma non l'effettivo assorbimento occupazionale). Anche la metodologia didattica è quindi quella di una scuola professionale, che insegna la teoria partendo dalla pratica, e che ha rifiutato di farsi assorbire da un'Università.

ZeLIG è membro delle associazioni internazionali ed europee delle scuole di cinema Geect e C-lect, delle Associazioni documentaristi della Germania Ag Dok e dell'Italia Doc/it (di cui è cofondatore), e dell'EDN - European Documentary Network, ed è quindi ben raccordata sia con esperienze internazionali formative di eccellenza con le associazioni professionali di riferimento<sup>28</sup>.

<sup>26</sup> "Fino a due anni fa in Alto Adige mancava del tutto personale addetto al settore cinema. Ora i corsi per assistente operatore e Digital Imaging Technician tenuti dalla Zelig, in cui ...Rec Alto Adige Sudtirol mette a disposizione le telecamere a titolo gratuito, si moltiplicano, Perché non ha senso offrire macchine e attrezzature tecniche in assenza di personale specializzato". Intervista di Chiara Gelato a Daria Avenia, titolare di Rec Alto Adige Sudtirol, in "Cinema & Video International", 28 agosto 2013.

<sup>27</sup> Vi sono inoltre due programmi sulla collaborazione con l'India: LINCT - Leveraging International Networks for Co-Productions and Training, che ha lo scopo di creare un dialogo per la promozione delle co-produzioni di documentari tra India ed Europa, e EsoDoc India, piattaforma comune per documentaristi indiani ed europei per progetti adatti ad entrambi i mercati, sui temi del sociale e della protezione ambientale.

<sup>28</sup> Zelig fa inoltre parte del progetto di "Centro di eccellenza dell'Alta Formazione dell'Alto Adige", insieme ad altre tre scuole; il progetto, promosso fino ad oggi dalla Formazione professionale della provincia, prevede il mantenimento della specificità delle tre scuole, ma corsi trasversali (es. storia dell'arte, pitching...).

Il parere di Heidi Gronauer, Direttrice della Scuola da più di vent'anni, è che lo Stato non dovrebbe finanziare unicamente il Centro sperimentale come Scuola di cinema nazionale, ma anche scuole sul territorio, purchè non abbiano una connotazione puramente locale ma anzi una vocazione internazionale.

### 5.3 Formazione intesa come matchmaking

L'Alto Adige si dimostra un benchmark anche sotto l'aspetto della formazione intesa come matchmaking, e quindi intesa non come formazione d'aula passiva ma come organizzazione di incontri tra domanda e offerta audiovisiva.

L'iniziativa locale in questo senso è **Incontri-Coproduction Meeting**, giunta alla terza edizione (aprile 2013): eventi per favorire coproduzioni internazionali tra Italia, Germania, Austria e Svizzera, a cui sono invitati anche filmmakers, società di produzione, service.

### 5.4 Bilancio dell'adeguatezza dell'offerta formativa

L'offerta formativa regionale viene ritenuta adeguata dal Centro Audiovisivi Bolzano e dalla Film Association South Tyrol (quest'ultima soprattutto le iniziative sulle figure tecniche, nel breve termine), mentre Bolzano Cinema considera insufficienti i servizi erogati da BLS stessa, e sottolinea come criticità il fatto che i finanziamenti alla scuola Zelig non siano assicurati per gli anni futuri, impedendo quindi la realizzazione di progetti a medio e lungo termine.

I produttori locali indicano invece come gap formativo quello legato alle basi legali e amministrative della produzione cinematografica (una tematica in realtà considerabile latitante in generale nella formazione audiovisiva italiana tout court, che privilegia, soprattutto nella formazione iniziale, tematiche più "artistiche").

## 6 Le strategie dell'audiovisivo regionale

L'Alto Adige appare attualmente, e finchè verrà confermata la disponibilità finanziaria per il sostegno alle produzioni, un'importante riferimento per il settore a livello nazionale e internazionale, e un polo di grande attrattività, oltre che un modello positivo nell'interpretare l'audiovisivo come industria. L'incentivo è stato tale per cui nei momenti di massima concentrazione di riprese sul territorio, nell'estate 2013, è emersa la carenza di un numero maggiore di professionisti e maestranze locali, e di un'infrastruttura professionale per le produzioni esterne, fattori che appaiono ora come nuovi obiettivi per le istituzioni di sostegno locali. Per quanto riguarda lo stimolo dato ai player locali a creare nuove strutture per la produzione e a sviluppare progetti da realizzare in Alto Adige, anche questo obiettivo deve essere proseguito incentivandone l'internazionalizzazione<sup>29</sup>.

### 6.1 Punti di forza e di debolezza, opportunità e minacce

**Punti di forza** della regione sono considerati da BLS stessa e dagli stakeholders:

- plurilinguismo (italiano-tedesco-ladino),
- multiculturalità, e vicinanza al mercato tedesco (e quindi terreno fertile per le coproduzioni),
- ricchezza di location,
- serietà del personale e delle istituzioni/service locali,
- forte tradizione documentaristica,
- l'interesse pubblico per il settore e alle capacità organizzative delle strutture protagoniste.
- la solidità del contesto economico di base e lo spirito imprenditoriale della provincia.

Per contro sono individuati come **punti di debolezza**:

- l'ancora giovane età della Film Commission rispetto ad altri territori,
- la scarsa sensibilità cinematografica della popolazione,

<sup>29</sup> Cfr. Intervista a Christiana Wertz, Direttore di Film Fund & Commission BLS, in BLS, Take 3, 2013.

- l'assenza, fino a qualche tempo fa, e oggi, come detto, parzialmente colmata, di strutture tecniche e di esperienza nel cinema, e quindi di conoscenza delle pratiche produttive concrete,
- la mancanza di una garanzia a lungo termine sull'esistenza del Fondo, confermato annualmente, e in generale la mancanza di una strategia politica completa per lo sviluppo del settore in regione.

Una **minaccia** è quindi rappresentata dalla politica, e dal timore che le risorse finora assegnate alla FC e al settore cinema in generale possano decrescere in futuro, in un contesto di grande concorrenza da parte delle produzioni romane ed europee in generale: la preoccupazione che la dotazione finanziaria possa in futuro essere cancellata o limitata, ostacola investimenti a lungo termine, e fa sì che si guardi con preoccupazione alla permanenza sul territorio di società qui emigrate perché attratte da incentivi.

**L'opportunità** è quella di una sempre maggior collaborazione con società di produzione internazionali da un lato, e tra enti locali e nazionali dall'altro, anche grazie ad una solida attitudine e motivazione imprenditoriale del territorio: la vocazione da sostenere non dev'essere solo quella riduttiva della rappresentazione audiovisiva della montagna, ma l'interculturalità in generale.

## 6.2 Obiettivi e azioni da intraprendere

BLS dichiara come strategie e strumenti necessari per il sostegno al comparto:

- una combinazione tra finanziamenti regionali e nazionali ed europei, come tra fondi orientati verso la dimensione economica (legata alle spese generate su un territorio) e fondi attenti alla dimensione culturale di un progetto;
- misure di finanziamento che sostengano la struttura imprenditoriale e l'approccio imprenditoriale delle case di produzione, che tengano conto del futuro digitale del settore e che conducano le case di produzione verso questa trasformazione, che tengano conto del necessario sviluppo delle infrastrutture di questo settore, e che finanzino le cooperazioni internazionali e i progetti sfruttabili a livello internazionale.

Le azioni da intraprendere indicate dagli stakeholders suggeriscono inoltre varie direzioni di lavoro:

- Sostegno alla Formazione
- Sostegno allo Sviluppo
- Sostegno ai Cortometraggi
- Ridistribuzione più equa (territorialmente) del budget nazionale Rai
- Tax credit (interno ed esterno)
- "sburocratizzazione"
- Sostegno alle "piccole produzioni che fanno crescere"
- Ma soprattutto la possibilità di offrire prospettive a lungo termine, che inducano a fare investimenti.

Il quadro generale auspicato è quello di "un serio fondo per il cinema nazionale che tenga conto delle realtà produttive regionali e non si focalizzi solo su Roma".

Panel stakeholder<sup>30</sup>

Istituzione	Intervistato	Qualifica	Strumento
BLS – Film Fund & Location	Christiana Wertz	Direttore	Questionario
	Carmen Cian	Film Production & Location Service	Questionario + intervista telefonica
Bolzano Cinema Filmtage	Helene Christanell	Direttore	Questionario
Centro Audiovisivi Bolzano – Ufficio di cultura italiana	Lucia Piva	Vicedirettrice ripartizione cultura italiana della Provincia di Bolzano e Direttrice dell'Uff. Educazione Permanente, biblioteche audiovisivi	Questionario
	Romy Vallazza	Coordinatrice del Centro audiovisivo Trevi	
Film Association South Tyrol; Filmberg/Helios	Patrick Kofler	Presidente; Titolare	Questionario
Miramonte Film <sup>31</sup>	Andreas Pichler	Titolare, Regista e produttore	Questionario
Zelig Film School	Heidi Gronauer	Direttore	Intervista telefonica

<sup>30</sup> Una richiesta di compilazione di un questionario sulle politiche generali dell'audiovisivo era stata inviata e sollecitata anche a Ulrich Stofler, Direttore BLS, che ha delegato Christiana Wertz.

<sup>31</sup> Miramonte Film è una società di produzione fondata nel 2004 e dedicata alla produzione di documentari di creazione e audiovisivi su commessa, per il mercato locale e internazionale.

## Scheda n.2: Trentino\*

### 1 La Film Commission Trentino

La Provincia Autonoma di Trento sta sopperendo con numerose attività al ritardo con cui si è attivata sul comparto audiovisivo rispetto a quella di Bolzano (in cui professionisti internazionali preesistevano alla fondazione della FC, attivata un anno prima di quella di Trento) e alle minori risorse (in rapporto di 1 a 5).

Il primo passo significativo è stato proprio l'istituzione della FC, già prevista dalla Legge Regionale n. 15/2007, e attivata di fatto a luglio 2010: la Trentino Film Commission è stata promossa dalla Provincia Autonoma di Trento e da Trentino Marketing Spa (poi confluita in Trentino Sviluppo)<sup>32</sup>, in collaborazione con la Fondazione Museo Storico e l'Università degli Studi di Trento.

#### 1.1 Scheda Anagrafica

<b>Logo</b>	
<b>Nome completo</b>	<b>TRENTINO FILM COMMISSION</b>
<b>Forma giuridica</b>	Ufficio Provinciale (Provincia Autonoma Trento)
<b>Enti pubblici/privati nella compagine</b>	Provincia Autonoma Trento, Trentino Sviluppo spa
<b>Persone di riferimento</b>	Referenti: Laura Zumiani, Luca Ferrario Comitato scientifico: Gianpaolo Pedrotti (Presidente), Mauro Casotto, Roberto Ceccato, Marilena De Francesco, Giuseppe Ferrandi, Leonardo Gandini, Paolo Manfrini, Claudio Martinelli
<b>Data di istituzione</b>	2010
<b>Data di avvio attività</b>	2011
<b>Indirizzo</b>	c/o Format, Via Zanella 10/2, Trento
<b>Contatti telefonici</b>	0461/49.35.04
<b>Sito e mail</b>	www.trentinofilmcommission.it filmcommission@provincia.tn.it
<b>Pagina Facebook/Twitter</b>	Facebook

\* Per i dati desk sulla regione Trentino Alto Adige vedi scheda precedente.

<sup>32</sup> Trentino Marketing, spa a capitale pubblico, è stata a sua volta creata dalla Provincia autonoma di Trento per favorire lo sviluppo sostenibile del sistema trentino, attraverso azioni e servizi volti a supportare la crescita dell'imprenditorialità e la capacità di fare innovazione. Nel dicembre 2012 è stata incorporata in Trentino Sviluppo.

<b>Eventuali altre sedi</b>	=
<b>Altre FC attive sul territorio</b>	BLS Business Location Sudtirolo-Alto Adige spa (aderente al Coordinamento)

La Trentino FC aderisce, oltre che ad IFC, anche a EFCN – European Film Commission Network e Cine Regio.

## 1.2 Mission e attività

Trentino Film Commission indica come propria **mission** prioritaria lo sviluppo dell'indotto economico/produttivo, e, come ulteriori finalità, l'incentivazione del lavoro delle risorse umane locali, la promozione turistica, e il sostegno e la promozione della produzione audiovisiva.

I **servizi offerti** comprendono, in ordine di importanza: finanziamenti alle produzioni, scouting location, assistenza ai permessi e segnalazione di risorse umane; vengono inoltre fornite facilities di ospitalità (segnalazione convenzioni), assistenza allo shooting, uffici e spazi per le produzioni. Gli stakeholders interpellati danno un giudizio positivo all'assistenza fornita alle produzioni e ai servizi erogati, compreso quello sulle risorse umane (riconoscendo su quest'ultimo che, nonostante la recente istituzione della FC, la mancanza iniziale di una solida base di professionisti locali, e le scarse risorse disponibili per la formazione, si sta cercando comunque di colmare il gap tra domanda e offerta di lavoro).

## 1.3 Produzioni assistite

Nei due anni e mezzo tra il 2011 e il giugno 2013 sono state complessivamente assistite circa 240 produzioni, di cui quasi una cinquantina finanziate dal Trentino Film Fund (cfr. *infra*): in particolare il 2013 è stato l'anno di esplosione numerica (proiettando il dato del primo semestre sulla media annuale si avrebbe un aumento di circa il +150% sul 2012)<sup>33</sup>.

**TAB. 1 PRODUZIONI SOSTENUTE E FINANZIATE, 2011, 2012 E 1 SEM 2013**

	2011	2012	1 H 2013
Produzioni solo sostenute con servizi	48	69	78
Produzioni finanziate con TFF	11	14	21
<b>TOTALE</b>	<b>59</b>	<b>83</b>	<b>99</b>

Fonte: Film Commission Trentino

I dati sull'impatto territoriale mostrano di conseguenza un fortissimo incremento già tra il 2011 e il 2012 (quando sia la spesa diretta sul territorio che le giornate lavorative delle risorse umane si erano triplicate), ulteriormente rafforzato nel primo semestre 2013.

**TAB. 2 GIORNATE DI RIPRESA, GIORNATE DI LAVORO, SPESA DIRETTA, 2011, 2012, E 1 SEM 2013**

	2011	2012	1 H 2013
Giornate di ripresa	120	276	234
Giornate di lavoro risorse artistiche	473	2.175	1.629
Giornate di lavoro risorse	732	3.305	2.746

<sup>33</sup> Lo scorporo delle produzioni assistite per generi e provenienza geografica delle produzioni non è disponibile sul totale delle produzioni assistite (sostenute da servizi + finanziate dal TFF), ma sulle sole produzioni finanziate dal TFF (cfr. *infra*).



professionali			
Tot.spesa diretta effettuata sul territorio <sup>34</sup>	1.206.000 €	3.590.000 €	n.d.

Fonte: Film Commission Trentino

Tra le produzioni girate recentemente nel Trentino figurano i lungometraggi cinematografici “La prima neve” di Andrea Segre, presentato al Festival di Venezia 2013, la commedia “Colpi di fortuna” di Neri Parenti, la fiction Lux Vide “Romeo e Giulietta”<sup>35</sup>.

#### 1.4 Risorse e costi

Il budget dedicato alla TFC è stato complessivamente, sia nel 2011 che nel 2012, di 360.000 Euro, mentre nel 2013 è stato dimezzato a 200.000 (dato che probabilmente rimarrà confermato per il 2014)<sup>36</sup>.

Il budget dedicato alla gestione della FC è inserito all'interno del budget totale del Film Fund (cfr. *infra*), che è stato pari:

- nel 2011 a 1,2 milioni di Euro (di cui 0,84 destinato al finanziamento delle produzioni e 0,36 alla gestione FC),
- nel 2012 a 1,6 (poichè alle risorse dell'anno precedente si è aggiunto un contributo straordinario di ulteriori 0,4 per le produzioni),
- nel 2013 ancora a 1,2 (di cui 1 alle produzioni e 0,2 a FC).

Lo stanziamento complessivo è quindi rimasto formalmente invariato nei tre anni, mentre a variare è stata la proporzione tra le due macrovoci di spesa, privilegiando in modo virtuoso l'aiuto alle produzioni dopo l'avviamento iniziale della struttura.

Il budget a disposizione viene ritenuto dagli stakeholders interpellati adeguato o parzialmente adeguato.

#### 1.5 Personale

Le risorse umane della FCTP comprendono (nel 2012, in aumento rispetto all'anno precedente) 3 project managers a tempo determinato (2,5 unità annue) e 1 consulente con funzione di ufficio stampa e comunicazione; la TFC dichiara la necessità di integrare l'organico con un ulteriore project manager, mentre gli stakeholders auspicerebbero maggiori risorse sia prima dello shooting (ricerca location e facilities, assistenza alla domanda dei Fondi) che dopo (assistenza alla rendicontazione, assistenza fiscale), quindi sia come project manager sulla logistica delle produzioni che come amministrativi.

#### 1.6 Servizi on line

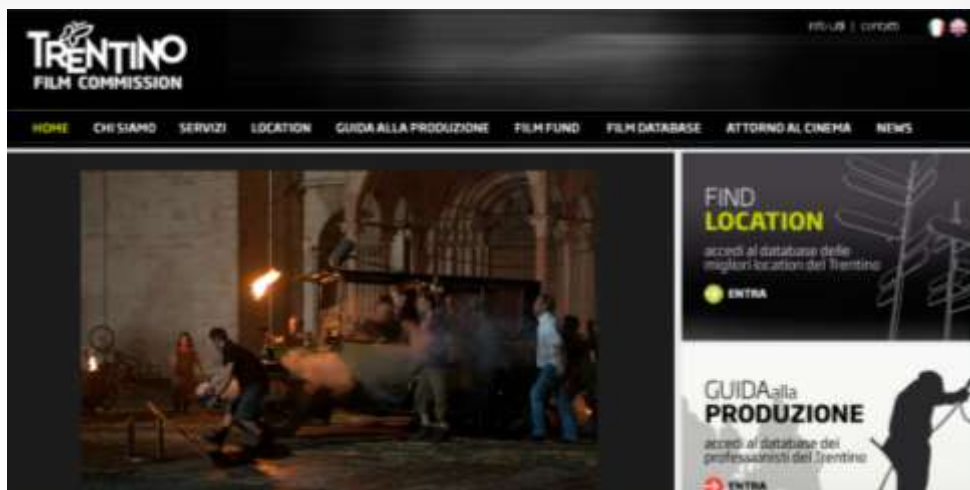
I servizi on line della FCTP si articolano:

- nel **sito** [www.trentinofilmcommission.it](http://www.trentinofilmcommission.it), disponibile in italiano e inglese (con 3500 utenti unici mensili),
- in una pagina Facebook, attiva dall'estate 2013, aggiornata con cadenza settimanale, con 1290 Friends (a fine ottobre 2013)
- e in una pagina Youtube.

<sup>34</sup> I dati sulla spesa diretta effettuata sul territorio sono in realtà riferiti alle sole produzioni finanziate dal FF (cfr. *infra*) e non al totale di quelle assistite, sostenute e finanziate, in quanto solo le produzioni finanziate rendicontano le spese, ma in questo caso lo scostamento tra le due voci è scarsamente significativo.

<sup>35</sup> Tra le sequenze cinematografiche maggiormente impresse nella memoria degli spettatori cinematografici ricordiamo anche “Lunga vita alla signora” di Ermanno Olmi, “L'orso” di Jean Jacques Annaud e “Quantum of solace”, ambientato anche nel lago di Garda.

<sup>36</sup> Non è disponibile lo scorporo del budget nelle singole voci di costo.



La **Location guide** pubblicata on line<sup>37</sup>, strutturata in un database ricercabile per aree (es. Valli di Fiemme e Fassa), macrotipologia (Natura, Architetture, Scenari particolari) e Tipologie (ad es., rispettivamente, Dolomiti, centri urbani, palafitte), con le schede di 165 location, è ritenuta dalla FC stessa rappresentativa della metà circa delle location effettivamente disponibili in regione. Non è possibile per l'utente suggerire ulteriori location.

La **Production Guide**<sup>38</sup> è anch'essa strutturata in un database che scheda 54 Imprese e 226 Professionisti (non presenti attori e comparse), aggiornato settimanalmente; viene ritenuta rappresentativa dalla FC stessa del 60% delle Imprese e del 70% delle risorse umane.

Il **Film Database**<sup>39</sup> è un ulteriore archivio che contiene una quarantina di produzioni, ricercabili per genere e anno di produzione (a partire dal 2010), con esaurienti schede descrittive.

Il sito, caratterizzato da un'ergonomia funzionale e una grafica efficace, contiene inoltre una sezione sul Film Fund (con la modulistica scaricabile ma senza le informazioni sulle produzioni già finanziate e i contributi erogati), le News (sia nella sezione omonima che nella sezione "Attorno al cinema") e i Contatti (con riferimenti dettagliati). Non è presente una sezione Formazione.

Il sito [www.trentinofilmcommission.it](http://www.trentinofilmcommission.it) e i suoi database vengono ritenuti adeguati dagli stakeholders (tranne che per la possibilità di aggiungere un maggior numero di location e foto nella Location Guide).

## 1.7 Relazioni istituzionali

TFC dichiara di avere relazioni istituzionali e collaborazioni con i seguenti soggetti:

- Trento Film Festival<sup>40</sup>, per la promozione della FC stessa e per la creazione di una sezione della rassegna dedicata ad opere o autori del Trentino e dell'Alto Adige;
- Format- Centro audiovisivi della Provincia autonoma di Trento<sup>41</sup> (presso i cui uffici risiede), per l'organizzazione della rassegna "Cinema in cortile";

<sup>37</sup> [www.trentinofilmcommission.it/it/SC/2003/Location.html](http://www.trentinofilmcommission.it/it/SC/2003/Location.html)

<sup>38</sup> [www.trentinofilmcommission.it/it/SC/2004/Guida\\_alla\\_produzione.html](http://www.trentinofilmcommission.it/it/SC/2004/Guida_alla_produzione.html)

<sup>39</sup> [www.trentinofilmcommission.it/it/SC/2007/Film\\_Database.html](http://www.trentinofilmcommission.it/it/SC/2007/Film_Database.html)

<sup>40</sup> Il "Trento Film Festival – Montagna Società Cinema Letteratura" è nato nel 1952 come "Film Festival Internazionale di Montagna e Esplorazione Città di Trento", per iniziativa del Comune di Trento e del CAI Club Alpino Italiano. Dal 2000 è membro fondatore della International Alliance for Mountain Film, che raggruppa i maggiori festival mondiali di cinema di montagna. Assieme alla rassegna cinematografica, dal 1987 viene organizzata anche "Montagna Libri", che raccoglie ed espone la più recente produzione internazionale di libri e riviste sulla montagna.

<sup>41</sup> Il Centro Audiovisivi è nato nella prima metà degli anni Ottanta per supportare l'attività scolastica all'uso dei mezzi e delle tecnologie audiovisive; attualmente Format, la nuova configurazione digitale del Centro Audiovisivi, si propone come luogo di incontro, studio e promozione dell'audiovisivo e dei media, e integra la sua offerta con incontri formativi, cineforum, consulenze, oltre a fornire appoggio a studenti ed insegnanti nella

- Progetto “Old cinema” per la mappatura e la riqualifica delle vecchie sale cinematografiche in incubatori culturali<sup>42</sup>.

### 1.8 Obiettivi della FC

La TFC dichiara come propri obiettivi a breve e medio termine:

-mantenere un flusso, coerente con la dimensione del territorio ma continuativo, di produzioni di qualità capaci di mantenere e accrescere l'indotto creato e di dare continuità lavorativa ai professionisti locali attivi nel settore.

- rinforzare la struttura della FC stessa per migliorare la qualità dei servizi offerti e poter impegnare maggiori energie su fronti diversi dalla produzione pura, quali ad esempio la formazione professionale o la formazione del pubblico, o il dialogo con le imprese locali per la maggior conoscenza dei meccanismi di Tax credit e product placement.

Secondo alcuni stakeholders la priorità dovrebbe essere dato allo sviluppo di una filiera locale “che dia possibilità alle produzioni che vengono dall'esterno di poter spendere in modo costruttivo il proprio budget nel territorio, creando così ricchezza e lavoro alle imprese e ai lavoratori dell'audiovisivo” locali. Si avverte infatti la mancanza in regione di un vero e proprio “sistema cinema”: la TFC viene percepita come “una pioniera all'interno di un territorio non ancora pronto”.

### 1.9 Giudizio complessivo

Il bilancio e il giudizio complessivo degli stakeholders sull'operato della FCTP è positivo: nonostante la scarsa anzianità della struttura si valuta che il lavoro fatto ad oggi è stato di buona qualità.

Una anomalia che viene avvertita riguarda la collocazione istituzionale della struttura della FC sotto il cappello dell'Ufficio stampa, come quindi un ufficio culturale, nonostante persegua di fatto lo sviluppo industriale del settore; potrebbe quindi essere utile svincolarsi dall'idea di FC come ente culturale per portarlo nel settore che più le compete, cioè quello delle Attività produttive. Allo stesso modo non dovrebbe essere perseguita una mission di promozione turistica (oggi percepita ad es. dal fatto che nelle linee guida dei finanziamenti vengono attribuiti punteggi per il criterio di promozione territoriale<sup>43</sup>): la FC dovrebbe quindi anche allontanarsi da una finalità “di Pro Loco”, per diventare un autentico motore di avviamento per un settore che porti lavoro e ricchezza. A questo scopo dovrebbe intensificare gli sforzi di comunicazione per sottolineare i risultati ottenuti in termini di indotto diretto e indiretto, e l'impatto economico, occupazionale e sociale portato alle imprese e ai lavoratori locali.

Uno dei punti deboli evidenziati – e ammessi dalla TFC stessa – è la formazione (cfr. *infra*), penalizzata dalle scarse risorse a disposizione e poco strutturata in una strategia complessiva, al di là delle iniziative una tantum.

## 2 Fondi

### 2.1 Fondi gestiti dalla FC

Il “Fondo dedicato al Settore Cinematografico e Audiovisivo” della provincia Autonoma di Trento, già previsto dall'art. 21 della Legge provinciale 2007, è operativo dal 2011; aderisce al circuito internazionale Cineregio.

Il fondo è destinato, oltre a finanziare le spese di gestione della TFC stessa, a:

---

realizzazione di cortometraggi e video didattici. E' inoltre produttore e co-produttore di numerosi documentari e video che valorizzano le risorse, la storia e la vita del territorio Trentino.

<sup>42</sup>Nato ad Arco e Riva del Garda nel 2011 con l'adesione intellettuale di Giuseppe Tornatore, il progetto Old Cinema ha il sostegno della Provincia autonoma di Trento, dei Comuni di Arco e di Riva del Garda, di Trentino Film Commission, di AMSA (Azienda municipale Sviluppo Arco), di Altogarda Cultura (il Servizio di attività culturali intercomunale di Arco e Riva del Garda) e del MAG (Museo Alto Garda).

<sup>43</sup>Tra i criteri di valutazione dei progetti richiedenti il Film Fund pesa al 30% la “capacità di valorizzare e promuovere il patrimonio geografico, ambientale, culturale, storico e turistico della provincia di Trento”.

- a) sostenere la realizzazione e la diffusione di opere audiovisive al fine di attrarre nel territorio provinciale produzioni cinematografiche, televisive e di documentario che favoriscano lo sviluppo dell'occupazione e dell'economia trentina, e al fine di promuovere il patrimonio geografico, ambientale, culturale, storico e turistico della provincia di Trento;
- b) favorire la crescita e la formazione delle risorse professionali tecniche e artistiche della provincia di Trento, al fine di migliorare la competitività del settore audiovisivo locale;
- c) sostenere la programmazione cinematografica decentrata con particolare attenzione alla produzione di qualità.

**TAB. 3 FILM FUND**

Data di istituzione	2011
Periodicità bandi	3 sessioni annuali
Fasi filiera interessate	Sviluppo (cinematografico e televisivo), Produzione, Formazione
Beneficiari	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Società di produzione audiovisiva indipendenti italiane, europee ed extraeuropee</li> <li>- Professionisti locali (per Sviluppo e Formazione)</li> <li>- Editori televisivi locali (per Sviluppo nuovi format)</li> </ul>
Budget totale annuo	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 2013: 1.200.000 E (compresa gestione TFC, per 200.000 Euro)</li> <li>- 2012: 1.200.000 E (compresa gestione TFC, per 400.000 Euro) + contributo straordinario di 400.000 E</li> <li>- 2011: 1.200.000 E (compresa gestione TFC, per 400.000 Euro)</li> </ul>
Prodotti eleggibili	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Opere destinate a distribuzione cinematografica, televisiva, multimediale e home video, nazionale e internazionale</li> <li>- Documentari e opere destinate ai new media</li> <li>- Format originali</li> </ul>
Importo massimo contributo	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Produzione cinematografica e televisiva: max 200k</li> <li>- Produzione di documentari: max 40k</li> <li>- Produzioni locali: max 60k</li> <li>- Formazione: max 10k</li> <li>- Contributi ad editori tv locali: max 100k</li> </ul>
Tipologia di contributo	<ul style="list-style-type: none"> <li>- A fondo perduto</li> <li>- Non superiore al 50% del budget complessivo della produzione</li> </ul>
Vincoli di territorialità	<p>Per produzioni cinematografiche e televisive:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 20% del personale di troupe e/o cast (escluse le figurazioni) deve essere composto da cittadini nati o residenti da almeno 1 anno in regione</li> <li>- Spesa minima sul territorio: 150% del contributo (per le imprese locali: 100%)</li> </ul> <p>Per produzioni documentaristiche:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Almeno 2 risorse umane (maestranze e/o cast) nate o residenti da almeno 1 anno in regione</li> <li>- Spesa minima sul territorio: 120% del contributo (per le imprese locali: 100%)</li> </ul> <p>Per gli editori televisivi locali:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Almeno il 50% del contributo utilizzato per attività svolte da imprese indipendenti con sede in regione o da maestranze tecniche nate o residenti da almeno 1 anno in regione</li> <li>- Spesa minima sul territorio: 100% del contributo</li> </ul>

Fonte: elaborazione IEM-Rosselli da Guida ai Fondi Regionali Anica (per maggiori dettagli sul funzionamento operativo: [www.anica.it/online/allegati/fondi\\_regionali/trentino/Trentino%20Film%20Fund\\_240612.pdf](http://www.anica.it/online/allegati/fondi_regionali/trentino/Trentino%20Film%20Fund_240612.pdf))

I dati sulle produzioni finanziate dal Film Fund per **generi** mostrano una grande attenzione a quella maggiore impatto territoriale (lungometraggio e fiction): proiettando il dato del primo semestre 2013 su una possibile media annuale, si raddoppierebbe il numero dei lungometraggi, e si moltiplicherebbero da 1 a 8 le fiction tv, rispetto a ciascuno dei due anni precedenti; dal 2011 al 2013 si assisterebbe ad un numero quadruplicato di produzioni finanziate totali.

TAB. 4 PRODUZIONI FINANZIATE DALLA FC NEL 2011, 2012 E 1 SEM 2013 PER GENERE PRODUTTIVO

Produzioni	2011	2012	1 H 2013
Lungometraggi cinematografici	4	6	6
Fiction/film per la tv	1	1	4
Documentari	3	3	8
Cortometraggi		1	1
Programmi per la tv	2	3	2
Altro (animazione)	1		
<b>TOTALE</b>	<b>11</b>	<b>14</b>	<b>21</b>

Fonte: Film Commission Trentino

Il dati di **provenienza geografica** delle società di produzione finanziate evidenziano anche una elevata crescita delle produzioni extraregionali italiane, oltre che di quelle locali.

TAB.5 PRODUZIONI FINANZIATE DALLA FC NEL 2011, 2012 E 1 SEM 2013 PER PROVENIENZA GEOGRAFICA

	2011	2012	1 H 2013
Regionali	4	4	4
Extraregionali italiane	7	7	15
Europee		2	1
Extraeuropee		1	1
<b>TOTALE</b>	<b>11</b>	<b>14</b>	<b>21</b>

Fonte: Film Commission Trentino

Questi i dati economici:

TAB.6 EROGAZIONI TFF NEL 2011, 2012 E 1 SEM 2013

	2011	2012	1 H 2013
Tot. Erogazioni	800.000 €	1.200.000 €	1.000.000 €
Contributo max erogato per singola produzione	196.000 €	192.000 €	170.000 €

Fonte: Film Commission Trentino

## 2.2 Altri Fondi

Oltre al TFF vi sono inoltre altre due possibilità di sostegno pubblico, non gestite dalla FC e senza un budget fisso annuo, ma che possono essere estese all'audiovisivo per casi una tantum:

- Iniziative dirette del Servizio attività Culturali della Provincia Autonoma di Trento, rivolte alla promozione o all'acquisto di diritti di documentari locali di interesse locale;
- Sponsorizzazioni da parte di Trentino Sviluppo divisione Turismo e Marketing territoriale di produzioni locali o nazionali ad alto potenziale promozionale per il territorio.

I fondi complessivamente a disposizione sul territorio vengono considerati dagli stakeholders solo parzialmente adeguati.

## 3 Eccellenze e innovazione

TFC cita, tra i **poli di produzione** sul territorio, i due service tecnici di postproduzione dotati di studios Emme due<sup>44</sup> e Exformat<sup>45</sup>.

<sup>44</sup>Emmedue ha curato tra l'altro l'intera filiera realizzativa (riprese quotidiane, montaggio, diretta) di vari reality show televisivi (tra cui *L'isola dei famosi*, *Music Farm*, *La sposa perfetta*, *Wild West*).

Come **realtà culturale innovativa**, anche se non specificatamente audiovisiva, viene invece citata “Centrale Fies – Fies Factory”, un centro di creazione e produzione di arti contemporanee (performing arts, spettacoli dal vivo, festival, ecc), oltre che una location per corporate meeting e workshop, ospitata in una centrale idroelettrica ancora funzionante<sup>46</sup>.

## 4 Formazione

TFC eroga varie iniziative **formative** rivolte ai professionisti locali, in collaborazione con vari partners:

- “Raccontare l’avventura”, il workshop di filmmaking già citato a proposito di Zelig Film School, con la collaborazione del Trento Film Festival, nata in Alto Adige nel 2006 e adottata in seguito anche in Trentino<sup>47</sup>;
- “Scrivere seriale”, sulla sceneggiatura di fiction, in collaborazione con la Bottega Finzioni di Bologna<sup>48</sup>;
- il corso per Location Manager, con K+;
- il corso per elettricisti e macchinisti, con Enic.

Per quanto riguarda il **matchmaking** tra domanda e offerta, può rientrare in questa categoria il Pitching forum del già citato workshop “Raccontare l’avventura”<sup>49</sup>, a cui partecipano sia documentaristi locali che nazionali, e potenziali committenti nazionali e internazionali. Come accennavamo precedentemente, la formazione viene considerata sia dalla FC stessa che dai produttori locali come un’area di possibile miglioramento, soprattutto per una strutturazione più strategica delle iniziative, che consentirebbe di evitare che rimangano episodiche, non stabili.

## 5 Le strategie dell’audiovisivo regionale

### 5.1 Internazionalizzazione

Il livello di internazionalizzazione dell’audiovisivo trentino viene considerato dagli stakeholders ancora inadeguato.

Ricordiamo tra l’altro che i sostegni ricevuti da aziende locali (Trentino Alto Adige nel suo complesso) dal Bando Media ha oscillato negli ultimi 3 anni tra il 3,3% del 2011 (circa 200.000 Euro) e il

---

<sup>45</sup> Exformat fornisce vari servizi audiovisivi: riprese e regia di eventi, manifestazioni, congressi, dirette web, filmati industriali, produzioni cinetelvisive; possiede teatri di posa e noleggia attrezzature. Eroga anche formazione in partnership con vari enti, tra cui, dal 2008, una collaborazione con L’Accademia di Belle Arti di Bressa per la realizzazione di trasmissioni televisive sperimentali che utilizzano le scenografie progettate e realizzate dai laureandi in scenografia cine-televisiva.

<sup>46</sup> Centrale Fies è un centro di produzione di contemporary art ideato dalla Cooperativa Il Gaviale con il supporto della Provincia Autonoma di Trento e Hydro Dolomiti Enel, realizzato con il contributo di Comune di Dro, Regione Autonoma Trentino Alto-Adige / Südtirol, Ministero per i Beni e le Attività Culturali, Arcus – Arte Cultura Spettacolo, APAP Advancing Performing Arts Project, Comunità Europea/Programma Cultura.

<sup>47</sup> Ricordiamo che si tratta di un workshop in lingua italiana per filmmaker professionisti su come si racconta la montagna e l’alpinismo, dallo sviluppo del progetto alla preparazione ai pitching.

<sup>48</sup> La Bottega di Narrazione Finzioni è una scuola di sceneggiatura con sede a Bologna, fondata da Carlo Lucarelli e diretta da Michele Cogo: si tratta appunto di una Bottega in cui maestri e discenti operano insieme, per scrivere racconti, romanzi, sceneggiature di film, teatro, fiction televisive, documentari o programmi di approfondimento. I lavori della Bottega sono divisi in sei aree: Fiction, Non fiction, Letteratura, Produzioni per Bambini e Ragazzi, Fumetto e Videogame; all’interno di ciascuna area gli allievi lavorano, in corsi annuali, a commissioni esterne, progetti in sviluppo o in produzione, o progetti originali da proporre ai referenti della Bottega Finzioni, il cui capoBottega è Carlo Lucarelli.

<sup>49</sup> Il workshop “Raccontare l’avventura” è articolato in tre moduli: il primo sullo sviluppo del documentario, il secondo sulla scrittura del progetto, il terzo (che si svolge durante un incontro di 5 giorni a Trento nel periodo del FilmFestival) sulla presentazione del progetto, il cui momento conclusivo è costituito da un Pitching pubblico, prima occasione per presentare i lavori sviluppati nei moduli precedenti a produttori e responsabili di reti televisive, e quindi momento di reale incontro con il mercato.

3,8% del 2012 (circa 300.000 Euro), al lordo dei 180.000 Euro a Zelig Film School per la Formazione Continua.

## 5.2 Punti di forza e di debolezza, opportunità e minacce; obiettivi

Concludendo, tra i **Punti di forza** dell'audiovisivo regionale gli stakeholders individuano la flessibilità dei soggetti locali, dovuta alle loro piccole dimensioni, e la loro capacità di dialogare e relazionarsi con le istituzioni locali; tra i **Punti di debolezza** vi è una certa autoreferenzialità del territorio, scarsamente capace di fare rete e interagire con altri territori italiani ed internazionali, frutto anche di una gestione delle risorse improntata alla promozione locale, e un'eccessiva dipendenza nei confronti del contributo pubblico.

Viene vista come **Opportunità** la possibilità offerta dalla TFF di interagire con grandi imprese audiovisive extraregionali che aprono nuovi mercati e scenari alle imprese locali; la diminuzione dei fondi disponibili, viene vista, oltre che come **Minaccia**, anche come momento di crescita e sfida.

La **richiesta alle istituzioni** è concordemente quella di fornire strumenti affinché il territorio sia visto come una vera e propria officina per produrre lavoro e ricchezza, con ricadute sull'intera economia locale, e non solo come un oggetto di promozione. In particolare si dovrebbe investire "sui linguaggi, la tecnologia, e sulla possibilità di inventarsi filiere creative".

Panel Stakeholder<sup>50</sup>

Istituzione	Intervistato	Qualifica	Strumento
Trentino Film Commission	Luca Ferrario	Responsabile	Questionario + Intervista telefonica
Trentino Film Festival	Luana Bisesti	Direttore	Questionario
Jump Cut (casa di produzione)	Luigi Pepe	Produttore, Regista	Questionario

<sup>50</sup>Una richiesta di compilazione del questionario è stata inviata e sollecitata, senza ottenere risposta, anche ai seguenti referenti:

- Claudio Martinelli, Dirigente Servizio Attività Culturali Provincia Autonoma di Trento, membro Comitato Scientifico TFF;
- Chiara Coller, Casting Director, Trentino Casting.

# Scheda n.3: Basilicata

## 1 L'audiovisivo regionale in cifre

L'audiovisivo in Basilicata conta 100 imprese attive sul territorio ovvero lo 0,7% del totale nazionale, incidenza che si riduce allo 0,4% e allo 0,3% se guardiamo rispettivamente al numero degli occupati e al valore aggiunto generato. I tre indicatori posizionano la Basilicata al diciottesimo posto nella graduatoria nazionale del numero di imprese, al ventesimo e ultimo posto per numero di occupati e al diciannovesimo per valore aggiunto prodotto<sup>51</sup>.

**TAB. 1 IMPRESE, OCCUPATI E VALORE AGGIUNTO IN BASILICATA E INCIDENZA %, 2012**

	Imprese Film Radio-Tv	Incidenza %	Occupati	Incidenza %	Valore ag- giunto (M€)	Incidenza %
Basilicata	100	0,7%	300	0,4%	22,3	0,3%
Italia	13.407	100%	73.500	100%	8.056,3	100%

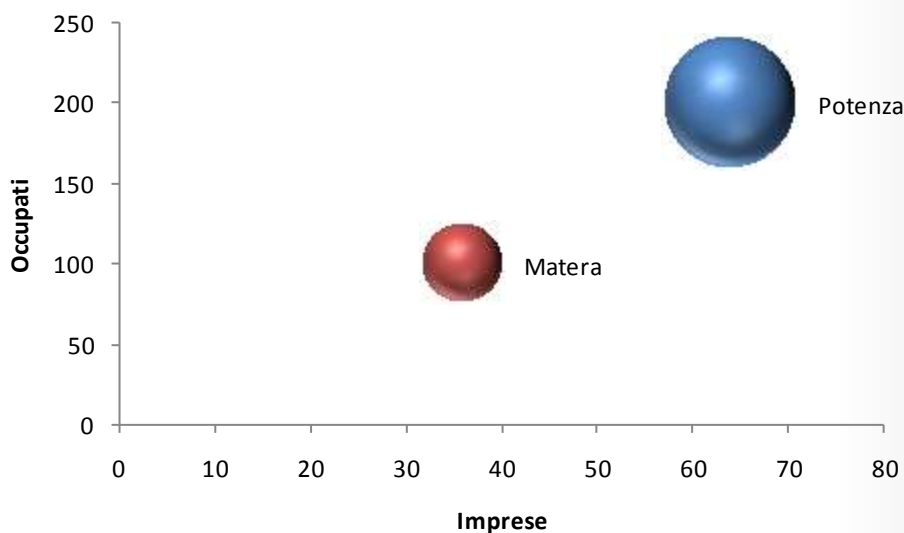
Fonte: elaborazioni lem – Rosselli su dati Symbola – Unioncamere

**TAB. 2 IMPRESE, OCCUPATI E VALORE AGGIUNTO NELLE PROVINCE LUCANE, 2012**

Provincia	Imprese	Occupati	Valore ag- giunto
Potenza	64	200	16,6
Matera	36	100	5,7

Note: dati valore aggiunto in M€. Fonte: elaborazioni lem – Rosselli su dati Symbola – Unioncamere

**FIG. 1 IMPRESE, OCCUPATI E VALORE AGGIUNTO NELLE PROVINCE LUCANE, 2012**



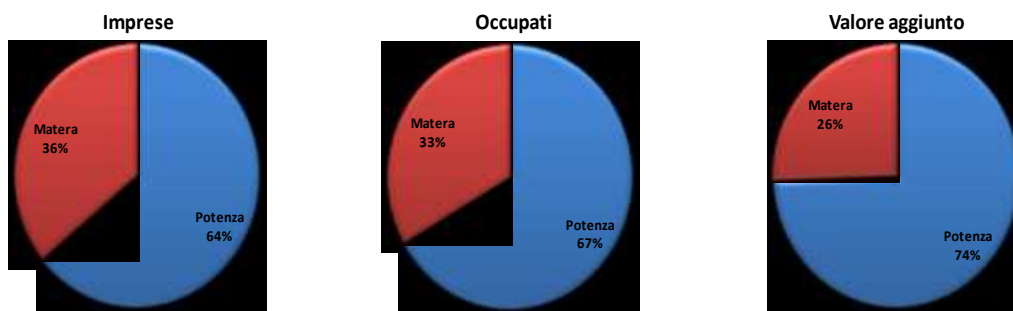
Fonte: elaborazioni lem – Rosselli su dati Symbola – Unioncamere

Circa i due terzi degli occupati del settore si trovano dunque in provincia di Potenza, che ospita anche il 64% delle imprese. La forbice tra le due province aumenta con il valore aggiunto: quello della provincia di Potenza rappresenta circa i tre quarti dell'intera regione.

<sup>51</sup> Fonte: *Io sono cultura: L'Italia della qualità e della bellezza sfida la crisi*, III Rapporto Unioncamere – Symbola, 2013



FIG. 2 QUOTA IMPRESE, OCCUPATI E VALORE AGGIUNTO NELLE PROVINCE LUCANE, 2012



Fonte: elaborazioni Iem – Rosselli su dati Symbola – Unioncamere

In relazione alla popolazione residente<sup>52</sup> il numero di occupati nel settore ammonta a un occupato ogni 1.921 abitanti, inferiore alla media italiana, che è di un occupato nel settore ogni 812 abitanti. La relazione abitanti/imprese nel settore è invece di un'impresa ogni 5.762 abitanti, inferiore al dato italiano di un'impresa ogni 4.452 abitanti.

Il tasso di disoccupazione nel 2012 è stato in media del 15,4%<sup>53</sup>, superiore alla media italiana del 10,7%. I dati trimestrali relativi al 2013 mostrano un peggioramento della situazione occupazionale, del 15,8% nel primo trimestre dell'anno in corso, che si riduce nel secondo trimestre al 15,1% (il dato italiano mostra un tasso di disoccupazione rispettivamente del 12,8% e del 12% nel primo e secondo trimestre dell'anno in corso). Il Pil nel 2012 si è ridotto del 4,2% rispetto al 2011, peggio del dato italiano, che registra una riduzione del -2,4%<sup>54</sup>.

Il 37% delle famiglie lucane dispone a casa, nel 2012, di un accesso a Internet a banda larga, la penetrazione è inferiore a quella del territorio italiano totale, che è del 48,6% e la più bassa tra le regioni italiane.

La quota del Fondo Unico per lo Spettacolo destinata al cinema nel 2011 è stata, per la regione Basilicata, di 47.440 euro (lo 0,1% del totale quota destinata al cinema a livello nazionale) a beneficio di 7 soggetti. Al cinema è andato il 15,7% della cifra che il FUS ha destinato ai soggetti operanti su territorio lucano (circa 302mila euro).

I dati Siae sul settore cinematografico, mettono in evidenza una forte crisi del settore, che, nel 2012, si è fatta sentire in maniera consistente: oltre il 20% di riduzioni in quasi tutti i parametri di ricerca.

Nonostante il numero di spettacoli sia aumentato da 11.557 del 2011 a 12.707 del 2012 (+10%), gli ingressi al cinema nel 2012 in tutta la regione sono stati 333.110, in calo del 22,4% rispetto al 2011<sup>55</sup>.

Nel 2012 il pubblico ha speso, per l'acquisto di biglietti e abbonamenti al cinema (spesa del botteghino), 1.960.189 euro, in calo del 22,3% rispetto all'anno precedente. Poiché nel cinema la gran parte della spesa del pubblico proviene dall'acquisto di biglietti ed abbonamenti, non si registrano grandi differenze tra spesa del botteghino e la spesa del pubblico<sup>56</sup>, che ammonta, per questo settore, a 2.266.623 euro, in calo del 20,6%.

Il volume d'affari complessivo relativo al settore cinematografico in Basilicata ammonta dunque a 2.267.181, in calo del 20,6% sul 2011.

La forte crisi del settore è evidente anche dal confronto con i dati nazionali, che mostrano una situazione peggiorativa in tutti i parametri con la sola eccezione del numero degli spettacoli, che sono aumentati in misura maggiore rispetto al totale Italia.

<sup>52</sup> Popolazione al 31 dicembre 2012 in base a dati Istat (<http://demo.istat.it/bil2012/index.html>)

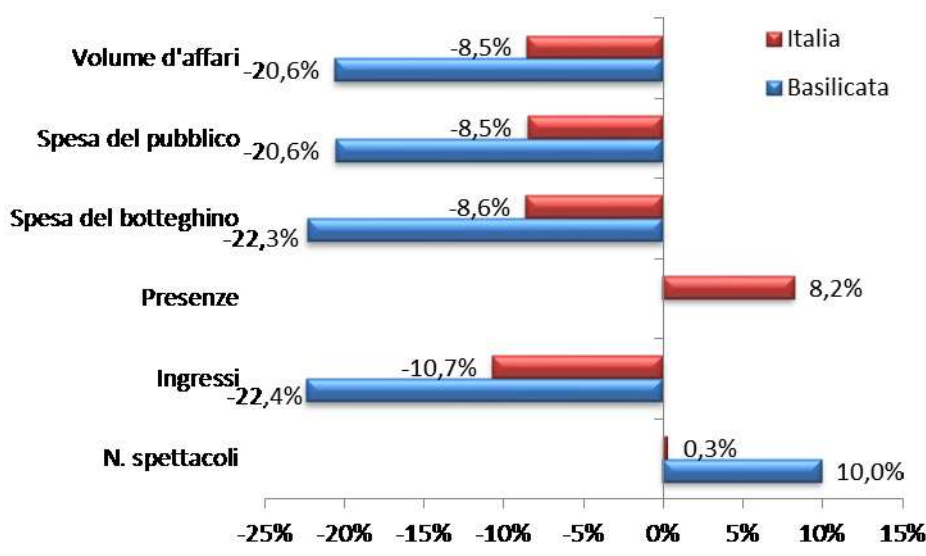
<sup>53</sup> Dato Istat

<sup>54</sup> Cfr. <http://www.scenarieconomici.it/i-dati-del-pil-tra-2001-e-2014-di-tutte-le-regioni-italiane/>

<sup>55</sup> Siae, *Annuario dello Spettacolo*, 2012

<sup>56</sup> L'importo che il pubblico ha destinato, nell'anno 2012, alla fruizione degli spettacoli.

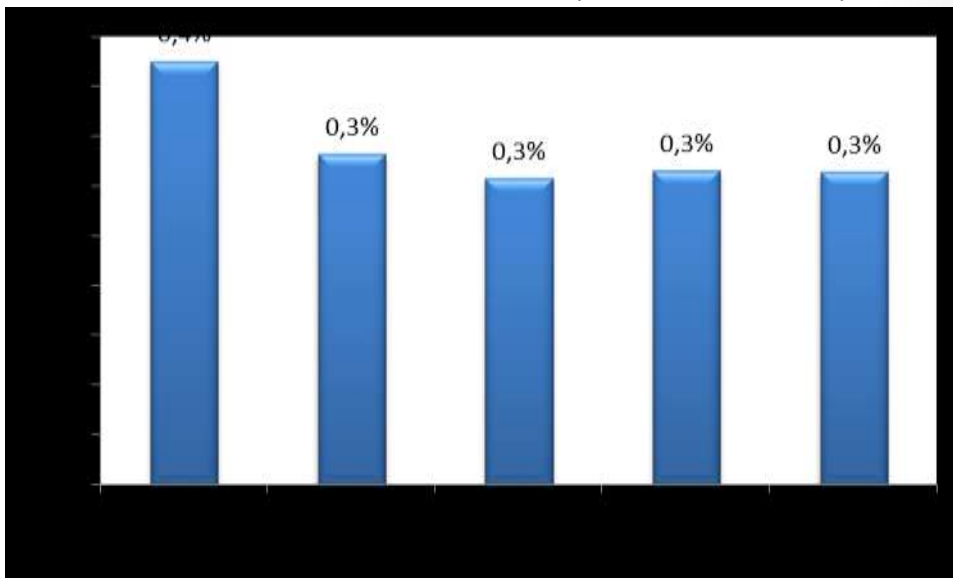
FIG. 3 IL SETTORE CINEMATOGRAFICO IN BASILICATA E IN ITALIA, % 2012/2011



Fonte: elaborazioni lem – Rosselli su dati Siae

La quota Basilicata sul totale Italia si aggira tra lo 0,3% e lo 0,4% tra le più basse tra le regioni per tutti i parametri (assieme a Valle d’Aosta e Molise).

FIG. 4 IL SETTORE CINEMATOGRAFICO IN BASILICATA, QUOTA SU TOTALE ITALIA, 2012



Fonte: elaborazioni lem – Rosselli su dati Siae

## 2 La Lucana Film Commission

La Fondazione Lucana Film Commission, promossa con legge regionale n. 26 del 30 dicembre 2011, art. 44, nasce nel 2012 da Regione Basilicata, Provincia di Matera, Provincia di Potenza, Comune di Matera e Comune di Potenza. È attiva da febbraio 2013.

## 2.1 Scheda Anagrafica

<b>Logo</b>	
<b>Nome completo</b>	<b>FONDAZIONE LUCANA FILM COMMISSION</b>
<b>Forma giuridica</b>	Fondazione di partecipazione
<b>Persone di riferimento</b>	Franco Rina (Presidente) Paride Leporace (Direttore)
<b>Enti pubblici/privati nella compagine</b>	Regione Basilicata, Provincia di Matera, Provincia di Potenza, Comune di Matera e Comune di Potenza
<b>Data di istituzione</b>	2012
<b>Data di avvio attività</b>	Febbraio 2013
<b>Indirizzo</b>	Via Madonna delle Virtù, Matera
<b>Contatti telefonici</b>	339 6426115
<b>Sito e mail</b>	www.lucanafilmcommission.it lucanafilmcommission@gmail.com
<b>Pagina Facebook/Twitter</b>	Facebook, Twitter, Tumblr, YouTube
<b>Eventuali altre sedi</b>	Corso Umberto, 24, Potenza
<b>Altre FC attive sul territorio</b>	=

## 2.2 Mission e attività, azioni di monitoraggio

La Lucana Film Commission, è stata creata con lo scopo di promuovere e sostenere la produzione di opere cinematografiche televisive, audiovisive e pubblicitarie italiane ed estere in Basilicata. Consociata con l'Apulia Film Commission, dall'autunno 2013 è entrata a far parte dell'Italian Film Commission (ultima, in ordine di tempo) e non ha ancora sviluppato relazioni con altre Film Commission internazionali.

Di recentissima costituzione la Lucana Film Commission è risultata molto attiva: all'ultima Mostra del Cinema di Venezia ha reso pubblico il lancio di un bando per finanziare produzioni per 1,8 milioni di euro (vedi *infra*). Allo scopo di attrarre il maggior numero di produzioni possibili il bando è pubblicizzato con una campagna pubblicitaria molto aggressiva dal titolo "Bando alla crisi".

La mission primaria dichiarata dalla Lucana Film Commission è il sostegno e la promozione della produzione cinematografica e audiovisiva, a cui segue lo sviluppo dell'indotto economico/produttivo, l'incentivazione del lavoro delle risorse umane locali, e, all'ultimo posto, la promozione turistica. I servizi offerti comprendono:

- facilities/ospitalità alle produzioni

- assistenza permessi
- scouting/database location
- finanziamenti alle produzioni
- segnalazione risorse umane sul territorio (artistiche/tecniche)
- promozione culturale
- promozione turistica

Non vengono svolte azioni di monitoraggio delle attività della Film Commission.

### 2.3 Produzioni assistite

Operativa dal 2013, la Lucana Film Commission ha assistito, nel primo semestre dell'anno, un totale di 12 produzioni<sup>57</sup>. L'assistenza ha riguardato principalmente attività di sostegno tecnico (sopraluoghi, ospitalità, etc.). 4 produzioni hanno beneficiato di un contributo facilities/ospitalità.

**TAB. 3 PRODUZIONI ASSISTITE DALLA FC NEL 1 SEM 2013 PER GENERE PRODUTTIVO**

Produzioni	1 H 2013
Lungometraggi cinematografici	4
Fiction/film per la tv	1
Documentari	2
Cortometraggi	2
Programmi per la tv	3
<b>TOTALE</b>	<b>12</b>

Fonte: Lucana Film Commission

Si tratta per lo più di produzioni regionali o provenienti da altre regioni italiane. Una sola opera europea ha usufruito di assistenza da parte della FC.

**TAB. 4 PRODUZIONI ASSISTITE DALLA FC NEL 1 SEM 2013 PER PROVENIENZA GEOGRAFICA**

	1 H 2013
Regionali	5
Extraregionali italiane	6
Europee	1
<b>TOTALE</b>	<b>12</b>

Fonte: Lucana Film Commission

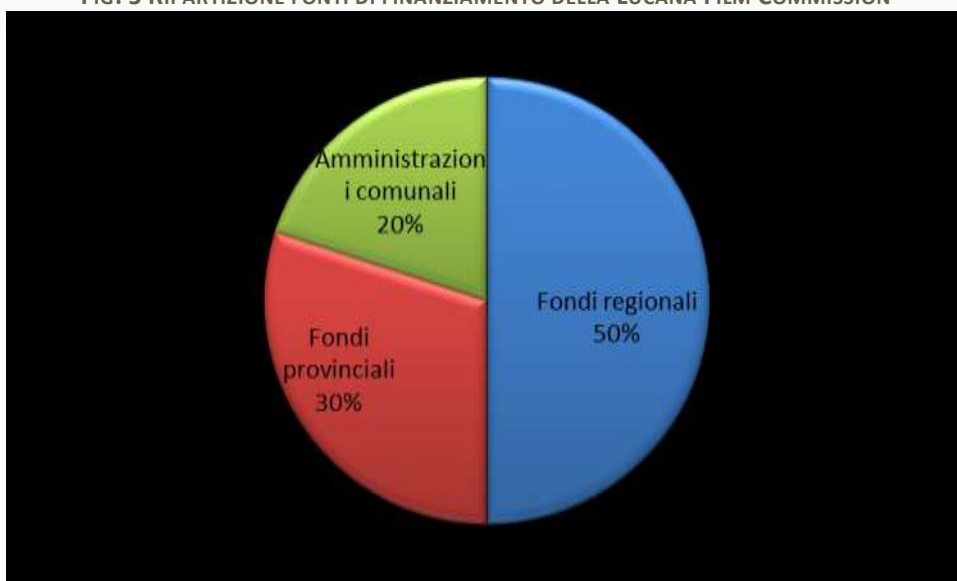
Complessivamente nei primi sei mesi dell'anno sono state effettuate 63 giornate di ripresa.

### 2.4 Risorse e costi

La Lucana Film Commission amministra un budget di gestione di 100mila euro. La metà del budget proviene da fondi regionali, il restante 50% è suddiviso tra fondi provinciali (30%) e amministrazioni comunali (20%).

<sup>57</sup> Il dato è in continuo aggiornamento, nel secondo semestre sono state sostenute numerose altre produzioni di vario genere, come si vedrà *infra* nel paragrafo Fondi.

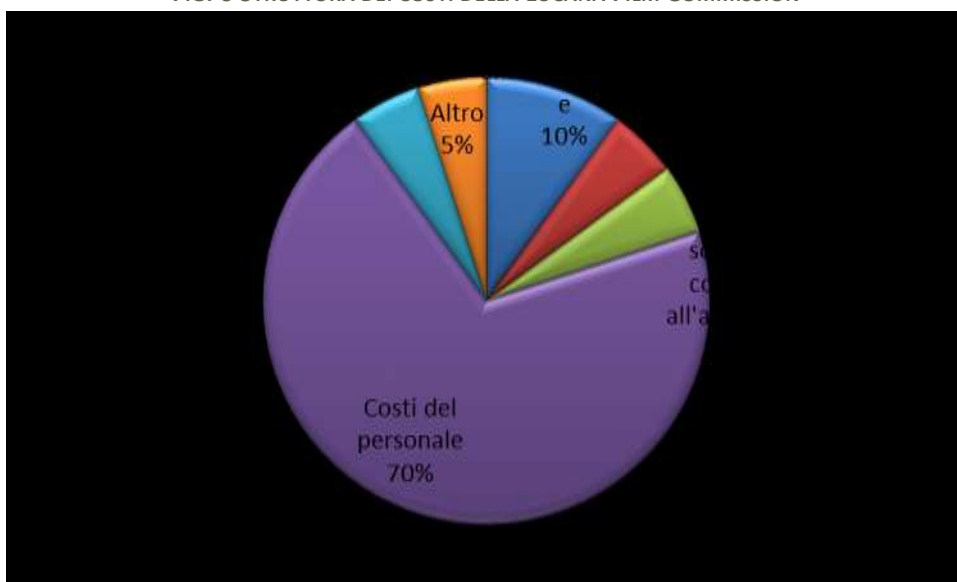
FIG. 5 RIPARTIZIONE FONTI DI FINANZIAMENTO DELLA LUCANA FILM COMMISSION



Fonte: elaborazioni Iem – Rosselli su dati Lucana Film Commission

Nella struttura dei costi prevalgono le spese sostenute per il personale (inclusa formazione), che costituiscono il 70% del totale. Al secondo posto, il 10%, si posizionano le spese generali e di amministrazione. Resta un 20% che si divide equamente tra spesa per promozione eventi, spese di accoglienza alle produzioni, fondi di sostegno/contributi all'audiovisivo e altro.

FIG. 6 STRUTTURA DEI COSTI DELLA LUCANA FILM COMMISSION



Fonte: elaborazioni Iem – Rosselli su dati Lucana Film Commission

Sul budget totale amministrato dalla Lucana Film Commission la quota destinata al sostegno delle produzioni (tra accoglienza e contributi ad hoc) è stata dunque del 10%, ovvero pari a 10mila euro.

### 2.5 Personale

Nata operativamente nel 2013, la Lucana Film Commission dispone attualmente di un direttore, un commercialista, un consulente per le relazioni esterne, uno stagista, tre volontari e un location

manager. Sarebbero necessarie ulteriori figure professionali, tra cui due segretari e un esperto per i fondi.

## 2.6 Servizi online

Il sito [www.lucanafilmcommission.it](http://www.lucanafilmcommission.it), è disponibile in italiano e in inglese.



La FC è iscritta a vari social network che aggiorna costantemente. In particolare: dispone di una pagina Facebook aggiornata continuamente con 2.574 fan e 2.353 “Persone che ne parlano”. L’account Twitter @LucanaFilm ha 328 *following* e 335 *follower*<sup>58</sup>. È inoltre possibile guardarne i video su YouTube e seguirne le attività su Tumblr.

La **Location guide**, la **Production guide** e l’**Archivio produzioni**, sono attualmente ad uso interno ma a breve saranno disponibili anche sul sito.

All’interno della production guide sono presenti professionisti del settore e artisti. Tra i professionisti figurano attualmente produttori e addetti al noleggio mezzi. Le risorse umane artistiche presenti sono rappresentative del 60% del territorio, mentre quelle professionali rappresentano il 30% del territorio.

Le location presenti nell’archivio della Fondazione sono circa 30 e sono rappresentative del 20% del territorio.

Il sito offre tra le altre, la sezione “Film” cui vengono descritti i film girati sul territorio. Nella sezione “News” è possibile rimanere aggiornati sulle attività della Film Commission e sui fondi elargiti.

## 2.7 Relazioni istituzionali

La Lucana Film Commission ha firmato un protocollo d’intesa (già operativo) con APT Basilicata per la realizzazione di azioni di interesse comune; con il GAL (Gruppo Azione Locale) Basento Camastra per l’assistenza ospitalità per una produzione; varie interlocuzioni con i comuni e i parchi lucani.

Tra le relazioni strette, quella con il centro per la Creatività Tilt di Pisticci, esperienza nata nel quadro dell’ambizioso ed articolato programma “Sensi Contemporanei” (vedi *infra*).

La Lucana Film Commission si avvale della collaborazione della Fondazione Eni - Enrico Mattei, che ha pubblicato alcuni studi sul rapporto tra cinema e turismo sul territorio.

Ha iniziato un rapporto con Sofia Coppola, la cui famiglia è di origini lucane.

<sup>58</sup>Dati aggiornati al 7 novembre 2013.

Infine la LFC si appresta a sostenere una rete di Festival già presenti sul territorio che potranno avvalersi dell'assistenza della Film Commission.

## 2.8 Obiettivi della FC

A breve e medio termine la Lucana Film Commission dichiara come proprio obiettivo primario, in questa prima fase, quello di sostenere le produzioni e le start up locali, grazie ai due uffici presenti in regione (a Matera e a Potenza) e al bando FESR appena divulgato.

Tra le azioni che andrebbero intraprese sul fronte istituzionale e nei rapporti con le imprese per migliorare il rapporto tra le attività del cinema e dell'audiovisivo sul territorio, la Lucana Film Commission indica la presenza di finanziamenti certi e sicuri negli stanziamenti alla Film Commission e studi di sistema per investimenti virtuosi sul territorio per la crescita di maestranze locali.

Tra le linee di indirizzo alle amministrazioni locali e ai referenti nazionali per rafforzare il ruolo delle FC sui territori vengono indicate:

- una legge nazionale che regolarizzi il ruolo delle Film Commission;
- supporto alla promozione del tax credit;
- sostegno alle sale cinematografiche dei comuni lontani dal multiplex;
- programmi di educazione all'immagine obbligatori all'interno delle scuole.

Tra gli stakeholder intervistati, Margherita Romaniello, ideatrice e curatrice di Basilicata Terra di Cinema, sostiene la necessità di fare rete tra pubblico e privato: "il primo paga lo scotto di una macchina burocratica lenta, ma garantisce una determinata copertura, il secondo, più dinamico, con istanze diverse, fra cui il ritorno economico, agevolato fiscalmente (tax credit), è spesso una risorsa preziosissima per chi sceglie di girare in quel territorio".

Cristiano Re, della Fondazione Eni Enrico Mattei, sulla stessa linea, ritiene che a livello istituzionale vadano improntate azioni dirette a "mettere insieme i vari protagonisti": la Film Commission, l'ente per la promozione turistica, gli assessorati alle attività produttive devono lavorare assieme per creare luoghi, ambienti dove favorire la circolazione di idee sul settore.

La creazione della Film Commission è stato un primo step, sostiene Enzo Saponara di Rete Cinema Basilicata: "Sono convinto che il finanziamento al cinema non debba essere disperso in vari canali ma dovrebbe esistere un unico film fund gestito dalla LFC che eviti equivoci sui finanziamenti alle opere o sull'interpretazione dei criteri di accesso. Potrebbero essere messi in campo finanziamenti a fondo perduto (o individuando restituzioni agevolate) per aziende start up legate all'audiovisivo o, ancora meglio, un grosso incentivo a quelle esistenti che consenta di rafforzarle ad nelle attrezzature".

## 2.9 Rapporti con il territorio

Le attività di promozione sul territorio della Lucana Film Commission avverranno soprattutto tramite festival e rassegne.

Nonostante le dimensioni ridotte sono numerosi gli eventi che si svolgono sul territorio, vari festival e rassegne per amanti del cinema e addetti ai lavori<sup>59</sup>:

- Lucania Film Festival: nasce nel 1999, è promosso dall'associazione Allelammie di Pisticci; è rivolto ai filmmaker di tutto il mondo e propone iniziative di valorizzazione del cinema indipendente, progetti di formazione e eventi culturali legati all'audiovisivo;
- Potenza Film Festival: nasce nel 2004, pone l'attenzione al cinema emergente, indipendente e sperimentale, ai nuovi linguaggi e alle nuove tecnologie;
- Io, Isabella: (2005-2010), festival dedicato al documentario creativo e ai lavori fatti da donne o con le donne come protagoniste;
- Maratea International Film Festival: ad opera dell'associazione MarateaFestival (nata nel 2009), è un festival internazionale che ha come obiettivo di animare il territorio con una serie di eventi legati al mondo del cinema italiano e internazionale;

<sup>59</sup> Per l'elenco dei festival e rassegne cinematografiche è stato utilizzata come fonte la guida "Ciak si Viaggia – Location cinematografiche in Basilicata" (2009).

- Cinemadamare: una 40 giorni di rassegna itinerante in 5 regioni del Sud Italia che accoglie filmmaker da tutto il mondo. I film vengono realizzati durante il festival e proiettati nelle piazze; le tappe lucane sono Matera e Novasiri;
- Lagonegro Cinema: luogo di incontro e formazione per il mondo della produzione musicale del cinema italiano;
- Cinetica – Rionero in Vulture: durante la rassegna vengono presentati, tra le altre cose, documentari rari e di impatto emotivo;
- La Notte dei Corti Viventi: rassegna (non competitiva) di cortometraggi e opere brevi che mira a promuovere la creatività dei filmmaker emergenti;
- Bella Film Festival: rassegna cinematografica su tematiche politico-sociali della società contemporanea;
- Cinefabbrica: rassegna itinerante realizzata dall'associazione Cinefabbrica che promuove il cinema laddove non ci sono sale.

La Film Commission intende scommettere sul turismo come priorità nella scelta delle produzioni da finanziare. In particolare si intende utilizzare le produzioni come strumento di attrazione turistica soprattutto nella fase di svolgimento delle produzioni.

Le azioni di monitoraggio dell'impatto economico e turistico delle produzioni sul territorio sono svolte essenzialmente dalla Fondazione Eni Enrico Mattei e la LFC se ne avvarrà anche durante lo svolgimento delle proprie attività.

Nel corso degli anni la Basilicata è stata scelta come location da numerosi registi di fama internazionale (fratelli Taviani, Rosi, Rossellini, Pasolini, Gibson). Per la ricchezza paesaggistica, in alcuni casi è stata spesso utilizzata per rappresentare altri luoghi (ad esempio la Puglia in "Io non ho paura" o la Palestina ne "Il Vangelo secondo Matteo"). Per questa ragione per lungo tempo non ne è stato possibile identificare il territorio. Un visibile cambiamento si è registrato con la produzione internazionale "The Passion of Christ" girato tra i Sassi di Matera.

Secondo dati dell'APT (2012)<sup>60</sup> a partire dal 2004, anno di uscita del film nelle sale, le presenze sul territorio sono aumentate visibilmente: tra il 2003 e il 2006 le presenze italiane sono passate da 37mila a 57mila, quelle straniere da 9mila a 18mila. Uno studio del 2006 dell'Isnart (Istituto Nazionale Ricerche Turistiche) indica invece un aumento del 143% dei turisti stranieri l'anno successivo all'uscita del film. I dati di afflusso successivo al 2006 dimostrano che l'effetto turistico seguito all'uscita del film è stato del tutto spontaneo, non essendo incentivato da iniziative pubbliche o private, e dunque destinato a svanire una volta spenti i riflettori: tra il 2006 e il 2009, infatti, le presenze straniere sono rimaste 18mila, mentre quelle italiane sono aumentate in minima parte (da 58mila a 63mila).

Al fenomeno ha tuttavia fatto seguito la presa di coscienza delle autorità locali dell'importanza del cinema ai fini di promozione turistica: il film "Basilicata coast to coast" di Rocco Papaleo (2010) è stato infatti co-finanziato, tra gli altri, dalla Regione Basilicata grazie a 350mila euro di fondi FESR destinati allo sviluppo delle aree rurali<sup>61</sup>.

Il film ha avuto grossa visibilità tra passaggio al cinema, in tv e esposizione internazionale: ha partecipato a 78 tra festival e rassegne in tutto il mondo e ricevuto numerosi riconoscimenti<sup>62</sup>. È stato utilizzato come strumento di promozione del territorio grazie alla presentazione in alcuni istituti italiani di cultura all'estero e ad iniziative di marketing collegate al film<sup>63</sup>.

<sup>60</sup> Cfr. *La formazione dell'immagine turistica della Basilicata e il ruolo del cinema*, rapporto a cura della Fondazione Eni Enrico Mattei, dicembre 2012.

<sup>61</sup> In particolare per la produzione di "Basilicata Coast to Coast" è stato sperimentato, nell'ambito del Programma citato Sensi Contemporanei, un sistema di finanziamento composto da fondi FESR e da risorse di soggetti territoriali interessati alla promozione del territorio e di prodotti locali, nonché attraverso la sponsorizzazione da parte di un'azienda petrolifera.

<sup>62</sup> *Cineturismo in Basilicata*, rapporto a cura di Regione Basilicata, Fondazione Eni Enrico Mattei, Lucana Film Commission, 2013.

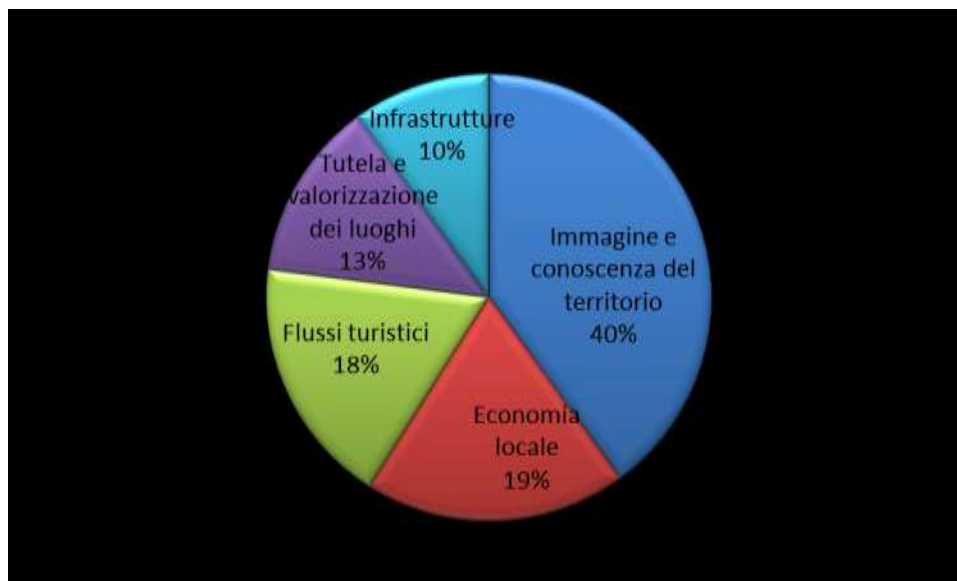
<sup>63</sup> Ad esempio in occasione dell'uscita del film al cinema è stato indetto un concorso "Vedi il film e vinci un viaggio". L'iniziativa è stata promossa e sponsorizzata dall'APT locale e dalle due compagnie petrolifere Total e Shell.



Tuttavia, anche in questo caso, se l'anno successivo all'uscita è stato riscontrato un aumento del flusso turistico (2011)<sup>64</sup>, l'effetto indotto dal film non è stato sfruttato dagli operatori locali e quindi destinato ad esaurirsi nel giro di qualche anno. Nonostante le numerose strategie messe in campo, è mancata un'efficace iniziativa privata che poteva tradursi in un'evoluzione dell'offerta locale che fosse in linea con la domanda turistica.

Come ha evidenziato un'indagine sul campo condotta dalla Fondazione Eni Enrico Mattei<sup>65</sup>, il film ha comunque avuto un notevole impatto in vari settori, tra cui il più significativo è stato il contributo all'immagine e conoscenza del territorio.

FIG. 7 SETTORI IN CUI IL FILM BASILICATA COAST TO COAST HA AVUTO IMPATTO



Fonte: Fondazione Eni Enrico Mattei

Merito del film è sicuramente quello di aver dato un impulso alla costituzione di una Film Commission in terra lucana.

Quest'ultima potrebbe, coordinandosi con l'APT locale, promuovere un'azione di coordinamento tra le iniziative di promozione dei film (che avrà attirato in regione) e gli operatori turistici. Ma il lavoro di marketing degli enti pubblici dovrà accompagnarsi necessariamente ad una efficace iniziativa privata.

Symbola - Unioncamere<sup>66</sup> stima, per il 2012, una componente di spesa turistica attivata dalle industrie culturali in Basilicata quantificabile in 178mila euro, corrispondente allo 0,7% del totale spesa turistica attivata dall'industria culturale in Italia (26,4 miliardi di euro) e al 37% del totale spesa turistica regionale.

<sup>64</sup> Gli itinerari del film sono stati poi proposti da alcune agenzie del Centro Nord d'Italia.

<sup>65</sup> *Le opportunità del cineturismo in Basilicata: dal successo di Basilicata coast to coast alla nascita di una film commission lucana*, rapporto a cura della Fondazione Eni Enrico Mattei, giugno 2011.

<sup>66</sup> Symbola, *Io sono cultura. L'Italia della qualità e della bellezza sfida la crisi*, Rapporto 2013. Il dato che risulta dall'impatto turistico può risultare sovrastimato a causa del perimetro che Symbola utilizza per definire l'industria culturale e creativa, che comprende: Film, video e radiotv, videogiochi e software, musica, libri e stampa e poi anche architettura, comunicazione e branding, design e produzione di stile, artigianato, rappresentazioni artistiche, intrattenimento, convegni e fiere, musei, monumenti, archivi e gestione di luoghi e monumenti storici.

## 2.10 Giudizio complessivo

Prematuro tracciare un bilancio dell'operato della Lucana Film Commission, che ha comunque, in questa prima fase, il merito di lavorare molto sulla comunicazione, dando grossa visibilità alle proprie attività e, al tempo stesso, promuovendo il territorio in cui opera come terra di cinema.

Sicuramente ha iniziato il suo lavoro con l'entusiasmo giusto per "mettersi subito a servizio di produzioni che in Basilicata da tempo manifestano il desiderio di essere presenti" per quanto "la mole di proposte è certamente impari alle forze della FC: la destinazione Basilicata è vista come un'aria fresca in un territorio sempre più scelto, ovvero il Sud Italia, e già molto inflazionato (penso alla Puglia dove peraltro funziona benissimo la Apulia Film Commission) e sfruttato" (Romaniello).

La Fondazione Eni – Enrico Mattei pone l'accento sulle azioni che la Film Commission dovrebbe intraprendere per rendere efficace a 360° il lavoro di promozione del territorio: "Oltre alla funzione di sportello cinema, la Film Commission dovrebbe fornire tutti quei servizi aggiuntivi indispensabili per le produzioni cinetelevisive: dalla realizzazione di un book per le location, alle operazioni di scouting territoriali con location manager qualificati e alle iniziative di formazione professionale. Fondamentale è l'istituzione di un film fund. Mettere delle risorse economiche a disposizione significa sostenere la filiera del cinema ma anche rafforzare l'industria locale [...] (2013)<sup>67</sup>. Un punto debole della Film Commission –commenta Cristiano Re, che ne coordina le attività lucane – potrebbe essere l'inesperienza ma ancora una volta potrebbe essere l'entusiasmo, assieme alla possibilità di imparare dagli errori commessi da altri in precedenza, un punto di forza dell'operato della neonata Film Commission.

Critico invece Enzo Saponara, di Rete Cinema Basilicata: "C'è un problema rilevante: mancano i servizi. L'efficienza della Fondazione non corrisponde alla vetrina che si conquista a Venezia, dietro la vetrina potrebbe esserci un negozio vuoto".

## 3 Fondi

### 3.1 Fondi gestiti dalle FC

L'attività della neonata Lucana Film Commission è entrata subito nel vivo avendo appena avuto a disposizione un fondo (alimentato da risorse provenienti dal Programma Operativo Regionale FESR) per incentivi alle piccole e medie imprese operanti nel settore della produzione cinematografica per la realizzazione di lungometraggi e cortometraggi di interesse regionale. L'avviso pubblico, varato dalla Giunta regionale e affidato alla Film Commission, mira a far nascere un'industria del settore sul territorio.

Uscito il 16 agosto, il bando prevede un finanziamento di 1,8 milioni di euro, di cui 1,5 mln destinati alle imprese di produzione cinematografica, e 300mila alle start up (ulteriori 200mila sono destinati alla gestione bandi): una cifra che va spalmata su un arco di tempo di due anni e mezzo (il bando sarà valido fino al 31 dicembre 2015) e che permette alla Fondazione Lucana Film Commission di iniziare la propria attività in maniera competitiva. Il Fondo della Basilicata si distingue da altri per la spesa minima sul territorio richiesta alle produzioni, il 100% dell'importo concesso, (per gli altri fondi è solitamente del 150%).

Gli aiuti sono inquadrati nel regime comunitario *de minimis*, una procedura semplificata che non consente alle imprese di superare i 200mila euro di agevolazioni in un triennio. In altre parole a ciascuna impresa potrà essere assegnata una somma massima di 200mila euro, che non dovrà essere superiore al 30% del budget necessario alla produzione di lungometraggi (opere di durata superiore o pari a 75 minuti), e di 20mila euro e non più del 60% del budget necessario alla produzione dei cortometraggi.

Ai fini della formazione della graduatoria saranno privilegiate opere che valorizzino il territorio e che coinvolgano risorse umane e strutture di produzione locali.

<sup>67</sup> Cfr. *Cineturismo in Basilicata*, rapporto a cura di Regione Basilicata, Fondazione Eni Enrico Mattei, Lucana Film Commission, 2013, pag. 54.

Nel primo semestre del 2013 gli incentivi totali erogati alle produzioni ammontavano a 10mila euro (il 10% del budget amministrato dalla LFC) e sono stati assegnati a 4 produzioni come sostegno per facilities/ospitalità. Il contributo massimo erogato è stato di 5mila euro, con una ricaduta sul territorio stimata in 30mila euro.

Ma l'attività della LFC è andata oltre e sono in corso di svolgimento numerose altre produzioni.

Tra queste la più rilevante è quella relativa al film "Tre Tocchi" di Marco Risi, che ha avuto inizio tra fine settembre e inizio ottobre e prevede 7 settimane di riprese tra la Basilicata, Napoli, Latina e Roma. Il film, prodotto dallo stesso Marco Risi e Andrea Iervolino per la società Tre Tocchi, a basso budget, prevede un cast di attori emergenti e la partecipazione amichevole di attori di fama e racconta la storia, tra commedia e dramma, di 6 attori in cerca di lavoro che tra un'attività e l'altra giocano a calcio. Il film è finanziato dall'AMBI Pictures, gruppo creato da Andrea Iervolino e Monika Bacardi per finanziare solo cinema di qualità. Il sostegno della Lucana Film Commission si è aggirato intorno ai 50mila euro.

È stato poi fornito un sostegno (2.500 euro) per la realizzazione del cortometraggio "Fuoco" della regista iraniana Raha Shirazi<sup>68</sup> e prodotto da B5 Productions con il supporto dell'Ontario Film Council. Il corto sarà girato dal 18 al 22 ottobre 2013. Il progetto è a basso budget ed ha richiesto il supporto della LFC per l'ospitalità durante la preparazione e le riprese, in più ha fatto domanda per ottenere il fondo di produzione. La regista ha deciso di tornare a girare in Basilicata perché una terra "che sento al tempo stesso familiare ed estranea, forse perché ci vedo qualcosa che mi ricorda il mio Paese, l'Iran, dove per il momento non mi è permesso di tornare".

Altra produzione che ha richiesto il sostegno logistico<sup>69</sup> ed economico della Film Commission è il progetto di web serie fantascientifica "Protocollo S" della società di produzione potentina Okobi Productions di Felice Vito. La LFC sostiene la produzione con un budget di 3mila euro.

Un progetto di ospitalità è stato quello relativo alla produzione "Montedoro", lungometraggio del regista Antonello Faretta e prodotto dalla società lucana Noeltan Film Studio, che ha chiesto l'autorizzazione a girare presso la stazione di Matera.

Per completare l'elenco (non esaustivo) delle produzioni che stanno interessando la Basilicata negli ultimi mesi, va ricordato il sostegno di natura logistica fornito alla società Inception guidata da Marco Lupo Angioni e che ha come soci due materani under 30 (Giancarlo Fontana e Giuseppe Stasi) noti al pubblico di Internet per il trailer virale sul web "Inception Berlusconi". La società sta preparando il film per la tv "Amore Oggi", girato a Matera, che andrà in onda su Sky nel 2014. Il sostegno, quantificato in 5mila euro consiste nella fornitura di vitto e alloggio per la troupe.

Infine, annunciato a Venezia da Carlo Brancaleoni di Rai Cinema e di prossima produzione in terra lucana, è un importante progetto sull'Aglianico.

### 3.2 Altri fondi: Sensi Contemporanei

Al fondo appena stanziato vanno aggiunte le risorse provenienti dal programma Sensi Contemporanei: "Lo sviluppo dell'industria audiovisiva nel Mezzogiorno" avviato nel lontano 2005 dal Dipartimento per lo Sviluppo e la Coesione Economica (MISE) e dalla DG Cinema (MiBAC) come innovativo strumento di policy per sperimentare le diverse forme di espressione dell'audiovisivo allo scopo di promuovere lo sviluppo del territorio<sup>70</sup>.

Interessa risorse FAS nazionali e regionali per progetti di intervento che si realizzano tramite Accordi di Programma Quadro (APQ) tra lo Stato e le Regioni (oltre alla Basilicata hanno beneficiato di tali risorse anche la Puglia e la Sicilia).

<sup>68</sup> La regista ha già girato un cortometraggio in Basilicata "Acqua", che è stato selezionato al Toronto Film Festival.

<sup>69</sup> Fornito dall'acquedotto lucano.

<sup>70</sup> Gli interventi a sostegno dell'audiovisivo fanno peraltro parte di un più ampio accordo di programma quadro per la promozione e diffusione dell'arte contemporanea e la valorizzazione di contesti architettonici e urbanistici nelle regioni del Sud d'Italia.

## SENSI CONTEMPORANEI

La **strategia** del programma Sensi Contemporanei è basata su tre direttrici:

### **la cooperazione istituzionale**

Le azioni previste nascono sulla base di processi deliberativi regionali e locali che integrano le competenze tematiche di Assessorati e/o Agenzie territoriali ed Enti locali con quelle di soggetti pubblici e privati che si occupano di turismo, di attività produttive, di trasporti, di formazione. Ciò al fine di assicurare un metodo di lavoro che sia in grado di sviluppare appieno le ricadute positive e i processi di apprendimento concreti finalizzati a iniziative di eccellenza a livello locale. L'esperienza maturata con la prima edizione di Sensi Contemporanei (annualità 2004-2005), ha portato a destinare una parte delle risorse previste dagli Accordi di Programma Quadro ad azioni preliminari di studio e di supporto tecnico in favore delle Amministrazioni locali

### **l'attenzione all'intera filiera produttiva**, necessaria a favorire processi di sviluppo territoriale

L'intervento del Dipartimento per le Politiche di Sviluppo e Coesione nel cinema e nell'audiovisivo costituisce uno strumento per la creazione, in alcuni casi, e per lo sviluppo, in altri, di una vera e propria filiera produttiva dell'audiovisivo nelle Regioni del Sud d'Italia. In questa rientrano i soggetti impegnati in varie fasi del processo: la produzione, la distribuzione, il consumo, la comunicazione, la conservazione.

**l'attivazione di filiere parallele** collegate a quella dell'audiovisivo, finalizzate a dare sistematicità territoriale al progetto (turismo, valorizzazione dei beni culturali, attività produttive, formazione ecc).

Trattandosi di interventi finalizzati allo sviluppo socio-economico di un territorio l'obiettivo strategico è il coinvolgimento di ulteriori ambiti su cui il progetto produce naturalmente effetti. Nel caso di interventi nel settore culturale, i processi deliberativi regionali e locali devono quindi integrare le competenze di Assessorati e/o Agenzie territoriali ed Enti locali quelle di soggetti pubblici e privati che si occupano di turismo, di attività produttive, di trasporti, di formazione.

Il programma prevede:

- Implementazione di linee di azione diverse per lo sviluppo di tecnologia avanzata di nuove capacità produttive dell'industria AV e di centri di produzione: valorizzazione del patrimonio culturale, storico, ambientale regionale; azioni di internazionalizzazione di filiere produttive; produzioni di festival e spettacoli dal vivo per il rafforzamento dell'industria AV; progetti pilota, analisi di fattibilità e iniziative di start up per programmi di sviluppo dell'industria AV; progetti di comunicazione.
- Sviluppo di *attività parallele*, realizzate dalle società di produzione e finalizzate allo sviluppo socio-economico del territorio: possono essere a supporto dell'opera stessa, finalizzate alla promozione o alla cooperazione con i soggetti locali; intese a potenziare la filiera audiovisiva creando competenze locali o concorrere allo sviluppo di filiere parallele.
- Sostegno alle produzioni.
- Creazione di competenze locali attraverso attività di accompagnamento e supporto, azioni di co-progettazione e realizzazione comune di interventi.

Nel 2006, anno in cui è partito il progetto per la Basilicata l'esigenza iniziale è comprendere il grado di maturità del contesto nei confronti della promozione del settore e la possibilità di sostenere la Regione per rafforzarne l'autonomia specifica.

Negli anni successivi si sviluppa un'azione di **accompagnamento** alla Regione per l'istituzione di un ufficio per il cinema (con l.r. 42 del 30.12.2009) presso la Presidenza della Giunta Regionale, con funzione di **coordinamento** degli Assessorati di volta in volta competenti.

Il programma relativo alla Basilicata, redatto a luglio 2010 (Atto Integrativo) , prevede:

- la creazione di laboratori atti alla valorizzazione del patrimonio audiovisivo e cinematografico della regione a fini di sviluppo socioeconomico;
- azioni di sistema (accompagnamento metodologico e di merito, supporto e coordinamento all'attuazione degli interventi);
- valorizzazione del patrimonio audiovisivo della Basilicata;
- sostegno per la produzione di documentari;
- servizi di supporto alla distribuzione e fruizione;
- attività di comunicazione e promozione.

Il programma Sensi Contemporanei ha messo a disposizione, per questi obiettivi, una cifra stimata in ben 4,5 milioni di euro (non ancora stanziati) per il triennio 2011-2013.

### 3.3 Criticità, aree di miglioramento

La Lucana Film Commission, come si è già detto, solo da poche settimane si è dotata di un fondo a sostegno delle produzioni. Tuttavia “il sostegno economico andrebbe supervisionato sempre – è il parere di Margherita Romaniello – con analisi del caso concreto, a secondo della reale ricaduta per il territorio: se una produzione esplicita o meno la location, se il prodotto finito avrà una presenza protratta nel tempo, una distribuzione adeguata, allora il sostegno dovrà essere congruo e proporzionato”.

“Il fatto che ci sia un sostegno diventa fondamentale in un territorio che non attinge da risorse private, come avviene in Piemonte, dove fondazioni, aziende, etc., possono sostenere il settore ad esempio con lo strumento del tax credit. In Basilicata non ci sono aziende così consistenti da poter investire nel settore. Abbiamo le società petrolifere: Total è stato uno dei coproduttori di ‘Basilicata coast to coast’, ma le grosse aziende che possono sostenere progetti di lungometraggio sono poche rispetto a quanto offrono altri territori. Il Bando pubblicato per il sostegno al settore presenta a mio avviso varie criticità – è il parere di Enzo Saponara –. È poco elastico: ad esempio su 100 punti massimi assegnabili 20 vanno alla post produzione, in un territorio che non ha strutture in grado di offrire elevati standard di qualità. Ancora: 10 punti vengono assegnati alle produzioni che usano risorse umane locali, ma non è specificato che genere di risorse. Si rischia un ulteriore rallentamento dei tempi (il bando è uscito ad agosto ed è rimasto poco tempo per presentare la domanda) per ricorsi, mancata approvazione etc. Le regole vanno scritte bene, altrimenti si perde tempo e occasioni. Noi vorremmo che fossero introdotte specifiche ulteriori al bando”.

## 4 Eccellenze e innovazione

Tra le realtà audiovisive innovative la Lucania Film Commission segnala **Tilt** – Centro per la Creatività di Pisticci nato per l'erogazione di prodotti e servizi per la cultura e la creatività alle persone e alle imprese.

T.I.L.T sta per Torna In Lucania Team, ed è il nome del Centro per la Creatività di Visioni Urbane di Pisticci (MT), per la produzione di arte, socialità e cultura che valorizzi, in chiave contemporanea, il rapporto tra i produttori di cultura lucani, residenti in regione o ovunque in Italia e nel mondo.

Il progetto omonimo prevede che, muovendosi fisicamente all'interno degli spazi creativi, si innesci un “processo produttivo capace di attivare opportunità sociali, economiche e culturali, creando legami virtuosi tra gli elementi del territorio (i luoghi fisici), dell'identità (l'appartenenza lucana), dell'alterità (l'arte, la creazione, le altre culture, le altre appartenenze, le fughe e i ritorni) e le possibilità di un'industria e di un turismo culturali”<sup>71</sup>.

Nell'ambito del patrimonio cinematografico (lucano, ma non solo) non può non essere citata la **Cineteca lucana**. Con sede a Oppido Lucano (PZ), è frutto del minuzioso lavoro di raccolta di Gaetano Martino, che è riuscito a creare una delle più grandi cineteche d'Europa, in cui si conservano anche pezzi rarissimi della storia del cinema. La cineteca riceve un sostegno nazionale pari a 35mila euro dal MiBAC – DG Cinema grazie alle risorse del FUS (2011)<sup>72</sup>.

Tra i materiali contenuti il sito della Cineteca segnala<sup>73</sup>:

- Pellicole: oltre 15.000 lungometraggi e oltre 15.000 cortometraggi, in formato 35 e 16 millimetri; circa 10.000 trailers;
- Manifesti: all'incirca 450.000 manifesti di film dal periodo muto in poi. I manifesti comprendono gli affissi, le foto buste, le locandine e depliant;

<sup>71</sup> Cfr. La pagina Facebook del progetto Tilt: <https://www.facebook.com/TiltCentroPerLaCreativita/info>

<sup>72</sup> Nei due anni precedenti (2009, 2010) il contributo era stato di 45mila euro.

<sup>73</sup> Cfr. <http://comune.oppidolucano.net/main/i-luoghi-di-svago/cineteca-lucana/284-cineteca-lucana.html>

- Macchine per il cinema: pre-cinema: visori ottici stereoscopici e a colonna; lanterne magiche di varia foggia e misura provenienti da diversi Paesi europei; circa 9.000 vetrini dipinti a mano del '700 e dell'800 utilizzati negli spettacoli di lanterne magiche, episcopi e proiettori dell'inizio '800;
- Macchine da proiezione: 600 pezzi di produzione Gaumont, Pathé, Pion, Lapierre, Cine-meccanica, Fedi, Prevost, Ernemann, Century ecc... Macchine da presa funzionanti e corredate da obiettivi originali, mascherini, bobine, riflettori con suggestive lampade a filamento (120 pezzi, alcuni rarissimi, di produzione Debrie, Pathé, Novado, Arriflex, Bolex, Leder, Vista-vision, utilizzate dalla fine dell'800 agli anni '60); circa 200 macchine fotografiche assieme a macchine dell'800, complete di cavalletto in legno, obiettivi e lastre; macchine del suono (decine di apparecchiature per la riproduzione ed amplificazione del sonoro, altoparlanti e microfoni a partire dagli anni '20);
- Per molte macchine presenti presso la Cineteca, grazie al lungo lavoro di ricerca, sono disponibili i manuali originali con gli allegati schemi tecnici. Va sottolineato che questo materiale cartaceo ha un estimabile valore, in quanto permette di attribuire una data di fabbricazione certa;
- Biblioteca e fototeca: circa 800mila libri provenienti da archivi e collezioni diverse. La maggior parte del patrimonio librario proviene dal Fondo Cineteca Scolastica, dall'archivio De Sanctis, dal Fondo Don Danilo Cubattoli, dall'archivio di Gianluigi Rondi, dal Fondo Massenzio, dal Fondo Clesi Cinematografica, dal Fondo Raffaelli e dalla Collezione Martino-De Rosa;
- Documenti cartacei: presso la biblioteca e in alcuni magazzini di Oppido, Potenza e Roma sono conservati documenti cartacei inerenti il cinema (fotografie, lettere, copie di nulla osta).

**Rete Cinema Basilicata** è un'associazione dei lavoratori lucani dell'audiovisivo; nata a febbraio 2012 vanta circa 60 iscritti, una buona rappresentanza se si considera che la Basilicata conta circa 200 addetti continuativi nel settore audiovisivo (300 secondo Unioncamere). Grazie ad incontri con gli operatori del settore e enti e istituzioni locali, l'associazione vanta un grosso contributo alla nascita della Lucana Film Commission. Si pone come obiettivo la tutela dei lavoratori del settore, e, in rapporto alla Basilicata, "mettere in atto un riscatto culturale, raccontare quelle storie che senza di noi non potrebbero essere raccontate, perché questo territorio lo abitiamo e ci siamo nati. Ci sono tante storie da raccontare come Rosi ha raccontato Levi, non solo in termini di biopics ma anche come giusta rivisitazione della causa regionale (che non è solo quella che abbiamo studiato nei libri), uscendo dagli stereotipi (mafia.. etc.)" (Saponara). Intende gemellarsi con Rete Cinema Sardegna e creare una Rete Cinema nazionale.

## 5 Formazione

Non vengono indicate iniziative di formazione organizzate dalla Lucana Film Commission.

Tra le iniziative di formazione non organizzate direttamente dalla Lucana Film Commission, si segnalano:

- **Valorizzazione del territorio lucano attraverso la promozione del cineturismo**, corso rivolto a residenti in regione disoccupati o inoccupati erogato da Identity Formation, finanziato dal Fondo Sociale Europeo e finalizzato a formare location manager.
- **Organizzazione e management della produzione e distribuzione cinematografica**, corso di alta formazione rivolto a residenti in regione disoccupati, inoccupati o emigrati all'estero, erogato da Noeltan Film Lab con il contributo del Fondo Sociale Europeo.
- **Esperto per la produzione, gestione, sviluppo e promozione di attività culturali, teatrali e cinematografiche nell'area Senesese – Pollino**, corso rivolto a residenti in regione disoccupati o inoccupati erogato dall'Università Popolare del Pollino con il contributo del Fondo Sociale Europeo e finalizzato a formare figure professionali richieste nel settore teatrale, cinematografico e culturale.

- **Corso di recitazione, dizione, movimento scenico e improvvisazione** organizzato nel 2013 da TeatroLab, un laboratorio permanente di teatro che si occupa di formazione e didattica nell'ambito della recitazione, di produzione e organizzazione di spettacoli teatrali e corti cinematografici, della gestione di attori e compagnie e della creazione di circuiti teatrali, all'interno del Tilt, di Pisticci.
- **Scuola di Teatro Naturale**, organizzata a Matera, nasce nel 2002 con lo scopo di dare a tutti la possibilità di "conoscere e praticare la comunicazione teatrale". Ha due modalità di lavoro, il "Centro Addestramento Reclute" in cui le tecniche di apprendimento delle cosiddette "reclute" (max 20) avvengono alternativamente "a tavolino" e "in movimento"; la "Grande Armata Pubblico" in cui le tecniche di allenamento sono esclusivamente "a tavolino" ovvero dedicate alla mente e alla comunicazione verbale.
- **Scuola di Teatro Città di Potenza**, nasce con l'obiettivo di creare uno spazio per formare aspiranti attori dal punto di vista artistico e tecnico.
- Tra il 18 e il 22 giugno 2012 si è tenuta a Matera e Policoro la Summer School **Il Cineturismo come opportunità di Marketing Territoriale**, organizzata dalla Fondazione Eni – Enrico Mattei, in collaborazione con Gruppo 24 Ore Cultura e Alinari 24 Ore e con il patrocinio di Regione Basilicata, Università degli Studi della Basilicata, Anica, Rai Basilicata e APT Basilicata e Puglia Promozione. Si è trattato di un gruppo di 5 workshop dedicati al cineturismo e rivolti a tutti:
  - Il cinema per lo sviluppo del territorio
  - Cinema come opportunità di marketing territoriale
  - Il cinema e la sua filiera industriale
  - Il cinema per la comunicazione del territorio
  - Il cinema, i media e il rapporto con il territorio

### 5.1 Bilancio dell'adeguatezza dell'offerta

L'attività formativa viene ritenuta fondamentale all'interno del territorio: "formare le professionalità in loco, specializzare le varie figure che animano a diversi livelli le produzioni, significa dotare quel territorio di forza lavoro efficiente, che garantisce un indotto economico nel breve e medio periodo, e rappresenta un criterio di scelta per le produzioni esterne non di poco conto" tuttavia l'offerta formativa presente sul territorio non sempre risponde alle esigenze del mercato in termini di competenze e professionalità, ma sarebbe più presente dove "ci sia maggiore maturità nell'accogliere produzioni e quindi la consapevolezza che paga la competenza, che peraltro riduce i tempi e quindi i costi di produzione" (Romaniello).

"Andrebbe fatto altro – conferma Saponara – rafforzato e ampliato l'esistente, non credo che la chiave di volta sia l'eccessiva formazione, che deve essere affiancata da esperienza sul campo. Il caso della Basilicata è un po' particolare, per via dell'emigrazione; per alcuni versi la Basilicata sarebbe già pronta a livello di professionisti, ma spesso si formano e scelgono di vivere fuori. Formazione andrebbe fatta a partire dalle scuole, inserendo il teatro obbligatorio".

Scarsa e insufficiente: è questo il parere di Cristiano Re sull'attività formativa nel settore. Andrebbe fatto di più, sebbene quella poca esistente risponda alle esigenze del mercato in termini di competenze e professionalità. Una strategia di crescita del comparto dovrebbe avere come oggetto la formazione, diretta alla scrittura dei contenuti dei diversi prodotti (fiction, lungometraggi, corti ecc.), le tecniche di realizzazione e soprattutto conoscenza della distribuzione del prodotto attraverso i nuovi canali digitali.

## 6 Le strategie dell'audiovisivo regionale

A dispetto delle dimensioni la Basilicata viene considerata una terra adatta al cinema. Ne sono le dimostrazione capolavori come *Il Vangelo secondo Matteo* di Pier Paolo Pasolini e il più recente

*The Passion* di Mel Gibson girati in questi luoghi. Dal dopoguerra ad oggi sono stati girati sul territorio più di 40 film<sup>74</sup>. “Basilicata coast to coast”, che, come si è visto, ha avuto dei finanziamenti pubblici, si è rivelato un progetto vincente prima in Italia e poi all'estero (da metà agosto in programmazione nelle sale francesi) preceduto da una manifestazione di lancio curata da APT e Lucana Film Commission.

Il settore cinematografico e audiovisivo “può certamente rappresentare uno strumento di amplificazione della promozione di un territorio, quando ne valorizza le diverse vocazioni, le ricchezze, e le mostra al grande pubblico inserendole in prodotti per il cinema e la televisione, attivando il cineturismo” (Romaniello).

È fondamentale, afferma la Romaniello, “il lavoro di sostegno e coordinamento da parte delle Film Commission, ma anche degli enti che si occupano di supporto alla logistica, all'ospitalità, come le APT regionali”.

“Nella Regione Basilicata – continua la Romaniello – ci sono da tempo realtà che in maniera più o meno organizzata si sono specializzate nel supporto e nella produzione, pagando lo scotto di una vacanza istituzionale che eroga sostegno senza un criterio universalmente valido, piuttosto legato alla sensibilità e competenza personale di chi decide un sostegno. Ci vuole una forza amministrativa anch'essa specializzata nel settore dell'audiovisivo, con figure competenti in materia di produzione e distribuzione. A questo la neonata Lucana Film Commission può senz'altro dare un prezioso apporto”.

L'audiovisivo è fondamentale perché rappresenta “l'unico settore di rinascita culturale, perché abbiamo una ricchezza, un'università tale da avere un ritorno sul territorio in termini di qualità: non lo abbiamo scoperto noi, ce lo hanno suggerito i vari registi che sono venuti da fuori a girare da noi. Noi abbiamo constatato che tanti operatori dell'audiovisivo originari di questi luoghi si erano formati fuori. C'è dunque il desiderio di tornare e investire il proprio know how sul territorio” (Saponara).

Il settore audiovisivo può costituire un settore economico alternativo alle classiche attività produttive in crisi, un settore su cui puntare in vista anche della strategia europea in tale direzione. In tal senso sarebbe utile che il sostegno al settore e le strategie di sviluppo avessero in primo luogo finalità economico-occupazionali, che intervenissero, dunque, su un problema grave e annoso che riguarda le regioni del Sud Italia, ovvero la disoccupazione (Re). Le cospicue risorse che dovrebbero essere rese disponibili dal programma Sensi Contemporanei (vedi *supra*) vanno esattamente in questa direzione.

## 6.1 Internazionalizzazione

L'aumento della rilevanza internazionale del territorio lucano è suggerito, oltre che dalla presenza di alcuni set internazionali (“*The Passion of Christ*” di Mel Gibson solo per citare l'esempio più conosciuto), anche dall'interesse a livello nazionale e internazionale di alcuni studi della Fondazione Eni – Enrico Mattei sull'impatto cineturistico delle produzioni sul territorio. Ad esempio, nel corso del *Film Commission Symposium*, tenutosi a settembre 2011 all'Istituto Italiano di Cultura di New York, è stato presentato un estratto in inglese dello studio “*The Impact Basilicata Coast to Coast on tourism in Basilicata*”. Il 14-16 novembre 2012 la Fondazione Eni – Enrico Mattei ha partecipato al “2nd Partnership Transnational Meeting” parte del progetto EuroScreen, tenutosi a Bari e organizzato dall'Apulia Film Commission. Euroscreen è un progetto di cooperazione tra regioni a cui partecipano 9 organizzazioni (film commission e agenzia di promozione turistica) di 8 Paesi europei, il cui scopo è incentivare le opportunità economiche e culturali del cineturismo attraverso lo scambio e la collaborazioni tra realtà del settore.

Strategie di internazionalizzazione sono state suggerite da alcuni degli stakeholder intervistati. Rete Cinema Basilicata ha l'ambizione di organizzare, in futuro, gli Stati generali del cinema del Mediterraneo. “Noi pensiamo di avere una collocazione in Europa, in termini di luce, paesaggio, poten-

<sup>74</sup>Cfr. *Cinema e itinerari in Basilicata, 2012 – 2013*, ricerca promossa dalla Fondazione Eni Enrico Mattei, Fondazione Lucana Film Commission e Regione Basilicata.



zialità narrative più vicine all'area del Mediterraneo, più affini a quel tipo di narrazione – ha commentato Saponara, fondatore dell'associazione –. Mi vengono in mente vari registi turchi, come Nuri Bilge Ceylan (“Le tre scimmie”) o Fatih Akin (“La sposa turca”), autori verso i quali ci sentiamo più affini piuttosto che verso maestri indiscussi come Salvatores o Antonioni”.

## 6.2 Punti di forza e di debolezza, opportunità e minacce

La Basilicata costa poco, ha strutture ricettive molto economiche e questo è un punto di forza molto importante individuato da Enzo Saponara. È inoltre molto variegata dal punto di vista paesaggistico, conta dalle dolomiti lucane all'ambientazione desertica della provincia di Matera, con tutte le degradazioni del territorio, il tutto in un raggio molto limitato. In più i lucani sono molto accoglienti, hanno grande senso dell'ospitalità; alcuni luoghi sono rimasti inalterati, come 60 anni fa. Saponara considera come principale punto di debolezza l'inadeguatezza dei trasporti: è scomoda da raggiungere, non c'è il treno ad alta velocità, non c'è un aeroporto.

La nascita della Film Commission territoriale, a cui peraltro la Fondazione Eni Enrico Mattei ha contribuito, grazie ai suoi studi sul cineturismo, può definirsi, allo stato attuale delle cose, un punto di forza per lo sviluppo del settore audiovisivo sul territorio, che, altrimenti, risulta ancora piuttosto debole (Re).

### Panel stakeholder

Istituzione	Intervistato	Qualifica	Strumento
Lucana Film Commission	Paride Leporace	Direttore	Intervista
Fondazione Enrico Mattei Basilicata	Cristiano Re	Coordinatore	Questionario
Basilicata Terra di Cinema	Margherita Romaniello	Ideatrice e curatrice	Questionario
Rete Cinema Basilicata	Enzo Saponara	Attore e Fondatore RCB	Intervista

# Scheda n.4: Calabria

## 1 L'audiovisivo regionale in cifre<sup>75</sup>

L'audiovisivo in Calabria conta 273 imprese attive sul territorio ovvero il 2% del totale nazionale; tale incidenza sale al 2,4% se guardiamo al numero di occupati e scende all'1,6% considerando il valore aggiunto generato. I tre indicatori posizionano la Calabria all'undicesimo posto nella graduatoria nazionale<sup>76</sup>.

**TAB. 1 IMPRESE, OCCUPATI E VALORE AGGIUNTO IN CALABRIA E INCIDENZA %, 2012**

	Imprese Film Radio-Tv	Incidenza %	Occupati	Incidenza %	Valore ag- giunto (M€)	Incidenza %
Calabria	273	2,0%	1.800	2,4%	125,5	1,6%
Italia	13.407	100%	73.500	100%	8.056,3	100%

Fonte: elaborazioni lem – Rosselli su dati Symbola – Unioncamere

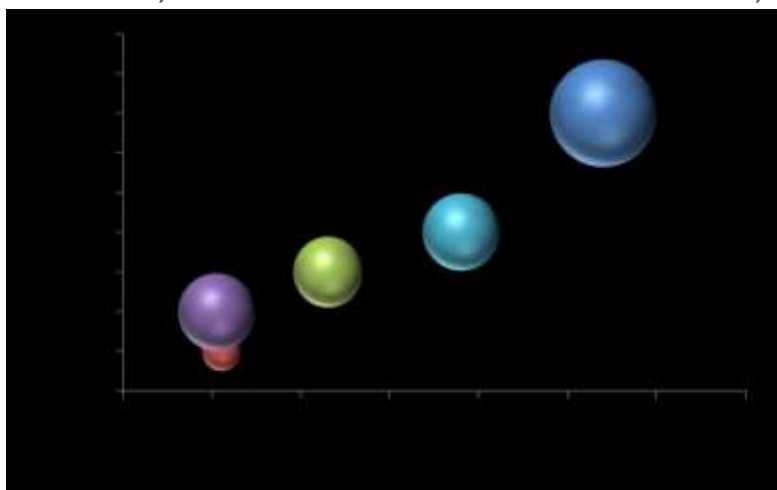
Nella ripartizione tra province, prevale Cosenza con riferimento a tutti e tre i parametri di valutazione.

**TAB. 2 IMPRESE, OCCUPATI E VALORE AGGIUNTO NELLE PROVINCE CALABRESI, 2012**

Provincia	Imprese	Occupati	Valore ag- giunto
Catanzaro	46	300	23
Cosenza	108	700	54,6
Crotone	22	100	7,1
Vibo Valentia	21	200	13
Reggio Calabria	76	400	27,8

Note: dati valore aggiunto in M€. Fonte: elaborazioni lem – Rosselli su dati Symbola – Unioncamere

**FIG. 1 IMPRESE, OCCUPATI E VALORE AGGIUNTO NELLE PROVINCE CALABRESI, 2012**



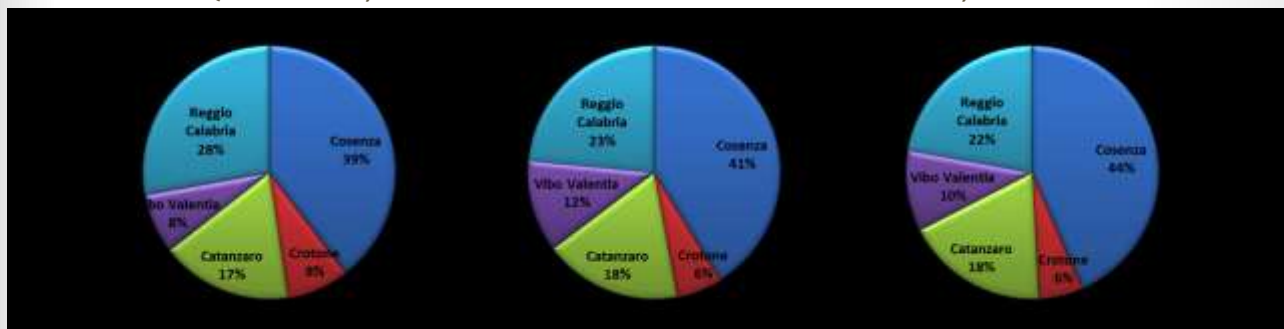
Fonte: elaborazioni lem – Rosselli su dati Symbola – Unioncamere

<sup>75</sup> La scheda è stata redatta in autonomia in assenza di un feedback sul questionario e per le difficoltà nel contattare gli stakeholder.

<sup>76</sup> Fonte: *Io sono cultura: L'Italia della qualità e della bellezza sfida la crisi*, III Rapporto Unioncamere – Symbola, 2013

Cosenza ospita il 39% delle imprese, il 41% degli occupati e il 44% del valore aggiunto. Segue Reggio Calabria, con una quota rispettivamente del 28%, 23% e 22% di imprese, occupati e valore aggiunto. Catanzaro, capoluogo di regione, si colloca al terzo posto, con quote tra il 17% e il 18% di tutti e tre i parametri. Fanalino di coda è Crotona, accompagnata da Vibo Valentia per numero di imprese.

FIG. 2 QUOTA IMPRESE, OCCUPATI E VALORE AGGIUNTO NELLE PROVINCE CALABRESI, 2012



Fonte: elaborazioni Iem – Rosselli su dati Symbola – Unioncamere

In relazione alla popolazione residente<sup>77</sup> il numero di occupati nel settore ammonta a un occupato ogni 1.088 abitanti, inferiore alla media italiana, che è di 1 occupato nel settore ogni 812 abitanti. La relazione abitanti/imprese nel settore è invece di 1 impresa ogni 7.173 abitanti, inferiore al dato italiano di 1 impresa ogni 4.452 abitanti, la più bassa tra le regioni del Sud Italia oggetto di questo studio.

Il tasso di disoccupazione nel 2012 è stato in media del 19,8%<sup>78</sup>, superiore alla media italiana del 10,7%. I dati trimestrali relativi al 2013 mostrano un peggioramento della situazione occupazionale, del 24,6% nel primo trimestre dell'anno in corso, che si riduce nel secondo trimestre al 21,5% (il dato italiano mostra un tasso di disoccupazione rispettivamente del 12,8% e del 12% nel primo e secondo trimestre dell'anno in corso). Il Pil nel 2012 si è ridotto del 2,9% rispetto al 2011, un dato più pessimistico di quello italiano del -2,4%<sup>79</sup>.

Il 40,4% delle famiglie calabresi dispone a casa, nel 2012, di un accesso a Internet a banda larga, la penetrazione è inferiore a quella del territorio italiano totale, che è del 48,6%.

La quota del Fondo Unico per lo Spettacolo destinata al cinema nel 2011 è stata, per la regione Calabria, di 61.658 euro (lo 0,1% del totale quota destinata al cinema a livello nazionale) a beneficio di 3 soggetti. Al cinema è andato il 3,3% della cifra che il FUS ha destinato ai soggetti operanti su territorio calabrese (1,9 milioni di euro).

I dati Siae<sup>80</sup> sul settore cinematografico mettono in evidenza una forte crisi del settore, che, nel 2012, si è fatta sentire in maniera consistente in tutti i parametri di ricerca, con la sola eccezione del numero degli spettacoli.

Tuttavia, nonostante il numero di spettacoli sia aumentato da 27.305 del 2011 a 35.000 del 2012 (+28,2%), gli ingressi al cinema nel 2012 in tutta la regione sono stati 965.523, in calo del 15,1% rispetto al 2011. Le presenze<sup>81</sup> sono cadute del 79,4% sul 2011 a 5.106.

Nel 2012 il pubblico ha speso, per l'acquisto di biglietti e abbonamenti al cinema (spesa del botteghino), 6.354.226 euro, in calo del 15,1% rispetto all'anno precedente. Poiché nel cinema la gran parte della spesa del pubblico proviene dall'acquisto di biglietti ed abbonamenti, non si registrano

<sup>77</sup> Popolazione al 31 dicembre 2012 in base a dati Istat (Cfr. <http://demo.istat.it/bil2012/index.html>)

<sup>78</sup> Dato Istat

<sup>79</sup> Cfr. <http://www.scenarieconomici.it/i-dati-del-pil-tra-2001-e-2014-di-tutte-le-regioni-italiane/>

<sup>80</sup> Siae, *Annuario dello Spettacolo*, 2012

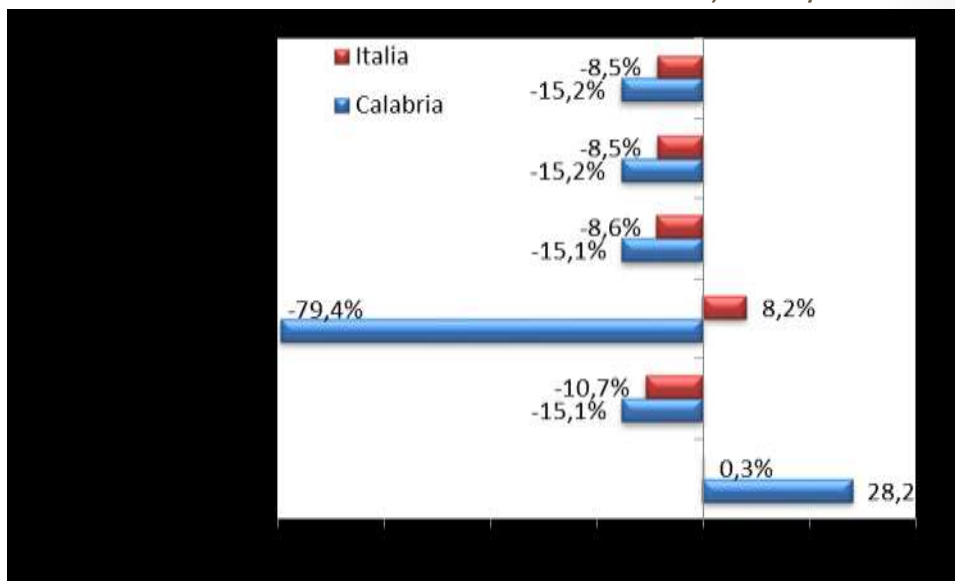
<sup>81</sup> A differenza degli ingressi, le presenze vengono utilizzate per quantificare i partecipanti a manifestazioni per le quali non è previsto il rilascio di titoli d'accesso.

grandi differenze tra spesa del botteghino e la spesa del pubblico<sup>82</sup>, che ammonta, per questo settore, a 6.484.155 euro, in calo del 15,2%.

Il volume d'affari complessivo relativo al settore cinematografico in Calabria ammonta dunque a 6.487.270 euro, in calo del 15,2% sul 2011.

I dati appena citati risultano peggiori rispetto a quelli nazionali per tutti i parametri di ricerca in particolar modo le presenze, se in Calabria sono cadute del 79,4%, nel totale Italia sono cresciute dell'8,2%. Fa eccezione il numero degli spettacoli, cresciuti del 28,2%, contro un dato nazionale sostanzialmente stabile.

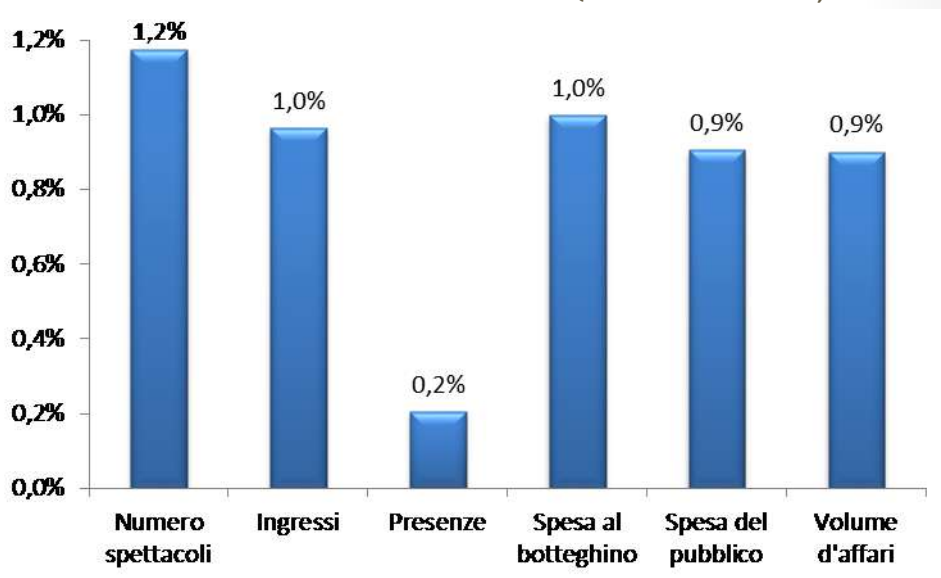
FIG. 3 IL SETTORE CINEMATOGRAFICO IN CALABRIA E IN ITALIA, % 2012/2011



Fonte: elaborazioni lem – Rosselli su dati Siae

La quota Calabria sul totale Italia si aggira tra lo 0,9% e l'1,2% per tutti i parametri con la sola eccezione del dato sulle presenze che mostra uno scarso 0,2%.

FIG. 4 IL SETTORE CINEMATOGRAFICO IN CALABRIA QUOTA SU TOTALE ITALIA, 2012




Fonte: elaborazioni lem – Rosselli su dati Siae

<sup>82</sup> L'importo che il pubblico ha destinato, nell'anno 2012, alla fruizione degli spettacoli.

## 2 La Calabria Film Commission

La Calabria Film Commission, promossa da soggetti privati sin dal 2005, è una fondazione istituita con legge regionale 1/2006 (Legge Finanziaria 2006, articolo 3) aperta alla partecipazione di soggetti pubblici e controllata al 100% dalla Regione Calabria.

### 2.1 Scheda Anagrafica

<b>Logo</b>	
<b>Nome completo</b>	<b>CALABRIA FILM COMMISSION</b>
<b>Forma giuridica</b>	Fondazione aperta alla partecipazione di soggetti pubblici
<b>Persone di riferimento</b>	Gianluca Curti (presidente dimissionario)
<b>Enti pubblici/privati nella compagine</b>	Regione Calabria
<b>Data di istituzione</b>	2006
<b>Data di avvio attività</b>	2007-2008
<b>Indirizzo</b>	Via Spasari - Galleria Mancuso, Scala B, V Piano, Catanzaro
<b>Contatti telefonici</b>	0961 742800
<b>Sito e mail</b>	www.calabriafilmcommission.net info@calabriafilmcommission.net
<b>Pagina Facebook/Twitter</b>	Facebook
<b>Eventuali altre sedi</b>	=
<b>Altre FC attive sul territorio</b>	=

### 2.2 Mission e attività, azioni di monitoraggio

Obiettivo della Film Commission è quello di attirare, utilizzando facilitazioni e servizi, produzioni cinematografiche e televisive all'interno del territorio regionale per promuovere la cultura, il territorio ed incrementare le risorse economiche all'interno della regione.

Il Patrimonio della Fondazione è costituito:

- dal contributo in denaro indicato nell'atto costitutivo e versato dalla Regione Calabria, e da ulteriori incrementi specificatamente rivolti allo scopo di accrescere il patrimonio;
- da conferimenti e donazioni di beni mobili e immobili, somme, contributi, eredità, lasciti, liberalità ed introiti di qualsiasi genere da parte del Fondatore, di altri Enti pubblici e soggetti privati;
- dai contributi annuali versati dai Fondatori;
- dai proventi derivanti da qualsiasi iniziativa svolta dalla Fondazione.

Non disponendo di un fondo di sostegno delle produzioni, l'assistenza fornita riguarda servizi di accoglienza e di assistenza tecnico-logistica. Per il 2012 ha avuto a disposizione un budget di 1 milione di euro.

Il Regolamento sui criteri e le modalità di accesso ai servizi ed ai benefici previsti dallo statuto della Fondazione Calabria Film Commission, pubblicato su Bollettino ufficiale della Regione Calabria del 16 marzo 2012, individua le seguenti finalità (art. 1):

- a) Sostenere e stimolare in maniera continuativa lo sviluppo qualitativo e quantitativo della cultura e dell'impresa cinematografica in Calabria, fornendo un supporto finanziario, strutturale, di competenza e consulenza a realtà locali allo scopo di: stimolare relazioni finalizzate alla coproduzione con realtà nazionali e internazionali; incentivare l'investimento in capitale umano e tecnologico sul territorio calabrese e contribuire alla nascita e il rapido sviluppo di una rete di imprenditori e operatori nel settore; incoraggiare e rafforzare l'azione economica delle imprese di produzione, distribuzione e formazione audiovisive, anche attraverso la realizzazione delle infrastrutture necessarie ad attrarre sul territorio investimenti diretti e indiretti; spingere le maestranze tecniche e artistiche regionali a professionalizzarsi e misurarsi con altre realtà del panorama nazionale ed internazionale; agevolare l'apertura ai flussi culturali, artistici ed economici internazionali e la diffusione della cultura dell'audiovisivo in Calabria, anche attraverso una rete regionale dei festival cinematografici calabresi.
- b) Fornire assistenza alle produzioni nazionali e internazionali che desiderino utilizzare il territorio calabrese per produrre, totalmente o in parte, un'opera audiovisiva, allo scopo, tra le altre cose, di promuovere efficacemente la Calabria in Italia e all'estero.
- c) Promuovere il marketing territoriale, il cineturismo, il turismo in generale e tutte le forme di spettacolo generate da immagini in movimento.
- d) Promuovere la comunicazione culturale, turistica e industriale riferita ad ogni genere cinematografico e audiovisivo, comunicazione e pubblicità, purché riferita ad interessi culturali regionali su qualsiasi formato o mezzo.

Tra i servizi offerti vengono individuati (art. 2):

- a) Facilitazioni per accelerare l'ottenimento di permessi a girare sul suolo pubblico e all'interno di edifici pubblici o tutelati come beni culturali e per agevolare le trattative con aziende di vario tipo (elettriche, trasporti, igiene ambientale, etc.)
- b) Una banca dati delle location da consultare presso la propria sede.
- c) La possibilità di individuare e documentare location specifiche non presenti nel database delle location della Fondazione.
- d) La possibilità di effettuare, per massimo 30 giorni, sopralluoghi assistiti da un location scout.
- e) Assistenza durante tutto o parte del periodo di ripresa.
- f) Un elenco delle risorse artistiche e tecniche specializzate disponibili in loco.
- g) Un elenco delle società di servizi quali teatri di posa, noleggio di attrezzature tecniche, ditte di costruzioni e allestimenti scenografici, casting, post produzione, etc.

### 2.3 Produzioni assistite

Nel corso di una conferenza stampa tenutasi il 18 aprile 2012<sup>83</sup> Giuseppe Scopelliti, presidente della Regione e Gianluca Curti (produttore e distributore, responsabile della Minerva Pictures) hanno presentato alcune recenti produzioni cinematografiche targate Calabria Film Commission, ovvero "The missing paper" di Renzo Martinelli, film sulla strage di Ustica; "Mezza luna piena" di Giovanni Cacioppo (prodotto da Mariagrazia Cucinotta e interpretato, tra gli altri, da Nino Frassica); "Il Sud è niente" del regista reggino Fabio Mollo. Tra le produzioni assistite ricordiamo anche "Qualunque-mente" (2011) di Giulio Manfredonia, con Antonio Albanese, "Corpo Celeste" (2011) di Alice Rohrwacher, "Il volo" (2010) di Wim Wenders, "Le quattro volte" (2010) di Michelangelo Frammartino, "L'ultimo padrino" (2008) miniserie tv di Marco Risi.

"Il Sud è Niente", girato interamente a Reggio Calabria e nella provincia, è uno dei film realizzati con il contributo della Fondazione Calabria Film Commission, co-produzione italo-francese della società di produzione francese B24 Film con sede anche a Roma. La distribuzione per l'Italia è curata dall'Istituto Luce – Cinecittà. Il film merita una menzione in quanto la troupe scelta è composta per metà da professionisti romani e per metà da giovani reggini e stagisti del territorio.. Dopo la

<sup>83</sup> Cfr. [http://www.regione.calabria.it/index.php?option=com\\_content&task=view&id=8923&Itemid=136](http://www.regione.calabria.it/index.php?option=com_content&task=view&id=8923&Itemid=136)

partecipazione al Festival Internazionale di Toronto, il film è stato accolto ufficialmente in concorso nella sezione autonoma e parallela del Festival International del Film di Roma "Alice nella città" che si è tenuto dall'8 al 17 novembre.

Sul sito della Calabria Film Commission sono presenti gli esiti delle domande di ammissione ai servizi e benefici erogati dalla Fondazione, aggiornati al 30 giugno 2012. La home page del sito informa i soggetti che hanno presentato istanza di contributo regolarmente entro il 30 settembre 2012 (alle quali la Calabria Film Commission avrebbe dovuto dare risposta entro il 31 dicembre 2012) che la valutazione dei progetti è temporaneamente sospesa.

All'art. 4 comma 2 del regolamento, infatti, la Film Commission si impegna a dare esito di istruttorie di carattere artistico, finanziario e amministrativo entro il 30 giugno di ogni anno per il periodo compreso tra il 1 gennaio e il 31 marzo dello stesso anno e entro il 31 dicembre per il periodo compreso tra il 1 luglio e il 30 settembre. La decisione della Fondazione è presa anche sulla base della propria disponibilità di bilancio. L'elenco delle produzioni comprende gli ammessi, i non ammessi, quelli che hanno rinunciato e i progetti da rivedere.

**TAB. 3 PRODUZIONI CHE HANNO PRESENTATO ISTANZA E ESITO, 30 GIUGNO 2012**

TITOLO PROGETTO	PRODUZIONE	ESITO
2 mari, 1000 fondali	Pg Film	Da rivedere
A cavallo tra cielo e terra	Genea Art Production	Non ammesso
A volte la neve scende a giugno	Starlex Production	Non ammesso
Bellezze e rovine: il mezzogiorno d'Italia di Umberto Zanotti Bianco	Scarford Produzioni	Da rivedere
Calabria, terra ricca di passato e di futuro	Greenlight	Rinuncia
Con rabbia e con sapere	Eur Film	Da ripresentare/fuori termine
Deriva	Euro Film	Da rivedere
Di come un giorno	S.Ti.C. Cinematografica	Da rivedere
Fiabeschi torna a casa	<b>11 Marzo Film</b>	<b>AMMESSO</b>
Gli amanti di villa Verona	Mood Film	Non ammesso
Italian Symphony of Food - Regional Italian Travel and Cooking Show	Tony Pantano Promotions	Da rivedere
La famiglia Gionni	<b>MT20</b>	<b>AMMESSO</b>
La riviera dei cedri	A-movie	Non ammesso
La strana famiglia	Bluocean	Non ammesso
Ladri di cardellini	Figli del Bronx	Non ammesso
Marina	<b>Orisa Produzioni</b>	<b>AMMESSO</b>
Mendicino Corto- Festival	Centro studi don Ciccio Salvinno	Da rivedere
Mi fido di te	Casanova Multimedia	Rinuncia
Mi manca De Seta	Karta Film	Da rivedere
Piccolina bella	<b>Beta Pictures</b>	<b>AMMESSO</b>
Savina e la nascita di Davoli	Ass. Culturale "A ruga e Davoli"	Da rivedere
The missing paper	<b>Martinelli Film Company</b>	<b>AMMESSO</b>
<b>Tutti quanti abbiamo un angelo</b>	Loading Production	Da rivedere

Fonte: sito web Calabria Film Commission

Le produzioni ammesse al sostegno nel 2012 sono dunque 5. Tra queste ricordiamo "Fiabeschi torna a casa" di Max Mazzotta, con Lunetta Savino e Ninetto Davoli, film sul tema del ritorno alle radici, e "Piccolina Bella" di Anna Scaglione, in coproduzione con la Francia. A dimostrazione che il territorio è in grado di attirare produzioni nazionali e internazionali. A luglio 2013 sono iniziate le

riprese della miniserie in due puntate "Il giudice meschino" (prodotta per Rai Uno da Italian International Film) tratta dal romanzo di Mimmo Cangemi e che vedrà come protagonisti Luca Zingaretti e Luisa Ranieri e girata con la collaborazione della Calabria Film Commission. Gli esterni sono stati girati a Reggio per sette settimane. La Regione ha inteso sposare il progetto – ha spiegato il presidente della Regione Calabria Giuseppe Scopelliti – perché quella che ne emerge è una Calabria positiva, che mette in mostra le cose belle del territorio. "Questa importante operazione culturale voluta dal Presidente Scopelliti e promossa dalla Calabria Film Commission – ha commentato l'Assessore regionale alla Cultura Mario Caligiuri – sottolinea il cambiamento genetico della nostra regione da terra di problemi in terra di opportunità. Anche in questo caso confermiamo la vera natura della nostra regione, che è quella culturale. Mimmo Gangemi è un grande scrittore italiano nato in Calabria, Carlo Carlei è un grande regista italiano nato in Calabria e Fulvio Lucisano, decano dei produttori cinematografici italiani, è di origini calabresi". Nella fiction dovrebbero essere stati impiegati circa 80 addetti al giorno tra tecnici e artisti, quasi la metà dei quali di origine calabrese, con importanti ricadute in termini economici ed occupazionali<sup>84</sup>.

Un altro film targato Calabria, "Quel che resta", di Laszlo Balbo dedicato al terremoto del 1908 e alle sue tragiche conseguenze, ha vinto nel 2013 – prima volta di un film italiano in 10 edizioni – il Salento international film festival, aggiudicandosi oltre che il premio come miglior film, anche quello per la miglior colonna sonora, composta dal reggino Sandro Scialpi. Attori, musiche e sceneggiatura hanno il marchio della Calabria, così come gli autori dei due romanzi da cui è tratta la pellicola "Le baracche" di Fortunato Seminara e "Ricordi di un dissepolto" di Michele Calauti. Il film è stato coprodotto dalla Calabria Film Commission su idea dell'ex presidente (fino al 2010) Francesco Zinnato. "Il cinema è arte e cultura – ha evidenziato Caligiuri – ma anche crescita sociale ed economica. Questo riconoscimento è un risultato che premia anche l'azione svolta nel corso degli anni dalla Film Commission Calabria"<sup>85</sup>. A proposito della Calabria Film Commission e dei problemi relativi alla distribuzione, l'attore reggino Giacomo Battaglia ha commentato "La nuova gestione della Calabria Film Commission doveva avere un pò più di attenzione verso questa creatura. Io l'ho presa per mano e l'ho portata avanti con grosse difficoltà perché nel passaggio dalla vecchia alla nuova gestione della Calabria Film Commission il film non esisteva ancora e adesso con le mie forze personali e con quello che succede ai festival stiamo cercando di fare una piccola distribuzione su tutto il territorio nazionale. Ma fortuna vuole che il Festival del Salento sia gemellato con dieci città straniere per cui il film sarà a Mosca, a San Pietroburgo, ad Hong Kong [...]"<sup>86</sup>. Sempre a proposito della distribuzione Michele Geria, production manager della FCFC, in occasione della presentazione del film avvenuta lo scorso 3 dicembre 2012, ha tenuto a sottolineare che "Quel che resta' è nato quando alla guida della Fondazione vi era l'ex presidente Zinnato. All'idea di Zinnato è doveroso assegnare un bel 10 per l'operazione culturale, però di contro sono del parere che sul fronte dell'operazione produttiva-economica sono costretto ad assegnare uno zero tagliato. L'ex Calabria Film Commission investì tutto sul progetto da realizzare, ma non prese accordi con una casa di distribuzione. Ad oggi infatti, "Quel che resta" non ha ancora trovato chi lo distribuirà al grande pubblico. Per tali motivi, la nuova Calabria Film Commission, presieduta da Gianluca Curti, ha cambiato completamente rotta: i film si finanziano solo se è stato firmato prima un contratto con una casa di distribuzione. Dall'insediamento del Presidente Curti infatti, abbiamo già finanziato tre pellicole, tutte e tre regolarmente distribuite"<sup>87</sup>.

<sup>84</sup> Cfr. [www.regione.calabria.it/index.php?option=com\\_content&task=view&id=12448&Itemid=136](http://www.regione.calabria.it/index.php?option=com_content&task=view&id=12448&Itemid=136)

<sup>85</sup> Cfr. [www.regione.calabria.it/index.php?option=com\\_content&task=view&id=12658&Itemid=136](http://www.regione.calabria.it/index.php?option=com_content&task=view&id=12658&Itemid=136)

<sup>86</sup> Cfr. [www.calabriaonweb.it/2013/10/02/quel-che-resta-dopo-il-terremoto-1908-conquista-il-salento-international-film-festival](http://www.calabriaonweb.it/2013/10/02/quel-che-resta-dopo-il-terremoto-1908-conquista-il-salento-international-film-festival)

<sup>87</sup> Cfr. [www.facebook.com/events/56581727677016/permalink/568337483191662/](https://www.facebook.com/events/56581727677016/permalink/568337483191662/)



## 2.4 Risorse e costi

La Calabria Film Commission ha avuto a disposizione per il 2012 un budget di un milione di euro, risorse che provengono totalmente da fondi regionali. Per il triennio 2006-2008 ha avuto a disposizione un budget di 2,4 milioni di euro, di cui 1,2 per il 2006.

## 2.5 Personale

Le risorse umane della Calabria Film Commission sono sei<sup>88</sup>: il Presidente, un Production & Location manager, un Coordinator, un Addetto all'amministrazione, un Addetto ai progetti speciali e un Legal advisor.

## 2.6 Servizi online

Il sito [www.calabriafilmcommission.net](http://www.calabriafilmcommission.net), è disponibile solo in italiano.



La Calabria Film Commission dispone di una pagina Facebook per informare sulle proprie attività e sulle opportunità offerte con 1.152 fan e 3 "Persone che ne parlano"<sup>89</sup>.

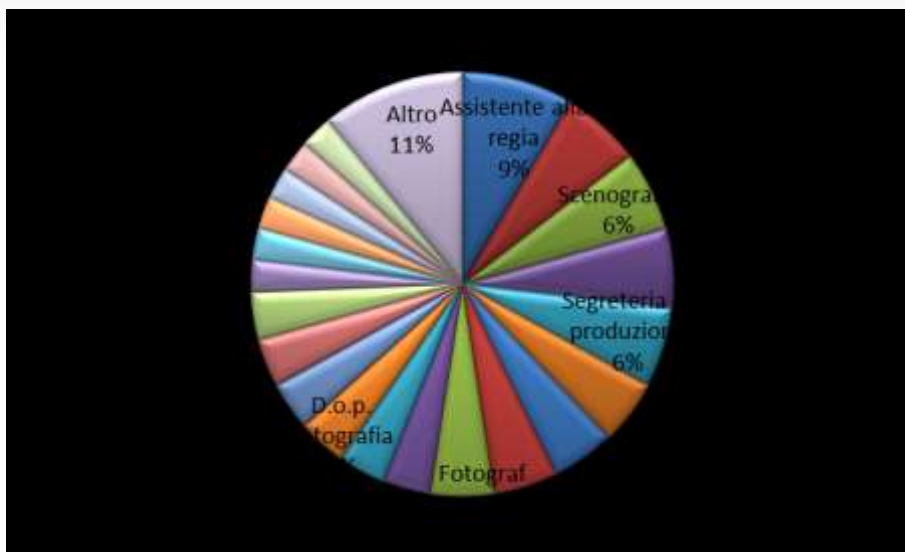
La **Location guide** presente sul sito è strutturata in una gallery fotografica composta da 18 location. Il meccanismo è a scorrimento. Non è possibile accedere ad alcuna descrizione delle location presenti. La Calabria Film Commission comunica inoltre la ricerca di nuove location di qualunque genere (abitazioni, uffici, ristoranti, negozi, strutture industriali, commerciali, sportive, etc.) La **Production guide**, denominata "Guida alle produzioni" è strutturata ad elenco ed è disponibile online ad accesso libero. L'elenco è diviso per mansioni e per ciascun professionista (sono assenti le imprese) è possibile visualizzare, oltre a nome e cognome, i contatti (telefono e email) e la provincia di appartenenza.

All'interno della production guide (rappresentativa del solo comparto produttivo locale) sono presenti 82 professionisti suddivisi in 30 differenti mansioni. La categoria più rappresentata è quella degli Assistenti alla regia (7 professionisti corrispondenti al 9% del totale), cui seguono Segreteria di edizione, Scenografia, Ispettore di produzione e Segreteria di produzione (5 professionisti per categoria, corrispondenti al 6% del totale). Numerose le mansioni che hanno un solo rappresentante (9), corrispondenti all'11% del totale professionisti della production guide.

FIG. 5 COMPOSIZIONE PRODUCTION GUIDE, %

<sup>88</sup> Fonte: sito web Calabria Film Commission, sezione "Chi siamo"

<sup>89</sup> Dati aggiornati al 29 ottobre 2013.



Note: alla voce altro sono riportate le categorie con un solo rappresentante. Fonte: elaborazioni lem – Rosselli su dati sito web Calabria Film Commission

Nella ripartizione per province della production guide, Reggio Calabria è la più rappresentata, ospitando 26 professionisti, ovvero il 32% del totale. Segue Cosenza, con 25 professionisti, ovvero il 30% della torta. A Catanzaro, capoluogo di regione, sono attivi 10 professionisti, ovvero il 12% del totale. Da segnalare, all'interno della production guide, la presenza di un numero minimo di professionisti (3) dei quali peraltro non è segnalata la provincia di appartenenza.

FIG. 6 RIPARTIZIONE PER PROVINCIA DELLA PRODUCTION GUIDE, %



Fonte: elaborazioni lem – Rosselli su dati sito web Calabria Film Commission

La Calabria Film Commission non dispone di un Archivio produzioni. Sul sito è presente la sezione “Girano in Calabria”, in cui vengono mostrate immagini del film “Fiabeschi torna a casa” e si informa sulle produzioni di cui sono terminate le riprese (“Fiabeschi torna a casa”, “Famiglia Gionni 2” e “Il Sud è niente”).

Il sito offre inoltre altre sezioni, tra cui “Eventi”, in cui si informa sull’iniziativa “I giovani comunicano e promuovono i diritti – Per una cittadinanza europea”, incontro con gli studenti per il progetto Spot 6D.

La sezione “News” contiene i link all’elenco delle produzioni ammesse al bando e alla determina n. 8/2012 che contiene i progetti beneficiari.

## 2.7 Relazioni istituzionali

La Calabria Film Commission lavora a stretto contatto con gli Assessorati alla Cultura e al Turismo ed è parte dell'Associazione Italian Film Commissions.

Nell'ambito del progetto integrato di sviluppo regionale "Eventi culturali" (Programma Operativo FESR 2007-2013 Asse V – Risorse naturali, culturali e turismo sostenibile), la Calabria Film Commission ha lanciato a maggio 2012 un avviso pubblico per la selezione e il finanziamento di nuovi eventi culturali innovativi, intendendo, in particolare, ricercare sponsor per la concessione di spazi e/o la realizzazione di attività, iniziative, eventi, manifestazioni varie, nell'ambito dell'organizzazione di tre Festival Cinematografici a Reggio Calabria, Cosenza e Squillace - Montepaone (CZ) da realizzare nel triennio 2012-2014 nei settori della cultura, dello spettacolo, del turismo, dello sport e delle politiche giovanili.

La sponsorizzazione ha come oggetto la realizzazione e promozione del progetto "Festival Cinematografico della Calabria" e il piano di comunicazione ha come finalità quella di creare e diffondere presso il pubblico una "immagine unica" del progetto di festival attraverso:

- valorizzazione del territorio in particolare delle sue risorse culturali, naturali e paesaggistiche, umane e di talenti, economiche e sociali;
- produzione di identità e immagine, attraverso la promozione del territorio, il suo posizionamento strategico e la sua competitività, favorendone i processi di identificazione culturale con il territorio, con il fine di produrre benefici per il sistema sociale, economico e imprenditoriale;
- l'attivazione di processi virtuosi di collegamento tra i vari attori locali di filiere parallele al cinema, come quella dei beni culturali e paesaggistici, del turismo e della formazione.

La Fondazione Calabria Film Commission si è aggiudicata uno dei sette eventi banditi dall'assessorato alla Cultura della Regione Calabria rientrante nei Fondi FESR, che ha permesso la realizzazione del progetto "Festival Cinematografico della Calabria" composto da tre sezioni: "Il Magna Graecia Film Festival" di Squillace (CZ), la "Primavera del Cinema" di Cosenza e il "Reggio Calabria Film Fest" per un importo totale di 1,75 milioni di euro nel triennio 2012, 2013 e 2014 (vedi *infra*).

## 2.8 Rapporti con il territorio

Dai documenti di programmazione regionale (Programma Operativo FESR 2007-2013) si individuano 12 linee strategiche individuate dalla Regione su cui era indirizzata tutta l'attività politica ed amministrativa per il triennio 2008-2010. Tra esse figurava anche "la valorizzazione dei beni e delle attività culturali e la promozione della competitività delle destinazioni turistiche".

Il sito Mobitaly – lo viaggio in Calabria propone un'interessante carrellata di film che hanno messo in risalto le particolarità del territorio calabrese trasformandolo in uno dei protagonisti del film o della fiction girata sul territorio<sup>90</sup>.

È il caso di "Gente di mare", fiction targata Rai e girata sulla costa tirrenica tra Tropea e la Sicilia, andata in onda per due stagioni tra il 2005 e il 2007. "L'uomo che sognava con le aquile", miniserie televisiva con Terence Hill, andata in onda nel 2006 e ambientata in Aspromonte. "La luna e il lago", film per la tv del 2006 di Andrea Porporati, una storia di amicizia ambientata tra le montagne della Sila Piccola di Catanzaro. "Artemisia Sánchez", miniserie televisiva andata in onda nel 2008 sulla Rai, ambientata a Seminara, paesino del calabrese nel tardo Settecento; tratta dall'omonimo romanzo di Santo Giuffré la serie è stata girata interamente in Calabria, tra Sibari, Bivongi e Palmi. "Un ragazzo di Calabria" film del 1987 di Luigi Comencini ha come sfondo la Reggio Calabria della ricostruzione negli Anni Sessanta, offrendo uno spaccato della cultura di provincia. "L'abbuffata" film del 2007 diretto da Mimmo Calopresti e girato a Diamante in provincia di Cosenza, narra le vicende di tre giovani di Diamante che vogliono realizzare un cortometraggio e, inaspettatamente, ricevono l'ok alla loro proposta da Gerard Depardieu che, giunto a destinazione, è accolto da un pranzo simbolo dell'ospitalità calabrese.

<sup>90</sup> Cfr. [www.mobitaly.it/DettaglioEditoriale.aspx?Mid=252](http://www.mobitaly.it/DettaglioEditoriale.aspx?Mid=252)

La Calabria è stata utilizzata anche come location per prodotti ambientati in altri luoghi: la miniserie Rai del 2007 "Giuseppe Moscati: l'amore che guarisce" ha trasformato il centro storico di Cosenza nella Napoli dell'Ottocento. Il film "The Vij" (2009) esordio alla regia dell'attore Robert Englund è stato girato in Calabria, ispirato dall'atmosfera di Pentedattilo e Bova in provincia di Reggio Calabria.

Dalla carrellata di film e fiction proposti sembrerebbe che il cineturismo in Calabria sia una strada da percorrere se le location cinematografiche continueranno ad essere riconoscibili e le produzioni sul territorio stimolate adeguatamente.

Symbola - Unioncamere<sup>91</sup> stima, per il 2012, una componente di spesa turistica attivata dalle industrie culturali in Calabria quantificabile in 926 milioni di euro, corrispondente al 3,5% del totale spesa turistica attivata dall'industria culturale in Italia (26,4 miliardi di euro) e al 33% del totale spesa turistica regionale.

### 3 Fondi

La Calabria Film Commission non dispone attualmente di un fondo a sostegno dell'audiovisivo regionale. Una dotazione annuale di 600mila euro disponibile nel 2011 è stata sospesa per il biennio 2012-2013.

Il compito di svolgere le attività di promozione culturale e di sostenere le iniziative di enti locali, fondazioni, associazioni, istituti culturali ed università per "incentivare lo sviluppo della ricerca e della produzione culturale ed artistica, anche in vista del superamento degli squilibri socio-culturali presenti nel territorio regionale" è affidato direttamente alla Regione con legge regionale n. 16 del 19 aprile 1985 "Norme in materia di promozione culturale".

Gli interventi erano volti a favorire:

- a) la produzione, la conoscenza, la diffusione dei valori culturali a carattere storico, umanistico, letterario, scientifico, etnico, artistico, musicale, mediante conferenze, seminari, convegni, congressi, concorsi, premi, mostre, anche nel campo delle arti visive e delle altre attività espositive e divulgative, escluse quelle aventi scopo di lucro.
- b) le iniziative dirette al recupero ed alla valorizzazione dei dialetti, della cultura, delle tradizioni e del folclore del popolo calabrese, nonché ogni altra attività di promozione culturale corrispondente alle finalità di cui alla presente legge.

I soggetti pubblici e privati, ammessi ai finanziamenti regionali, possono beneficiare annualmente di contributi in un solo settore di intervento.

I contributi, di spesa corrente, non sono cumulabili, durante l'anno di assegnazione, con altri contributi regionali per il medesimo progetto.

Il tetto massimo dei contributi regionali è determinato nella misura del 50% del costo del progetto, ovvero delle spese ammissibili, nei limiti delle risorse annualmente disponibili.

Nel Piano triennale 2008-2010 collegato alla legge e approvato da una Consulta regionale le linee di intervento venivano definite per la prima volta coerentemente con il Programma Operativo Regionale 2007-2013 e con altri APQ in procinto di essere avviati in materia di beni e attività culturali.

Il Piano annuale 2008 prevedeva un budget complessivo di 750mila euro. Tra questi, 50mila erano destinati all'attivazione di un Osservatorio regionale. Le risorse sono state assegnate per lo svolgimento di festival, rassegne per la gestione di musei e biblioteche ed eventi culturali ed educativi legati alla valorizzazione del territorio. Non risultano finanziate attività di promozione cinematografica.

<sup>91</sup> Symbola, *Io sono cultura. L'Italia della qualità e della bellezza sfida la crisi*, Rapporto 2013. Il dato che risulta dall'impatto turistico può risultare sovrastimato a causa del perimetro che Symbola utilizza per definire l'industria culturale e creativa, che comprende: film, video e radiotv, videogiochi e software, musica, libri e stampa e poi anche architettura, comunicazione e branding, design e produzione di stile, artigianato, rappresentazioni artistiche, intrattenimento, convegni e fiere, musei, monumenti, archivi e gestione di luoghi e monumenti storici.

<sup>92</sup> Fonte: Rapporto *Il mercato e l'industria del cinema in Italia, 2012*, Fondazione Ente dello Spettacolo, 2013.

Il 4 giugno 2012 è stato pubblicato, sul sito della Regione, l'avviso Fondo Unico per la Cultura 2012. L'avviso è rivolto a Enti locali e loro associazioni in Calabria, Fondazioni e Istituzioni culturali, Associazioni culturali non profit, Università e AFAM della Calabria ed è finalizzato alla realizzazione di eventi culturali in Calabria (rappresentazioni teatrali, concerti, proiezioni cinematografiche, altre tipologie di eventi) realizzati all'interno di beni culturali (aree archeologiche, musei, biblioteche, edifici storici, etc.), di centri storici e, più in generale, nei luoghi di maggiore attrattività turistica che ne hanno i requisiti necessari o di eventi che rafforzano il legame fra identità dei territori, cultura e turismo sostenibile che valorizzino le identità e le tradizioni locali e quindi con una dimensione territoriale sovracomunale (realizzati all'interno dei borghi e dei centri storici dei territori di riferimento).

Per la realizzazione di tali eventi sono messe a disposizione risorse finanziarie pari a 900mila euro a valere sulla programmazione annuale 2012 del Fondo Unico della Cultura – Linea 1.

Il finanziamento viene concesso ai soggetti proponenti come sovvenzione diretta fino alla copertura del 70% delle spese ammissibili sostenute per la realizzazione dell'evento culturale. Il finanziamento massimo per ciascun evento culturale è pari a 70mila euro con una spesa complessivamente ammissibile non superiore al 20% la media della spesa sostenuta per la realizzazione degli eventi nel periodo 2005-2011.

Infine il Regolamento sui criteri e le modalità di accesso ai servizi ed ai benefici previsti dallo statuto della Fondazione Calabria Film Commission, pubblicato su Bollettino ufficiale della Regione Calabria del 16 marzo 2012, elenca le condizioni generali per ottenere benefici, ovvero contributi a fondo perduto a produzioni ritenute meritevoli (art. 3). Tra queste:

- una spesa su territorio regionale di almeno il 200% del contributo erogabile, fino ad un massimo di 100mila euro per progetto;
- riprese su territorio regionale pari ad almeno il 30% del totale delle riprese in esterno del film montato, con esclusione delle produzioni che girino su territorio regionale per meno di 5 settimane o delle serie di più di 2 puntate per le quali le riprese sul territorio devono corrispondere ad almeno il 10% del totale delle riprese in esterno del film montato;
- assunzione del 20% del personale (troupe e cast), escluso il main cast, composto da residenti o nati in Calabria;
- garanzia nell'assicurare almeno due posizioni di tirocinio formativo a produzione per studenti del settore dei media;
- inizio delle riprese entro il termine concordato nell'apposita "Convenzione";
- consegna di alcune copie del film e dei diritti di sfruttamento non commerciale per proiezioni di carattere culturale, promozionale, divulgativo e didattico da utilizzare una volta esaurito il ciclo di proiezioni in prima e seconda visione.

La ripartizione delle tipologie filmiche sostenute prevede: 30% lungometraggi; 29% pubblicità; 10% documentari; 1% corti; 30% serie tv<sup>93</sup>.

#### 4 Eccellenze e innovazione

All'interno del territorio calabrese sono state individuate varie iniziative interessanti e innovative.

Il **Festival Cinematografico della Calabria** è organizzato dalla Fondazione Calabria Film Commission che ha mostrato interesse nella capacità di attrarre investimenti nel settore cinematografico con ricadute a livello economico e occupazionale. L'intento è anche quello di lavorare in sinergia con gli Enti locali, Province, Comuni, Camere di commercio e Associazioni industriali, allo scopo di essere più presenti sul territorio, ma anche di reperire le figure professionali necessarie alle produzioni che decidono di girare in loco e adatte alla formazione delle maestranze e dei tecnici specializzati<sup>94</sup>. L'aspetto innovativo del progetto proposto riguarda la regia unica dei Festival del Cinema, con

<sup>93</sup> Cfr. Territorio del cinema italiano, a cura di Marco Maria Gazzano, Stefania Parigi, Vito Zaggarro, Forum, 2013.

<sup>94</sup> Motivazioni annunciate nel corso del Festival di Roma 2011.

conseguenze positive in termini di economie di scala, sinergie culturali e istituzionali e gestione e governance dei processi di attuazione. Il Festival Cinematografico della Calabria è itinerante, si svolge in più occasioni nelle province calabresi e propone intrattenimento, spettacolo e cultura, con un occhio alle tendenze del cinema contemporaneo e allo stesso tempo attento alla sua memoria e ai grandi temi dell'attualità. Sono parte integrante della manifestazione tre eventi:

- "La primavera del cinema italiano" che si svolge a Cosenza (VII edizione 11-19 ottobre 2013)
- "Magna Graecia Film Festival" che si svolge tra Squillace (CZ) e Catanzaro e dedicato ai giovani autori (X edizione 25 novembre – 14 dicembre 2013)
- "Reggio Calabria Film Fest" organizzato dalla Fondazione Calabria Film Commission, e dall'associazione "Askena" che si svolge a Reggio (IX edizione 25-28 settembre 2013).

Ai tre eventi principali vanno aggiunti gli eventi collaterali "Premio Sonora", "Sfogliando un film" e "Calabrie – Luoghi del cinema".

Reggio Calabria è stata una delle tappe del Sud Italia della rassegna itinerante **Cinemadamare** (8-12 agosto 2013) in cui filmmaker da tutto il mondo realizzano durante il festival i film che vengono proiettati nelle piazze.

Da segnalare il sito dell'Assessorato regionale alla cultura [www.eventi.conoscenzacalabria.it](http://www.eventi.conoscenzacalabria.it), cartellone unico dell'offerta culturale della Calabria e della sua comunicazione. Il sito ha al proprio interno un calendario dinamico che riporta quotidianamente gli eventi (completi di data e luogo) delle iniziative promosse dalla Regione Calabria. Innovativa è la formula di comunicazione, in cui sono gli stessi beneficiari, coordinati dall'Assessorato, a pubblicizzare le proprie iniziative, il cartellone complessivo ed il relativo sito. L'ottica è quella di una comunicazione volta ai nuovi media che utilizza spazi di rilievo nazionale, il sito di Repubblica e del Corriere della Sera, Google, Twitter, Facebook. I dati pubblicati dal sito della Regione Calabria in un comunicato del 13 agosto 2013 sono positivi: gli accessi al sito sono aumentati esponenzialmente, così come i contatti generati sugli info center degli organizzatori degli eventi. In soli 20 giorni il numero dei tweet si è più che raddoppiato e più della metà dei messaggi hanno ottenuto risposta ai tweet. Grazie a Facebook sono state raggiunte 338.687 persone con quasi 1500 "I like" da parte di navigatori principalmente adulti (fascia d'età 35-44 anni) e non solo calabresi. Le prime due città di provenienza di chi ha cliccato "Mi piace" sulla pagina Facebook sono Roma e Milano. I dati saranno analizzati ulteriormente dall'Assessorato nei prossimi mesi a dimostrazione che il gradimento e la conoscenza del pubblico, con conseguenti ricadute in termini economici, passa anche per i nuovi media.

Si segnala la rassegna **Video(n)azioni. Percorsi tra video, musica e identità** (febbraio 2012) inaugurata dal Teatro dell'Acquario e dall'Associazione Culturale "Fata Morgana", un tentativo di raccolta dei migliori videoclip realizzati da registi calabresi.

## 5 Formazione

### 5.1 Iniziative gestite direttamente dalla FC

Una convenzione firmata nel 2009 tra Calabria Film Commission e Cinecittà Luce promuoveva un corso di formazione professionale per "Artista degli effetti visivi". Il corso con sede a Lamezia Terme era riservato a giovani calabresi diplomati all'Accademia di Belle Arti o laureati in Architettura e Dams indirizzo cinema. Aveva una durata di 800 ore e prevedeva un incentivo per gli allievi ammessi.

Durante l'edizione 2011 della Mostra del Cinema di Venezia, la Calabria Film Commission ha annunciato l'intenzione di utilizzare i beni confiscati alla criminalità organizzata a scopi formativi, come accaduto a Nicotera ad un immobile sottratto al clan Mancuso di Limbadi, che verrà adibito a luogo di formazione per i mestieri del cinema.

Nell'illustrare le linee d'intervento sui programmi per il triennio 2012- 2014 la Fondazione Calabria Film Commission ha annunciato, nel corso dell'edizione 2012 della Mostra del Cinema di Venezia, alcune novità nel campo della formazione. Con l'Assessorato alla Formazione e Lavoro della Regio-

ne Calabria, è stato infatti annunciato l'avvio di corsi di specializzazione per la cinematografia in figure espressamente tecniche, quali Scenografia, Costumi, Fotografia e Montaggio per 60 allievi a cui sarà data una formazione professionale con docenti di livello internazionale, l'importo stanziato è di 720mila euro.

Inoltre, con la Provincia di Reggio Calabria, in partenariato con la Polizia Stradale, l'Accademia di Belle Arti di RC, la Camera di Commercio ed il Media Desk di RC è stata annunciata la realizzazione di un progetto, cofinanziato dall'Unione Europea e l'UPI (Unione Province d'Italia), rivolto agli studenti delle scuole d'arte della provincia di Reggio Calabria per la realizzazione di Spot in 3D sui temi della legalità, sicurezza sulle strade e salvaguardia ambientale per un importo totale di 200mila euro. Il progetto, denominato SPOT 6D a terminato la fase di incontri con gli studenti e inizieranno a breve le riprese degli spot<sup>95</sup>.

## 5.2 Altre iniziative formative

Lo scorso giugno Marco Tullio Giordana in occasione della presentazione del suo film "Romanzo di una strage" ha parlato del suo progetto di realizzazione di una scuola di cinema in Calabria da realizzare a Rende (CS) con l'aiuto logistico dell'Università della Calabria (che metterebbe a disposizione le strutture) e realizzata con fondi di calabresi e italiani all'estero.

L'Università della Calabria organizza il Corso di laurea magistrale in **Linguaggi dello spettacolo, del cinema e dei media**, progettato per formare di studiosi e professionisti qualificati, da inserire nelle istituzioni ed enti pubblici e privati operanti nel campo delle arti dello spettacolo (cinema, teatro e arti performative) e della comunicazione (media e new media). Il Corso intende fornire oltre ad un inquadramento teorico generale delle principali teorie dei linguaggi dello spettacolo, del cinema e dei media, gli strumenti metodologici e pratici per un'analisi avanzata delle forme dello spettacolo con un'attenzione particolare al Novecento, alla contemporaneità e ai media digitali.

**Experimenta** - Teatro dell'Arte di Reggio Calabria, nata nel gennaio del 2004, ponendosi come obiettivo la diffusione del teatro, delle arti e della cultura, organizza vari laboratori (indicate sul sito (anno 2011-2012):

- L'arte dell'Attore, che offre formazione di base per apprendere le nozioni principali del mestiere dell'attore.
- Il garofano e la spada – laboratorio per la Scuola Secondaria di II grado, che ha come obiettivo principale quello di offrire agli studenti la possibilità di riflettere su alcune tematiche relative alla formazione della persona;
- Teatro civile – Laboratorio per la Scuola Secondaria di II grado, prevede un primo modulo di incontri conferenze con supporto di audiovisivi sul teatro civile e un secondo modulo di laboratorio di scrittura creativa.
- Storia del teatro – Laboratorio teorico-pratico per la Scuola Secondaria di II grado, un excursus cronologico della drammaturgia teatrale.
- Laboratorio teatrale sulla favola – Scuola Primaria, in cui vengono lette e analizzate alcune favole.

La compagnia **Scena Verticale**, titolare con l'Amministrazione comunale di Cosenza del progetto che ha rilanciato il Teatro Morelli di Cosenza, organizza tre percorsi formativi:

- la Scuola di Teatro: strutturata in tre corsi della fascia di età 8-13 anni; il 14-18 anni; 19 anni in su.
- Educazione all'immagine: rivolto a giovani tra gli 11 e i 18 anni, approfondisce tematiche legate alla nascita del cinema, ai suoi mestieri, alla grammatica del linguaggio audiovisivo, alla realizzazione di un prodotto audiovisivo e alla scrittura per immagini.
- Fotografare il teatro: rivolto sia a principianti, ai quali verranno fornite anche nozioni di tecnica fotografica, sia a chi possiede una cultura fotografica, che tratteranno esclusivamente le tematiche relative alla fotografia di scena.

<sup>95</sup> Cfr. Pagina Facebook della Calabria Film Commission: [www.facebook.com/pages/Calabria-Film-Commission/242050805818083](http://www.facebook.com/pages/Calabria-Film-Commission/242050805818083)

L'Accademia di Belle Arti Fidia di Vibo Valentia all'interno del Dipartimento Progettazione ed Arti Applicate organizza corsi di Scenografia e Nuove Tecnologie dell'Arte Cinematografica e Televisiva. Nel 2012 si è tenuto a Platania (CZ) il laboratorio full immersion di recitazione cinematografica di 4 giorni "Dall'attore alla macchina da presa, passando nei mestieri del cinema".

## 6 Le strategie dell'audiovisivo regionale

In occasione della già citata conferenza stampa tenutasi il 18 aprile 2012<sup>96</sup> in cui Giuseppe Scopelliti, presidente della Regione e Gianluca Curti hanno presentato alcune produzioni cinematografiche realizzate con l'aiuto della Calabria Film Commission, Scopelliti aveva affermato che "Il cinema ha un grande valore e la Film Commission può dare alla Calabria altre prospettive, una nuova immagine e rinnovate opportunità. Ci siamo scontrati con alcune difficoltà a reperire risorse per la Fondazione ma i fondi, seppur non tantissimi, sono stati trovati perché siamo fermamente intenzionati ad investire in questo settore che può consentire alla Calabria, attraverso produzioni importanti e di qualità, di veicolare all'esterno l'immagine vera e positiva di questa porzione d'Italia. Far girare qui delle produzioni, inoltre, significa anche fare avvicinare al lavoro tanti giovani. Assieme al gruppo che ha il compito di coordinare le attività della Fondazione, abbiamo selezionato una serie di produzioni e stiamo programmando il futuro cercando di attrarre quanti vogliono scegliere questa terra come set per i propri film". A sua volta Curti, aveva sottolineato l'impegno della fondazione: "Non abbiamo la dotazione di altre Film Commission italiane ma questo territorio straordinario riesce ad attrarre molte produzioni nazionali e internazionali".

Le strategie della Regione Calabria, e della Film Commission che per essa, cura le attività legate al cinema e all'audiovisivo, rientrano nei pacchetti integrati di agevolazioni "Cultura", finanziati con bandi P.O.R. L'obiettivo finale è quello di costruire attorno al cinema e all'audiovisivo un sistema di relazioni, servizi, strutture e risorse volte alla delimitazione di un "sistema per la produzione cinematografica regionale", con particolare riferimento alle attività di produzione, post produzione, distribuzione (per un importo di 3 milioni di euro).

La realizzazione del Festival Cinematografico della Calabria rientra in queste finalità: la FCFC intende infatti aiutare le industrie culturali e creative a svilupparsi nel loro ambiente, incentivare la costituzione di soggetti calabresi attivi nel settore cinema, contribuire al recupero e la valorizzazione della memoria storica e dell'identità socio-culturale, agire sui talenti locali mettendoli in rete fra loro e in comunicazione con l'ambiente internazionale. Obiettivo finale è la promozione della cultura cinematografica in Calabria, attraverso, tra le altre cose, la valorizzazione delle opere cinematografiche girate nel territorio, la delle location e di attori ed autori calabresi.

### 6.1 Punti di forza e di debolezza, opportunità e minacce

L'analisi del territorio calabrese ha evidenziato le grosse potenzialità del territorio calabrese come terra di cinema. Si tratta di un territorio poco esplorato in tutti i suoi ambiti, da quello strettamente produttivo alle sue varie sfaccettature quali ad esempio il cineturismo. Si tratterebbe di innescare un circolo virtuoso in cui l'arrivo di produzioni porterebbe grandi vantaggi dal punto di vista economico ed occupazionale e in termini di ritorno di immagine.

Tuttavia sembrerebbe che lo sforzo della Regione e della locale Film Commission non si stia dimostrando efficace: le iniziative risultano sporadiche e non collegate tra loro. La ricerca ha messo in luce tante iniziative, in termini di festival del cinema, di attività formative, etc. che mancano di continuità e sono spesso poco strutturate. Lo stesso sito della Film Commission ha delle sezioni non sempre aggiornate e di facile lettura per gli addetti ai lavori che vorrebbero girare sul territorio.

Occorrerebbe un grande sforzo di rinnovamento, un lavoro sull'immagine della Calabria come terra di cinema e sulle proprie istituzioni come facilitatori di queste attività.

<sup>96</sup> Cfr. [http://www.regione.calabria.it/index.php?option=com\\_content&task=view&id=8923&Itemid=136](http://www.regione.calabria.it/index.php?option=com_content&task=view&id=8923&Itemid=136)



Un passo avanti significativo è stata l'organizzazione del Festival Cinematografico della Calabria, tentativo, ad ora riuscito, di unificare vari eventi un unico cappello di regia con conseguenze positive in termini di economie di scala, sforzi e ritorno di immagine. L'auspicio è che tale tentativo non rimanga isolato, e che il cinema nelle sue varie sfaccettature diventi un volano di sviluppo di questa terra.

# Scheda n.5: Campania

## 1 L'audiovisivo regionale in cifre

L'audiovisivo in Campania conta poco più di 900 imprese attive sul territorio ovvero il 6,8% del totale nazionale, incidenza che si riduce al 4,9% e al 4,8% se guardiamo rispettivamente al numero degli occupati e al valore aggiunto generato. I tre indicatori posizionano la Campania al terzo posto nella graduatoria nazionale per numero di imprese, al sesto posto per occupati e al quinto posto per valore aggiunto prodotto<sup>97</sup>.

TAB. 1 IMPRESE, OCCUPATI E VALORE AGGIUNTO IN CAMPANIA E INCIDENZA %, 2012

	Imprese Film Radio-Tv	Incidenza %	Occupati	Incidenza %	Valore ag- giunto (M€)	Incidenza %
Campania	913	6,8%	3.600	4,9%	348,8	4,8%
Italia	13.407	100%	73.500	100%	8.056,3	100%

Fonte: elaborazioni lem – Rosselli su dati Symbola – Unioncamere

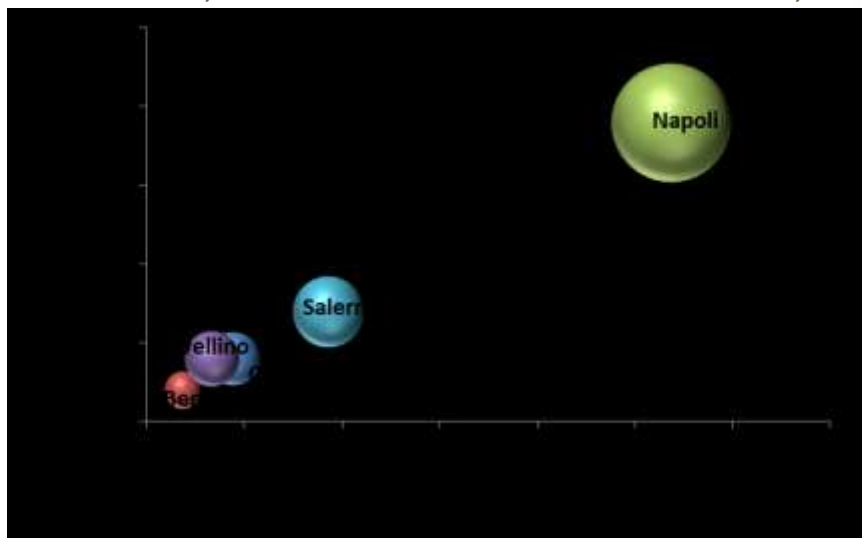
La prevalenza di Napoli è evidente nei tre parametri di valutazione analizzati, ospitando circa il 60% delle imprese del comparto e più della metà degli occupati, e generando oltre la metà del valore aggiunto regionale.

TAB. 2 IMPRESE, OCCUPATI E VALORE AGGIUNTO NELLE PROVINCE CAMPANE, 2012

Provincia	Imprese	Occupati	Valore ag- giunto
Napoli	537	1.900	207,0
Caserta	88	400	41,3
Benevento	36	200	19,5
Avellino	66	400	43,6
Salerno	186	700	73,5

Note: dati valore aggiunto in M€. Fonte: elaborazioni lem – Rosselli su dati Symbola – Unioncamere

FIG. 1 IMPRESE, OCCUPATI E VALORE AGGIUNTO NELLE PROVINCE CAMPANE, 2012

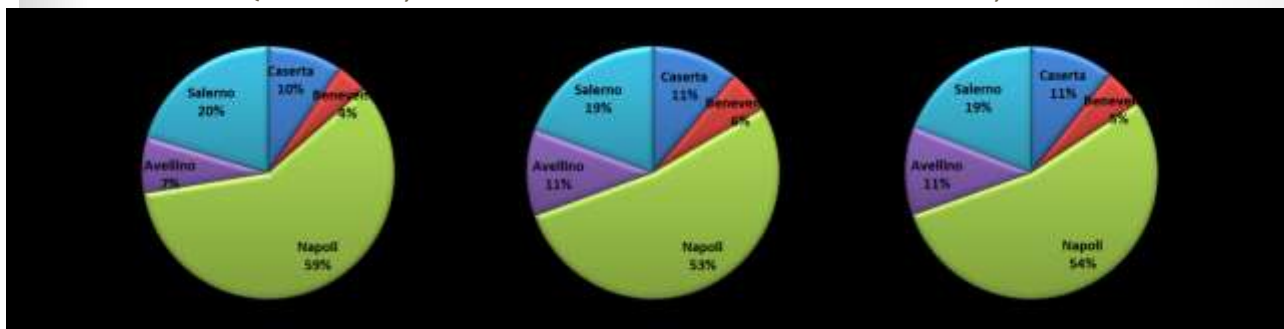


<sup>97</sup> Fonte: *Io sono cultura: L'Italia della qualità e della bellezza sfida la crisi*, III Rapporto Unioncamere – Symbola, 2013

Fonte: elaborazioni Iem – Rosselli su dati Symbola – Unioncamere

Salerno si colloca al secondo posto, ospitando un quinto delle imprese e degli occupati nonché del valore aggiunto prodotto. Fanalino di coda è Benevento, con una quota tra il 4% e il 6% di tutti i parametri.

FIG. 2 QUOTA IMPRESE, OCCUPATI E VALORE AGGIUNTO NELLE PROVINCE CAMPANE, 2012



Fonte: elaborazioni Iem – Rosselli su dati Symbola – Unioncamere

In relazione alla popolazione residente<sup>98</sup> il numero di occupati nel settore ammonta a un occupato ogni 1.603 abitanti, inferiore alla media italiana, che è di un occupato nel settore ogni 812 abitanti. La relazione abitanti/imprese nel settore è invece di un'impresa ogni 6.320 abitanti, inferiore al dato italiano di un'impresa ogni 4.452 abitanti.

Il tasso di disoccupazione nel 2012 è stato in media del 18,5%<sup>99</sup>, superiore alla media Italiana del 10,7%. I dati trimestrali relativi al 2013 mostrano un peggioramento della situazione occupazionale, del 22,2% nel primo trimestre dell'anno in corso, che si riduce nel secondo trimestre al 21,9% (il dato italiano mostra un tasso di disoccupazione rispettivamente del 12,8% e del 12% nel primo e secondo trimestre dell'anno in corso). Il Pil nel 2012 si è ridotto del 2,1% rispetto al 2011, un dato più ottimistico di quello italiano del -2,4%<sup>100</sup>.

Il 40,7% delle famiglie campane dispone a casa, nel 2012, di un accesso a Internet a banda larga, la penetrazione è inferiore a quella del territorio italiano totale, che è del 48,6%.

La quota del Fondo Unico per lo Spettacolo destinata al cinema nel 2011 è stata, per la regione Campania, di 951.794 euro (l'1,6% del totale quota destinata al cinema a livello nazionale) a beneficio di 66 soggetti. Al cinema è andato il 4,2% della cifra che il FUS ha destinato ai soggetti operanti su territorio campano (22,6 milioni di euro).

I dati Siae<sup>101</sup> sul settore cinematografico mettono in evidenza una forte crisi del settore, che, nel 2012, si è fatta sentire in maniera consistente in tutti i parametri di ricerca, con la sola eccezione delle presenze.

Nonostante il numero di spettacoli sia aumentato da 216.101 del 2011 a 219.992 del 2012 (+1,8%), gli ingressi al cinema nel 2012 in tutta la regione sono stati 7.546.790, in calo del 10,2% rispetto al 2011. Le presenze<sup>102</sup> sono invece aumentate del 146,7% sul 2011 a 452.465.

Nel 2012 il pubblico ha speso, per l'acquisto di biglietti e abbonamenti al cinema (spesa del botteghino), 44.096.377 euro, in calo dell'8,8% rispetto all'anno precedente. Poiché nel cinema la gran parte della spesa del pubblico proviene dall'acquisto di biglietti ed abbonamenti, non si registrano

<sup>98</sup> Popolazione al 31 dicembre 2012 in base a dati Istat (Cfr. <http://demo.istat.it/bil2012/index.html>)

<sup>99</sup> Dato Istat

<sup>100</sup> Cfr. <http://www.scenarieconomici.it/i-dati-del-pil-tra-2001-e-2014-di-tutte-le-regioni-italiane/>

<sup>101</sup> Siae, *Annuario dello Spettacolo*, 2012

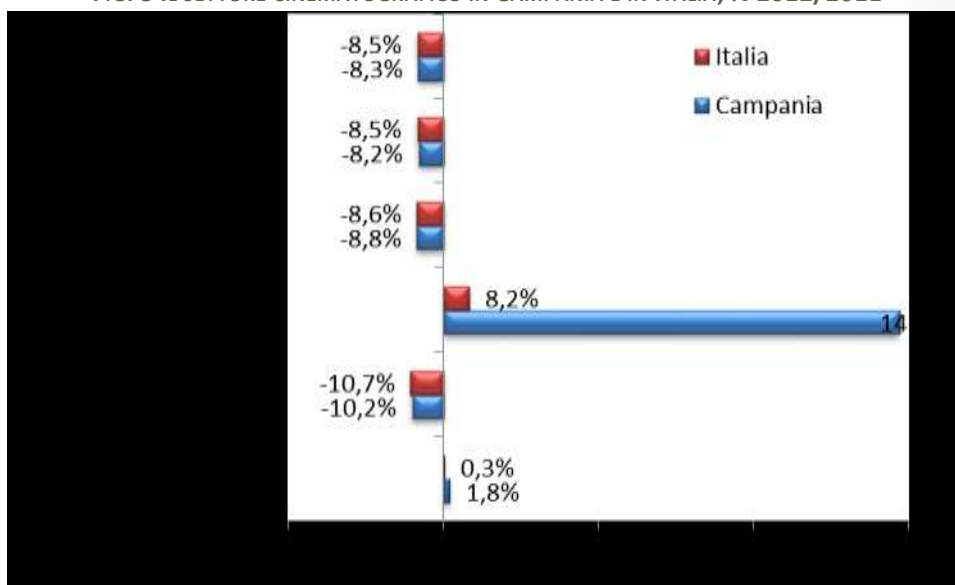
<sup>102</sup> A differenza degli ingressi, le presenze vengono utilizzate per quantificare i partecipanti a manifestazioni per le quali non è previsto il rilascio di titoli d'accesso.

grandi differenze tra spesa del botteghino e la spesa del pubblico<sup>103</sup>, che ammonta, per questo settore, a 49.676.859 euro, in calo dell'8,2%.

Il volume d'affari complessivo relativo al settore cinematografico in Campania ammonta dunque a 49.797.396 euro, in calo dell'8,3% sul 2011.

I dati appena citati non si discostano troppo rispetto a quelli nazionali per tutti i parametri di ricerca con la sola eccezione delle presenze, che, se in Campania hanno avuto un boom di crescita del 146,7%, nel totale Italia sono cresciute dell'8,2%.

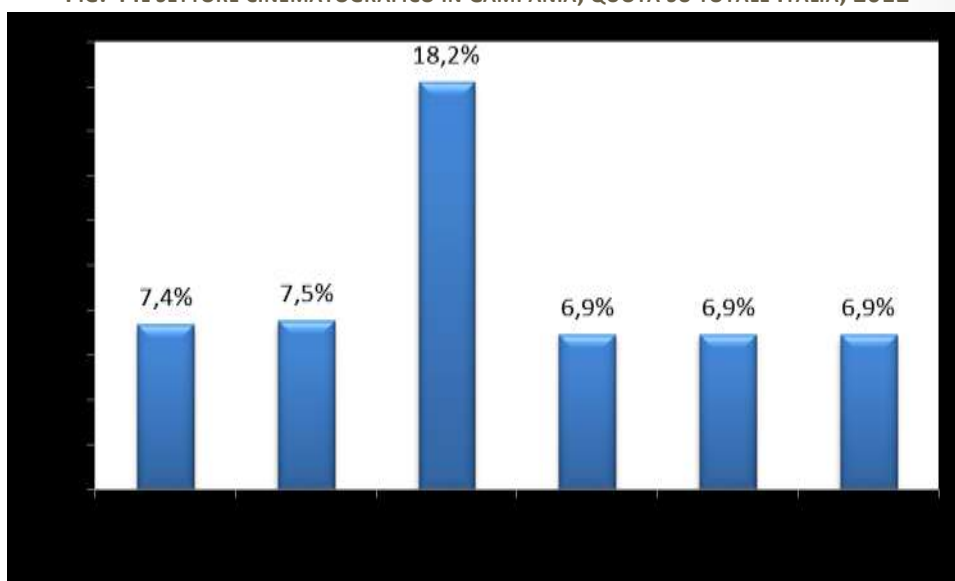
FIG. 3 IL SETTORE CINEMATOGRAFICO IN CAMPANIA E IN ITALIA, % 2012/2011



Fonte: elaborazioni Iem – Rosselli su dati Siae

La quota Campania sul totale Italia si aggira tra il 6,9% e il 7,5% per tutti i parametri. Ancora una volta, il dato sulle presenze mostra un anomalo 18,2%, che vede la Campania al secondo posto per presenze al cinema nel 2012 dopo la Liguria.

FIG. 4 IL SETTORE CINEMATOGRAFICO IN CAMPANIA, QUOTA SU TOTALE ITALIA, 2012




Fonte: elaborazioni Iem – Rosselli su dati Siae

<sup>103</sup> L'importo che il pubblico ha destinato, nell'anno 2012, alla fruizione degli spettacoli.

## 2 La Film Commission Regione Campania

La Film Commission Regione Campania è stata costituita nel 2004 a seguito della delibera della Giunta regionale n. 3.302 del 21 novembre 2003. Nata come società consortile a responsabilità limitata (scarl) viene poi trasformata in srl. È interamente partecipata dalla Regione ed è operativa dal 2005. Per il 2013 è previsto il passaggio da srl a Fondazione. Tale passaggio consentirebbe l'apertura ad altri soci, oltre alla Regione, e quindi di una maggiore disponibilità di budget.

### 2.1 Scheda Anagrafica

<b>Logo</b>	 <p>Film Commission Regione Campania</p>
<b>Nome completo</b>	<b>FILM COMMISSION REGIONE CAMPANIA</b>
<b>Forma giuridica</b>	Società in house Regione Campania con Regione Campania socio unico. Prossimamente Fondazione di Partecipazione
<b>Persone di riferimento</b>	Valerio Caprara (Amministratore Unico) Maurizio Gemma (Direttore Generale)
<b>Enti pubblici/privati nella compagine</b>	Regione Campania
<b>Data di istituzione</b>	2004
<b>Data di avvio attività</b>	2005
<b>Indirizzo</b>	Calata Trinità Maggiore, 53, Napoli
<b>Contatti telefonici</b>	081 4206071
<b>Sito e mail</b>	www.fcrc.it info@fcrc.it
<b>Pagina Facebook/Twitter</b>	=
<b>Eventuali altre sedi</b>	=
<b>Altre FC attive sul territorio</b>	=

### 2.2 Mission e attività, azioni di monitoraggio

La Film Commission Regione Campania è specializzata nella fornitura di servizi e agevolazioni per le produzioni, incentivando la rete di collaborazioni tra addetti ai lavori, istituzioni, enti locali e maestranze sul territorio. Si pone l'obiettivo di promuovere la regione Campania come set ideale per la realizzazione di contenuti audiovisivi quali film, serie tv, spot pubblicitari, etc.

Oltre che dell'Associazione Italian Film Commissions la FCRC fa parte del Network delle Film Commission Europee EuFCN.

Gli obiettivi strategici di promozione del comparto locale e sviluppo territoriale vengono perseguiti anche attraverso collaborazioni con organizzazioni quali Doc / it, FERT – Antenna Media, Sources 2.

La mission primaria dichiarata dalla Film Commission Regione Campania è dunque il sostegno e la promozione della produzione cinematografica e audiovisiva, a cui segue la promozione turistica, l'incentivazione del lavoro delle risorse umane locali e lo sviluppo dell'indotto economico/produttivo.

I servizi offerti comprendono (in ordine di importanza):

- assistenza permessi
- assistenza shooting
- scouting/database location
- segnalazione risorse umane sul territorio (artistiche/tecniche)
- promozione turistica
- promozione culturale
- facilities/ospitalità alle produzioni
- fornitura uffici alle produzioni/cineporto
- finanziamenti alle produzioni
- erogazione servizi formativi
- organizzazione matchmaking tra produzione locale e committenza

Le azioni di monitoraggio e valutazione delle azioni svolte vengono misurate tramite elaborazione dei dati rilevati empiricamente e valori medi per tipologia di produzione.

### 2.3 Produzioni assistite

Tra il 2011 e giugno 2013 la Film Commission Regione Campania ha assistito un totale di 130 produzioni, di cui 48 nel 2011, 58 nel 2012 e 24 nel primo semestre del 2013.

Queste produzioni non hanno beneficiato di sostegno economico-finanziario a causa della sospensione del Fondo regionale per le coproduzioni a partire dal 2009. L'assistenza della FCRC ha riguardato pertanto aspetti di natura tecnico logistica o facilities (sconti, convenzioni, individuazione di agevolazioni per la concessione di location in gratuità o a costi contenuti, etc.) ma anche il supporto al fund-raising e al reperimento di sponsorizzazioni presso strutture pubbliche e private.

Le tipologie di produzione assistite prevalenti sono i documentari in tutti e tre gli anni. Seguono: i lungometraggi cinematografici e i programmi per la tv nel 2011; i programmi per la tv e cortometraggi/mediometraggi nel 2012. Nel primo semestre 2013 le tipologie di produzioni assistite si equivalgono.

**TAB. 3 PRODUZIONI ASSISTITE DALLA FC NEL 2011, 2012 E 1 SEM 2013 PER GENERE PRODUTTIVO**

Produzioni	2011	2012	1 H 2013
Lungometraggi cinematografici	10	5	4
Fiction/film per la tv	3	1	2
Documentari/docufiction	12	14	4
Cortometraggi/mediometraggi	6	8	3
Pubblicità (inclusi servizi fotografici)	3	13	4
Videoclip	5	4	3
Programmi per la tv	9	10	4
Web serie/altro	0	3	0
<b>TOTALE</b>	<b>48</b>	<b>58</b>	<b>24</b>

Note: Il film dal titolo provvisorio "Song'è Napule" dei fratelli Manetti è stato realizzato a cavallo fra il 2012 ed il 2013 e pertanto è stato inserito nel totale delle produzioni assistite (lungometraggi) per entrambe le annualità. I dati relativi alle giornate di lavorazione ed impatto economico di questo film sono invece stati disaggregati proporzionalmente al periodo di lavorazione in ciascuna annualità. Fonte: Film Commission Regione Campania

Le produzioni regionali prevalgono, in termini numerici, sia nel 2011 che nel 2012 (18 su un totale di 48 nel 2011, 22 su un totale di 58 nel 2012). Nei primi sei mesi del 2013 prevalgono invece le opere provenienti da altre regioni italiane.

**TAB. 4 PRODUZIONI ASSISTITE DALLA FC NEL 2011, 2012 E 1 SEM 2013 PER PROVENIENZA GEOGRAFICA**

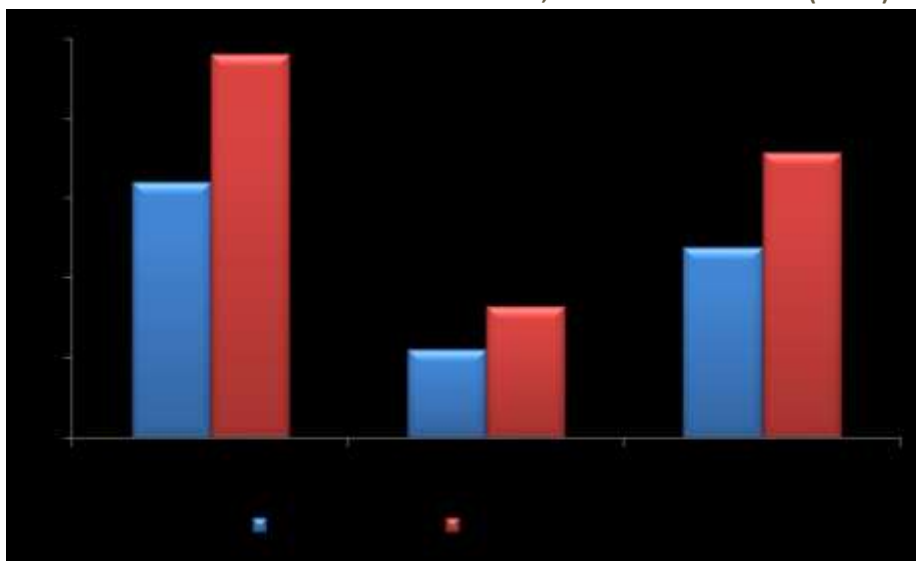
	2011	2012	1 H 2013
Regionali	18	22	5
Extraregionali italiane	16	15	14
Europee	10	14	3
Extraeuropee	4	7	2
<b>TOTALE</b>	<b>48</b>	<b>58</b>	<b>24</b>

Fonte: Film Commission Regione Campania

Complessivamente sono state effettuate 650 giornate di ripresa nel 2011, 350 nel 2012 e 450 nel periodo monitorato del 2013<sup>104</sup>.

La spesa diretta<sup>105</sup> effettuata sul territorio è stata di 16 milioni di euro per il 2011, 5,5 milioni di euro per il 2012 e 11,9 milioni di euro per il 2013<sup>106</sup> con ricadute stimate in 24 milioni di euro nel 2011, 8,25 milioni di euro nel 2012 e 17,85 milioni di euro per il 2013<sup>107</sup>.

**FIG. 5 SPESA DIRETTA E RICADUTE SUL TERRITORIO, 2011- I SEMESTRE 2013 (MLN €)**



Fonte: elaborazioni Iem – Rosselli su dati e stime Film Commission Regione Campania

Nel triennio preso in considerazione, in cui, lo ricordiamo, non ci sono stati finanziamenti alle produzioni, è possibile notare alti e bassi nella spesa diretta e, conseguentemente, nelle ricadute sul territorio. Il 2012 si è rivelato l'anno peggiore, mentre la ripresa del 2013 potrebbe essere spiegata – è questo il resoconto della Film Commission – con varie lavorazioni tra cui la serie tv Sky "Gomorra", le cui riprese sono iniziate a marzo 2013 (ma i preparativi hanno preso il via già a partire

<sup>104</sup> I dati relativi alle giornate di lavorazione sono stimati, trattandosi di elaborazioni su dati parzialmente disponibili, rilevati empiricamente e valori medi per tipologia di produzione.

<sup>105</sup> I dati relativi a spesa diretta e a indotto riguardano le sole produzioni di film per il cinema e fiction televisive realizzati con l'assistenza della FCRC. Altre serialità, quali ad esempio "Un posto al sole" che non si avvalgono dei servizi della FCRC non sono comprese nel conteggio.

<sup>106</sup> L'incidenza della spesa per l'impiego di personale locale è stata calcolata nella misura media del 40% sul totale della spesa sostenuta in Campania.

<sup>107</sup> Stime elaborate dalla FCRC applicando un moltiplicatore dell'1,5% alle cifre riguardanti la spesa diretta effettuata sul territorio.

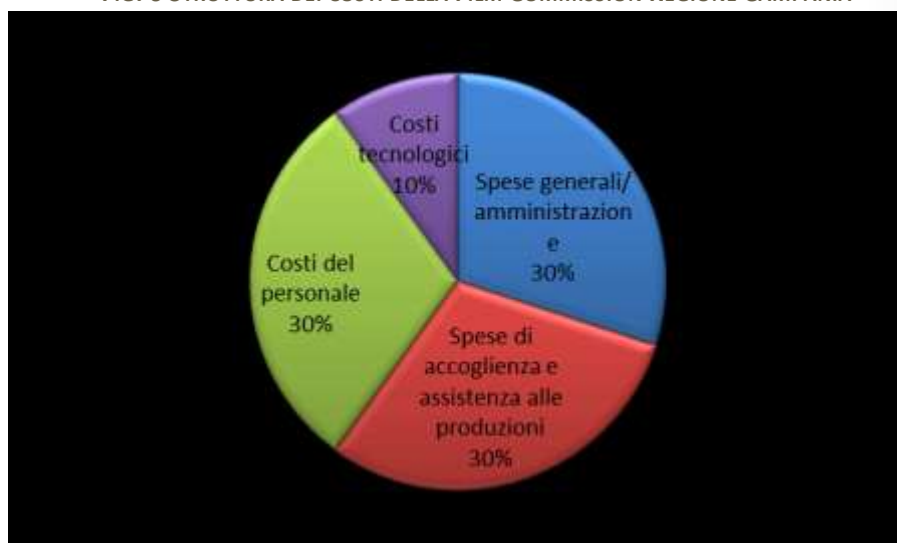
dall'autunno 2012) e non sono ancora terminate. Altri progetti che hanno contribuito alla ripresa del 2013 sono stati il programma tv "X Factor" (casting Sud Italia) o la docu-fiction "The Trip to Italy" di Michael Winterbottom, con budget di spesa più elevati rispetto alla media dei generi rappresentati. Nel secondo semestre del 2013 il numero dei progetti presenti (tra cui anche lungometraggi) è stato piuttosto elevato. Ad esempio la settimana di riprese del film di Guy Ritchie "The Man from U.N.C.L.E." avrebbe un impatto economico equivalente, secondo i calcoli della Film Commission, a circa tre film indipendenti italiani a basso budget. Altre due produzioni con budget superiori alla media del genere sono stati i cortometraggi "Le Voci Umane" di Edoardo Ponti girato a luglio con Sofia Loren e il cortometraggio "Caserta Palace Dream" di James Mc Teigue, nuovo ciak del progetto di branded content *Garofalo firma il cinema*<sup>108</sup>, girato ad ottobre alla Reggia di Caserta con protagonisti il premio Oscar Richard Dreyfuss, Valerio Mastandrea e Kasia Smutniak.

## 2.4 Risorse e costi

La Film Commission Regione Campania amministra un budget di 500mila euro che proviene totalmente da fondi regionali. Il budget è stato confermato anche per il corrente esercizio finanziario, per il quale la Giunta regionale della Campania ha stanziato in bilancio 500mila euro per le attività della FCRC.

Nella struttura dei costi sono comprese, in egual misura, le spese generali e di amministrazione, le spese di accoglienza e assistenza alle produzioni e i costi del personale, che, insieme, costituiscono il 90% del totale. Il resto delle spese è costituito da costi tecnologici, ovvero digitalizzazione, informatizzazione, database online, etc.

FIG. 6 STRUTTURA DEI COSTI DELLA FILM COMMISSION REGIONE CAMPANIA



Fonte: elaborazioni lem – Rosselli su dati Film Commission Regione Campania

## 2.5 Personale

Le risorse umane della Film Commission Regione Campania comprendevano nel 2012: tre risorse a tempo indeterminato, una risorsa a progetto impiegata per 2 mesi, un consulente fiscale e un consulente del lavoro.

<sup>108</sup> Tra gli altri cortometraggi firmati da Pasta Garofalo ricordiamo: "L'alchimia del gusto" (2008) di Edo Tagliavini con Alessandro Preziosi, "Questione di gusti" (2009) di Pappi Corsicato con Ennio Fantastichini, "Armando e il Madre" (2010), esordio alla regia di Valeria Golino, "The Wholly Family" (2011) di Terry Gilliam, con Cristiana Capotondi, "Di là dal vetro" (2011) di Andrea Di Bari con Erri De Luca.

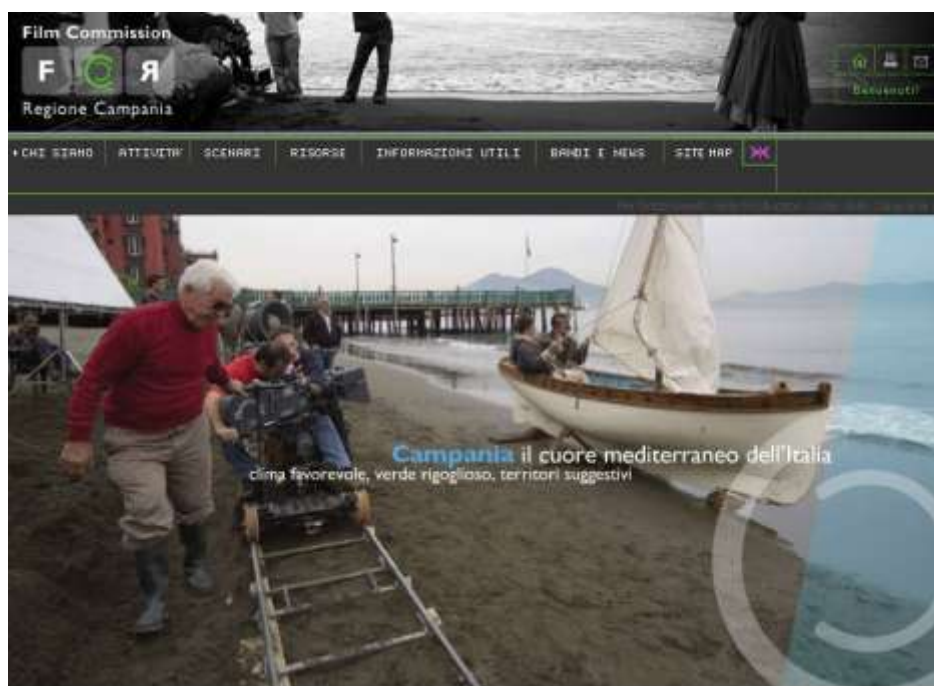


Tra le mansioni svolte, sono segnalati: un project manager, un addetto all'amministrazione (il cui rapporto di lavoro è però terminato ad ottobre 2012<sup>109</sup>), un direttore generale con funzioni di location manager/scouting.

Il personale quindi è in calo nel 2013 (le risorse a tempo indeterminato sono passate da tre a due a partire da ottobre 2012) e sarebbe necessario aumentare l'organico con ulteriori risorse: in particolare la FCRC segnala la necessità di un location manager/scouting, un addetto alla comunicazione/ufficio stampa, un addetto all'amministrazione e un addetto alle attività di segreteria.

## 2.6 Servizi online

Il sito [www.fcrc.it](http://www.fcrc.it), è disponibile in italiano e in inglese.



La **Location guide**, inserita nella sezione "Scenari" è strutturata in database per tipologia (es. borghi, centri urbani e centri commerciali, etc.) e per provincia (ma è possibile effettuare anche una ricerca libera) ed è disponibile online. Ciascuna location è corredata da foto, nome della location, comune e provincia.

Le location presenti all'interno del database sono circa 600, rappresentative, secondo la Film Commission Regione Campania, di circa il 50% di quelle disponibili sul territorio, con una netta prevalenza di Napoli e provincia.

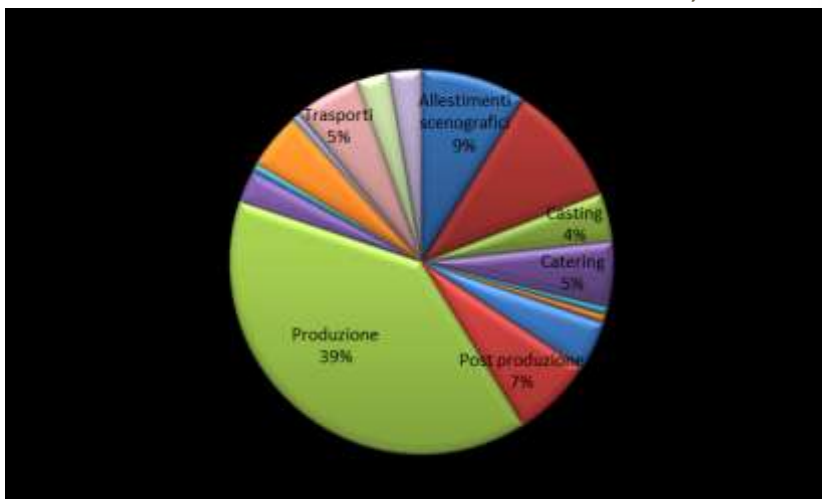
La **Production guide**, inserita alla voce "Risorse" è strutturata in un database disponibile online ad accesso libero. Ve ne sono due differenti, uno per le risorse umane e uno per le imprese. In entrambi è possibile fare una ricerca per reparto (e qualifica nel caso delle risorse umane). Ciascun professionista o azienda dispone di una scheda dettagliata con le informazioni principali. Viene aggiornata mensilmente o comunque su richiesta degli interessati ed ha al proprio interno 147 aziende e 800 professionisti. Nella stessa sezione del sito è possibile scaricare il modulo per l'iscrizione ad uno dei due archivi.

Tra le aziende interne alla production guide prevalgono nettamente quelle legate alla produzione vera e propria (set), che costituiscono quasi il 40% del totale. Le attrezzature audio e video (in ge-

<sup>109</sup> Nel 2012 è stato scoperto un ammanco di cassa dalla FCRC di 120mila euro sottratti a piccole dosi in quasi quattro anni, dal 2008 al 31 agosto 2012. Autore della scoperta il direttore Maurizio Gemma, che aveva notato un estratto conto sospetto. In quell'occasione un dipendente, sospettato del furto, era stato sospeso (fonte: Adnkronos).

nere service, noleggio o vendita) hanno una rappresentanza del 10% e gli allestimenti scenografici del 9%. Scarsa invece la rappresentanza di aziende che si occupano di effetti speciali, forniture alimentari, servizi tecnici, suono (solo una per categoria nella guida presente sul sito della FCRC).

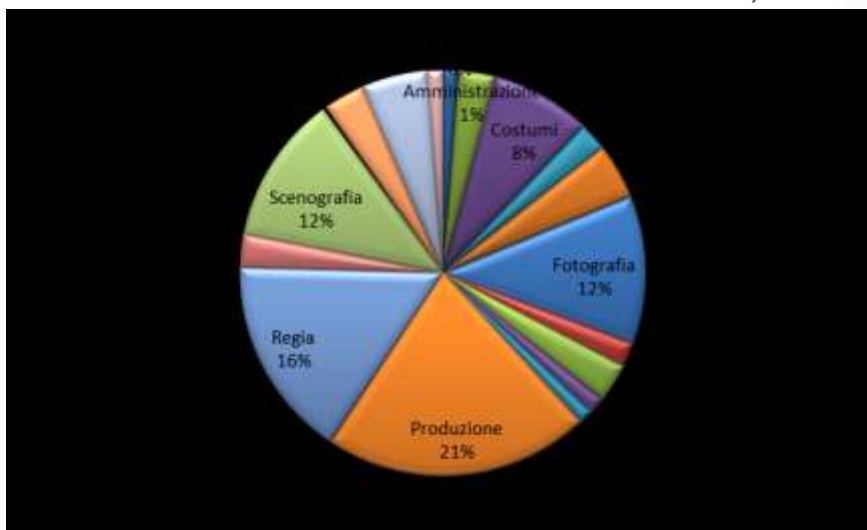
FIG. 7 COMPOSIZIONE AZIENDE DELLA PRODUCTION GUIDE, %



Fonte: elaborazioni lem – Rosselli su dati Film Commission Regione Campania e web

Anche tra i professionisti la categoria prevalente è quella della produzione, la cui quota è significativa (un quinto del totale) ma minore rispetto alle aziende. Altre quote di rilievo sono quelle dei registi (16%), fotografi e scenografi (12%). Scarsissima è la presenza di animazione, security e stunt (un solo rappresentante per categoria).

FIG. 8 COMPOSIZIONE PROFESSIONISTI DELLA PRODUCTION GUIDE, %



Fonte: elaborazioni lem – Rosselli su dati Film Commission Regione Campania e web

La Production guide viene ritenuta rappresentativa dell'80% delle aziende e del 90% delle risorse professionali presenti sul territorio.

La Film Commission Regione Campania dispone di un **Archivio produzioni**, strutturato ad elenco e disponibile online alla voce "Attività". Per ogni anno a partire dal 2005 vengono elencati lungometraggi per il cinema, film e serie tv, cortometraggi, documentari, programmi tv, spot pubblicitari ed altri audiovisivi girati in tutto o in parte in Campania con la collaborazione della FCRC. Vengono inoltre evidenziati con asterisco i titoli che hanno beneficiato di un contributo di coproduzione della Regione Campania.

Il sito offre inoltre altre sezioni, tra cui "Informazioni utili", con statistiche meteo suddivise per provincia, distanze, elenco comuni, informazioni sui trasporti, indirizzi e numeri utili, etc. La sezione "Bandi e news" informa su bandi disponibili, produzioni in corso e festival e attività formative.

## 2.7 Relazioni istituzionali

La Film Commission Regione Campania sperimenta forme di collaborazione efficaci, anche se non continuative, con amministrazioni locali (Comuni e Province); con gli Enti Provinciali del Turismo (EPT) delle province di Napoli, Caserta e Salerno, Aziende Autonome di Cura Soggiorno e Turismo e, su progetti specifici, con Com.Tur, Azienda Speciale della Camera di Commercio di Napoli per la promozione e lo sviluppo delle piccole e medie imprese dei settori del commercio, del turismo e del terziario.

Su richiesta della FCRC, Com.Tur si era fatta carico di alcuni costi per l'alloggio ed i trasferimenti interni di piccole truppe impegnate nelle riprese di programmi televisivi inerenti tematiche turistico-culturali ed enogastronomiche (es. James Martin Mediterranean Feast, Waterfront Cities of the World).

Anche le EPT di Napoli e Salerno hanno collaborato a progetti simili mettendo a disposizione una guida e mezzi di trasporto per trasferimenti interni.

Altre collaborazioni con l'EPT di Napoli hanno riguardato la collaborazione della Campania alla BIT di Milano (nel 2006) e la realizzazione del film "Passione" di John Turturro a cui la Regione Campania ha garantito un finanziamento nell'ambito del programma di iniziative ed attività volte alla promozione della cultura musicale partenopea in occasione della Festa di Piedigrotta nel 2009.

La FCRC ha intrapreso collaborazioni varie per pubblicazioni, rassegne e altri eventi promossi, tra gli altri, da: Comune di Napoli – Assessorato cultura e turismo; Soprintendenza per i beni architettonici e del paesaggio delle province di Caserta e Benevento; Soprintendenza per i beni architettonici e del paesaggio di Napoli e provincia. Le collaborazioni con enti locali e soprintendenze hanno riguardato la promozione di eventi in relazione contenuti inerenti le attività della FCRC.

La FCRC collabora regolarmente con Ischia Film Festival – Borsa Internazionale delle Location e del Cineturismo attraverso la conduzione di seminari su Film Commission e location management.

Infine la FCRC partecipa ad iniziative in partenariato con Arci Movie Napoli, Napoli Film Festival, Fauto Doc Festival e numerosi altri festival e rassegne organizzate a livello locale.

Le collaborazioni agli eventi locali di settore come i festival riguardano sia l'elaborazione di contenuti speciali come workshop, incontri e iniziative espositive e la partecipazione di rappresentanti della FCRC a incontri o convegni, sia le attività di promozione delle manifestazioni stesse.

## 2.8 Obiettivi della FC

A breve e medio termine la Film Commission Regione Campania dichiara come propri obiettivi:

- Attivazione di un fondo per la concessione di contributi ad opere audiovisive a livello regionale (in via di approvazione nel 2014 vedi *infra*).
- Potenziamento della rete di collaborazioni istituzionali ed imprenditoriali attraverso la proposta di accordi di settore, tavoli di concertazione e protocolli di intesa, che potranno essere sia finalizzati alla migliore realizzazione di singole iniziative che elaborati a sostegno delle strategie dell'attività generale.
- Rafforzamento dell'attività di sportello, scouting e location management.
- Interventi di ristrutturazione delle banche dati ed interventi sia strutturali che di restyling del sito web, con riferimento alla banca dati delle location, incremento e diversificazione delle tipologie di location catalogate e delle aree geografiche rappresentate.
- Va potenziato, inoltre, l'impegno in favore della crescita degli autori, dei professionisti e delle imprese dell'audiovisivo campane e della loro capacità di penetrare ed affermarsi sul mercato nazionale e internazionale, promuovendo la realizzazione di iniziative mirate ad attrarre investimenti e dare impulso alla circolazione di idee, progetti, coproduzioni.

Tra le azioni che andrebbero intraprese sul fronte istituzionale e nei rapporti con le imprese per migliorare il rapporto tra le attività del cinema e dell'audiovisivo sul territorio, la Film Commission Regione Campania indica la promozione di una migliore e reciproca conoscenza dei settori e dei vantaggi derivanti dalle nuove normative in materia di product placement, location placement e tax credit, in relazione alle opportunità di accesso ai fondi comunitari, nonché per la realizzazione di interventi di promozione anche rivolti al settore specifico della produzione audiovisiva.

Nell'indicare le linee di indirizzo alle amministrazioni locali e ai referenti nazionali per rafforzare il ruolo delle FC sui territori, la Film Commission Regione Campania fa presente che le FC rappresentano un piccolo segmento di un settore molto articolato, che si compone di molti soggetti che per il futuro dovranno far convergere in maniera ottimale obiettivi comuni, studiando una strategia complessiva e coordinata che agisca sulle criticità, a partire dalla semplificazione legislativa e burocratica, ma anche da una migliore comunicazione dei punti di forza del sistema nazionale.

## 2.9 Rapporti con il territorio

Le attività della Film Commission Regione Campania vengono promosse sul territorio principalmente tramite festival e rassegne.

Pur rientrando tra le finalità generali dichiarate della FC, l'impatto turistico non viene tenuto in considerazione nella scelta delle produzioni da finanziare.

Sebbene vengano svolte azioni di monitoraggio dell'impatto economico diretto, indiretto e indotto delle produzioni sul territorio tramite registrazione anagrafica delle produzioni, rilevamento empirico dei dati ed elaborazione dei valori medi per tipologia di produzione, la FCRC non svolge azioni di monitoraggio specifico dell'impatto turistico delle produzioni sul territorio.

Attualmente la FC non è dotata di risorse, competenze e strumenti adeguati per effettuare in proprio rilevamenti e misurazioni statistiche sistematiche dell'impatto sulla filiera turistica, tuttavia, le segnalazioni fornite da amministrazioni locali ed associazioni di categoria indicano un impatto positivo generato dalle produzioni.

Le produzioni sono comunque utilizzate come strumento di attrazione turistica in tutte le fasi della lavorazione (prima, durante e dopo).

L'impatto turistico sul territorio dell'industria culturale è stato sempre tenuto in considerazione dalla Regione Campania, che, già nel 1982, istituiva la Cineteca ed emanava una legge (vedi *infra*) per l'incremento, la promozione ed il rilancio del movimento turistico, finalizzata a finanziare attività di promozione culturale del territorio che avesse lo scopo, tra gli altri, di incrementare i flussi turistici nazionali e internazionali.

Un rapporto dell'Agis dal titolo "L'industria dello spettacolo in Campania" uscito a gennaio 2011 indicava per l'anno 2009 un volume d'affari dell'industria dello spettacolo di quasi 216 milioni di euro in Campania, oltre 15 milioni di spettatori, più di 12mila addetti impegnati.

Symbola - Unioncamere<sup>110</sup> stima, per il 2012, una componente di spesa turistica attivata dalle industrie culturali in Campania quantificabile in poco più di un miliardo di euro, corrispondente al 4,1% del totale spesa turistica attivata dall'industria culturale in Italia (26,4 miliardi di euro) e al 30% del totale spesa turistica regionale.

## 2.10 Giudizio complessivo

Il bilancio e il giudizio complessivo degli stakeholder sull'operato della Film Commission Regione Campania è positivo.

<sup>110</sup> Symbola, *Io sono cultura. L'Italia della qualità e della bellezza sfida la crisi*, Rapporto 2013. Il dato che risulta dall'impatto turistico può risultare sovrastimato a causa del perimetro che Symbola utilizza per definire l'industria culturale e creativa, che comprende: film, video e radiotv, videogiochi e software, musica, libri e stampa e poi anche architettura, comunicazione e branding, design e produzione di stile, artigianato, rappresentazioni artistiche, intrattenimento, convegni e fiere, musei, monumenti, archivi e gestione di luoghi e monumenti storici.

Rocco Perna del Settore Sviluppo e Promozione Turismo della Regione Campania e Michelangelo Messina, promotore dell'Ischia Film Festival, pongono l'accento sulla tenacia e il carisma delle professionalità impiegate. "Nonostante l'assenza di budget e cifre esigue per il sostegno – sottolinea Messina – la Film Commission campana ha fatto un ottimo lavoro, riuscendo ad attrarre e ad assistere produzioni di successo, come 'Benvenuti al Sud' o 'Mangia, Prega, Ama'".

Permangono alcune criticità dovute essenzialmente all'incertezza istituzionale ed economico-finanziaria con conseguente carenza di personale e discontinuità d'azione (Perna).

Oltre a non essere rifocillata con fondi adeguati – e ai ritardi nello stanziamento dei budget – ancora oggi la struttura non è all'altezza di un territorio importante e ricco di storia e di opportunità di sviluppo come quello campano. Mancherebbe inoltre a livello nazionale un'unità d'azione, che dovrebbe essere garantita dal Coordinamento come avviene in altri Paesi come ad esempio in Spagna (Messina).

Anche per Corrado Morra della scuola di cinema Pigrecoemme la carenza di fondi è il grosso limite della FCRC: "Un punto di forza è la capacità di riuscire a far rete, ma sconta un finanziamento risibile il che impedisce, a volte, anche di poter fare da location scouting per troupe in quanto mancano i soldi per un taxi o il noleggio di un'auto".

### 3 Fondi

#### 3.1 Fondi gestiti dalle FC

La Film Commission Regione Campania non dispone ad oggi di un fondo a sostegno dell'audiovisivo regionale.

Una recente delibera della Giunta regionale n. 244 del 22 luglio 2013 ha stanziato risorse comunitarie pari a 6 milioni euro a beneficio della FCRC per la riattivazione del fondo per la concessione di contributi ad opere audiovisive (vedi *infra*).

Le risorse sono destinate per il 70% ai lungometraggi e opere audiovisive assimilate realizzate per la televisione e per il restante 30% ai documentari intesi quali film di creazione, promozione turistica, naturalistica o docu-fiction. La sovvenzione può essere concessa ad opere di elevata qualità e di significativo valore artistico e tecnico fino ad un massimo del 30% del bilancio totale di produzione e con l'obbligo di spesa sul territorio regionale di un importo pari almeno al 150% dell'aiuto concesso, per un massimo di 1,5 milioni di euro per i lungometraggi e assimilati e di 250mila euro per i documentari.

Con tale delibera la Regione si propone di valorizzare il patrimonio storico-culturale, paesaggistico-ambientale, socioeconomico, linguistico-letterario e antropologico della Campania per la promozione del territorio in funzione turistica attraverso il settore audiovisivo, tenuto anche conto delle ricadute positive in termini di sviluppo dell'investimento pubblico nelle produzioni audiovisive.

Tuttavia, come ha spiegato il direttore della FCRC Maurizio Gemma, l'iter attuativo di questa procedura è solo agli inizi e dovrà tradursi in decreti, regolamenti e bandi nel corso dei prossimi mesi. In linea generale, in Campania alla crisi economica globale si aggiunge dunque una situazione di immobilismo amministrativo.

#### 3.2 Altri fondi

Ricordiamo che con legge regionale n. 15 del 26 luglio 2002 (articolo 40), la Regione (tramite l'Assessorato al turismo) aveva istituito un fondo per la partecipazione a coproduzioni cinematografiche, televisive, teatrali, musicali, con enti pubblici, associazioni private, società di produzione, tv pubbliche e private utilizzando risorse comunitarie (POR Campania, asse legato alla valorizzazione turistica). Occorrerà attendere il 2004 per avere un primo stanziamento di 200 mila euro sia per il 2004 che per il 2005.

Solo nell'autunno 2006 viene approvato un regolamento che assegna la gestione di tali risorse alla Film Commission.

La dotazione del fondo ha raggiunto 1,32 milioni di euro nel 2008, anno in cui sono state finanziate pellicole come "Fortapàsc" e "Il seme della discordia"<sup>111</sup>. Alcune produzioni precedenti al 2010 quali ad esempio il film "Passione" di John Turturro o le due serie "Capri" (600mila euro per la prima stagione e 650mila euro per la seconda stagione), hanno usufruito di finanziamenti dalla Regione Campania tramite protocolli d'intesa o accordi di natura diversa<sup>112</sup>. Anche ai progetti che hanno goduto di finanziamenti la FCRC ha garantito assistenza tecnico-logistica e/o facilities.

A partire dal 2009 il fondo non ha ricevuto più alcun finanziamento dalla Regione. Va precisato che detto fondo non era nelle disponibilità finanziarie della FCRC che, per due anni (a partire dal 2006) ne ha gestito in affidamento le attività istruttorie. Il fondo, dunque, è stato sospeso nel 2008, ma ha avuto effetti ancora per un periodo successivo, a beneficio di alcune produzioni relative al 2009 e al 2010.

I circa 4 milioni di euro (risorse provenienti dai fondi Por dell'Unione Europea) erogati tra il 2004 e il 2008 hanno generato sul territorio una cifra pari a 25 milioni di euro, riconducibili principalmente alle attività audiovisive: in sostanza ogni euro erogato dalla Regione ne ha generati 15 di investimento complessivo<sup>113</sup>.

Il citato rapporto Agis indica che per il triennio 2007-2009 i fondi POR hanno inciso per il 29% sul totale del sostegno pubblico allo spettacolo in Campania: in termini numerici si tratta di 60 milioni sui 210 totali.

### 3.3 Criticità, aree di miglioramento

Tra gli stakeholder intervistati, Rocco Perna (Dirigente della Regione che fino al 2009 ha sovrinteso alle attività del Fondo) ritiene che il sostegno economico (Fondi alle produzioni per girare sul territorio) sia sufficiente se mantenuto costante.

Michelangelo Messina (Associazione Art & Movie) al contrario considera i fondi stanziati insufficienti, tanto più che l'ultimo stanziamento in favore del settore non è stato seguito da riscontri in termini di bandi. A parte poche eccezioni virtuose che hanno visto moltiplicare i fondi, le restanti Film Commission "lavorano con budget irrisori che servono più per mantenere la struttura politica e non riescono ad offrire i servizi per cui sono nate".

Corrado Morra (Pigrecoemme) pone l'accento sulle tipologie di produzioni che andrebbero finanziate: "sarebbe necessario sostenere le produzioni che senza sostegno non riuscirebbero a produrre. In alcuni casi si sostengono produzioni già forti e ricche ed in questo modo non si favorisce il comparto e la pluralità, ma si consolidano solo situazioni di potere".

## 4 Eccellenze e innovazione

Tra i soggetti di eccellenza presenti sul territorio viene segnalato il **CPTV Rai di Napoli**, uno dei quattro centri nazionali di produzione Rai, fiore all'occhiello dell'industria e della cultura di Napoli e della Campania. Si tratta di uno dei più importanti centri di produzione della Rai, che ha ospitato produzioni storiche importanti della cultura di Napoli, vari sceneggiati, teatro televisivo e fiction. Sono state girate qui "La figlia del capitano" con Amedeo Nazzari, "Il commissario Maigret" di Gino Cervi, il ciclo di Eduardo, interpretato da Massimo Ranieri, Mariangela Melato, Bianca Guaccero, Monica Guerritore e Barbara De Rossi. Tra le produzioni più recenti la longeva "Un posto al sole"<sup>114</sup> che ha rilanciato il centro a partire dal 1996 e "La Squadra" (sospesa nel 2009 per decisione della Rai). Il complesso, 18mila metri quadrati, è stato inaugurato il 7 marzo 1953, ed ha quindi da poco

<sup>111</sup> Cfr. <http://www.cinemaevideo.it/regionipiccoli-fondi-crescono-grazie-alleuropa>

<sup>112</sup> La serie "Capri", ospitata già dal 2005, è stata portata a termine grazie ad un contributo diretto proveniente da un protocollo d'intesa tra la Presidenza della giunta regionale campana e la Rizzoli Audiovisivi.

<sup>113</sup> Agis, *L'industria dello spettacolo in Campania*, gennaio 2011

<sup>114</sup> La fiction "Un posto al sole" diventerà presto un film con ricadute importate in termini economici e occupazionali.

compiuto 50 anni<sup>115</sup>. In un'intervista rilasciata al Sole24Ore in occasione della mostra "50 anni e non li diMostra", il direttore del centro Francesco Pinto ha sottolineato "il forte radicamento nel territorio del Centro e della Rai. È dentro la città, si nutre e deve nutrire Napoli, il cui Rinascimento ha coinciso con il suo rilancio"<sup>116</sup>.

La società **Figli del Bronx**, viene segnalata come innovativa per le sue produzioni incentrate su contenuti non commerciali, con particolare attenzione alle realtà emergenti e alle zone di confine. È attiva a Napoli dal 2007 e lavora in tutto il mezzogiorno come società indipendente di produzione e post-produzione.

Altra realtà degna di nota, con sede a Napoli, è **Teatri Uniti**, fondata da Toni Servillo e Mario Martone (assieme allo scomparso Antonio Neiwiller). Si definisce un "laboratorio permanente per la produzione e lo studio dell'arte scenica contemporanea" che "intrecciando in maniera innovativa il linguaggio propriamente teatrale con quello della musica, delle arti visive, del cinema, ha realizzato, oltre all'allestimento di testi classici e contemporanei sui più prestigiosi palcoscenici di quattro continenti, alcuni significativi film indipendenti, presentati con successo nei principali festival internazionali"<sup>117</sup>.

Va segnalata anche la società **Parallelo 41**, strutturata in forma di cooperativa sociale e che di recente ha sfornato il documentario "Le cose belle" di Agostino Ferrente e Giovanni Piperno sul mondo degli adolescenti di Napoli.

Nell'ultimo periodo, grazie anche alla vittoria del Leone d'Oro all'ultimo Festival del Cinema di Venezia del documentario "Sacro Gra" il genere è stato per così dire "sdoganato". "Lucciole per lanterne" di Stefano e Mario Martone, che denuncia lo sfruttamento capitalistico delle multinazionali in Cile, ha vinto vari premi a livello europeo e l'ultimo Napoli Film Fest. Inoltre, Napoli per la sua natura variegata e "indagabile", ha fornito da sfondo per vari documentari. Per citarne solo alcuni: "Una montagna di balle" (2009) di Nicola Angrisano<sup>118</sup> fu prodotto, tra le altre cose, grazie a risorse raccolte in rete e in piena emergenza rifiuti, sulla scia di un'altra pietra miliare sull'argomento il "Buitiful cautri" uscito due anni prima; Parallelo 41 ha prodotto in tre anni "Corde", sulla vita del giovane pugile di Montesanto Ciro Parisio, e in due anni "La seconda natura" che ha come soggetto l'avvocato Gerardo Marotta<sup>119</sup>.

Tra i soggetti che hanno contribuito allo sviluppo del settore audiovisivo sul territorio, da segnalare l'Associazione **Art Movie e Music**, costituitasi nel 2002 come organizzazione no profit con l'obiettivo di far conoscere al grande pubblico opere audiovisive, spesso inedite, che attraverso trama e location hanno sottolineato l'identità culturale di un luogo. Attraverso il progetto "Cinema e Territorio" di cui è parte integrante l'**Ischia Film Festival**, persegue la salvaguardia della particolarità paesaggistica e culturale dei territori per la loro promozione attraverso l'audiovisivo. A testimonianza della propria ricerca di innovazione, Ischia Film Festival ha presentato, lo scorso maggio, la prima applicazione per iPhone, Android e iPad sui percorsi cineturistici dell'isola d'Ischia, un viaggio interattivo alla scoperta dei 32 film che sono stati girati sull'isola (attraverso 40 luoghi e quasi 100 location); si tratta della prima app campana sui luoghi del cinema a testimonianza degli oltre 10 anni di attività di Ischia Film Festival nel settore del cineturismo.

Restando in tema festivaliero impossibile non citare il **Giffoni Film Festival**, nato nel 1971 da un'idea di Claudio Gubitosi con l'intento di promuovere e far conoscere il cinema per ragazzi, un tempo in posizione marginale all'interno del settore, in un territorio fino ad allora povero di inizia-

<sup>115</sup> Cfr.

[http://napoli.repubblica.it/cronaca/2013/04/30/news/la\\_sede\\_rai\\_compie\\_50\\_anni\\_e\\_si\\_racconta\\_al\\_pubblico-57793813/](http://napoli.repubblica.it/cronaca/2013/04/30/news/la_sede_rai_compie_50_anni_e_si_racconta_al_pubblico-57793813/)

<sup>116</sup> Cfr. Marco Mele, "Il centro Rai di Napoli scommette sull'hi-tech", Sole24Ore, 21 maggio 2013, disponibile su: <http://www.ilsole24ore.com/art/impresa-e-territori/2013-05-21/centro-napoli-scommette-hitech-064918.shtml?uid=Ab2WNhXH>

<sup>117</sup> Cfr. <http://www.teatriuniti.it/chi-siamo/>

<sup>118</sup> Il nome Nicola Angrisano è uno status collettivo in cui si ritrovano vari attivisti napoletani.

<sup>119</sup> Le informazioni relative ai documentari sono state riprese dall'articolo "L'era del docu-cinema" di Alessandro Chetta, uscito sul Corriere del Mezzogiorno del 15 ottobre 2013.

tive. Tra i pilastri che reggono la rassegna, una giuria composta da ragazzi tra i 3 e i 18 anni divisi per fascia di età in sei sezioni concorsuali a cui si aggiunge una sezione dedicata alle lezioni di cinema Masterclass. Cominciato come una piccola rassegna, il GFF si è trasformato in un evento di proporzioni mondiali. Giffoni non è solo un festival: da oltre 15 anni Giffoni Experience si è andato affermando oltre che come evento riconosciuto a livello internazionale e come sinonimo di qualità, anche come “azienda culturale” efficiente che occupa decine di giovani a tempo pieno e organizza eventi tutto l’anno.

Un’iniziativa interessante da segnalare, giunta alla terza edizione è **Venezia a Napoli - il cinema esteso Incontri e film dalla 70<sup>a</sup> Mostra Internazionale d'Arte Cinematografica**. La rassegna si svolge a Napoli (prossima edizione 16-20 ottobre) ed è organizzata da Unione Agis Campania e Parallelo 41 Produzioni con il coordinamento di Antonella Di Nocera, in collaborazione con Biennale di Venezia – 70<sup>a</sup> Mostra Internazionale d'Arte Cinematografica, con il contributo del Ministero per i Beni e le attività culturali - Direzione cinema, con il patrocinio del Comune e di tutte le Università di Napoli, in collaborazione con gli Istituti stranieri di cultura, gli esercizi cinematografici, associazioni e singole personalità del mondo della cultura e dell’imprenditoria che, a vario titolo, hanno deciso di sostenere questo progetto. Durante la rassegna, in 8 cinema del capoluogo campano, sarà proiettata una selezione di film presentati in tutte le sezioni dell’ultima Mostra del cinema di Venezia.

## 5 Formazione

La Film Commission Regione Campania non organizza direttamente attività di formazione iniziale e continua nei settori del cinema e dell’audiovisivo. Si segnala che il Direttore della FC Maurizio Gemma viene spesso invitato a partecipare in qualità di docente ad attività formative e seminari in Campania e in altre Regioni italiane.

Iniziative di Alta Formazione Artistica Musicale e Coreutica, sono organizzate dall’Accademia di Belle Arti di Napoli, in particolare:

- **Corso triennale in Fotografia, Cinema e Televisione**, Diploma Accademico di I livello, all’interno del Dipartimento Progettazione e Arti Applicate – Scuola Nuove Tecnologie dell’Arte;
- **Corso biennale in Scenografia per il Cinema e la Televisione**, Diploma Accademico di II livello, all’interno del Dipartimento Progettazione e Arti Applicate – Scuola Produzione Artistica per l’Impresa.

All’interno della regione, sono anche erogati corsi di laurea triennali e/o magistrali specifici per il settore inerenti sia discipline umanistiche e di comunicazione che tipo manageriale:

- **Corso di laurea in Scienze della Comunicazione**, Facoltà di Lettere e Filosofia dell’Università di Salerno;
- **Corso di laurea magistrale in Teorie dei Linguaggi e della Comunicazione Audiovisiva**, Facoltà di Lettere e Filosofia dell’Università di Salerno;
- **Corso di laurea in Scienze della Comunicazione**, Facoltà di Scienze della Formazione dell’Università degli Studi Suor Orsola Benincasa di Napoli;
- **Corso di laurea magistrale in Imprenditoria e Creatività per Cinema, Teatro e Televisione**, Facoltà di Scienze della Formazione dell’Università degli Studi Suor Orsola Benincasa di Napoli;
- **Corso di laurea in Culture Digitali della Comunicazione**, Facoltà di Sociologia dell’Università degli Studi Federico II di Napoli.

Altri corsi sono erogati da **Pigrecoemme**, nata nel 1999 come associazione e divenuta, dal 2003 società cooperativa a responsabilità limitata. Oltre alle produzioni audiovisive e all’organizzazione di eventi culturali, la società gestisce la prima scuola di cinema, televisione e fotografia fondata a Napoli, patrocinata dalla Regione Campania e dalla Film Commission Regione Campania. “Possiamo dire, con orgoglio – ha commentato Morra a proposito della sua scuola – che abbiamo formato ge-



nerazioni di operatori del settore, ma anche spettatori più critici, abbiamo formato un gusto non massificato. Ed ancora oggi il nostro è un luogo di confronto in cui coloro i quali hanno frequentato corsi, si ritrovano spesso per discutere, realizzare, collaborare<sup>120</sup>.

La **Scuola di Cinema di Napoli** è un Centro di Formazione per le Arti ed i Mestieri del Cinema e della Televisione. Eroga una ampia gamma di corsi dalla recitazione alla fotografia<sup>121</sup>.

L'**International Academy Vincenzo Bellini** si compone di 6 dipartimenti (Cinema, Teatro, Musica, Danza, Istituto, Corsi Particolari) con l'obiettivo di diffondere la cultura e di promuovere attività artistiche di particolare importanza a livello nazionale ed internazionale. Il Dipartimento di Cinema organizza corsi di alto perfezionamento con l'obiettivo di formare attori completi nelle tecniche di recitazione teatrale e cinematografica.

**La Ribalta**, Scuola di cinema Napoli, organizza corsi di cinema raccolti in un unico percorso didattico rivolti a bambini, ragazzi e adulti, articolati su quattro livelli: preparatorio, intermedio, avanzato, master-class.

Com 2 srl, società che si occupa di erogare servizi formativi di vario tipo, organizza a Salerno, per il 2013/2014, il Corso di alta formazione di **Autore di Cinema, Tv e Web**, 440 ore di cui 300 di formazione in aula. Il corso usufruisce di finanziamenti regionali (POR Campania 2007-2013).

Dal 2009 per due anni, l'Ischia Film Festival, assieme a Promuovi Italia, ha organizzato **corsi di Cine-turismo** e sul **Location Management** rivolti a laureati e disoccupati del Sud. I corsi non si sono più ripetuti per mancanza di sostegno.

L'A.T.S., composta da Associazione Pomigliano Jazz – Associazione Teatro Stabile della Città di Napoli, HUB piccola società cooperativa arl., M.T. srl e EGEA Distribution, ha organizzato, nel 2006, un corso di formazione, finanziato con fondi FSE, rivolto a 15 allievi in **Management degli eventi e dei prodotti musicali, teatrali e cinematografici**, della durata di 900 ore, di cui 600 di formazione d'aula e 300 di tirocinio/stage. Il corso si proponeva di formare professionisti specializzati nelle attività di progettazione e gestione di eventi e/o prodotti culturali in ambito musicale, teatrale e cinematografico.

L'**Agis – Associazione Generale Italiana dello Spettacolo**, e le associazioni ad essa aderenti, realizzano periodicamente, tra le altre cose, corsi di formazione sullo spettacolo per i docenti delle scuole medie inferiori e superiori, corsi di formazione e aggiornamento sullo spettacolo per gli operatori della Pubblica Amministrazione.

### 5.1 Bilancio dell'adeguatezza dell'offerta

Rocco Perna ritiene che l'offerta formativa nel settore presente sul territorio campano sia sufficiente e che vada dato più risalto all'educazione alla fruizione oltre che alla professionalizzazione. In linea di massima l'offerta formativa risponderebbe alle richieste del mercato in termini di competenze e professionalità, soprattutto sul versante artistico.

Di diverso parere è Michelangelo Messina, che sostiene che si potrebbe fare di più, in particolar modo sul versante del marketing territoriale e del cineturismo. L'offerta andrebbe ampliata a par-

<sup>120</sup> Tra i corsi attivi: Corso Master, 650 ore, che prevede moduli dedicati a regia, sceneggiatura, montaggio e critica cinematografica; Corso Filmmaker, 160 ore; Fare cinema con le reflex, 18 ore minimo; Corso di cinema per ragazzi dai 10 ai 15 anni, 8 lezioni; Corso di recitazione cinematografica, 7 mesi; Corso di dizione, 5 lezioni, 10 ore; Corso di regia, 6 lezioni, 24 ore; Corso di sceneggiatura, 6 lezioni, 24 ore; Corso di scrittura seriale dalla Tv al web, 52 ore; Corso di montaggio su Adobe Premiere, 6 lezioni, 24 ore; Corso di montaggio su Avid Xpress, 24 ore; Corso di critica ed analisi del film, 8 lezioni, 24 ore; Corso di regia televisiva, 16 ore; Corso per operatore e Cameraman TV, 24 ore; Corso di Scenografia, 16 ore; Workshop di direzione della fotografia.

<sup>121</sup> Recitazione – Acting +; Recitazione – Acting Junior, laboratorio di formazione cinematografica per ragazzi dai 10 ai 14 anni; Regia – Filmmaker, corso annuale per appassionati di cinema, aspiranti filmmaker anche privi di esperienze significative nel settore; Make up cinematografico; Avid – Montaggio; Ripresa e direzione della fotografia; Fotografia; Dizione; Noir factory, laboratorio indipendente promosso dall'Associazione Mondo Cult – in sinergia con Scuola di Cinema di Napoli – che riunisce scrittori, sceneggiatori, registi, tecnici, attori, coinvolti attivamente nella realizzazione di progetti editoriali ed audiovisivi di genere noir, horror, fantasy, adventure; Comunicazione audiovisiva.

tire dalle Università, che dovrebbero dare più spazio alla formazione in questi settori, in particolar modo in un territorio come quello campano, terra di cinema tra le più sfruttate in assoluto.

Più che moltiplicata secondo Corrado Morra “l'offerta formativa andrebbe distribuita, integrata, coordinata tra le varie realtà presenti sul territorio. Non più enti formativi concorrenti, ma complementari”, aggiungendo, a proposito dell'adeguatezza dell'offerta formativa alle esigenze del territorio che “Il mercato, attualmente, è imbastardito. L'impressione che ne ricaviamo noi è che, più che la professionalità, si cerchino lavoratori a basso costo (e di conseguenza anche poco professionali)”.

## 6 Le strategie dell'audiovisivo regionale

Dallo studio del territorio campano e, sentiti i pareri della Film Commission Regione Campania e degli stakeholder, il settore audiovisivo è considerato strategico per lo sviluppo del territorio sia dal punto di vista culturale che come volano di sviluppo economico. Lo dimostra il caso di “Benvenuti al Sud” fortunata pellicola del 2009 di Luca Miniero girata a Castellabate (SA), che ancora oggi risente di un forte indotto turistico.

In particolare gli impatti economici della produzione audiovisiva sul territorio – spiega Michelangelo Messina – sono verificabili in due aspetti: quando la produzione arriva sul territorio, momento in cui il ritorno a livello economico e sull'occupazione è immediato, grazie all'impiego di risorse locali, dagli alberghi, ai ristoranti, alla mano d'opera locale, alle comparse, all'assistenza in loco, etc., ma anche in termini di cineturismo, quando, cessata la produzione, il territorio suscita interesse in quanto location cinematografica.

Il 2013 si caratterizza, come si è detto, per la lavorazione della serie tv “Gomorra”, iniziata a marzo 2013, ma in fase di preparazione già nell'autunno 2012. La serie, 12 puntate da 50 minuti ciascuna, girate con standard “cinematografici più che televisivi” con tre unità dirette rispettivamente da Stefano Sollima, Francesca Comencini e Claudio Cupellini, è una coproduzione firmata Cattleya, Fandango e Sky in collaborazione con La7 e la distribuzione internazionale di Beta. Nonostante le polemiche, dovute al fatto che la produzione abbia affittato, come location, la casa di un vero camorrista, la produzione ha avuto un impatto positivo sul territorio, date le 35 settimane di lavorazione e una troupe di almeno 80 persone.

Tra le attività con cui andrebbe sostenuto il comparto Rocco Perna suggerisce, oltre a quanto già in atto a livello nazionale e regionale (tax credit e/o contributi alla produzione), incentivi alla “diffusione di piccole sale comunali (oppurtunamente digitalizzate) dove poter programmare retrospettive e rassegne e incentivare la fruizione delle produzioni nazionali”. In più andrebbero intraprese azioni di corretta educazione al consumo di un prodotto audiovisivo che contrasti la pirateria.

Sulla stessa linea il commento di Corrado Morra: “Non credo ad una difesa nazionalista (sul modello della Francia) del prodotto nazionale, né ad una classista del prodotto di qualità (chi ne stabilisce i limiti?), ma far sì che l'offerta possa aumentare (attraverso il sostegno ad iniziative formative, sale d'essai, media di diffusione, tematici o meno)”.

“Tuttavia – commenta Messina – c'è un problema di fondo tutto italiano, ovvero l'aspetto burocratico, che, se non snellito, scoraggia le produzioni”.

Sul fronte istituzionale e nei rapporti con le imprese andrebbe approvato un quadro normativo che “assicuri certezza e continuità sia all'azione di accompagnamento svolta attraverso la FC sia al flusso finanziario dedicato”. In più andrebbe coinvolto il mondo imprenditoriale “nella gestione delle attività della FC, ad esempio, con sviluppo di accordi per l'accoglienza e la movimentazione di troupe e materiali tecnici” (Perna).

La classe imprenditoriale andrebbe educata alla consapevolezza di quanto sia produttivo il comparto audiovisivo, e di questo dovrebbero farsi carico le istituzioni (Messina).

La parola d'ordine indicata da Morra è defiscalizzazione. Naturalmente accompagnata ad una lotta all'evasione adeguata, “altrimenti le aziende hanno nell'evasione fiscale la più grande defiscalizzazione” ma anche diversificazione delle offerte (l'audiovisivo è web, è tv, non solo cinema), promozione di festival e rassegne che siano occasione di affinamento culturale per i giovani e la città. In

più una buona formazione, nelle scuole e fuori. Il settore andrebbe sistematizzato e regolamentato. “Che non significa recingerlo, ma è certo che, al momento, è un po' una giungla”.

Sarebbe auspicabile un maggiore coinvolgimento degli organismi rappresentativi delle categorie professionali interessate nella definizione di linee strategiche di medio e lungo periodo ed interazione con le categorie economiche e produttive che incrociano le attività di produzione audiovisiva (Perna).

Le Film Commission dovrebbero essere messe in condizione di essere competitive. Ad esempio, in Campania si potrebbe fare un Cineporto, in modo che, oltre al territorio variegato, le produzioni abbiano a disposizione uno spazio dove girare gli interni, senza essere costrette a spostarsi altrove, come è avvenuto con la fiction “I delitti del cuoco” che ha dovuto spostare gli interni a Roma (Messina).

Come si è visto dagli studi effettuati e dal confronto con gli stakeholder, l'industria cinematografica, inserita all'interno del macro comparto della cultura, è sempre stata vista, e lo è tutt'ora, uno strumento strategico di sviluppo del territorio, in grado di valorizzarne la cultura, l'immagine, l'identità specifica, e, allo stesso tempo di stimolare la crescita di nuove professionalità e nuovi talenti. Il patrimonio ambientale, paesaggistico e territoriale è dunque uno strumento di competitività nell'ambito della produzione audiovisiva, ma, accanto a questo, è necessaria la presenza di infrastrutture solide, la disponibilità di professionalità specializzate e la disponibilità di fondi che attraggano gli investimenti.

### 6.1 Internazionalizzazione

La Film Commission Regione Campania si pone tra le altre cose obiettivi di sviluppo a livello internazionale, nel senso di crescita degli autori, dei professionisti e delle imprese dell'audiovisivo locale e della loro capacità di penetrare ed affermarsi a livello nazionale e anche sul mercato internazionale, promuovendo la realizzazione di iniziative mirate ad attrarre investimenti e dare impulso alla circolazione di idee, progetti, coproduzioni.

Vari gli eventi di dimensione internazionale che si svolgono sul territorio. Tra questi, l'Ischia Film Festival è – insieme a Capri Hollywood – uno dei più conosciuti eventi a livello internazionale che pone particolare attenzione alle location delle opere audiovisive. Le opere che vengono selezionate da tutto il mondo ad ogni edizione hanno come filo conduttore la valorizzazione dell'identità culturale e paesaggistica del territorio che raccontano (o su cui si svolge la trama). All'interno del Festival si svolge la BILC (Borsa Internazionale delle Location e del Cineturismo), l'unico mercato in Europa dedicato alle location e al Cineturismo, un momento in cui audiovisivo e territorio si incontrano discutendo sulle opportunità commerciali e turistiche che ne derivano.

Il Giffoni Film Festival è uno dei più conosciuti festival internazionali dedicato al cinema per ragazzi. Cominciato come una piccola rassegna, il GFF si è trasformato in un evento di proporzioni mondiali. Ha il merito di aver dato riconoscibilità ad un territorio fino ad allora povero di iniziative.

Da segnale il finanziamento da 60mila euro andato nel 2012 al Circuito Cinema di Napoli da Piano comunitario MEDIA per la digitalizzazione delle sale.

### 6.1 Punti di forza e di debolezza, opportunità e minacce

L'analisi del territorio campano ha evidenziato una correlazione storica tra il cinema (e l'audiovisivo) e la regione. Tale storicità, nata da una tradizione “autoctona” volta a raccontare la specificità della cultura campana e napoletana, è dimostrata dai numerosi riconoscimenti che, tramite registi o attori (De Sica, Loren, Totò) sono arrivati al territorio. Questa specificità è stata lasciata in eredità ad una classe di imprenditori cinematografici appassionati, che credono nel loro lavoro.

Tuttavia persiste da alcuni diversi anni un problema che impedisce di dare continuità al lavoro di chi, istituzione o addetto ai lavori, all'interno di questo comparto ci vive: il problema si traduce nell'incertezza normativa e nell'assenza di un sostegno adeguato che, anche dagli stakeholder intervistati, vengono indicati come punti di debolezza.

Sembrerebbe tuttavia avviarsi una stagione di nuova attenzione istituzionale se il fondo stanziato sarà sbloccato e si tradurrà in un beneficio per le produzioni del territorio, in termini di maggiore sostegno, maggiori servizi e incentivi. La mancanza e i ritardi nell'elargizione del sostegno costituiscono infatti una minaccia che potrebbe disincentivare le produzioni.

A questa si aggiungono altre minacce quali l'esodo di professionalità e un uso eccessivo ed errato delle nuove tecnologie che, nell'ipotesi peggiore e più estrema, potrebbero portare a non aver più bisogno di riprese sul territorio, sostituite da una serie di immagini da montare in studio (Messina), con grossi danni a livello di immagine, economia locale, cineturismo.

Altra minaccia potrebbe essere l'abbattimento dei costi che inizia a generare una categoria di "analfabeti" dell'audiovisivo che non fanno bene al comparto. "L'impressione è che il web abbia illuso che tutti possano girare e montare con una videocamera. Il che ha portato ad un'overdose di offerta. Offerta, tra l'altro, non professionale, amatoriale e (ciò che interessa ai produttori) gratuita. Non può durare, ma per il momento il mercato è in una fase di stallo anche perché, mentre il web non viene ancora percepito come un interlocutore, la tv, specie quella locale, col DTT, è destinata ad un mesto tramonto". (Morra).

Per agire sulla risoluzione delle criticità e sulla valorizzazione dei punti di forza le Film Commission dovranno ottenere un migliore riconoscimento, anche da parte degli enti locali, del valore industriale del settore su cui lavorano; settore che ha dato prova, negli ultimi anni, di grande vitalità e capacità trainante anche di altri segmenti dell'economia nazionale e delle economie locali, non solo per quanto riguarda il valore economico diretto di questo comparto, ma relativamente agli effetti indiretti ed indotti, quali l'incremento dei flussi turistici e il consolidamento di brand territoriali fruibili in più ambiti di consumo.

Serve legittimare le istanze del comparto, garantire certezza e continuità degli interventi pubblici oltre che giungere ad una più chiara definizione delle competenze in materia cinematografica tra Stato e Regioni, e ad una maggiore uniformità di servizi ed attività delle stesse FC anche in relazione ai fondi locali.

Una maggiore competitività della FC, un'azione di sostegno congrua e continuativa e chiarezza normativa sono, in estrema sintesi, le linee di indirizzo che anche gli stakeholder intervistati individuano per favorire lo sviluppo del settore sul territorio.

Panel stakeholder<sup>122</sup>

Istituzione	Intervistato	Qualifica	Strumento
FCRC	Maurizio Gemma	Direttore Generale	Intervista
Pigrecoemme	Corrado Morra	Legale Responsabile	Questionario
Regione Campania	Rocco Perna	Settore Sviluppo e Promozione Turismo	Questionario
ACulturale Art Movie & Music	Michelangelo Messina	Ideatore dell'Ischia Film Festival	Intervista

## Scheda n.6: Emilia Romagna

### 1 L'audiovisivo regionale in cifre

L'audiovisivo in Emilia Romagna conta poco più di 800 imprese attive sul territorio ovvero il 6,1% del totale nazionale, incidenza che si riduce al 5,2% e al 4,1% se guardiamo rispettivamente al numero degli occupati e al valore aggiunto generato. I tre indicatori posizionano l'Emilia Romagna al

<sup>122</sup> Un sentito ringraziamento a Simona Monticelli di FCRC per le preziose informazioni e i chiarimenti forniti in fase di stesura della scheda regionale.

quarto posto nella graduatoria nazionale per numero di imprese, al quinto posto per occupati e al sesto posto per valore aggiunto prodotto<sup>123</sup>.

**TAB. 1 IMPRESE, OCCUPATI E VALORE AGGIUNTO IN EMILIA ROMAGNA E INCIDENZA %, 2012**

	<b>Imprese Film Radio-Tv</b>	<b>Incidenza %</b>	<b>Occupati</b>	<b>Incidenza %</b>	<b>Valore ag- giunto (M€)</b>	<b>Incidenza %</b>
Emilia Ro- magna	819	6,1%	3.800	5,2%	332,8	4,1%
Italia	13.407	100%	73.500	100%	8.056,3	100%

Fonte: elaborazioni Iem – Rosselli su dati Symbola – Unioncamere

La provincia di Bologna contribuisce per circa un terzo con 271 imprese, 1000 occupati e 104 milioni di Euro di valore aggiunto.

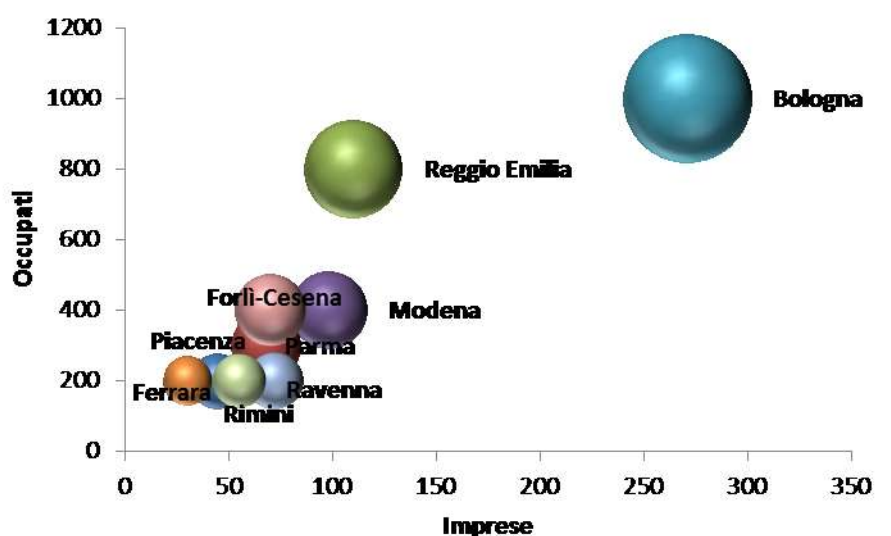
**TAB. 2 IMPRESE, OCCUPATI E VALORE AGGIUNTO NELLE PROVINCE EMILIANO-ROMAGNOLE, 2012**

<b>Provincia</b>	<b>Imprese</b>	<b>Occupati</b>	<b>Valore ag- giunto</b>
Bologna	271	1.000	103,8
Piacenza	45	200	18,7
Parma	68	300	29,8
Reggio Emilia	110	800	60,0
Modena	98	400	37,0
Ferrara	30	200	14,4
Ravenna	72	200	20,0
Forlì-Cesena	70	400	31,7
Rimini	55	200	17,6

Note: dati valore aggiunto in M€. Fonte: elaborazioni Iem – Rosselli su dati Symbola – Unioncamere

<sup>123</sup> Fonte: *Io sono cultura: L'Italia della qualità e della bellezza sfida la crisi*, III Rapporto Unioncamere – Symbola, 2013

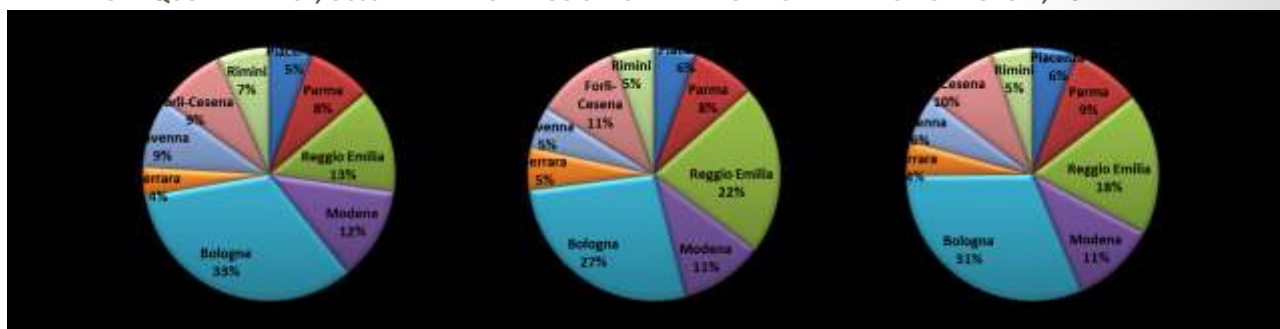
FIG. 1 IMPRESE, OCCUPATI E VALORE AGGIUNTO NELLE PROVINCE EMILIANO-ROMAGNOLE, 2012



Fonte: elaborazioni Iem – Rosselli su dati Symbola – Unioncamere

Le province di Bologna, Reggio e Modena assorbono oltre il 50% delle risorse generate nella Regione. Le altre province presentano incidenze inferiori al 10% nei tre indicatori presi in esame.

FIG. 2 QUOTA IMPRESE, OCCUPATI E VALORE AGGIUNTO NELLE PROVINCE EMILIANO-ROMAGNOLE, 2012



Fonte: elaborazioni Iem – Rosselli su dati Symbola – Unioncamere

Si tratta di piccole e medie imprese, con un numero di addetti tra gli 8 e gli 11 (contribuenti ex Enpals per impresa, tra il 2007 e il 2011, vs la media nazionale di 20-21). (fonte: Ente dello Spettacolo 2012 su dati Enpals)

Tra le maggiori aziende audiovisive nazionali sono presenti le società di distribuzione Terminal Video Italia e Dynit, di produzione ITC Movie e Agidi, di esercizio Circuito Cinema Bologna, tutte presenti sul capoluogo: Terminal e ITC sono le uniche presenti nel ranking delle prime 50 italiane. (Fonte: Ente dello Spettacolo 2012).

Una ricerca condotta da Promobologna nel 2007<sup>124</sup> indicava tra le caratteristiche principali dell'audiovisivo regionale:

- una struttura snella, piccola e flessibile delle imprese
- pochi produttori cinematografici con distribuzione nazionale e pochi distributori, a fronte della forte presenza di produttori di documentario
- presenza di strutture di archivio e restauro cinematografico di rilevanza internazionale
- centralità della Cineteca<sup>125</sup> nel sistema cinematografico emiliano.

<sup>124</sup> "Cinema, televisione e prodotti multimediali" condotta da Promobologna (con la collaborazione del prof. Vittorio Capocchi). La ricerca, pur condotta nel 2007, viene considerata ancora sostanzialmente attuale dagli operatori locali.

L'audiovisivo emiliano è stato studiato inoltre da un'altra ricerca, di più ampio respiro, "Cultura & Creatività. Ricchezza per l'Emilia-Romagna", condotta da ERVET Emilia Romagna Valorizzazione Economica Territorio SpA per l'Assessorato regionale alla Cultura e presentata nell'aprile 2012<sup>126</sup>: la ricerca censisce 509 imprese e 1589 addetti del comparto Cinema e audiovisivo, cui si aggiungono 22 società di Programmazione e trasmissione televisiva e 163 addetti, con dati (pur mancando la radio) leggermente sottostimati rispetto a quelli citati in precedenza.

La fotografia del comparto è sostanzialmente confermata anche dalla mappatura effettuata dalla Cineteca di Bologna nell'ambito del progetto Distretto della Multimedialità finanziato dal programma GECO (Giovani Evoluti e Consapevoli) della Regione Emilia-Romagna.

Secondo D.E.-R., Associazione dei Documentaristi Emiliano-Romagnoli<sup>127</sup>, la ricerca Ervet dovrebbe essere aggiornata annualmente per monitorare l'andamento del settore.

In relazione alla popolazione residente<sup>128</sup> il numero di occupati nel settore ammonta a un occupato ogni 1.152 abitanti, inferiore alla media italiana, che è di un occupato nel settore ogni 812 abitanti. La relazione abitanti/imprese nel settore è invece di un'impresa ogni 5.345 abitanti, inferiore al dato italiano di un'impresa ogni 4.452 abitanti.

Il 53% delle famiglie emiliano-romagnole dispone a casa, nel 2012, di un accesso a Internet a banda larga, la penetrazione è superiore a quella del territorio italiano totale, che è del 48,6%.

La quota del Fondo Unico per lo Spettacolo destinata al cinema nel 2011 è stata, per la regione Emilia Romagna, di 894.779 euro (l'1,5% del totale quota destinata al cinema a livello nazionale) a beneficio di 116 soggetti. Al cinema è andato il 3,1% della cifra che il FUS ha destinato ai soggetti operanti su territorio emiliano romagnolo (29 milioni di euro).

<sup>125</sup> "Nata negli anni Sessanta, dal 1989 membro effettivo della Fédération Internationale des Archives du Film (FIAPF), e dalla sua creazione della Association des Cinémathèques Européennes (ACE), la Cineteca di Bologna è un'autonoma istituzione comunale dal 1995. Nell'estate del 2000 è iniziata, con l'inaugurazione della nuova sede di via Riva di Reno, una stagione di rielaborazione dell'attività e dei progetti, culminata il 28 giugno 2003 con il trasferimento della Biblioteca e delle collezioni non filmiche e con l'apertura di due nuove sale cinematografiche negli spazi dell'area dell'ex Macello comunale. Ricordiamo che la Fondazione Cineteca di Bologna comprende numerose attività, di cui naturalmente la primaria è la conservazione degli ingenti archivi: 60.000 pellicole (dal cinema muto ai giorni nostri, passando per i classici, i documentari, il cinema di propaganda, l'archivio Chaplin, il Fondo Titanus, il Fondo Cristaldi Film...), 18.000 film su vhs/dvd (tra cui il Fondo Pasolini-Betti e il Fondo Lumière), 60.000 registrazioni audio (tra cui 2500 dischi in vinile di colonne sonore), documenti cartacei (sceneggiature, foto di scena, manifesti e locandine), 1 milione di immagini, 3.000 videogiochi, 40.000 volumi e 1100 riviste cinematografiche. La Cineteca, trasformata dal Comune di Bologna in Fondazione di partecipazione all'inizio del 2012, opera nel campo del restauro attraverso la società partecipata L'Immagine Ritrovata s.r.l. (e promuove progetti di restauro internazionali in collaborazione con World Cinema Foundation, Film Foundation, FIAF Federation International des Archives du Film. Opera inoltre nel campo editoriale con il marchio *Cineteca Editore* (monografie annuali, riviste mensili, collane DVD), nella formazione (cfr. *infra*) e soprattutto nella Programmazione cinematografica (le sale Lumière, il festival *Il Cinema Ritrovato*; il festival *Visioni Italiane*; il festival *Human Rights Nights*; la manifestazione estiva *Sotto le stelle del cinema*). Di particolare rilevanza ad esempio il Festival "Cinema Ritrovato": una rassegna del cinema del '900 giunta alla sua ventisettesima edizione, che include anteprime di restauri, ma che si rivolge non solo al pubblico internazionale degli specialisti degli archivi, ma anche alla città e ai suoi spettatori, con la volontà di coniugare rigore scientifico e vocazione popolare.

<sup>126</sup> Il documento, di 577 pagine, è interamente scaricabile al link [www.ervet.it/cultura-creativita.asp](http://www.ervet.it/cultura-creativita.asp). Contiene capitoli sulla creatività e le politiche territoriali, sull'importanza economica della creatività, e sull'impatto economico-sociale degli interventi pubblici.

<sup>127</sup> L'associazione D.E.-R. Documentaristi Emilia-Romagna opera dal 2008 e riunisce una novantina di professionisti tra autori e produttori, alcuni dei quali titolari di piccole strutture produttive. Tra le sue attività, volte a rinsaldare i legami e le sinergie tra pubblico, autori e produttori, citiamo: l'organizzazione di proiezioni in collaborazione con l'Assessorato Cultura e Sport della Regione Emilia-Romagna (Docintour, EstateDoc, Sala-Doc); il censimento online delle produzioni documentaristiche "Documentando"; "DocUnder30", Festival itinerante del documentario dedicato a giovani documentaristi; il progetto di Media Education "Documentario a scuola" e altri corsi di formazione per insegnanti in collaborazione con l'Assemblea legislativa della Regione Emilia-Romagna; la partecipazione ai festival locali (Bellaria Film Festival, Via Emilia DocFest, Terre di tutti Film Festival, Visioni Italiane), e la promozione di un obiettivo di internazionalizzazione, attraverso workshop, convegni, proiezioni di film in lingua originale, in Cina, Francia, Olanda, Gran Bretagna.

<sup>128</sup> Popolazione al 31 dicembre 2012 in base a dati Istat (Cfr. <http://demo.istat.it/bil2012/index.html>).

I dati Siae<sup>129</sup> sul settore cinematografico mettono in evidenza una forte crisi del settore, che, nel 2012, si è fatta sentire in maniera consistente in tutti i parametri di ricerca, con la sola eccezione delle presenze.

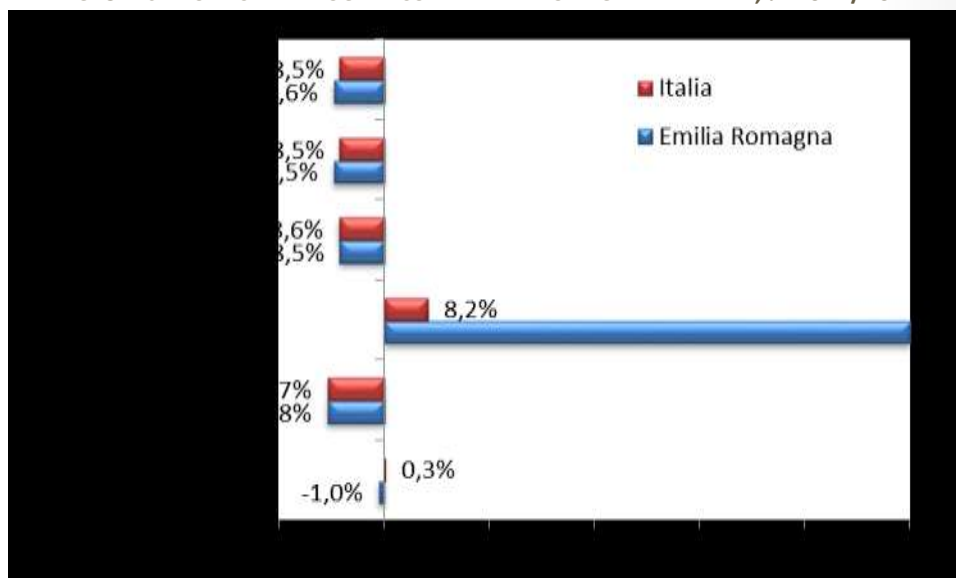
Il numero di spettacoli si è ridotto da 257.963 del 2011 a 255.370 del 2012 (-1%), gli ingressi al cinema nel 2012 in tutta la regione sono stati 10.050.795, in calo del 10,8% rispetto al 2011. Le presenze<sup>130</sup> sono invece aumentate a 124.933.

Nel 2012 il pubblico ha speso, per l'acquisto di biglietti e abbonamenti al cinema (spesa del botteghino), 65.672.650 euro, in calo dell'8,5% rispetto all'anno precedente. La spesa del pubblico<sup>131</sup> ammonta, per questo settore, a 74.204.070 euro, in calo del 9,5%.

Il volume d'affari complessivo relativo al settore cinematografico in Emilia Romagna ammonta dunque a 74.292.776 euro, in calo del 9,6% sul 2011.

I dati appena citati non si discostano troppo rispetto a quelli nazionali per tutti i parametri di ricerca con la sola eccezione delle presenze, che, se in Emilia Romagna hanno avuto un boom di crescita, nel totale Italia sono cresciute dell'8,2%.

FIG. 3 IL SETTORE CINEMATOGRAFICO IN EMILIA ROMAGNA E IN ITALIA, % 2012/2011



Fonte: elaborazioni lem – Rosselli su dati Siae

La quota Emilia Romagna sul totale Italia si aggira tra l' 8,6% e il 10,4% per tutti i parametri, tranne che per le presenze (5%).

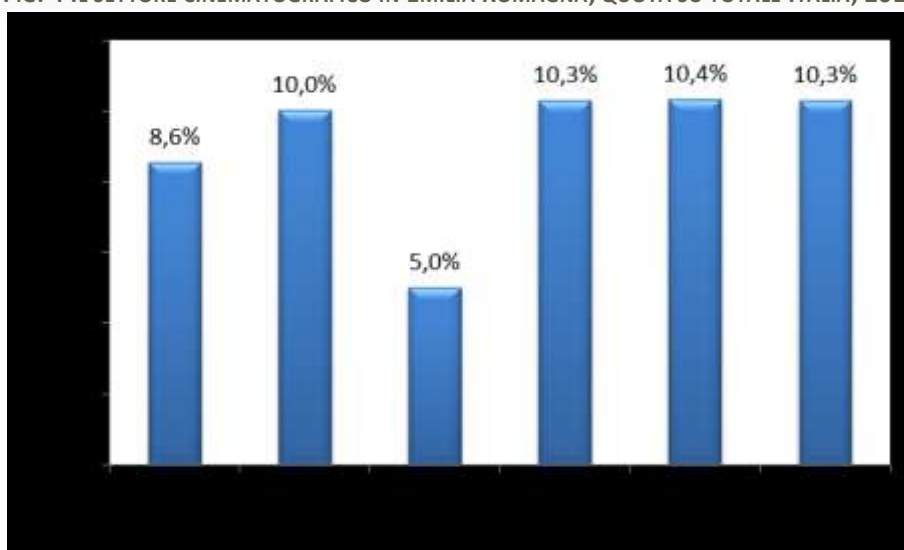
<sup>129</sup> Siae, *Annuario dello Spettacolo*, 2012

<sup>130</sup> A differenza degli ingressi, le presenze vengono utilizzate per quantificare i partecipanti a manifestazioni per le quali non è previsto il rilascio di titoli d'accesso.

<sup>131</sup> L'importo che il pubblico ha destinato, nell'anno 2012, alla fruizione degli spettacoli.



FIG. 4 IL SETTORE CINEMATOGRAFICO IN EMILIA ROMAGNA, QUOTA SU TOTALE ITALIA, 2012




Fonte: elaborazioni lem – Rosselli su dati Siae

## 2. La Film Commission Bologna

### 2.1 Scheda Anagrafica

La Film Commission presente in regione aderente al Coordinamento nazionale Film Commission è la Film Commission Bologna, un servizio interno alla Cineteca di Bologna attivo dal 2000. È funzionante sul territorio anche l'Emilia-Romagna Film Commission, dal 2011 non più aderente al Coordinamento (cfr. *infra*).

Logo	
Nome completo	FILM COMMISSION BOLOGNA
Forma giuridica	Servizio interno della Fondazione Cineteca di Bologna
Enti pubblici/ privati nella compagine	Comune di Bologna (convenzione)
Persone di riferimento	Responsabile: Francesca Andreoli
Data di istituzione	2000
Data di avvio attività	2000
Indirizzo	Via Azzo Gardino 65, Bologna
Contatti telefonici	051/219.48. 36
Sito e mail	<a href="http://www.cinetecadibologna.it/centro_sviluppo/filmcommission">www.cinetecadibologna.it/centro_sviluppo/filmcommission</a> <a href="mailto:filmcommission@cinetecabologna.it">filmcommission@cinetecabologna.it</a>
Pagina Facebook/Twitter	=
Eventuali altre sedi	=
Altre FC sul territorio	Emilia Romagna Film Commission (non aderente al Coordinamento)

Contestualmente alla trasformazione della Cineteca in Fondazione si è aperto un dibattito sulla collocazione “de facto” della FC Bologna all’interno della Fondazione Cineteca di Bologna che ha coinvolto l’Amministrazione Comunale, la Cineteca stessa e alcune associazioni di operatori dell’audiovisivo emiliano-romagnole. A seguito di questa discussione, il Comune di Bologna, nell’ambito della convenzione triennale 2012-2014 con la Fondazione Cineteca, ha assegnato a quest’ultima l’impegno a: “sostenere e promuovere la produzione audiovisiva dei soggetti operanti sul territorio attraverso la Film Commission Bologna; altre azioni potranno essere definite nel corso del tempo, prevedendo uno specifico tavolo di coordinamento, che coinvolga le varie realtà creative e produttive del territorio, e consenta a Cineteca di svolgere un’azione costante ed adeguata alle esigenze che emergeranno dagli operatori”.

Alcuni stakeholders esprimono alcune riserve, sia perchè lo Statuto della Fondazione escluderebbe dalle attività quelle di una Film Commission<sup>132</sup>, sia perchè potrebbero sorgere conflittualità tra le finalità di una FC e le attività di produzione e distribuzione effettuate direttamente dalla Cineteca. Questa collocazione verrebbe indicata come un’anomalia transitoria da sanare. Cineteca sottolinea, in risposta, come il proprio Statuto non menziona l’attività di Film Commission in maniera esplicita, ma non la esclude nemmeno, in quanto tale attività sarebbe uno strumento perfettamente compatibile con le finalità e gli scopi che il medesimo Statuto assegna alla Fondazione. Inoltre Cineteca ritiene non sussistere alcuna conflittualità tra la natura di una FC e le attività di produzione e distribuzione della Fondazione, che lo stesso statuto limita ad ambiti molto precisi e nello specifico<sup>133</sup>.

Nel corso dell’analisi field sono emerse inoltre perplessità sullo sbilanciamento del finanziamento pubblico regionale alla cinematografia, dedicato per una buona parte delle sue risorse proprio alla Cineteca (cfr. *infra*).

Cineteca da parte sua rileva come nel 2013 abbia subito un taglio del 70% dei finanziamenti regionali rispetto all’anno precedente, e che il finanziamento per ora confermato ammonta ad un totale di 140mila euro annui nell’ambito della convenzione triennale 2012-2014. Tale convenzione impegna la Fondazione, con le suddette risorse, a: promuovere la cultura cinematografica attraverso la produzione editoriale, l’organizzazione di manifestazioni e festival di rilevanza nazionale ed internazionale, finanziare l’attività di ricerca e scientifica, consolidare la funzione di coordinamento delle strutture degli Enti Locali in ambito cinematografico anche attraverso rassegne regionali, proseguire l’attività didattica e di formazione sul linguaggio del cinema sia per i più giovani (progetto “Schermi e Lavagne”) sia per il pubblico adulto (rassegne, presentazioni, incontri con autori, etc...). La stima di costo per il complesso delle suddette attività è di circa 800.000,00 euro, che sarebbe coperto pertanto dal contributo regionale per il 17%. Cineteca precisa inoltre che le attività Film Commission e il sostegno alle produzioni non rientrano nella convenzione con la Regione.

## 2.2 Mission e attività

Bologna Film Commission indica, nella propria mission, le seguenti finalità in ordine di priorità:

1. Sostegno e promozione della produzione audiovisiva
2. Incentivazione della forza lavoro locale
3. Sviluppo dell’indotto economico/produttivo
4. Promozione turistica

Non sono previste attualmente risorse finanziarie destinate alle Produzioni, nè in forma di dotazione di budget della FC Bologna, nè come Fondo audiovisivo comunale. Nel periodo 2010-2012 sono

<sup>132</sup> Nell’articolo 2 dello statuto di Fondazione Cineteca di Bologna, reperibile a questo link [www.cinetecadibologna.it/files/documenti/Statuto\\_Fondazione.pdf](http://www.cinetecadibologna.it/files/documenti/Statuto_Fondazione.pdf), effettivamente non sono menzionate attività compatibili con quelle di una Film Commission.

<sup>133</sup> “(a) promuove e cura direttamente o indirettamente la distribuzione di film della storia del cinema, dimenticati dal mercato, di cui la Fondazione ha curato il restauro; (b) promuove, cura e produce, direttamente o indirettamente, l’edizione e la distribuzione di libri e dvd dedicati della storia del cinema e alle questioni del cinema contemporaneo, ordinandoli in collane e raccogliendoli sotto una unica sigla editoriale; altresì produce e diffonde, per via cartacea e digitale, periodici di informazione e materiali critico/didattici a sostegno delle sue varie attività”.

stati assegnati contributi in sostegno allo sviluppo e alla produzione cinematografiche per un ammontare complessivo di 464.348 Euro attraverso bandi pubblici nell'ambito del progetto Distretto della Multimedialità finanziato con fondi regionali del programma GECO (Giovani Evoluti e Consapevoli).

I servizi offerti comprendono primariamente l'assistenza all'ottenimento dei permessi per le riprese, l'erogazione di formazione, e di facilities alle produzioni<sup>134</sup>.

### 2.3 Produzioni assistite

I dati forniti da FC Bologna in merito alle produzioni audiovisive assistite (nell'accezione di base dei servizi sopra descritti) nell'ultimo anno e mezzo indicano un andamento costante sia in termini assoluti (mediamente 70-80 l'anno) sia all'interno delle singole tipologie di prodotto<sup>135</sup>.

TAB. 3 PRODUZIONI ASSISTITE DALLA FC NEL 2011, 2012 E 1 SEM 2013 PER GENERE PRODUTTIVO

Produzioni	2011	2012	1 H 2013
Lungometraggi cinematografici	3	6	1
Fiction/film per la tv	1	2	
Documentari	18	9	8
Cortometraggi/mediometraggi	8	11	4
Pubblicità	23	24	12
Videoclip	7	3	5
Programmi per la tv	13	14	10
<b>TOTALE</b>	<b>73</b>	<b>69</b>	<b>40</b>

Fonte: Film Commission Bologna

La prevalenza, all'interno delle produzioni assistite dalla FC Bologna, prima ancora che in documentari e programmi televisivi, è di spot pubblicitari, un genere che produttivamente incide in misura marginale sia sul numero delle risorse umane impiegate sia su quello dei giorni di lavorazione (che sono stati in totale, per tutti i generi audiovisivi e tutte le produzioni assistite, 262 nel 2011, 260 nel 2012 e 140 nel primo semestre 2013). Limitato appare il numero dei lungometraggi e delle fiction televisive, che pur sono un genere definibile "ad alto sfruttamento territoriale", e che pur sono state numerose in Emilia.

Tra gli audiovisivi girati in regione prima del 2011 ricordiamo infatti ad esempio le fiction "Mal'aria", "Uno Bianco", "Non pensarci" e "L'ispettore Coliandro"<sup>136</sup>: un genere quindi piuttosto significativo per il territorio<sup>137</sup>.

Tra i lungometraggi, citiamo a titolo esemplificativo "L'uomo che verrà", di cui alcuni operatori locali hanno fatto notare l'ambientazione prevalente nella Riviera, nel Ferrarese e nella città di Bolo-

<sup>134</sup> Nella pagina Internet della Cineteca di Bologna dedicata alla BFC sono indicate queste attività/servizi: l'occupazione gratuita di suolo pubblico per tutte le riprese cinetelevisive, le agevolazioni per l'utilizzo di proprietà comunali, l'utilizzo gratuito di locali a uso magazzino o segreteria, l'assistenza per ottenere i permessi indispensabili alle riprese su suolo pubblico, all'interno di edifici comunali o di proprietà immobiliari dell'Università degli Studi di Bologna, il coordinamento della presenza di forze dell'ordine e semplificazione degli iter burocratici, l'assistenza nella ricerca di ospitalità per il soggiorno delle troupe, le informazioni relative alle professionalità locali di settore e inerenti alle esigenze produttive del cinema e della televisione.

<sup>135</sup> Non vengono invece forniti da Bologna FC dati sulla provenienza geografica delle produzioni (anche se si presuppone una quasi totalità di produzioni di livello regionale), nè sulla valorizzazione delle spese effettuate sul territorio (per l'assenza di sostegni finanziari e quindi di rendicontazioni), nè stime dell'indotto generato dall'audiovisivo.

<sup>136</sup> La fiction, girata a Bologna, è stata prodotta dal 2006 al 2010, e trasmessa in prima visione da Rai 2. Diretta dai Manetti Bros., è stata ideata dallo scrittore Carlo Lucarelli: ha avuto un forte impatto economico sul territorio, stimabile in almeno 4 milioni di Euro.

<sup>137</sup> Si segnala peraltro che dopo tre anni di assenza, la Rai ha appena approvato il finanziamento della nuova serie de "L'ispettore Coliandro", prodotta da Tommaso Dazzi per Vela Film. Le riprese dovrebbero partire a metà 2014.

gna<sup>138</sup>. Inoltre, fra le produzioni assistite dalla Film Commission Bologna rientrano le produzioni sostenute attraverso i bandi di sostegno promossi con i fondi regionali del programma GECO (anni 2010-2012) e qui di seguito riportate:

**TAB. 4 PRODUZIONI FINANZIATE DAL PROGRAMMA GECO 2010-2012**

<b>VINCITORI BANDO PRODUZIONE I ASSEGNAZIONE</b>		
<b>DENOMINAZIONE</b>	<b>TITOLO PROGETTO</b>	<b>IMPORTO</b>
PULSEMEDIA	BEAT CRAZY	30.000,00
SEIPERDUENONFADODICI	BABIS	30.000,00
		<b>60.000,00</b>
<b>VINCITORI BANDO SVILUPPO I ASSEGNAZIONE</b>		
<b>DENOMINAZIONE</b>	<b>TITOLO PROGETTO</b>	<b>IMPORTO</b>
ARANCIA FILM	IL VEGETARIANO	20.000,00
KINé SOC COOP	IL TRENO VA A MOSCA	5.000,00
FINZIONI ASS. CULTURALE - COMUNICAMENTE	L'ERBA CATTIVA	10.000,00
IMAGO ORBIS	ESSERE E SOPRAVVIVERE	7.000,00
		<b>42.000,00</b>
<b>VINCITORI BANDO PRODUZIONE II ASSEGNAZIONE</b>		
<b>DENOMINAZIONE</b>	<b>TITOLO PROGETTO</b>	<b>IMPORTO</b>
PULSEMEDIA	LA STRADA DEI SAMUONI	35.000,00
GIART srl	NINO MIGLIORI	20.000,00
HEX 24 srl	UN'INVINCIBILE SCONFITTA	28.748,00
SOLARES FONDAZIONE ARTI	ULIDI. IL MONDO E' FUORI	15.000,00
MAMMUT FILM	GOD SAVE THE GREEN	50.000,00
		<b>148.748,00</b>
<b>VINCITORI BANDO SVILUPPO II ASSEGNAZIONE</b>		
<b>DENOMINAZIONE</b>	<b>TITOLO PROGETTO</b>	<b>IMPORTO</b>
PIERROT E LA ROSA	IL MISTERO DI FELIX PEDRO	15.000,00
BEDESCHI FILM SRL	SEI DITA	15.000,00
VENTOTTO LUGLIO	IL MIO NOME E' TARZAN SORAIA	13.600,00
KINè SOC COOP	CIRCLE A LONG LIFE JOURNEY	7.000,00
MOVIMENTA ASSOCIAZIONE	IL CERCHIO PERFETTO	7.000,00
24FILM SRL	IL MODERATORE	6.000,00
		<b>63.600,00</b>
<b>VINCITORI BANDO PRODUZIONE III ASSEGNAZIONE</b>		
<b>DENOMINAZIONE</b>	<b>TITOLO PROGETTO</b>	<b>IMPORTO</b>
PULSEMEDIA	LA NOSTRA STORIA	20.000,00
KINE'	IL TRENO VA A MOSCA	22.500,00
DUGONG SRL	CARA ITALIA	10.000,00
ASS.NE CULTURALE PLINIO	IL VILLAGGIO DI NERMINA, KADIRA E SEFA	20.000,00
PIERROT E LA ROSA SNC	UNA NOBILE RIVOLUZIONE	22.500,00
GA&A PRODUCTIONS SRL	IN VIAGGIO CON CECILIA	10.000,00
MOVIMENTA ASSOCIAZIONE CULTURALE	IL CERCHIO PERFETTO	20.000,00
VENTOTTOLUGLIO	IL RE DEI GIOCOLIERI	25.000,00
		<b>150.000,00</b>
	<b>TOTALE</b>	<b>464.348,00</b>

Fonte: Film Commission Bologna

<sup>138</sup> L'esponente PDL Andrea Pollastri, in una seduta comunale congiunta delle Commissioni Statuto e Cultura, fece notare ad esempio che le valli piacentine potrebbero essere lo scenario di fiction come "Don Matteo". Cfr. [www.bologna2000.com](http://www.bologna2000.com), 14.9.2011.

## 2.4 Risorse, costi e personale

La FC Bologna non riceve dalla Regione o dal Comune di Bologna risorse appositamente dedicate all'attività di Film Commission e/o di sostegno alle produzioni, eccezion fatta per i fondi regionali del programma GECO di cui al paragrafo 2.3. Nonostante ciò ha comunque garantito l'operatività del servizio, assegnando 1 risorsa umana, le attrezzature, gli uffici e le spese correnti necessarie all'attività di assistenza alle produzioni sul territorio.

## 2.5 Servizi on line

Non esiste un sito della FC Bologna, nè pagine sui social network: la pagina dedicata ai servizi della FC Bologna, all'interno del sito [cinetecadibologna.it](http://cinetecadibologna.it), è scarsa di informazioni, e contiene praticamente solo i moduli di richiesta permessi e le info sui servizi erogati.

On line non sono disponibili nè una Production guide (esiste solo un elenco di risorse, non in forma di database, ad esclusivo uso interno, che contiene società di produzione, service e studi, professionisti e artisti<sup>139</sup>) nè un Film database delle produzioni assistite girate a Bologna. E' tuttavia consultabile una Location guide<sup>140</sup>, strutturata in un elenco diviso per tipologia: consta di 118 location illustrate solo fotograficamente, non incrementabili/segnalabili da parte degli utenti, ritenuta dalla FC Bologna stessa rappresentativa al 60% delle location effettivamente disponibili in città.

## 2.6 Relazioni istituzionali

La Cineteca di Bologna giudica "adeguate" le relazioni tra la FC Bologna e le altre sul territorio, mentre l'Emilia-Romagna Film Commission, non facendo più parte del Coordinamento nazionale, è poco aggiornata sulle attività delle altre strutture: in generale emerge un quadro di completa autonomia delle due strutture. FC Bologna cita fra i progetti e collaborazioni con enti locali o soggetti professionali e/o pubblici attivi sul territorio l'esperienza del Distretto della Multimedialità finalizzato ad analizzare il comparto dell'audiovisivo in regione, promuoverne lo sviluppo attraverso bandi di sostegno, formazione (seminari, workshop, consulenza d'impresa, etc...) e, di recente, attraverso un bando per favorire i processi di internazionalizzazione delle produzioni regionali. La Cineteca ha promosso, inoltre, la costituzione di una Tavolo di Coordinamento con le realtà associative più rappresentative del comparto dell'audiovisivo emiliano-romagnolo. Attualmente è in corso la costruzione di un Protocollo di Intesa per mettere a disposizione servizi, spazi e competenze della Cineteca e per favorire azioni comuni di sviluppo.

D.E-R., l'Associazione Documentaristi locale, parla di una sostanziale mancanza di interlocutori tra l'audiovisivo e le istituzioni locali emiliane, e dell'assenza di veri e propri uffici pubblici competenti in materia (affidandosi più che altro ad APT o a singoli dipendenti pubblici motivati che si occupano di turismo); a livello provinciale mancano gli interlocutori, mentre a livello comunale c'è disomogeneità tra Comune e Comune, anche nella dimestichezza con i set e l'ospitalità di troupes; con le Camere di Commercio pare esserci mancanza di rapporti, mentre con CNA e Legacoop i rapporti, ad oggi parziali, potrebbero essere incentivati con la realizzazione di tavoli specifici sulle imprese dell'audiovisivo, evitando di assimilarlo erroneamente ad altri settori peculiari quali imprese grafiche o fotografiche.

## 2.7 Obiettivi della FC

FC Bologna dichiara i seguenti obiettivi a breve-medio termine le azioni da implementare, e le linee di indirizzo auspicabili per rafforzare il ruolo della FC Bologna sul territorio:

- elaborazione di strategie per la valorizzazione del cinema emiliano-romagnolo, dei suoi autori e delle realtà produttive. Promozione del cinema e dell'audiovisivo con particolare

<sup>139</sup> FC Bologna stessa stima che le aziende presenti siano rappresentative del 75% di quelle totali presenti sul territorio, dell'80% dei professionisti, del 50% degli artisti.

<sup>140</sup> [www.cinetecadibologna.it/centro\\_sviluppo/filmcommission/locations](http://www.cinetecadibologna.it/centro_sviluppo/filmcommission/locations).

attenzione al contributo degli autori (registi, sceneggiatori, fotografi, attori, produttori ecc.) di estrazione emiliano-romagnola;

- costituzione di un tavolo di coordinamento che coinvolga le varie realtà creative e produttive del territorio e consenta a FilmCommission Bologna di svolgere un'azione costante e adeguata alle esigenze che emergeranno dagli operatori;
- siglare un Protocollo d'Intesa tra Cineteca e gli operatori del comparto audiovisivo regionale con lo scopo di formalizzare un impegno comune sul fronte delle strategie di sviluppo del comparto e di favorire l'accesso degli aderenti alle possibilità offerte da Cineteca;
- presentare in Regione un documento condiviso con gli operatori del comparto audiovisivo per chiedere l'istituzione di un Fondo a sostegno della Produzione;
- potenziare la presenza della FilmCommission Bologna in occasione di manifestazioni e/o festival nazionali e internazionali.

## 2.8 Giudizio complessivo

Allo stato attuale, la FC Bologna sembra essere una struttura carente di risorse soprattutto finanziarie, condizione che non le consente di investire adeguatamente sull'attrazione di nuove produzioni.

## 2.9 L'Emilia-Romagna Film Commission

Come detto, sul territorio è attiva un'altra FC a livello regionale. Pur non essendo aderente al Coordinamento nazionale, e quindi non essendo oggetto diretto del nostro studio, riteniamo significativo fornire qualche elemento di informazione anche su questa realtà per offrire un quadro più completo del settore in Emilia Romagna.

L'attività di Film Commission viene definita "una funzione che la Regione Emilia-Romagna ha collocato fin dal 1997 all'interno del Servizio Cultura e Sport, e che attualmente è esercitata dall'ufficio Promozione delle Attività cinematografiche e audiovisive": si tratta quindi della prima struttura di questo tipo a livello nazionale, anche se mai resa completamente autonoma e indipendente (ad esempio non ha un proprio budget di gestione, in quanto ufficio regionale, ma solo 3 risorse umane dedicate).

La Legge Regionale 13/1999 "Norme in materia di spettacolo" prevede che la Regione possa realizzare interventi diretti volti a promuovere il territorio come sede di produzioni cinetelevisive, e la partecipazione diretta a progetti "che abbiano come fine la realizzazione di documentari e opere d'animazione in grado di promuovere il territorio regionale, che, attraverso lo sviluppo di temi legati alla cultura, alla storia, al paesaggio, all'attualità sociale ed economica, promuovano e valorizzino il territorio regionale". L'E-RFC è infatti attiva soprattutto nel sostegno alla produzione locale documentaristica locale, e, negli ultimi 4 anni, anche alla produzione locale di animazione. Nessuna risorsa viene invece investita nelle opere di finzione e in generale nelle produzioni extraregionali.

E-R FC ha assistito nel 2012 38 produzioni audiovisive in totale (di cui 9 finanziate dal proprio Fondo, cfr. *infra*)<sup>141</sup>.

Secondo alcuni stakeholders la struttura soffre di una cronica mancanza di fondi che le impedisce di operare in modo efficace nel sostegno all'audiovisivo, e di carenza di competenze necessarie in termini di formazione europea, di conoscenza del mercato e del processo produttivo.

Dal punto di vista dei servizi offerti, in alcuni casi si imputa alla E-RFC, e, più in generale, alle istituzioni pubbliche locali:

- la mancanza di convenzioni con gli hotel, cosa che rende inadeguato il servizio di ospitalità alle troupes delle produzioni,
- la mancanza appunto di risorse per incentivare lungometraggi e fiction e in generale produzioni non locali,

<sup>141</sup> Non sono disponibili dati sulle giornate di lavorazione e di lavoro delle risorse locali, ma solo dati relativi alla rendicontazione delle produzioni finanziate (cfr. *infra*).

- l'assenza di un disegno formativo generale (presente invece a livello regionale in altri settori industriali, quali la meccanica), e di una progettualità anche sul tema dell'internazionalizzazione (vi sono solo casi isolati per il documentario<sup>142</sup>),
- l'assenza di un servizio desk di consulenza all'audiovisivo (su mercati, bandi e festival).

Anche i servizi on line vengono considerati insufficienti: non esiste un sito dedicato (ma solo una sezione del portale Cultura)<sup>143</sup>, nè un Film database delle produzioni sostenute/girate in regione. Production Guide e Location Guide<sup>144</sup> dovrebbero essere maggiormente implementate e aggiornate.

All'assenza di un Film Database sopperisce parzialmente, per quel che riguarda il documentario, il progetto Documentando ([www.documentando.com](http://www.documentando.com)), un videocatalogo on line allestito da D.E-R, Associazione Documentaristi dell'Emilia-Romagna, in collaborazione con la Videoteca dell'Assemblea Legislativa<sup>145</sup> ed E.-R.FC. Viene definito come "un censimento dinamico della produzione documentaristica esistente, ossia uno spazio di visibilità e autopromozione delle realtà creative e produttive che realizzano documentari avendo come base operativa la Regione Emilia Romagna", con trailer, foto, sinossi e schede biografiche.

In generale quello che sembra caratterizzare la E-RFC e in generale tutto il comparto è l'urgenza di una ristrutturazione generale del quadro istituzionale, che è partita già due anni fa, e sta coinvolgendo non solo l'Assessorato alla Cultura e allo Sport ma anche quello alle Attività Produttive e quello al Turismo: l'obiettivo comprende:

- a) l'emanazione di una nuova legge regionale del cinema (una bozza è in discussione in seno al Consiglio regionale),
- b) la creazione di un Fondo (di sostegno sia alle produzioni locali che a quelle extraregionali), che si affianchi all'attuale contributo a documentari e animazione,
- c) l'ingresso della E-R FC nel Coordinamento nazionale IFC.

Il progetto di riforma è stato interrotto al momento dell'emergenza terremoto, che naturalmente ha drenato tutte le risorse straordinarie, e poi dall'urgenza legata alla digitalizzazione delle sale entro l'inizio del 2014 (che ha comportato una prima delibera di un contributo a fondo perduto già approvata e una seconda approvata entro l'anno, necessarie per impedire la chiusura di molte strutture)<sup>146</sup>. Attualmente è difficile prevedere quando il processo di rinnovamento del quadro di sostegno sarà concretamente attuato (lo si auspica entro il 2014).

### 3. Fondi

L'unico sostegno presente nella regione, in mancanza di un vero Fondo per l'audiovisivo, è quello denominato "Interventi regionali a favore del documentario e del cinema di animazione" che dispone di un budget di circa 200mila euro: è dedicato a documentari (per due terzi delle risorse) e animazione (per il restante terzo), e l'autorità competente è il Servizio Cultura e Sport all'interno della Regione, lo stesso che esprime l'E-RFC.

<sup>142</sup> Viene citato l'esempio di ATI realizzate per Expo 2010 Cina.

<sup>143</sup> <http://cultura.regione.emilia-romagna.it/entra-in-regione/operatori/film-commission>.

<sup>144</sup> La Location guide attualmente on line, <http://cultura.regione.emilia-romagna.it/entra-in-regione/operatori/film-commission/location-1>, contiene 264 location documentate esclusivamente con gallerie fotografiche. La Production Guide invece ([www.servizi.regione.emilia-romagna.it/cultura/cinema](http://www.servizi.regione.emilia-romagna.it/cultura/cinema)) contiene 149 aziende e 368 professionisti.

<sup>145</sup> La Videoteca, nata nel 1996 da un progetto di collaborazione tra l'Assemblea Legislativa e l'Istituto per i beni artistici, culturali e naturali della Regione Emilia-Romagna, promuove il grande patrimonio audiovisivo prodotto da enti locali, realtà produttive e associative della regione, raccogliendo, conservando, catalogando e offrendo la visione on-line di 4.400 documentari che ne valorizzano il territorio, la storia e la cultura.

<sup>146</sup> Con deliberazione della Giunta regionale n. 1574 del 29/10/2012 è stato approvato il bando per la digitalizzazione delle sale cinematografiche dell'Emilia Romagna. Sono previste diverse misure di intervento regionale, per le monosale (fino al 50% di contributo regionale), le multisale (fino al 40%), e per i multiplex (25%), a fronte di un limite massimo di spesa ammissibile fissato in 50.000 euro a schermo (ovvero l'attuale importo medio standard per digitalizzare una sala). Il contributo assegnato a ogni singola impresa non potrà in ogni caso superare i 75.000 euro.

Ricordiamo che a Bologna, all'interno della sede della Cineteca, ha sede Doc.it, l'Associazione nazionale italiana di documentaristi<sup>147</sup>.

Nel primo piano triennale del settore Spettacolo dal vivo della Giunta regionale si era pensato di sostenere unicamente il genere documentario, poi il finanziamento è stato esteso anche alle opere di animazione.

**TAB. 5 INTERVENTI REGIONALI A FAVORE DEL DOCUMENTARIO E DEL CINEMA DI ANIMAZIONE**

Data di istituzione	2006
Periodicità bandi	Annuale
Fasi filiera interessate	Produzione
Beneficiari	Società di produzione audiovisiva o associazioni con sede in E-R, iscritte da almeno 2 anni nei registri provinciali o regionali Per animazione: autori dotati di Partita Iva residenti in regione che detengano i diritti patrimoniali sull'opera.
Budget totale annuo	2013: 190k E 2012: 190 k 2011: 180 k 2010: 180 k 2009: 176 k 2008: 132 k 2007: 100 k 2006: 100 k 2/3 per documentari, 1/3 per animazione
Prodotti eleggibili	Documentari di min 20' che promuovano e valorizzino l'identità regionale Film di animazione che promuovano e valorizzino l'identità regionale sviluppando temi legati alla cultura, alla storia, al paesaggio, all'attualità sociale ed economica
Importo massimo singolo contributo	- Documentari: 20.000 € - Animazione: 30.000 €
Tipologia di contributo	- A fondo perduto - Non superiore al 30% delle spese ammissibili
Requisiti di eleggibilità	Criteri di valutazione includono, oltre ai parametri già citati, l'impatto sul territorio in termini di spesa diretta

Fonte: elaborazione Iem-Rosselli da Guida ai Fondi Regionali Anica

(per maggiori dettagli sul funzionamento operati-

vo: [www.anica.it/online/allegati/fondi\\_regionali/emilia\\_romagna/Emilia%20Romagna\\_Interventi%20doc\\_animazione\\_240612.pdf](http://www.anica.it/online/allegati/fondi_regionali/emilia_romagna/Emilia%20Romagna_Interventi%20doc_animazione_240612.pdf))

Dal 2006 al 2012 la dotazione è stata quasi raddoppiata, da 100 a 190.000 Euro (confermati per il 2013).

Questo il dettaglio relativo alle produzioni finanziate dal 2006 al 2012<sup>148</sup>: negli ultimi anni la media dei progetti sostenuti è scesa ad una decina all'anno.

**TAB. 6 PRODUZIONI FINANZIATE DA E-R FC 2006-2012**

ANNO 2006

<sup>147</sup> Sono attualmente iscritti a Doc/it, nata a Milano nel 1999, circa 80 imprese e oltre 120 tra produttori e autori. L'associazione organizza periodicamente incontri professionali con un taglio europeo ed internazionale, tra cui gli Italian Doc Screenings, incontro tra broadcasting e produzione documentaristica indipendente (che non citiamo tra le iniziative di matchmaking in quanto non espressamente rivolta all'audiovisivo regionale, e itinerante nelle sue sedi: l'edizione 2013 si svolge ad esempio a Palermo).

<sup>148</sup> Nel periodo dal 2003 al 2005 erano state finanziate ulteriori opere, di generi diversi: nel 2003 10 tra lungometraggi, documentari e format tv (tot 55.000 Euro), nel 2004 8 tra lungometraggi, documentari, format e fiction tv (tot. 81.000 Euro), nel 2005 6 tra i generi precedentemente citati più il cortometraggio (tot. 28.800 Euro).



Progetti	Numero	Finanziamenti in €
<b>Documentari</b>	13	80.592

ANNO 2007

Progetti	Numero	Finanziamenti in €
<b>Documentari</b>	29	114.600

ANNO 2008

Progetti	Numero	Finanziamenti in €
<b>Documentari</b>	12	132.000

ANNO 2009

Progetti	Numero	Spesa sul territorio	Finanziamenti in €
<b>Documentari</b>	10	212.085	140.700
<b>Opere d'animazione</b>	2	89.960	35.300
<b>TOTALE</b>		302.045	176.000

ANNO 2010

Progetti	Numero	Spesa sul territorio	Finanziamenti in €
<b>Documentari</b>	10	328.620	117.036
<b>Opere d'animazione</b>	4	209.880	62.964
<b>TOTALE</b>		538.500	180.000

ANNO 2011

Progetti	Numero	Spesa sul territorio	Finanziamenti in €
<b>Documentari</b>	7	444.889	129.766
<b>Opere d'animazione</b>	3	176.964	53.089
<b>TOTALE</b>		621.853	182.857

ANNO 2012

Progetti	Numero	Spesa sul territorio	Finanziamenti in €
<b>Documentari</b>	7	483.065	124.750
<b>Opere d'animazione</b>	2	234.360	58.050
<b>TOTALE</b>		717.425	182.800

ANNO 2013

Progetti	Numero	Spesa sul territorio	Finanziamenti in €
<b>Documentari</b>	8	514.803	144.162
<b>Opere d'animazione</b>	2	146.500	43.950
<b>TOTALE</b>		661.303	188.112

Fonte: Emilia-Romagna Film Commission

Tra le iniziative passate di sostegno pubblico locale, ricordiamo (vedi *supra*) il "Sostegno allo sviluppo e alla produzione di progetti cinematografici", attivato una tantum tramite un apposito bando per il 2010-2012, e gestito da Centro per lo sviluppo dell'audiovisivo e l'innovazione digitale, FC Bologna e Cineteca. Il fondo, come già detto, era stato creato nel quadro dell'APQ Geco triennale "Giovani evoluti e Consapevoli" sottoscritto nel 2007 dalla Regione con il Dipartimento delle Politiche Giovanili della Presidenza del Consiglio e il Ministero per lo Sviluppo Economico.

Il Fondo sosteneva Sviluppo e Produzione di lungometraggi cinematografici (di finzione, di animazione, di genere documentaristico) opere prime, seconde o terze, espressione di società di produzione indipendenti o associazioni culturali, con particolare attenzione alle caratteristiche di "regionalità" sia della casa di produzione che degli autori che del progetto stesso<sup>149</sup>.

TAB. 7 FINANZIAMENTI GECO 2010-2012

<sup>149</sup> Fonte: Anica.

<i>Ammontare del Fondo</i>	<i>Importo disponibile per scadenza</i>	<i>Importo massimo per ogni progetto</i>	<i>Massima percentuale Per costi complessivi</i>	<i>Periodo di ammissibilità dei costi</i>	<i>Minima durata dei Film di Lungometraggio</i>
<b>Sviluppo 84,000 E</b>	- 42,000 E - 42,000 E	20,000 E	50%	24 mesi	Contenuto narrativo: 75 minuti Documentario: 60 minuti
<b>Produzione 336,000 E</b>	- 168,000 E - 168,000 E	100,000 E	50%		Contenuto narrativo: 75 minuti Documentario: 60 minuti

Fonte: Anica

Nonostante non sia stato riattivato, questo strumento di sostegno potrebbe essere considerato un esempio interessante di fonte di finanziamento proveniente da Ministeri che non siano quello della Cultura e di Beni Culturali, come accade ad esempio in alcune regioni del sud (Puglia, Basilicata, Sicilia) grazie agli Accordi di Programma Quadro stipulati dal Mibac e dal Dipartimento Coesione territoriale del Mise nel quadro dell'iniziativa Sensi Contemporanei.

#### 4 Eccellenze e innovazione

Gli stakeholders interpellati affermano che non esistono sul territorio veri e propri poli, incubatori o poli produttivi del cinema, presenti altrove<sup>150</sup>.

Esistono esperienze innovative, "interessanti dal punto di vista dell'innovazione nella tecnologia, nei contenuti, nell'attivazione e partecipazione sociale, ma con una valenza economica al momento limitata"<sup>151</sup>, come ad esempio il mondo dei micro-media informativi, rappresentato da Femi – Federazione dei media digitali indipendenti (delle microwebtv prima, e poi anche degli altri media digitali editoriali partecipati dal basso), e da Altratv.tv, osservatorio interuniversitario delle microweb tv, riunite annualmente in "Paese che vai" e premiate dai Teletopi<sup>152</sup>.

#### 5 Formazione

La Cineteca di Bologna, all'interno della quale, come abbiamo visto, rientrano le attività di Film Commission Bologna, promuove direttamente una intensa attività formativa a vari livelli.

Film Commission Bologna stessa cita tra le esperienze più rilevanti in questo senso:

- "La fiction televisiva tra diritto e mercato", Masterclass per addetti ai lavori (autori, registi, attori, produttori, editori), professionisti (avvocati, commercialisti, notai) e studenti, sugli aspetti legali relativi alla produzione di fiction televisiva (realizzata all'interno delle attività del Centro per lo sviluppo dell'audiovisivo e l'innovazione digitale);

<sup>150</sup> Citiamo, per completezza informativa, l'esistenza del consorzio Digicittà. Riunisce tredici imprese multimediali che provengono dal cinema, dalla televisione o dal multimedia in senso stretto, con l'obiettivo di investire nel futuro industriale e tecnologico dell'Emilia Romagna, costruendo una realtà in grado di operare a 360° nel digitale, spaziando dal cinema, alla tv, all'intrattenimento, ai servizi, di promuovere lo sviluppo della convergenza e la costruzione di teatri di posa per la crescita del settore cinetelevisivo, e di predisporre strumenti formativi di settore, sia tradizionali che a distanza. Negli ultimi anni però, secondo alcuni stakeholders, le attività del consorzio (che non ha partecipato alla nostra indagine) si sarebbero notevolmente ridotte.

<sup>151</sup> Cfr. ERVET Emilia Romagna Valorizzazione Economica Territorio, "Cultura & Creatività. Ricchezza per l'Emilia-Romagna", 2012, già citata.

<sup>152</sup> Secondo Altra Tv che ogni anno pubblica un monitoraggio delle microweb tv su base regionale (Rapporto Netizen), nel 2012 l'Emilia Romagna si colloca al quinto posto per numerosità delle microweb tv (53) dopo Lazio (102), Lombardia (85), Puglia (63) e Campania (61).

- “Il mestiere del direttore della fotografia”, workshop periodici in collaborazione con l'azienda Kodak (che hanno visto negli anni la presenza a Bologna di Gianfilippo Corticelli, Italo Petriccione, Mario Amura, Fabio Zamarion)<sup>153</sup>;

ma ricordiamo anche:

- la “Film Restoration Summer School” della FIAF (Fédération Internationale des Archives du Film), specifica sul restauro, attiva fin dagli anni Settanta, e ospitata in Italia nel 2007, nel 2008, nel 2009 e nel 2012 dalle strutture della Cineteca di Bologna e del laboratorio L'Immagine Ritrovata<sup>154</sup>.
- l'iniziativa di Media Education “Schermi e Lavagne”, un progetto di educazione all'immagine in movimento, rivolto a studenti di varie età, dalle scuole dell'infanzia all'Università, “che mira a formare spettatori consapevoli e appassionati, capaci di muoversi con abilità di giudizio e autonomia critica”<sup>155</sup>.

E-RFC contribuisce invece, insieme all'Università di Bologna e a Cultura e Creatività, ad alcuni workshop occasionali per professionisti, su base non continuativa, come ad esempio quelli organizzati da D.E-R<sup>156</sup>, che da parte sua organizza anche “Documentario a scuola”, corsi di formazione per insegnanti e studenti e per la cittadinanza, sia in Italia che all'estero (Cina e Cuba).

Altre esperienze di formazione all'audiovisivo citate dagli operatori come rilevanti in regione sono:

- La Bottega di Narrazione Finzioni, Scuola di sceneggiatura fondata da Carlo Lucarelli e diretta da Michele Cogo<sup>157</sup>;
- alcuni corsi tecnici organizzati dalle Scuole Aldini Valeriani<sup>158</sup>;
- il DAMS di Bologna<sup>159</sup>.

In generale risulta però un deficit informativo nella formazione all'audiovisivo<sup>160</sup>, a differenza del comparto dello Spettacolo dal vivo, dove invece è attiva dal 2012 una vera e propria eccellenza,

<sup>153</sup> Altri workshop organizzati negli anni da Cineteca di Bologna hanno coinvolto professionisti del cinema da Otar Iosseliani a Jean-Claude Carrière, da Domenico Procacci a Giuseppe Piccioni, da Silvio Soldini e Francesco Piccolo ad Abel Ferrara, da Agnès Jaoui a Giuseppe Tornatore.

<sup>154</sup> L'iniziativa è stata sostenuta dall'ACE (Association des Cinémathèques Européennes) e dal programma MEDIA dell'Unione Europea.

<sup>155</sup> Il progetto “Schermi e Lavagne” è promosso dal Comune e dalla Provincia di Bologna e si avvale della collaborazione dell'Università degli Studi di Bologna (Facoltà di Scienze della Formazione), di Iby Italia (International Board on Books for Young People) e di Europa Cinemas.

<sup>156</sup> Citiamo ad esempio, tra le iniziative di maggio 2013, il workshop “Il mercato televisivo del documentario” con la partecipazione di Labmedia, e il seminario sul crowdfunding organizzato al Bellaria Film Festival.

<sup>157</sup> Si tratta di una Bottega appunto, in cui maestri e discenti operano insieme, per scrivere racconti, romanzi, sceneggiature di film, teatro, fiction televisive, documentari o programmi di approfondimento. I lavori della Bottega sono divisi in sei aree: Fiction, Non fiction, Letteratura, Produzioni per Bambini e Ragazzi, Fumetto e Videogame; all'interno di ciascuna area gli allievi lavorano, in corsi annuali, a commissioni esterne, progetti in sviluppo o in produzione, o progetti originali da proporre ai referenti della Bottega Finzioni, il cui capoBottega è Carlo Lucarelli.

<sup>158</sup> Fondazione Aldini Valeriani è nata nel 1997 per volontà di Unindustria Bologna, Comune di Bologna e Camera di Commercio Industria Artigianato e Agricoltura di Bologna, con l'obiettivo di creare un centro di eccellenza per lo sviluppo della cultura tecnica e la promozione dell'innovazione tecnologica. La Fondazione svolge un ruolo di raccordo e di mediazione culturale fra gli ambiti dell'istruzione scolastica, della formazione professionale e delle imprese, concentrandosi tradizionalmente sui profili tecnici della Meccanica e dell'Automazione. Tra il 2007 e il 2010 è stata attiva anche un'area Tecnomediale, a cui afferivano corsi per l'audiovisivi non strettamente tecnici: citiamo ad esempio il Ciclo di seminari professionali “Innovazione e competitività nel distretto multimediale” 2007, promosso da FSE, Regione Emilia Romagna, Consorzio Digicittà e Cineteca di Bologna, il “Campus di sviluppo documentari” 2008-2009, e il Workshop per videoreporter nel 2010, tutti con la consulenza scientifica di Labmedia.

<sup>159</sup> La più antica Università del mondo è anche quella che per prima ha inaugurato, nel 1971, il Corso di Laurea in Discipline delle Arti, della Musica e dello Spettacolo (da cui sono nate poi tutte le successive Facoltà di Scienze della Comunicazione), dove hanno insegnato docenti tra Umberto Eco, Luigi Squarzina, Gianni Celati, Mauro Wolf.

<sup>160</sup> Non risulta infatti on line alcun censimento dell'offerta formativa all'audiovisivo, come ad esempio quelli commissionati da Film Commission Torino Piemonte (insieme ad una valutazione di congruità) e Lombardia Film Commission a Labmedia.

rappresentata da ATER<sup>161</sup>, (che gestisce da anni un Osservatorio regionale dello spettacolo) che opera in collaborazione e con il sostegno dell'Assessorato alla cultura della regione. Cio' a dimostrazione che sinora l'attenzione della PA è stata rivolta maggiormente al teatro e allo spettacolo dal vivo piuttosto che al cinema e ai nuovi media.

In generale, alcuni stakeholders denunciano la mancanza di un investimento vero e proprio sulla formazione all'audiovisivo, in un territorio tradizionalmente votato alla meccanica e all'agroalimentare. La ricerca Promobologna 2007 già citata parlava specificatamente della mancanza di corsi di formazione su competenze manageriali e che orientino alla capacità di relazione con realtà imprenditoriali internazionali.

## 6 Strategie dell'audiovisivo regionale

Per quanto riguarda il sostegno istituzionale al settore, D.E-R. sostiene che "da almeno tre legislazioni non si è voluto investire in questo settore, disgregando il tessuto che fino agli anni '80/'90 si era creato, in una situazione di mancanza di coordinamento in cui molti professionisti e società sono emigrati a Roma, e la maggior parte delle risorse è stata assegnata alla Cineteca, che sembra aver assunto quasi un ruolo da 'monopolista'".

La Cineteca risponde sottolineando a tale proposito che, come già descritto al paragrafo 2.1, le risorse a lei oggi assegnate nell'ambito della convenzione con la Regione non riguardano l'attività della Film Commission e il sostegno alle produzioni, ma riguardano altre azioni (rassegne regionali, coordinamento Enti Locali e esercenti d'essai, festival e manifestazioni, attività didattiche, prodotti editoriali, ricerca, etc...).

Dopo la felice, seppur temporanea, esperienza dei bandi GECO, secondo la Cineteca occorrerebbe strutturare un fondo permanente di sostegno/attrazione delle produzioni del/sul territorio.

Inoltre l'esperienza del progetto denominato "Distretto della Multimedialità" (sempre finanziato nell'ambito degli accordi GECO) ha reso possibile una prima azione di mappatura – sostegno – consulenza - formazione degli operatori; per capitalizzare al meglio questo "investimento" sarebbe necessario proseguire con politiche di incentivazione alla creazione di una vera e propria rete degli operatori, di cui il neo-costituito Tavolo di Coordinamento degli operatori promosso dalla FC Bologna è un primo passo.

Il tessuto produttivo è stato tenuto vivo dalle singole imprese e dal forte associazionismo: centinaia di realtà aderenti a D.E-R., 100 autori, Profilm<sup>162</sup>, CNA-Confederazione Nazionale dell'Artigianato e della Piccola e Media Impresa, con cui andrebbero condivise le politiche<sup>163</sup> del Distretto audiovisivo, una sigla cui sono stati devoluti i finanziamenti regionali negli ultimi 10 anni, ma a cui non sembra corrispondere alcun centro effettivamente funzionante a disposizione delle imprese bolognesi.

La mancanza ad oggi di un coordinamento istituzionale in grado di coinvolgere gli Assessorati alle attività produttive, al Turismo, e alla Formazione ha comportato una cronica mancanza di risorse, e l'assenza di una politica strutturata, che anche in presenza di sostegni non li ha resi visibili e non li

<sup>161</sup> ATER, Associazione Teatrale Emilia Romagna, è partner, insieme a AGIS – Delegazione Emilia-Romagna e Legacoop – Settore Cultura, della Fondazione ATER Formazione, specializzata in progetti di formazione e ricerca per il settore culturale. Ricordiamo anche che ATER ha erogato nell'Anno Accademico 2011/2012, a fronte di una vastissima offerta di corsi per lo Spettacolo live, un unico corso connesso all'audiovisivo (in quanto connesso alla musica): si tratta del Corso di specializzazione "L'impresa Culturale: Start-Up per il Cinema e l'industria Musicale", che preparava professionalità specialistiche in materia di legislazione, contrattualistica, analisi del mercato a supporto dello sviluppo di nuove imprese del cinema e dell'industria musicale.

<sup>162</sup> Si tratta di un'iniziativa associativa nata con la finalità di far "riprendere vita con vigore il settore audiovisivo della regione Emilia Romagna... (attraverso la) collaborazione e il sostegno di coloro che amano il cinema (addetti ai lavori e non, aziende che beneficiano economicamente dalla presenza di produzioni cine-televisive nella regione), e di produttori e autori che vorrebbero venire a girare in Emilia Romagna e sarebbero incentivati a farlo se ci fossero contributi economici".

<sup>163</sup> Come esempio di mancata condivisione delle decisioni con le imprese, D.E-R. cita la ristrutturazione di alcuni studi di posa nelle Scuole Aldini Valeriani, rivelatisi poi non idonei all'audiovisivo per problemi strutturali.

ha valorizzati. In particolare la creazione di un Fondo di sostegno ad Audiovisivo e Multimediale viene ritenuta l'azione più urgente.

### 6.1 Internazionalizzazione

Per quanto riguarda il livello di internazionalizzazione, la ricerca Ervet fa notare come l'audiovisivo, più che altri comparti creativi, presenti realtà consolidate molto interessate a spingersi sui mercati esteri<sup>164</sup>, anche per le oggettive difficoltà del mercato interno (a partire, per i documentaristi, dalla limitatezza degli slot di programmazione Rai dedicati). Gli operatori segnalano l'assenza di un'immagine forte del sistema regionale sui mercati esteri (una presenza come quella piemontese o pugliese, che vengono citati come benchmark), e l'importanza di replicare e sistematizzare iniziative quali il bando per l'internazionalizzazione delle imprese che l'Assessorato alle Attività produttive della Regione in occasione dell'Expo di Shanghai del 2010: dal bando fu finanziato un progetto di alcune imprese aderenti a D.E-R (che promuove continuamente un obiettivo di internazionalizzazione, attraverso workshop, convegni, proiezioni di film in lingua originale, in Cina, Francia, Olanda, Gran Bretagna), presentatesi in una Associazione Temporanea di Imprese e di Associazioni in grado di rafforzare la filiera produttiva complessiva, e collegata ad una missione che includeva Cineteca e Università di Bologna per rafforzarne l'immagine e la credibilità<sup>165</sup>. In generale un obiettivo futuro viene considerata la possibilità di varare bandi di sostegno dedicati all'audiovisivo o almeno compatibili, date le sue specificità, con l'audiovisivo<sup>166</sup>.

Tra le iniziative di incentivazione la Cineteca di Bologna (che valuta il livello di internazionalizzazione regionale come "parzialmente adeguato") cita gli "Interventi a sostegno della produzione cinematografica di autori e produttori emiliano-romagnoli": si tratta della sovvenzione di iniziative volte a favorire l'internazionalizzazione delle opere, da parte del Centro per lo sviluppo dell'audiovisivo e l'innovazione digitale in Emilia Romagna<sup>167</sup>, che destina 105.000 Euro ad autori e produttori locali che vogliono promuovere i loro progetti e i loro film sul mercato estero (agli Italian Doc Screenings gestiti da Doc.it<sup>168</sup>, agli IDFA - International Documentary Film Festival Amsterdam -, al Thessaloniki Documentary Festival).

Considerando come parametro del livello di internazionalizzazione la capacità di intercettare i fondi comunitari del programma Media, nel triennio 2010-2012 si osserva un dato piuttosto basso se posto a confronto con altre regioni: le imprese del territorio hanno beneficiato nel 2012 solo del 2% di contributi percepiti su un totale di risorse nazionale di 7,9 milioni di Euro, ovvero 157.000 Euro ri-

<sup>164</sup> Vengono citati i casi delle società Achtoons (animazione), Sonne Film (documentari) e Imago Orbis (audiovisivo).

<sup>165</sup> Cfr. ERVET Emilia Romagna Valorizzazione Economica Territorio spa, "Cultura & Creatività. Ricchezza per l'Emilia-Romagna", già citata.

<sup>166</sup> Ad esempio alcuni stakeholders lamentano il fatto che alcune interessanti iniziative regionali abbiano difficoltà ad adattarsi e ad essere applicabili anche dal comparto in oggetto: citiamo ad esempio il caso del Consorzio Spinner, costituito nel 2000 dai soci fondatori ASTER, Fondazione Alma Mater, e Sviluppo Italia (ora Invitalia - Agenzia nazionale per l'attrazione degli investimenti e lo sviluppo d'impresa SpA), in vista dell'attuazione della Sovvenzione Globale del Programma Operativo Regionale (POR) Fondo Sociale Europeo (FSE) 2000-2006 dell'Emilia-Romagna. Il Consorzio Spinner - Servizi per la Promozione dell'INNOvazione E della Ricerca ha lo scopo di progettare e realizzare azioni volte alla valorizzazione del capitale umano attraverso la promozione di iniziative di ricerca, trasferimento tecnologico, innovazione e supporto alla creazione di nuove imprese innovative, principalmente tramite la gestione di progetti e/o l'attuazione di assi, misure, azioni o interventi dei Programmi Regionali, Nazionali e Comunitari. Le facilitazioni riconosciute ai progetti innovativi non sono però sempre compatibili, nella natura dei costi ammissibili, con lo sviluppo di progetti audiovisivi.

<sup>167</sup> Il Centro per lo sviluppo dell'audiovisivo e l'innovazione digitale in Emilia Romagna è stato creato nell'ambito degli interventi in favore del Distretto della Multimedialità e dell'Accordo di Programma Quadro "Giovani Evoluti e Consapevoli" (APQ GECCO) sottoscritto tra Regione Emilia-Romagna, Ministero per le politiche giovanili e le attività sportive POGAS (ora Ministro della Gioventù) e Ministero per lo Sviluppo Economico. L'intervento si avvale del coordinamento dell'Assessorato alle Politiche Produttive della Regione Emilia-Romagna e della collaborazione di Aster S. cons. P.A. e de L'Immagine Ritrovata srl.

<sup>168</sup> Doc/it ha tra l'altro all'attivo un'intesa operativa con ICE e Ministero dello Sviluppo Economico, grazie alla quale riceve contributi per iniziative quali appunto gli IDS.

cevuti nei vari bandi Festival, Sviluppo e Digitalizzazione sale<sup>169</sup>. Nel 2010, l'incidenza era più bassa pari all'1,2% del totale Italia (6 milioni) mentre nel 2011 era salita al 2% dei 7,9 milioni erogati a livello nazionale, peso che ha mantenuto anche nel 2012.

## 6.2 Punti di forza e di debolezza, opportunità e minacce

Tra i Punti di forza dell'audiovisivo regionale gli stakeholders citano:

- la creatività e l'innovazione delle singole imprese;
- il forte associazionismo;
- le eccellenze del documentario e dell'animazione;
- la disponibilità di risorse umane e imprese a dialogare con le istituzioni regionali in tavoli ad hoc, al fine di far crescere il sistema cinema.

Tra i Punti di debolezza figurano:

- la mancanza di politiche per l'audiovisivo e la mancanza di una legge (e di un Fondo) regionale, riflesso del disinteresse da parte della classe politica regionale (unico alleato è visto l'assessorato alla cultura, privo però della necessaria dotazione economica per poter efficacemente intervenire);
- lo squilibrio dei sostegni erogati alla cultura in favore dell'opera lirica (e dei numerosi teatri esistenti in regione e in generale un certo livello di discrezionalità nell'assegnazione dei sostegni (assegnazione che pur viene considerata più tempestiva che in altre regioni);
- la mancanza di strategie di marketing territoriale, in grado di valorizzare erogazioni pubbliche più consistenti che altrove, e di dare visibilità al prodotto regionale;
- la già citata mancanza di uno strutturato "sistema cinema", nonostante a più riprese si sia tentato di crearlo comprendendo tutte le realtà associative presenti sul territorio.

Tra le Opportunità vengono citati Expo 2015 e l'orientamento della regione a sostenere l'innovazione (finora nei settori agroalimentare e meccanico, ma estensibile anche all'ambito audiovisivo). Molte speranze per la creazione di una vera e propria rete degli operatori, sono riposte nel Tavolo di Coordinamento degli operatori promosso di recente dalla FC Bologna.

Tra le Minacce, la principale viene individuata proprio nella mancanza di politiche di sistema, in grado di far rientrare l'audiovisivo a pieno titolo nelle Attività produttive, non solo nei bandi per l'internazionalizzazione, ma anche per gli altri tipi di sostegno<sup>170</sup>. A ciò si aggiunge lo scarso dialogo tra FC regionale e FC comunale: entrambe meriterebbero peraltro una maggiore dotazione di risorse economiche e professionali.

## 6.3 Obiettivi e Azioni da intraprendere

Già nella citata ricerca 2007 di PromoBologna, si avanzavano 5 ipotesi di intervento che si ritengono valide tuttora:

- 1) creare un gruppo di lavoro per favorire sinergie tra le imprese della filiera e dei clusters;
- 2) attrarre in regione produzioni cinematografiche e televisive (seguendo i benchmark di Piemonte e Friuli);
- 3) concentrare a Bologna in uno spazio delimitato imprese della multimedialità e della creatività (seguendo gli esempi del polo audiovisivo di Cologno Monzese a Milano o la Sterpaia vicino a Pisa);
- 4) potenziare il già riconosciuto sistema formativo bolognese, per sviluppare competenze manageriali e capacità di relazione con altre realtà imprenditoriali internazionali;

<sup>169</sup> Fonte: Antenna Media Torino. Per quanto riguarda invece la possibilità di attingere ai Fondi FSE, il fatto che l'Emilia-Romagna non sia né una regione del Sud né una regione a statuto speciale (facendo riferimento ad esempio ai casi di Puglia e Alto Adige, entrambe in ascesa nel panorama audiovisivo nazionale) ma una regione che rientra nell'obiettivo competitività, per certi versi penalizza il territorio, o perlomeno questa è l'autopercezione degli stakeholder.

<sup>170</sup> L'associazione DER parla di una battaglia per inserire i codici ATECO del settore all'interno dei bandi delle Attività produttive: attualmente questo è stato praticato per alcuni tipi di bando (ad es. quelli per l'internazionalizzazione), ma non in modo sistematico.

- 5) sviluppare una strategia di promozione e di attrattività turistica, basata anche sull'enorme capacità creativa dei numerosi (ben 22) festival cinematografici e multimediali che ogni anno si svolgono a Bologna.

Attualmente il punto 1 sembra parzialmente superato (grazie soprattutto all'associazionismo spontaneo) e il punto 4 sembra essere stato bypassato da urgenze maggiori, mentre il punto 2 sembra essere tuttora una delle maggiori priorità, e tuttora ostacolato dai punti di debolezza già citati (assenza di una politica strategica di Regione e Comune, progressiva perdita di professionalità presenti sul territorio, carenza di strutture tecniche specializzate, carenze nei servizi e nella ricettività alberghiera).

Profilm Emilia Romagna in particolare ha steso una serie di proposte operative per sensibilizzare le istituzioni sulle ricadute economiche, occupazionali e turistiche del rilancio del cinema<sup>171</sup>:

- istituzione di un (da lungo tempo richiesto) Film Fund regionale, per attrarre nel settore investimenti diretti e indiretti, consentire l'impiego delle maestranze tecniche e artistiche regionali, mettere in contatto le strutture pubbliche e private del territorio con le esperienze produttive nazionali e internazionali, contribuire alla diffusione delle identità culturali dell'Emilia Romagna. Il Fondo, che dovrebbe incentivare sia le realtà locali che quelle nazionali e internazionali girate in regione, dovrebbe prevedere una commissione tecnica all'insegna della trasparenza e della mancanza di conflitti di interesse;
- creazione di un network tra le realtà commerciali coinvolte nella produzione (hotel, ristoranti, trasporti, ecc), per abbassare i costi di ospitalità;
- attività di promozione e marketing internazionale in riviste di settore, stand in festival internazionali, materiale divulgativo e illustrativo;
- attivazione di uno sportello Antenna Media per lo sviluppo di coproduzioni europee;
- creazione di un Centro Polifunzionale a sostegno delle produzioni audiovisive, un Cineporto;
- costituzione di una Consulta dello Sviluppo dell'Audiovisivo all'interno del Nuovo Distretto della Multimedialità;
- tutela dell'occupazione, messa a rischio dal basso numero di produzioni nazionali e internazionali, attratte da altre regioni più attive (a fronte di un eccesso di finanziamenti alla formazione, che potrebbero essere vanificati dal trasferimento delle produzioni)<sup>172</sup>.

Le azioni concrete richieste partono dalla necessità di creare tavoli di confronto a livello nazionale (con le varie regioni) e regionali (con Comuni e Province) per coordinare le strategie invece che frammentarle, in attesa di una riforma complessiva della governance e del sistema di sostegno regionale.<sup>173</sup>

Come linee di indirizzo richieste alle amministrazioni locali, si chiede anche di creare FC totalmente pubbliche e con una regolamentazione omogenea sul territorio nazionale, dove però ogni specificità regionale possa caratterizzarsi e differenziarsi dalle altre.

<sup>171</sup> "Campagna di sensibilizzazione indirizzata alle Istituzioni della Regione Emilia Romagna volta alla creazione di un fondo a sostegno del settore cine-televisivo e multimediale – Sollecito alla Regione Emilia-Romagna", 15 aprile 2013.

<sup>172</sup> Queste proposte sembrano essere state recepite e avanzate a sua volta da Thomas Casadei, capogruppo PD in Commissione "Cultura, Formazione, Turismo, Lavoro, Sport", che ha presentato nel settembre 2013 una risoluzione per spingere il settore cinematografico e audiovisivo come settore chiave di rilancio di una economia di qualità in conformità agli indirizzi del progetto comunitario Europa Creativa 2020; la risoluzione prevederebbe di riorganizzare la Film Commission Emilia-Romagna come soggetto indipendente attraverso l'emanazione di apposita legge, rafforzare la dotazione organica della struttura, creare un Film fund al fine di attrarre sul territorio regionale nuove produzioni e investimenti, e di convocare un tavolo di confronto che coinvolga tutti i soggetti che a vario titolo possono essere parti attive nel processo di creazione di uno specifico fondo privato da affiancare a quello pubblico. Cfr. Forlitoloday.it, 13.9.2013.

<sup>173</sup> Mentre scriviamo questa scheda (21 ottobre 2013) è atteso l'esito di una risoluzione in Consiglio regionale, da cui dipenderà l'approvazione della nuova legge regionale sull'audiovisivo.

### Panel stakeholder<sup>174</sup>

Istituzione	Intervistato	Qualifica	Strumento
Bologna Film Commission	Francesca Andreoli	Responsabile	Questionario
Cineteca di Bologna	Gianluca Farinelli	Direttore	Questionario
Emilia-Romagna Film Commission; Promozione attività cinematografiche e audiovisive Emilia Romagna	Claudia Belluzzi	Responsabile	Questionario + intervista telefonica
D.E-R. Associazione Documentaristi Emilia-Romagna	Enza Negroni	Presidente	Questionario + intervista telefonica
POP CULT (casa di produzione documentari); DOC.IT	Giusi Santoro	Titolare; Consigliere	Intervista telefonica

<sup>174</sup> Una richiesta di compilazione del questionario è stata inviata e sollecitata, senza ottenere risposta, anche ai seguenti referenti:

- Massimo Fantini, Presidente Consorzio Digicittà
- Simone Gattoni, produttore, membro Associazione Giovani Produttori Cinematografici.

Massimo Mezzetti, Assessore alla Cultura e allo Sport, Regione Emilia-Romagna, ha delegato alla compilazione Claudia Belluzzi, in quanto responsabile della Promozione delle attività cinematografiche e audiovisive della Regione (confermando indirettamente la mancata autonomia della E.R.FC, che può essere considerata diretta emanazione dell'Assessorato).



# Scheda n.7: Friuli Venezia Giulia

## 1 L'audiovisivo regionale in cifre

L'audiovisivo in Friuli Venezia Giulia conta poco meno di 200 imprese attive sul territorio ovvero l'1,3% del totale nazionale, incidenza che passa all'1,6% e all'1,5% se guardiamo rispettivamente al numero degli occupati e al valore aggiunto generato. I tre indicatori posizionano il Friuli Venezia Giulia al sedicesimo posto nella graduatoria nazionale per numero di imprese, al quindicesimo posto per occupati e al quattordicesimo posto per valore aggiunto prodotto<sup>175</sup>.

**TAB. 1 IMPRESE, OCCUPATI E VALORE AGGIUNTO IN FRIULI V.G. E INCIDENZA %, 2012**

	Imprese Film Radio-Tv	Incidenza %	Occupati	Incidenza %	Valore ag- giunto (M€)	Incidenza %
Friuli V.G.	175	1,3%	1.200	1,6%	117,1	1,5%
Italia	13.407	100%	73.500	100%	8.056,3	100%

Fonte: elaborazioni Iem – Rosselli su dati Symbola – Unioncamere

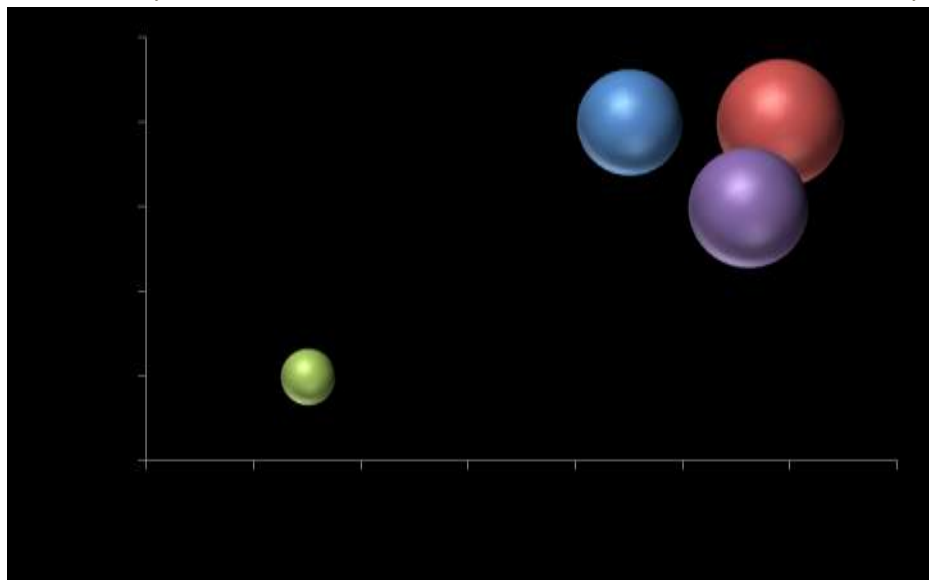
Trieste conta su 56 imprese, 300 occupati e un giro d'affari di 38 milioni di euro.

**TAB. 2 IMPRESE, OCCUPATI E VALORE AGGIUNTO NELLE PROVINCE DEL FRIULI V.G., 2012**

Provincia	Imprese	Occupati	Valore ag- giunto
Trieste	56	300	37,7
Pordenone	45	400	28,9
Udine	59	400	42,8
Gorizia	15	100	7,8

Note: dati valore aggiunto in M€. Fonte: elaborazioni Iem – Rosselli su dati Symbola – Unioncamere

**FIG. 1 IMPRESE, OCCUPATI E VALORE AGGIUNTO NELLE PROVINCE PROVINCE DEL FRIULI V.G., 2012**

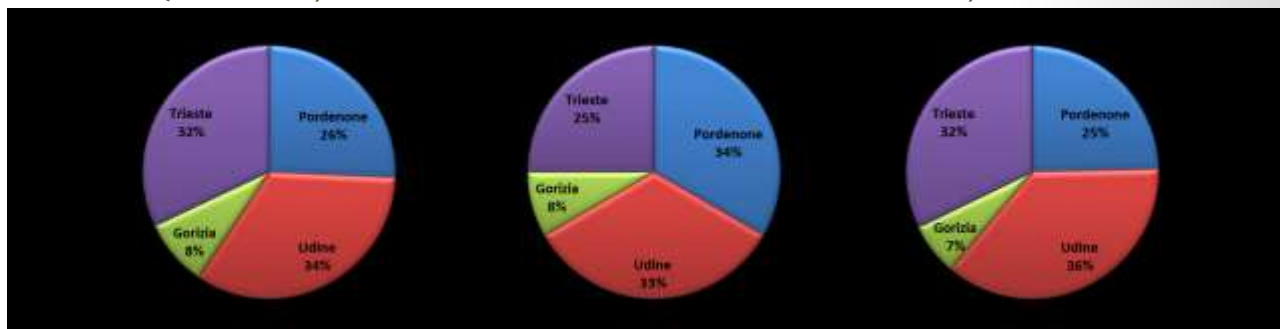


Fonte: elaborazioni Iem – Rosselli su dati Symbola – Unioncamere

<sup>175</sup> Fonte: *Io sono cultura: L'Italia della qualità e della bellezza sfida la crisi*, III Rapporto Unioncamere – Symbola, 2013

Come nel caso del Veneto, si tratta di una regione che presenta una distribuzione provinciale abbastanza omogenea in cui il capoluogo non gioca un ruolo nettamente prevalente come altrove. Le provincie friuliane, a livello dell'intero sistema produttivo culturale, si posizionano infatti al nono (Trieste) e undicesimo (Udine) posto nella graduatoria delle provincie italiane per numero di imprese, al quarto posto per numero di occupati (Pordenone), e addirittura al secondo per incidenza del Valore Aggiunto (ancora Pordenone, dopo la provincia di Arezzo).

FIG. 2 QUOTA IMPRESE, OCCUPATI E VALORE AGGIUNTO NELLE PROVINCE DEL FRIULI V.G., 2012



Fonte: elaborazioni Iem – Rosselli su dati Symbola – Unioncamere

I fatturati totali delle imprese hanno fatto registrare, nel triennio 2008-2010, un incremento del 18%, in controtendenza rispetto al -17% nazionale, nonostante le dimensioni occupazionali unitarie siano contenute (tra 8 e i 13 addetti vs la media nazionale di 20, in termini di contribuenti ex Enpals per azienda, tra il 2007 e il 2011) (cfr. Ente dello Spettacolo 2012 su dati Istat), e nonostante nella top 100 delle aziende audiovisive nazionali figurino solo l' esercente The Space Cinema 3 (PD) e il service Videe (PN).

In relazione alla popolazione residente<sup>176</sup> il numero di occupati nel settore ammonta a un occupato ogni 1.018 abitanti, inferiore alla media italiana, che è di un occupato nel settore ogni 812 abitanti. La relazione abitanti/imprese nel settore è invece di un'impresa ogni 6.982 abitanti, inferiore al dato italiano di un'impresa ogni 4.452 abitanti.

Il 49,9% delle famiglie friulane dispone a casa, nel 2012, di un accesso a Internet a banda larga, la penetrazione è superiore a quella del territorio italiano totale, che è del 48,6%.

La quota del Fondo Unico per lo Spettacolo destinata al cinema nel 2011 è stata, per la regione Friuli Venezia Giulia, di 261.658 euro (lo 0,4% del totale quota destinata al cinema a livello nazionale) a beneficio di 23 soggetti. Al cinema è andato l'1,8% della cifra che il FUS ha destinato ai soggetti operanti su territorio emiliano romagnolo (14,8 milioni di euro).

I dati Siae<sup>177</sup> sul settore cinematografico mettono in evidenza una forte crisi del settore, che, nel 2012, si è fatta sentire in maniera consistente in tutti i parametri di ricerca, con la sola eccezione delle presenze.

Il numero di spettacoli si è ridotto da 86.694 del 2011 a 82.571 del 2012 (-4,8%), gli ingressi al cinema nel 2012 in tutta la regione sono stati 2.333.059, in calo del 4,1% rispetto al 2011. Le presenze<sup>178</sup> sono invece aumentate a 212 (+4,4%).

Nel 2012 il pubblico ha speso, per l'acquisto di biglietti e abbonamenti al cinema (spesa del botteghino), 13.011.775 euro, in calo del 3,4% rispetto all'anno precedente. La spesa del pubblico<sup>179</sup> ammonta, per questo settore, a 13.981.790 euro, in calo del 5,3%.

Il volume d'affari complessivo relativo al settore cinematografico in Friuli Venezia Giulia ammonta dunque a 14.456.961 euro, in calo del 3,9% sul 2011.

<sup>176</sup> Popolazione al 31 dicembre 2012 in base a dati Istat (Cfr. <http://demo.istat.it/bil2012/index.html>)

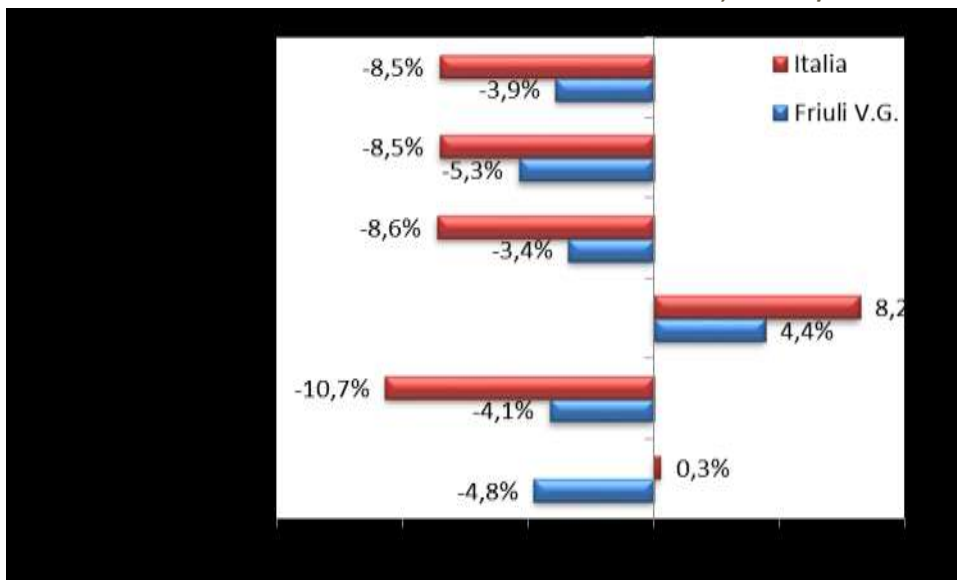
<sup>177</sup> Siae, *Annuario dello Spettacolo*, 2012

<sup>178</sup> A differenza degli ingressi, le presenze vengono utilizzate per quantificare i partecipanti a manifestazioni per le quali non è previsto il rilascio di titoli d'accesso.

<sup>179</sup> L'importo che il pubblico ha destinato, nell'anno 2012, alla fruizione degli spettacoli.

I dati appena citati sono più elevati di quelli nazionali per tutti i parametri di ricerca con la sola eccezione delle presenze, che, se hanno avuto una crescita, è stata inferiore rispetto a quella nazionale, e del numero degli spettacoli, calati del 4,8% mentre quelli nazionali sono rimasti sostanzialmente stabili.

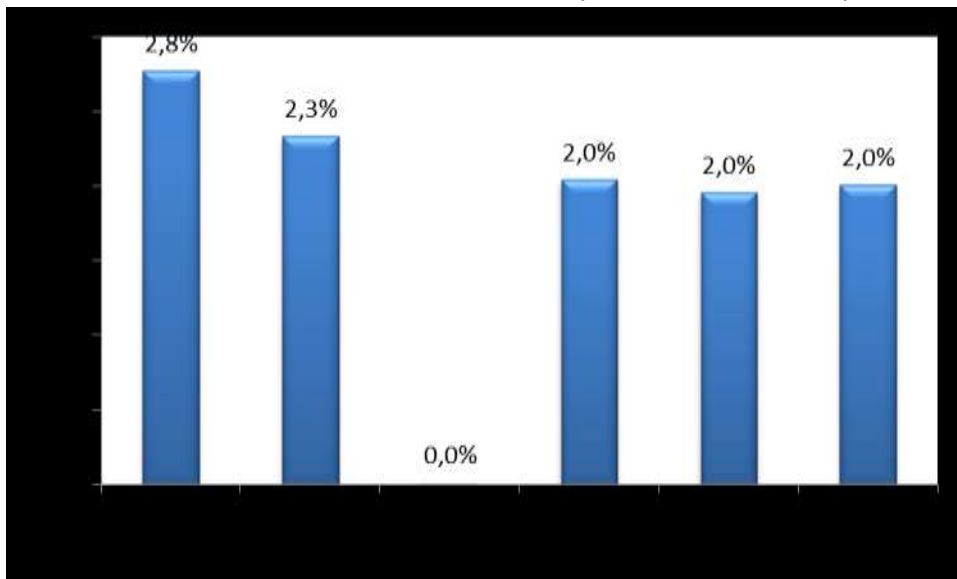
FIG. 3 IL SETTORE CINEMATOGRAFICO IN FRIULI V.G. E IN ITALIA, % 2012/2011



Fonte: elaborazioni lem – Rosselli su dati Siae

La quota Friuli Venezia Giulia sul totale Italia si aggira tra il 2% e il 2,8% per tutti i parametri, tranne che per le presenze (0%).

FIG. 4 IL SETTORE CINEMATOGRAFICO IN FRIULI V.G., QUOTA SU TOTALE ITALIA, 2012



Fonte: elaborazioni lem – Rosselli su dati Siae

## 2. La Film Commission

La Friuli Venezia Giulia Film Commission aderisce come socio fondatore sia all'IFC- Italian Film Commission che allo EFCN – European Film Commission Network.

## 2.1 Scheda Anagrafica

<b>Logo</b>	
<b>Nome completo</b>	<b>FRIULI VENEZIA GIULIA FILM COMMISSION</b>
<b>Forma giuridica</b>	Associazione riconosciuta dalla Regione
<b>Enti pubblici/privati nella compagnia</b>	Regione (Assessorato Attività Produttive)
<b>Persone di riferimento</b>	Presidente: Federico Poillucci
<b>Data di istituzione</b>	2000
<b>Data di avvio attività</b>	1.1.2000
<b>Indirizzo</b>	Piazza Duca degli Abruzzi 3, Trieste
<b>Contatti telefonici</b>	040/37.20.142
<b>Sito e mail</b>	www.fvgfilmcommission.com info@fvgfilmcommission.com
<b>Pagina Facebook/Twitter</b>	=
<b>Eventuali altre sedi</b>	=
<b>Altre FC attive sul territorio</b>	=

Grazie al ruolo giocato dalla FVG Film Commission, la prima vera Film Commission italiana, come catalizzatore di un sistema cinema composto anche da esercizio, festival, mediateche e cineteca, la regione ha saputo diventare altamente attrattiva, fino al brusco stop avvenuto nel 2012, e alla recente ripartenza (cfr. *infra*).

## 2.2 Mission e attività, azioni di monitoraggio

La FVG FC indica come compiti e attività primarie il sostegno e la promozione dell'audiovisivo e lo sviluppo dell'indotto economico/produttivo, e come secondarie la promozione turistica<sup>180</sup> e l'incentivazione del lavoro delle risorse umane locali (attività quest'ultima che, secondo alcuni stakeholders, dovrebbe essere prioritaria).

<sup>180</sup> La FVG dichiara però di tener conto del possibile impatto turistico sul territorio nella scelta delle produzioni da finanziare, e di utilizzare le produzioni come strumento di attrazione turistica (dopo la fase produttiva stessa).

I servizi offerti comprendono, in ordine di importanza autodichiarata: scouting location, finanziamenti alle produzioni, fornitura di facilities e ospitalità alle produzioni e segnalazione delle risorse umane sul territorio,

Gli stakeholders interpellati valutano i servizi offerti di livello adeguato (tranne l'attuale dotazione finanziaria che però, nelle intenzioni dichiarate dalla nuova amministrazione, dovrebbe essere potenziata e programmata triennialmente), e danno mediamente un giudizio positivo all'assistenza fornita alle produzioni, considerata omogenea anche per generi e provenienza geografica.

Non viene compiuto un monitoraggio e una valutazione formalizzata delle azioni svolte (se non con le rendicontazioni spese delle produzioni e le misurazioni dell'indotto), e dell'impatto turistico; allo stesso modo non sono state commissionate ricerche sull'audiovisivo locale, né dalla FVG né da altri soggetti, dopo il Libro bianco del 2009<sup>181</sup> (cfr. *infra*).

### 2.3 Produzioni assistite

Sulle produzioni assistite la FVG FC compie una rendicontazione annuale che consente di avere un panorama sintetico degli ultimi 10 anni, che include le ricadute generate dalle produzioni assistite, anche in termini di effetti economici diretti e di indotto complessivo<sup>182</sup>.

Importante sottolineare che i dati si riferiscono al totale delle produzioni, sia solo assistite (con servizi) sia sostenute (con facilities), che finanziate dal Film Fund (cfr. *infra*). I dati evidenziano una progressiva crescita fino al 2011, e una improvvisa inversione di tendenza nel 2012.

TAB.3 DATI RIEPILOGATIVI FVG FC 2003-2013

	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Dotazione Film Fund	300.000	300.000	320.000	420.000	465.000	440.000	474.000	640.000	691.000	330.000	300.000
Spese di funzionamento	150.000	180.000	180.000	180.000	205.000	210.000	210.000	230.000	270.000	270.000	100.000
Tot. Produz.	20	18	24	20	22	26	24	25	22	12	7 (1H)
gg. lavorazione (preprod + riprese)	473	399	520	506	569	643	631	611	588	313	n.d.
(di cui gg ripresa)	235	235	310	304	418	434	402	406	414	194	49 (1H)
Pernotamenti alberghieri	9.553	8.649	13.415	10.908	14.948	14.993	12.096	13.863	12.242	6.055	n.d.
Professionalità locali impiegate	174	162	163	146	185	230	222	213	241	166	39 (1H)

<sup>181</sup> "Il sistema cinema in Friuli Venezia Giulia", 2009.

<sup>182</sup> FVG FC dichiara: "Le ricadute benefiche che le attività della FVGFC apportano al tessuto economico regionale sono:

- effetti economici diretti (spesa delle produzioni ospiti per fabbisogni relativi al film, durante la permanenza in regione)
- effetti economici indotti (spese delle produzioni ospiti e dei componenti le troupe non direttamente inerenti al film, durante la permanenza in regione)
- effetti promozionali e turistici (visibilità della regione a seguito dell'uscita e/o messa in onda dei prodotti girati, con relativi effetti sui flussi turistici generati, cfr. cineturismo)
- effetti occupazionali (impiego di personale locale)
- effetti formativi (creazione di nuove professionalità locali, affinamento di quelle esistenti)
- effetti tecnologici (creazione di nuove infrastrutture locali, affinamento di quelle esistenti)

Fonte: atti del convegno "Film Commission 2.0", 26.3.2013.

te (gg)											
Attori locali (gg)	103	102	120	107	96	88	96	97	128	81	n.d.
Comparsate locali (gg)	3.113	3.325	3.646	2.544	2.819	3.664	3.427	2.994	3.609	1.424	n.d.
Spesa sul territorio	4.406.000 €	4.136.000 €	5.675.148 €	4.446.270 €	7.746.749 €	7.510.975 €	7.060.429 €	7.312.432 €	7.440.721 €	4.833.733 €	n.d.
Indotto economico tot	7.930.800 €	7.444.800 €	10.215.266 €	8.003.286 €	13.944.148 €	13.519.755 €	12.708.772 €	13.162.377 €	13.393.209 €	8.700.719 €	n.d.

Fonte: rielaborazione Iem – Rosselli da dati FVG FC

Negli ultimi due anni e mezzo, quelli caratterizzati dalla maggiore discontinuità, il dettaglio per generi è il seguente.

**TAB. 4 PRODUZIONI ASSISTITE DALLA FC NEL 2011, 2012 E 1 SEM 2013 PER GENERE PRODUTTIVO**

Produzioni	2011	2012	1 H 2013
Lungometraggi cinematografici	5	2	
Fiction/film per la tv	3	3	
Documentari	3	2	2
Cortometraggi	3	2	
Pubblicità	6	3	5
Videoclip	2		
<b>TOTALE</b>	<b>22</b>	<b>12</b>	<b>7</b>

Fonte: FVG FC

Di seguito la ripartizione per provenienza geografica delle produzioni assistite.

**TAB. 5 PRODUZIONI ASSISTITE DALLA FC NEL 2011, 2012 E 1 SEM 2013 PER PROVENIENZA GEOGRAFICA**

	2011	2012	1 H 2013
Regionali	3	2	2
Extraregionali italiane	12	7	
Europee	7	3	5
<b>TOTALE</b>	<b>22</b>	<b>12</b>	<b>7</b>

Fonte: FVG FC

Dai dati si evince:

- il quasi dimezzamento del numero delle produzioni, dovuto al ridimensionamento delle risorse (cfr. *infra*);
- la volontà di sostenere omogeneamente tutti i generi audiovisivi (con la sola eccezione dei programmi televisivi non fiction);
- la capacità di attrarre anche produzioni europee.

Questi i dati relativi alle giornate di ripresa effettuate e di impegno delle risorse umane, di spesa territoriale e di indotto generato nel territorio, nell'ultimo triennio, che confermano il drastico calo già rilevato.

**TAB. 6 GIORNATE DI LAVORAZIONE, RISORSE, CONTRIBUTO MASSIMO PER PRODUZIONE, SPESA E INDOTTO SUL TERRITORIO NEL 2011, 2012 E 1 SEM 2013**

	2011	2012	1 H 2013
gg. lav. totali (preprod. + riprese)	588	313	n.d.
di cui gg. Ripresa effettuati	414	194	49
gg. risorse artistiche (attori, comparse)	3.737	1.505	212
gg. risorse professionali (inclusi tecnici)	241	166	39
Contrib. max per singola prod. (migl. €)	150	150	150
Tot. spesa diretta sul territorio (migl. €)	740	4833	n.d.
Tot. indotto econ. sul territorio (migl. €)	13.393	8.700	n.d.

Fonte: FVG FC

Tra i lungometraggi cinematografici assistiti: nel 2012 il già citato “Bella addormentata” di Marco Bellocchio (al centro di discussioni e polemiche tali da provocare l’azzeramento stesso della FC), “Come Dio comanda” di Salvatores nel 2008, “La ragazza del lago” di Molaioli e “La sconosciuta” di Tornatore nel 2006 (che vi è tornato nel 2012 per “La migliore offerta”). Gabriele Salvatores ha iniziato nell’agosto 2013 le riprese de “Il ragazzo invisibile” (produzione Indigo Film di Nicola Giuliano e Francesca Cima).

Tra le fiction ci limitiamo a segnalarne alcune prodotte dalla Ciao Ragazzi di Claudia Mori: “Un corpo in vendita”, “C’era una volta la città dei matti” su Basaglia, e “Einstein” di Liliana Cavani.

La produzione locale più significativa è la recente opera prima del goriziano Matteo Oleotto “Zoran- il mio nipote scemo”, con l’udinese Giuseppe Battiston, unico film italiano in concorso e vincitore della Settimana della Critica al Festival di Venezia 2013, considerata “la prima produzione cinematografica interamente made in FVG”<sup>183</sup>.

Interessante citare il fatto che sugli itinerari cineturistici della regione è stata recentemente allestita una app, “FVG Film Locations”, che colloca 50 tra film, fiction e videoclip in itinerari che comprendono oltre 300 location<sup>184</sup>.

## 2.4 Risorse e costi

Il budget amministrato complessivamente da FVG FC ha fatto quindi registrare, per le già citate disavventure istituzionali, molte e rilevanti variazioni tra un anno e l’altro: individuando il 2011 come ultimo anno consuntivato significativo, rientra nella classe da 500.000 Euro al milione (per la precisione, 870.000 Euro), tutti provenienti dalla Regione: il 70% delle risorse complessive è destinato a contributi diretti alle opere, il 10% in spese di accoglienza e assistenza alle produzioni, il 10% in costi del personale e il restante 10% diviso equamente in promozione di eventi e in spese generali, in una proporzione che appare ben bilanciata<sup>185</sup>.

Le risorse umane della FVG FC comprendevano nel 2012 (come nell’anno precedente) 3 unità a tempo indeterminato (2 location manager e 1 project manager) e 2 consulenti: questo organico viene ritenuto insufficiente dalla FC stessa, anche se adeguato sia quantitativamente che qualitativamente dagli stakeholders rispondenti.

Il budget a disposizione viene ritenuto attualmente insufficiente dagli stakeholders interpellati, in particolare nelle voci dei contributi alle produzioni e dei costi tecnologici/di digitalizzazione.

<sup>183</sup> Il film è coprodotto dalla giovane italiana Transmedia e dalla slovena Staragara. “Frutto di un lungo processo di sviluppo iniziato nel 2009 durante EAVE – il più importate workshop europeo per produttori cinematografici – il lungometraggio è la prima pellicola della regione ad aver ottenuto il supporto di Eurimages, il Fondo costituito dal Consiglio d’Europa nel 1989 allo scopo di promuovere l’industria cinematografica europea, sostenendone i settori della produzione e della distribuzione cinematografica. E’ stato sostenuto da Fondo per l’Audiovisivo del FVG, FVG Film Commission, MIBAC, Slovenski Filmski Center (il fondo Nazionale sloveno), Viba film e RTV Slovenija” (fonte: [www.fvgfilmcommission.com](http://www.fvgfilmcommission.com)).

<sup>184</sup> La app è stata realizzata con il contributo di Regione Autonoma Friuli Venezia Giulia, grazie alla collaborazione di FVG FC e La Cineteca del Friuli.

<sup>185</sup> Per la divisione tra spese di gestione della FC e risorse disponibili per il Film Fund vedi sopra la tabella dell’andamento dal 2003 al 2012.

## 2.5 Servizi on line

I servizi on line della FVG FC si identificano esclusivamente con il sito [www.fvgfilmcommission.com](http://www.fvgfilmcommission.com), disponibile in italiano e inglese, dato che non esistono servizi sui social media.



La **Location guide** pubblicata on line<sup>186</sup>, strutturata in elenco (non database) per tipologie, consta di 77 location censite con gallery fotografiche (senza info descrittive), ed è ritenuta dalla FC stessa rappresentativa delle location effettivamente disponibili in regione in misura del 30%; è quindi ritenuto uno strumento ancora perfezionabile e incrementabile. Sul sito è presente un estratto dell'archivio location vero e proprio che comprende 35.000 foto e info su provincia, tipologia, accessibilità, gratuità o costi, permessi necessari, ecc.

La **Production Guide**<sup>187</sup>, sotto password (da richiedere tramite un form on line), è invece strutturata in un database accessibile per tipologie (di imprese o di ruoli professionali) e per provincia, continuamente incrementabile: consta al momento della rilevazione delle schede di 50 aziende e di 418 risorse umane (tra professionisti e doppiatori): viene ritenuta rappresentativa dalla FC al 50% per le imprese, all'80% per i professionisti, e adeguata dagli stakeholders.

L'**Archivio produzioni** (nella sezione "Set in FVG")<sup>188</sup> è invece un elenco per generi audiovisivi dei lungometraggi, delle fiction, dei documentari, videoclip e spot assistiti, con l'anagrafica sintetica e un trailer/video di quasi 130 produzioni tra quelle assistite dall'inizio dell'attività ad oggi.

Risulta più completo ed esaustivo il Film database del sito del Fondo Audiovisivo<sup>189</sup>, dove le produzioni finanziate (come storico, e "in progress") sono ricercabili per anno, o per tipo di bando, o per genere (anche se non a query multipla<sup>190</sup>), e schedate dettagliatamente.

Il sito contiene inoltre una sezione sul Film Fund, presentato orgogliosamente in home page come "il primo vero Film Fund in Italia" (con modulistica scaricabile, ma senza nessuna informazione sulle produzioni finanziate in passato e sui contributi erogati, a differenza del Fondo Audiovisivo), le sezioni News, Press, Contatti, il censimento di associazioni e festival "Cinema in FVG", e il periodico di informazione cinematografica "Zone di cinema", ma non contiene informazioni, oltre che sui finanziamenti erogati, anche sulla formazione (effettivamente erogata dal Fondo Audiovisivo e presente nel suo sito, a cui però non viene fatto alcun rimando nè link, contrariamente al sito dell'agenzia del turismo regionale); il sito viene complessivamente ritenuto adeguato dagli stakeholders.

<sup>186</sup> [www.fvgfilmcommission.com/it/location/c](http://www.fvgfilmcommission.com/it/location/c)

<sup>187</sup> [www.fvgfilmcommission.com/it/production-guide-online](http://www.fvgfilmcommission.com/it/production-guide-online)

<sup>188</sup> [www.fvgfilmcommission.com/it/set-in-fvg](http://www.fvgfilmcommission.com/it/set-in-fvg)

<sup>189</sup> [www.audiovisivofvg.it/film-database](http://www.audiovisivofvg.it/film-database)

<sup>190</sup> E' quindi possibile ricercare i film per anno o per tipo di bando o per genere, e non per ciascuna selezione contemporaneamente.



## 2.6 Relazioni istituzionali

La FVG FC, come detto socio fondatore di IFC Italian Film Commissions e EUFCN European Film Commission Network, collabora con varie istituzioni audiovisive: Ice, Anica, Afci, Cinecittà-Luce, Eurimages, Eave, Antenna Media, Cineregio, Doc/it, i più importanti festival cinematografici, ecc.

Gli stakeholders percepiscono come buone e sinergiche le relazioni tra FVG FC e la nuova giunta regionale insediatasi nell'aprile 2013 (e presieduta da Debora Serracchiani), la Provincia (in termini di disponibilità a promuovere le iniziative, se non in termini finanziari), il Comune di Trieste (con buone relazioni "storiche"), e mediamente anche con gli altri Comuni (eccezion fatta per le località turistiche della riviera friuliana durante il periodo estivo) e con le Camere di Commercio (anche nella ricerca e nell'autorizzazione all'utilizzo come location le proprie proprietà immobiliari, e non quelle degli iscritti).

Il sistema cinema friulano è stato analizzato nell'omonimo già citato Libro bianco del 2009, che forniva dati molto interessanti delineando:

- un rilevante esercizio cinematografico (33 sale, 86 schermi, di cui 37 d'essai o comunque di associazioni culturali, 18.000 poltrone, una spesa al botteghino di 14 milioni di euro),
- un nutrito numero di festival (di cui le Giornate del cinema muto a Pordenone, il Trieste Film Festival, il Far East Film a Udine, e il Science Plus Fiction sono solo i principali),
- storiche associazioni cinematografiche (La Cappella Underground di Trieste, Cinemazero di Pordenone, Kinoatelje di Gorizia, la Cineteca del Friuli di Gemona e il Centro Espressioni Cinematografiche di Udine),
- una rete regionale di cineteche e mediateche (oltre alla stessa Cineteca del Friuli e all'Archivio cinema da essa gestite, le già citate Cinemazero e Cappella Underground, ma anche la "Mario Quargnolo" di Udine e la "Ugo Casiraghi" di Gorizia)<sup>191</sup>.

## 2.7 Obiettivi della FC

A breve e medio termine, FVG FC indica come propri obiettivi l'apertura di un Cineporto, e l'auspicio di più strette relazioni con soggetti analoghi dell'area geografica contigua: Trentino, Alto Adige, Veneto, Slovenia, Carinzia e Croazia.

## 2.8 Giudizio complessivo

Il bilancio e il giudizio complessivo degli stakeholders sull'operato della FVG FC sono positivi. Come detto, FVG FC, al netto del brusco rallentamento del 2012 dipeso da cause indipendenti dalla propria volontà, è sempre stata inclusa nelle best practice italiane, insieme al parallelo Fondo Audiovisivo FVG (cfr. *infra*).

## 3. Fondi

### 3.1 Fondi gestiti dalla FC

La FVG FC gestisce il primo Fondo italiano per la produzione, l'"FVG Film Fund", nato dieci anni fa per selezionare le produzioni girate in regione (soprattutto nazionali e internazionali, anche se quelle locali non sono escluse) e incrementarne l'indotto economico sul territorio.

TAB. 7 FVG FILM FUND

Data di istituzione	2003
Periodicità bandi	3 sessioni annue

<sup>191</sup> "Vorrei ricordare che la città di Trieste nel dopoguerra aveva, in rapporto alla popolazione, la media di cinema più alta del Paese...i Festival...svolgono un ruolo rilevante a livello economico-turistico e malgrado la contrazione generale continuano ad avere un ottimo afflusso di pubblico". Questionario compilato da Gianni Torrenti, Assessore alla Cultura della Regione Friuli.

Fasi filiera interessate	Produzione
Beneficiari	Società di produzione cinematografica o televisiva, anche extracomunitarie, e soggetti pubblici operanti nel settore cinetelevisivo
Budget totale annuo	2013 (primo semestre): 210 k E 2012: 330 k 2011: 691 k 2010: 640 k 2009: 500 k 2008: 440 k 2007: 465 k 2006: 420 k 2005: 320 k 2004: 300 k 2003: 300 k
Prodotti eleggibili	Lungometraggi, fiction (anche di animazione), corti, documentari, videoclip (no pubblicità diretta o indiretta)
Importo massimo contributo	Proporzionale al numero di giornate di ripresa della produzione sul territorio: - >35 gg: 150k E - 25-34 gg: 70k - 15-24 gg: 20k - 5-14gg: 5k
Tipologia di contributo	-A fondo perduto -Non superiore al 20% del budget di produzione dei lungometraggi, al 40% del budget dei corti e dei documentari.
Requisiti di eleggibilità	-Spesa minima sul territorio: 150% del contributo ricevuto (al netto di spese di personale e spese di investimento) - riprese sul territorio: minimo 50% del totale (10% per < 25 gg e per serie di min 3 pp). - impiego di maestranze residenti in regione: min 20% della troupe

Fonte: Guida ai Fondi Regionali Anica (per maggiori dettagli sul funzionamento operativo: [www.anica.it/online/allegati/fondi\\_regionali/friuli/fvg%20Film%20Fund\\_181012.pdf](http://www.anica.it/online/allegati/fondi_regionali/friuli/fvg%20Film%20Fund_181012.pdf))

Contributo massimo di euro	150.000	70.000	20.000	5.000
Giornate di ripresa	MIN 35	MIN 25	MIN 15	MIN 5
Min % spesa da rendicontare	150%	150%	150%	150%
Min % riprese totali	50%	50%	10%	10%

Fonte: [www.fvgfilmcommission.com](http://www.fvgfilmcommission.com)

Le risorse assegnate al Fondo, che, come si è visto nella tabella, erano state progressivamente raddoppiate tra il 2003 (350mila euro) e il 2011 (quasi 700mila euro), sono state nel 2012 più che dimezzate (tornando a 330mila euro), con un drastico ridimensionamento del peso della struttura stessa e dell'audiovisivo regionale complessivo, che si è riflesso specularmente nella forte diminuzione del numero delle produzioni finanziate dal FF (solo tre nel 2012).

Si tratta di un dato medio, che in alcuni generi cinematografici – la fiction tv prima su tutti - viene ampiamente superato.

Ad esempio nell'ambito di un recente Convegno sulle politiche di sostegno regionali all'audiovisivo, Guido Cerasuolo, presidente di APE Associazione dei produttori esecutivi italiani, ha portato le cifre dei cinque tv-movie girati in FVG dalla sua società, sottolineando una spesa complessiva di quasi

sei milioni di euro, a fronte di finanziamenti ricevuti per 320.000 euro, con una proporzione di quasi uno a venti<sup>192</sup>.

Più in generale gli studi sulla ricaduta degli effetti economici sul territorio<sup>193</sup> hanno misurato fino al 2009 un moltiplicatore medio di 1 a 9 tra ogni euro di contributo e ricaduta occupazionale e indotto generato.

Secondo l'Assessore alla Cultura della Regione FVG "la creazione di strumenti come il FF risulta più interessante per una regione a statuto speciale, dove c'è una ricaduta immediata sulla quota di tributi Iva e Ires".

### 3.2 Il Fondo Audiovisivo Friuli Venezia Giulia<sup>194</sup>

Un'istituzione parallela e autonoma rispetto alla FVG FC (sia managerialmente che geograficamente, in quanto avente sede a Udine, rispetto alla sede triestina della FC) è il Fondo Audiovisivo FVG, istituito dalla Legge regionale per il cinema 21/2006, poi prorogata, e anch'esso finanziato, come la FC, dall'Assessorato alle Attività produttive della Regione<sup>195</sup>.

Il Fondo Audiovisivo FVG aderisce a Cineregio.

Le differenti nature di FVG FC e FAFVG sono riassunte nella loro genesi da Paolo Vidali, Direttore del Fondo stesso: "La FVG FC è nata nel 2000. Ma già nel 2003, quando si è dotata di uno specifico fondo che serviva, e serve tuttora, ad incentivare le imprese di produzione che vengono a girare nella nostra regione, era evidente che il suo target non era il professionista e l'impresa del territorio. Dal momento però che ci sembrava importante sviluppare un'imprenditorialità regionale....nel 2006 una nuova legge regionale ha istituito il secondo fondo, il Fondo per l'Audiovisivo"<sup>196</sup>.

**TAB. 8 FONDO AUDIOVISIVO FVG**

Data di istituzione	2006
Periodicità bandi	Da 1 a 3 bandi annuali (1 nel 2011 e nel 2012)
Fasi filiera interessate	Sviluppo, Distribuzione; Formazione
Beneficiari	Sviluppo e Distribuzione: imprese di produzione indipendenti con sede legale o operativa in FVG Formazione: persone fisiche professionisti audiovisivi residenti in regione
Erogazioni annue	2013: 390k € 2012: 205k 2011: 430k 2010: 290k 2009: 520k 2008: 490k 2007: 420k
Prodotti eleggibili (Sviluppo e distribuzione)	Lungometraggi, fiction, animazione, corti, documentari (no pubblicità diretta)
Importo massimo contributo	-Sviluppo: - Fiction da 10k a 30k - Corti da 2k a 5k - Animazione: da 2k a 10k

<sup>192</sup> Cfr. Comunicato stampa del Convegno svoltosi il 26 marzo 2013, "Film Commission 2.0 - Rilancio delle politiche di sostegno alla produzione audiovisiva in Friuli Venezia Giulia.

<sup>193</sup> Libro bianco "Il sistema cinema in Friuli Venezia Giulia", già citato.

<sup>194</sup> Del sito [www.audiovisivofvg.it](http://www.audiovisivofvg.it) si è già detto nel confronto con il sito della FVG FC (vd *supra*).

<sup>195</sup> In futuro, oltre al contributo dell'Assessorato alle Attività Produttive, che rimarrà prevalente, è prevista una collaborazione con l'Assessorato alla Cultura. Ad esempio le ultime nomine del Comitato tecnico per l'assegnazione dei finanziamenti sono state state fatta congiuntamente dai due assessorati.

<sup>196</sup> Cfr Paolo Vidali, "Cinéma d'abord. Il Fondo per l'Audiovisivo del Friuli Venezia Giulia", in *Territori del cinema italiano. Produzione, diffusione, alfabetizzazione*, a cura di Marco Maria Gazzano, Stefania Parigi e Vito Zagarrìo, Forum, 2013.

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Documentari: da 2k a 20k</li> <li>-Distribuzione: fino a 100 k (tranne corti: 10k)</li> <li>-Formazione: fino a 20k</li> </ul>
Tipologia di contributo	<p>A fondo perduto.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Sviluppo: max 50% della spesa complessiva ammessa</li> <li>- Distribuzione: max 50% del budget di produzione corti, 30% per documentari e animazione, 15% per fiction</li> <li>- Formazione: max 50% delle spese sostenute; 90% per borse di studio</li> </ul>
Requisiti di eleggibilità	La società beneficiaria deve detenere almeno il 50% dei diritti sull'opera

Fonte: aggiornamento IEM-Rosselli della Guida ai Fondi Regionali Anica (per maggiori dettagli sul funzionamento operativo:  
[www.anica.it/online/allegati/fondi\\_regionali/friuli/FondoAudiovisivo\\_FVG\\_181012.pdf](http://www.anica.it/online/allegati/fondi_regionali/friuli/FondoAudiovisivo_FVG_181012.pdf))

A differenza del Film Fund della FC, che come si è visto insiste sulla fase produttiva per società non solo locali, il Fondo Audiovisivo sostiene le fasi di Formazione, Sviluppo<sup>197</sup> e di Distribuzione<sup>198</sup>, finanziando società e professionisti principalmente locali. Questa scelta è determinata da due fattori:

- da una parte si era consapevoli che il vincolo di utilizzo di maestranze locali imposto alle produzioni extraregionali, non avrebbe comunque comportato l'impiego di professionalità chiave – non solo registi o direttori della fotografia, ma nemmeno montatori o caporepartisti - e che quindi non sarebbe stato sufficiente per aiutare la crescita delle imprese sul territorio<sup>199</sup>;
- dall'altra non si voleva ricalcare il modello di sostegno assistenzialistico italiano tradizionale alla produzione, individuato come una delle cause della crisi del cinema italiano, e si scelse invece di seguire l'esempio dei finanziamenti del Media Programme dell'Unione Europea, individuando come campo di intervento appunto la formazione, lo sviluppo dei progetti, e la distribuzione, e quindi sostenendo le produzioni in corso solo se si era certi che il progetto avrebbe circolato.

Ciò che differenzia il Fondo Audiovisivo FVG da altri Fondi regionali, è infatti che viene finanziata non tanto la Produzione quanto lo Sviluppo: i finanziamenti alle produzioni si concedono solo quando ne siano già garantiti la distribuzione e buona parte del finanziamento, perchè l'idea di fondo è che l'audiovisivo non debba, anche qualora potesse, essere completamente sostenuto da fondi pubblici. Lo Sviluppo costituisce tra l'altro più della metà dei finanziamenti erogati negli ultimi 11 bandi, come si deduce dai dati ex post (non essendoci percentuali fisse predeterminate a monte per le tre voci Sviluppo, Distribuzione, Formazione).

**TAB. 9 FONDO AUDIOVISIVO FVG – RIPARTIZIONE PER BANDO E FASE FILIERA**

<sup>197</sup> Per Sviluppo si intendono nel Bando "tutte le attività che intercorrono tra l'idea e la vigilia della produzione come la scrittura del progetto, ricerche, casting, sopralluoghi, l'opzione e l'acquisizione di diritti, l'assistenza legale, la ricerca di possibili finanziatori, contatti per la distribuzione, realizzazione di un promo".

<sup>198</sup> Per Distribuzione si intende nel Bando "non solamente la promozione e il marketing delle opere realizzate e la loro circuitazione nei festival, nelle rassegne e nei premi dedicati al settore, ma anche una maggiore disponibilità finanziaria durante la produzione per rendere il prodotto competitivo". In ogni caso il Bando Distribuzione copre anche spese relative alla produzione, ma solo in presenza di pre-accordi distributivi in essere.

<sup>199</sup> Fonte: Paolo Vidali, in "Territori del cinema italiano", ibidem.

BANDI	SVILUPPO	DISTRIBUZIONE	FORMAZIONE	TOT ANNUO	ANNO
primo 2007	199.913,50	67.361,98	3.811,50	419999,98	2007
secondo 2007	115.947,00	17.986,00	14.980,00		
primo 2008	176.000,00	50.000,00	21.280,00	489480,00	2008
secondo 2008	147.500,00	65.000,00	29.700,00		
primo 2009	113.500,00	22.000,00	31.900,00	519125,00	2009
secondo 2009	181.000,00	21.500,00	2.200,00		
terzo 2009	94.000,00	48.000,00	5.025,00		
primo 2010	52.000,00	87.000,00	43.600,00	287600,00	2010
secondo 2010	=	105.000,00	=		
unico 2011	156.526,78	238.765,43	34.707,79	430000,00	2011
unico 2012	=	178.620,90	26.158,36	204779,26	2011
<b>TOT. 2.350.984,24</b>	1.236.387,28	901.234,31	213.362,65		
	52,59%	38,33%	9,08%		

Fonte: Fondo Audiovisivo FVG

Il Fondo Audiovisivo Friuli Venezia Giulia, avendo inoltre l'obiettivo di contribuire alla qualificazione delle risorse umane, prevede infatti anche un finanziamento alle attività di Formazione, intese non come organizzazione di propri corsi sul territorio, ma come partecipazione a corsi di formazione nazionali ed europei benchmark, tramite borse di studio a singoli, o contributi alle imprese per i loro collaboratori (in particolare registi, sceneggiatori, producer, montatori, operatori di ripresa e tecnici del suono).

Il Fondo Audiovisivo organizza invece direttamente una serie di eventi di matchmaking finalizzati allo sviluppo dell'audiovisivo regionale (cfr. *infra*).

Al sesto anno di attività, il Fondo ha sostenuto complessivamente 181 progetti tra film, cortometraggi, documentari e serie tv, per un totale di contributi erogati di circa 2 milioni 350 mila euro, pari a circa il 25% del budget dei progetti stessi. Oltre 20 progetti sono coproduzioni europee, con Francia, Germania, Belgio, Slovenia, Croazia.

Tra i film sostenuti figurano:

- "L'estate di Giacomo" di Alessandro Comodin di San Vito Al Tagliamento, vincitore del Pardo d'oro-Cineasti del presente al Festival di Locarno 2011, prodotto e distribuito dalla Tucker Film di Udine<sup>200</sup>;
- il già citato "Zoran", sostenuto dal FA FVG ben tre volte, sia nello Sviluppo, sia nella Distribuzione, sia nella Formazione del produttore, vincitore della Settimana della Critica a Venezia 2013;

<sup>200</sup> Tucker Film "è nata nel 2008 su iniziativa di Cinemazero di Pordenone e del Centro Espressioni Cinematografiche (C.E.C.) di Udine che, dopo più di trent'anni dedicati all'esercizio, decidono di congiungere le forze per avviare una nuova attività distributiva e produttiva. Due sono i principali filoni di attività dell'azienda: le produzioni legate al territorio e alla cultura regionale, e la distribuzione di opere asiatiche...., in diretta connessione con Far East Film Festival, la più importante vetrina di cinema popolare asiatico in Europa, giunto nel 2012 alla quattordicesima edizione, di cui il C.E.C. è organizzatore". Tra i film distribuiti da Tucker citiamo "Departures" di Takita Yojiro, Premio Oscar 2009 come Migliore Film straniero.

- “TIR” di Alberto Fasulo, friulano come la casa che la prodotta e quella che lo distribuisce, vincitore del Festival di Roma 2013.

I buoni risultati ottenuti ai Festival dei film finanziati, possono essere ritenuti il miglior segno di efficacia delle politiche fin qui svolte.

In questi stessi sei anni il fondo ha inoltre finanziato 8 associazioni e 30 imprese, con un’incidenza che, prima del ridimensionamento finanziario del 2012, era stato calcolato nel 7% rispetto al giro d’affari di queste ultime<sup>201</sup>.

Anche questo fondo era stato infatti più che dimezzato dal 2011 (430k erogati) al 2012 (poco più di 200k), mentre nel 2013 si è assistito ad un riallineamento quasi totale (390k); per il 2014, su cui non è ancora noto il budget disponibile, ci si attende un ulteriore incremento, seppur al lordo delle somme che andranno erogate ai progetti approvati ma non finanziati degli scorsi bandi.

Nell’unico bando 2012 sono stati assegnati circa 180.000 euro per la Distribuzione di 4 documentari, e dal Bando formazione circa 26.000 Euro per borse di studio a 5 residenti, mentre per quanto riguarda lo Sviluppo sono stati approvati ben 18 progetti di documentari e 4 di fiction ma nessuno finanziato per mancanza di fondi. Nel 2011 invece tutti i progetti approvati erano stati sostenuti: lo Sviluppo di 12 documentari e di un’opera di finzione, per un totale di quasi 160k, la Distribuzione di 5 documentari e del già citato lungometraggio “Zoran”<sup>202</sup>, per un totale di circa 240k, oltre alla Formazione per 35k euro.

A differenza del FVG Film Fund i risultati dei bandi e i finanziamenti erogati a ciascun film per ciascuna fase sono inoltre pubblicati con trasparenza sul sito, compresa la quota di finanziamento erogata.

Il Fondo Audiovisivo FVG rappresenta senz’altro un possibile modello applicabile in altre regioni, proprio per quel sostegno di matrice europea a favore dello Sviluppo che lo differenzia da altri, e per quella autonomia dalla FC che rispetta due finalità diverse e qui ritenute non compatibili: da un lato il ruolo di promozione del territorio come set svolto dalla FC, che la pone necessariamente in concorrenza con tutte le altre, dall’altro un Fondo che può, e anzi deve auspicabilmente collaborare, con altri territori, sia nazionali (come probabilmente si comincerà presto a fare con BLS), che internazionali (come già si fa con Croazia e Slovenia): come afferma Paolo Vidali, “tenere i due cappelli distinti serve a chiarire i ruoli, non si può indossare uno dei due di volta in volta”. Il Fondo non si preoccupa di “dove si gira”, ma di far crescere le imprese locali.

#### 4 Eccellenze e innovazione

Le eccellenze sul territorio a livello di ricerca scientifica e formazione sul digitale in generale sono numerose, anche se appaiono ad oggi ancora poco raccordate col settore audiovisivo: citiamo ad esempio Area Science Park (Ente Pubblico nazionale di Ricerca di primo livello, e uno dei principali Parchi scientifici e tecnologici a livello internazionale), SISSA (Scuola Internazionale Superiore di Studi Avanzati di Trieste), Friuli Innovazione (centro di ricerca e di trasferimento tecnologico che gestisce il Parco Scientifico e Tecnologico Luigi Danieli di Udine e l’incubatore d’impresa Techno Seed), e ICTP (International Centre for Theoretical Physics di Trieste).

Dall’analisi field non emergono realtà di eccellenza tecnologica specifiche sul versante audiovisivo.

#### 5. Formazione

La FVG FC non gestisce nè organizza nè sostiene alcuna iniziativa nè di formazione nè di matchmaking, in quanto queste attività rientrano nel campo di attività del Fondo Audiovisivo Friuli Venezia Giulia, che a sua volta intende lo sviluppo delle competenze locali in due accezioni: come matchmaking locale mirato allo sviluppo dell’industria piuttosto che erogazione di formazione classica

<sup>201</sup> Fonte: Libro Bianco “Il sistema cinema in Friuli Venezia Giulia”, 2009.

<sup>202</sup> Il contributo erogato al lungometraggio “Zoran”, ha riguardato complessivamente solo il 10% del budget totale di 1.400.000 Euro, ma ha coperto ben il 50% della fase di Sviluppo.

d'aula, e come finanziamento alla partecipazione di corsi internazionali benchmark, piuttosto che come progettazione ed erogazione di iniziative formative locali. Una scelta che ci pare lungimirante e strategica sia rispetto all'organizzazione di pure iniziative convegnistiche o d'aula, sia rispetto ad un'offerta formativa locale che rischierebbe di essere inutile rispetto alla sovrabbondanza dell'offerta italiana e di breve respiro: in entrambe le tipologie di iniziative inoltre viene favorita quella vocazione internazionale tipica di un'area transfrontaliera.

Come si è detto, uno dei Bandi del Fondo Audiovisivo FVG, quello **Formazione**, riguarda borse di studio ad aziende locali ma soprattutto a singoli professionisti, per la partecipazione a corsi di eccellenza. Si è fatti strategicamente scelto di non organizzare iniziative formative locali di breve respiro, ma di consentire ai residenti di frequentare alcune delle esperienze formative più significative a livello internazionale. Citiamo ad esempio, dal "catalogo" pubblicato sul sito stesso del Fondo, alcuni corsi itineranti europei del programma Media (Eave, EuroDoc<sup>203</sup> e EsoDoc sul documentario, Maia Workshops<sup>204</sup>, MFI Script 2 Film workshop, The pixel lab - sul crossmedia), ma anche scuole nazionali come la Media Business School di Madrid (ad es. corso Marketing & Distribution), la NFTS National Film & Television School di Londra (ad es. corsi per registi, sound recording, ripresa in pellicola...), gli Ateliers Varan di Parigi sulla regia documentaria, e i workshop di budget e scheduling Focal a Losanna.

Negli anni di attività del Fondo Audiovisivo sono stati finanziati interventi formativi a favore di una cinquantina circa di professionisti locali.

Inoltre il Fondo per l'Audiovisivo del Friuli Venezia Giulia, in collaborazione con la Genova-Liguria Film Commission, ha partecipato al progetto interregionale "Alta Formazione in Rete 2012/2013", col corso per Direttori di Produzione "Pianificazione e Controllo del processo produttivo nell'impresa audiovisiva", sulle problematiche logistico-gestionali di una produzione audiovisiva. I percorsi didattici sono sostenuti con l'erogazione di voucher formativi, una sorta di borse di studio finanziate dalle Regioni.

Tra le iniziative formative presenti sul territorio, citiamo due Corsi di Laurea (Triennale e Magistrale) in Scienze e tecnologie Multimediali, tra i primi ad essere istituiti dall'Università di Udine all'interno del Centro polifunzionale di Pordenone<sup>205</sup>.

Le iniziative di **matchmaking** hanno invece un duplice obiettivo, quello formativo e quello di creare occasioni di incontro con professionisti del cinema di tutto il mondo. Il Fondo Audiovisivo organizza direttamente alcuni eventi di rilevanza internazionale, i cui due più noti e prestigiosi sono:

- "When East meets West – Trieste Coproduction Meeting", realizzato a gennaio annualmente dal 2010 all'interno del Trieste Film Festival, per incoraggiare coproduzioni tra Italia, Europa orientale ed un altro Paese dell'Europa occidentale (di anno in anno la Spagna, la Francia, i Paesi nordici...)

<sup>203</sup> Con EuroDoc è stata avviata nel 2009 una collaborazione continuativa, insieme al Fondo Nazionale del Cinema Sloveno e al Fondo Nazionale del Cinema Croato, per garantire negli anni seguenti la partecipazione di almeno un produttore per ciascuna delle tre aree coinvolte. Inoltre a Gorizia nel 2009 si è svolta la prima edizione dell'Eurodoc Transregional Workshop, per professionisti di Friuli Venezia Giulia, Slovenia e Croazia.

<sup>204</sup> Cfr. scheda regionale Liguria.

<sup>205</sup> In particolare, "il Corso di Laurea Magistrale in Comunicazione Multimediale e Tecnologie dell'Informazione nasce dalla collaborazione fra due iniziative precedenti dell'Ateneo udinese, entrambe nate nell'A.A. 2004-2005: il Corso di Laurea specialistica in Tecnologie dell'Informazione presso la Facoltà di Scienze M.F.N. e il Corso di Laurea specialistica in Linguaggi e tecnologie dei nuovi media successivamente trasformato nel Corso di Laurea Magistrale in Comunicazione Multimediale presso la Facoltà di Scienze della Formazione. Questo nuovo corso di Laurea Magistrale è stato progettato come naturale continuazione e completamento del Corso di Laurea triennale in Scienze e tecnologie Multimediali della Facoltà di Scienze della Formazione e del Corso di Laurea triennale in Tecnologie Web e Multimediali della Facoltà di Scienze M.F.N. Il Corso di Laurea Magistrale in Comunicazione Multimediale e Tecnologie dell'Informazione mira a bilanciare adeguatamente competenze di tipo tecnologico con competenze di tipo umanistico e sociale, al fine di colmare il vuoto sul mercato del lavoro di figure professionali capaci non solo di comprendere gli aspetti tecnologici dei nuovi media e di gestirne i contenuti in maniera appropriata, ma anche di porsi come manager ed innovatori nell'area della comunicazione multimediale". Cfr. [www.uniud.it](http://www.uniud.it)

- “Eave Ties that bind – Asia Europe producers workshop”, realizzato a Udine ad aprile (e a Busan, Corea del Sud) annualmente dal 2009, in collaborazione con il corso Eave del Programma Media, Udine Far East Film Festival e Busan International Film festival appunto: si tratta, come dice il nome, di workshop residenziali all’interno dei due festival, che auspicano “legami che uniscono” tra paesi europei ed asiatici, avendo ad oggetto marketing e distribuzione di 10 progetti di lungometraggio.

Vi sono poi iniziative una tantum di networking, come ad esempio quella realizzata a metà ottobre 2013 dal Fondo Audiovisivo in collaborazione con Confartigianato Udine: dopo la presentazione di due case histories di successo del cinema regionale (il già citato “Zoran”, produzione Transmedia, vincitore della Settimana Internazionale della Critica al Festival di Venezia 2013, e “The special need”, produzione Videomante, in concorso al Festival di Locarno 2013), si sono organizzati incontri one-to-one tra professionisti audiovisivi e società di produzione.

### 5.1 Bilancio dell’adeguatezza dell’offerta formativa

Le scelte finora compiute hanno privilegiato la crescita personale di poche decine di produttori, di cui è stato agevolato un percorso di formazione e networking internazionale, che ha dato i suoi frutti.

Nonostante la presenza di due corsi di laurea precedentemente citati cioè che manca ad oggi è una formazione locale presente sul territorio, che andrebbe comunque calibrata sulle dimensioni e le esigenze effettive del territorio.

## 6 Storia e strategie dell’audiovisivo regionale

Come accennato, la storia virtuosa della FVG FC ha subito una brusca interruzione che vale la pena dettagliare.

Dopo 240 opere assistite in 12 anni e la conquista di una buona credibilità nel panorama italiano ed europeo delle FC (era infatti considerata un “modello di efficienza” dallo EFCN-European Film Commission Network), la FVG ha subito nel 2012 uno stop<sup>206</sup>, generato dalle polemiche in merito ai finanziamenti concessi al film “Bella addormentata” di Marco Bellocchio: il film, ispirato alla vicenda di Eluana Englaro e al suo noto epilogo ad Udine, e quindi connesso al dibattito etico e politico sull’eutanasia, aveva generato la decisione (a fine 2011) dell’allora Assessore alle Attività produttive Federica Seganti di revocare i finanziamenti di 150.000 euro già concessi alla produzione Cattleya, e di azzerare le attività della FC, trasferendole all’agenzia del turismo regionale; in un secondo momento si era deciso di prorogare la FC fino a fine 2013, ma in ogni caso riducendo del 75% le spese di gestione (servizio alle produzioni e promozione, ridotte a soli 100mila euro) e del 60% le risorse del Film Fund. La situazione ha determinato la perdita di molti lungometraggi (nel 2012 sono stati finanziati dal FF solo 3 film invece dei consueti 10-12) e in generale il rischio di perdita di credibilità del territorio, con un danno complessivo stimato di circa 10 milioni di Euro, per 300 tra famiglie ed imprese.

Attualmente appare centrale il ruolo che la nuova giunta regionale (insediatasi nell’aprile 2013) assegna al Fondo Audiovisivo e alla FC, rispetto al passato recente e al rilancio del settore. Ci sembrano illuminanti in merito le dichiarazioni in merito di fine agosto 2013, che qui riportiamo, del nuovo Presidente regionale Debora Serracchiani: “Il settore audiovisivo riveste un ruolo molto importante per la nostra regione non solo perché rappresenta un impegno globale in ambito culturale, turistico e produttivo, ma perché si sta configurando come un settore con vaste possibilità di sviluppo. Abbiamo intenzione di sostenerlo attivamente con politiche nuove a vocazione internazionale con l’obiettivo di posizionarci in qualità di leader del settore. Le esperienze legate al cinema e all’audiovisivo in questa regione vantano una lunga tradizione e una programmazione, che anche grazie all’università, alla cineteca ed alle mediateche ed ai nostri Festival, ci posizionano ad

<sup>206</sup> Lo stop ha coinvolto anche il Fondo Audiovisivo (cfr. *infra*), che pur non era coinvolto nel finanziamento al film.



ottimi livelli. La storia produttiva della regione dipende in parte anche dal potenziale che riusciremo a proporre in Slovenia, Croazia e Carinzia, con cui abbiamo avviato in tal senso importantissime collaborazioni con politiche che armonizzano i territori trovandone ed evidenziandone le specificità. Sarà compito mio e del mio collega Bolzonello<sup>207</sup> consolidare e rafforzare il settore partendo da una politica globale e strutturata attenta allo sviluppo di aree dedicate all'innovazione e alla formazione di alto livello di cui i linguaggi dell'audiovisivo sono parte fondamentale". Significative anche le politiche di rilancio, di competenze e di dotazioni della FVG FC stessa, sempre nelle dichiarazioni di Serracchiani: "La situazione in cui abbiamo trovato la Film Commission FVG è stata un sintomo chiaro di quanto venga sottovalutato il settore che, pur avendo dimostrato la professionalità di un management giovane e dinamico, ha pagato la presenza di una classe dirigente miope ed impaurita dalla crisi. E' importante ri-finanziare e ri-configurare tale organismo, attraverso azioni multiple: una modalità di consolidamento almeno triennale, nuove formulazioni in ambito giuridico amministrativo e infine la ricollocazione del fondo a livello strategico di struttura. Proprio nella Regione FVG riteniamo importante superare la visione che confina le Film Commission quali organismi di sola ricaduta nel marketing territoriale, per sottolinearne invece l'ottica più vasta dedicata alla progettazione e condivisione trasfrontaliera di matrice europeista" (fonte: Cinema & Video International, 29 agosto 2013)<sup>208</sup>.

Nei prossimi mesi si assisterà alla messa in atto di tali intenzioni di investimento sul settore, che già nel giugno 2013 sono state simbolicamente confermate in sede di approvazione del bilancio regionale, in cui, nonostante i tagli generali, è stato assegnato un contributo, a titolo simbolico appunto, di 50.000 Euro sia a FVG FC che al Fondo Audiovisivo FVG.

### 6.1 Internazionalizzazione

La conferma che in fatto di internazionalizzazione si siano conseguiti importanti risultati si ha dal numero delle ben 21 coproduzioni internazionali registrate negli ultimi 5 anni (a fronte di quasi nessuna esperienza negli anni precedenti). Le coproduzioni non sono solo con Slovenia e Croazia, ma anche con altre importanti cinematografie europee quale la francese e la tedesca.

Il parametro della capacità di intercettare i fondi comunitari del Programma Media europeo, vede il Friuli Venezia Giulia in una posizione non avanzatissima rispetto alle altre regioni italiane, ma in grande aumento: è passata infatti dallo 1,3% dei contributi erogati all'Italia nel 2010 (6,3 milioni totali) e nel 2011 (6 milioni), al 2,8% nel 2012 (7,9 milioni), con 225.000 Euro nei vari bandi Sviluppo, Festival, Promozione, Digitalizzazione sale<sup>209</sup>.

### 6.2 Punti di forza e di debolezza, opportunità e minacce

**Punti di forza** sono ritenuti dagli intervistati:

- la varietà di location in un territorio relativamente raccolto;
- l'aver registrato un'oggettiva crescita di imprese e di autori locali, che, come si è visto, hanno guadagnato sul campo importanti riconoscimenti nazionali e internazionali;
- la forte tradizione cinematografica, vista come capillarità di esercizio cinematografico e come rilevanza dei festival locali;
- la posizione transfrontaliera e le relative possibilità di coproduzione, in particolare con la Slovenia e la Croazia;

<sup>207</sup> Sergio Bolzonello, VicePresidente della Regione e attuale Assessore alle Attività Produttive.

<sup>208</sup> Anche il Vicepresidente della Regione, e Assessore alle Attività Produttive Sergio Bolzonello, ci ha confermato le strategie preannunciate dal Presidente affermando: "Il settore cinematografico ed audiovisivo è senz'altro importante per lo sviluppo della nostra Regione, in quanto è in grado di innescare una crescita delle professionalità locali coinvolte nel settore, caratterizzate da alti livelli di specializzazione ed esperienza, e di attivare ricadute economiche sui luoghi in cui opera, contribuendo a far crescere le imprese esistenti e favorendo la nascita di altre con evidenti benefici occupazionali. Di notevole rilievo sono anche le ricadute economiche indirette, derivanti dalla conoscenza del territorio in cui tali produzioni cinematografiche operano e dal turismo che riescono ad attivare".

<sup>209</sup> Fonte: Antenna Media Torino.

- la forte competitività nella leva prezzo, rispetto ai poli produttivi tradizionali di Roma, Milano e Torino;
- il ruolo storico del polo pubblico come investitore produttivo e non come “sostenitore” assistenzialista (fin dalla fondazione del primo Film Fund italiano);
- la capacità di creare dirette ricadute positive sul territorio.

**Tra i Punti di debolezza:**

- la percezione della regione come luogo periferico, che sconta la carenza di collegamenti ferroviari e aerei;
- il non aver ancora raggiunto un tessuto produttivo esteso vero e proprio, per la mancanza di una sufficiente continuità produttiva, data anche dalla mancanza di referenti stabili nella distribuzione (anche se recentemente si possono citare ben 3 operazioni con Rai Cinema);
- l’inadeguatezza quantitativa e soprattutto la mancanza di programmazione pluriennale delle politiche pubbliche di sostegno.

**Opportunità** potrebbero essere offerte dai fondi della prossima Programmazione europea e dal rilancio del comparto da parte della nuova giunta regionale, mentre la più rilevante **Minaccia** percepita è, più in generale, la contrazione dei consumi dovuta alla prolungata crisi recessiva e conseguentemente dei servizi.

### 6.3 Obiettivi e Azioni da intraprendere

La Presidenza della Regione ha annunciato l’obiettivo di posizionare il territorio come leader del settore; a questo scopo la FVGFC viene ritenuta uno strumento importante, superando la visione che confina le FC a puri organismi di ricaduta nel marketing territoriale, e sottolineandone invece un’ottica più vasta, dedicata alla progettazione e alla condivisione transfrontaliera di matrice europeista.

Secondo l’Assessore alle Attività Produttive Sergio Bolzonello “il comparto va sostenuto con strategie di medio-lungo periodo, contrazione delle risorse dei bilanci pubblici permettendo, cioè con risorse adeguate a finanziare i due fondi che la Regione Autonoma Friuli Venezia Giulia, già da anni, sta sostenendo e valorizzando: Il Film Fund e Fondo Audiovisivo. Sono convinto che il Film Fund, debitamente finanziato, possa continuare ad essere un elemento in grado di incoraggiare la presenza in Regione di produzioni e registi e, conseguentemente, un valido volano per la nostra economia”. Dal canto suo, alle produzioni operanti in regione chiederebbe “una maggiore trasparenza nell’individuazione delle migliori professionalità disponibili sul territorio. Il criterio di rotazione, in riferimento alle adeguate esperienze maturate nel settore dalle imprese locali, potrebbe costituire un punto di riferimento per una corale ed omogenea crescita professionale del settore”. L’assessore preannuncia un prossimo confronto con gli operatori, per comprendere quali modifiche apportare a norme e regolamenti del settore che sono stati ultimamente fonte di problematicità.

Più nello specifico, l’Assessore alla Cultura Gianni Torrenti, rivendicando con orgoglio la primogenitura dell’istituto di finanziamento del Film Fund, ha individuato alcune aree di lavoro del prossimo futuro:

- rifinanziare e riconfigurare la FVG FC con un consolidamento almeno triennale, nuove formulazioni in ambito giuridico amministrativo e la ricollocazione del Fondo a livello strategico di struttura;
- creare archivi specializzati simili al modello francese;
- avviare partenariati forti con piattaforme informatiche di alto livello;
- promuovere nuovi modelli di coinvolgimento nei confronti delle aziende.

Secondo il Direttore del FA FVG Paolo Vidali e il Presidente di FVG FC Federico Poillucci, ci sono attualmente tre obiettivi sul tappeto per l’audiovisivo friuliano, oltre a continuare a perseguire il lavoro fin qui svolto:

- in primis il ripristino e la sistemazione del quadro normativo;

- la possibilità di impiantare una produzione seriale di fiction internazionale, che garantisca quella continuità produttiva che ad oggi è mancata: una fiction in cui la regione non sia solo location, ma soggetto attivo, e possibilmente non solo come realizzatore esecutivo di un unico committente, ma con una propria autonomia;
- la progettazione di iniziative di formazione per ruoli tecnici qualificati (ad es. macchinisti ed elettricisti), dato che non vi è finora stata una crescita adeguata di tecnici e maestranze, e che nell'ipotesi di girare delle fiction mancherebbero competenze. Andrebbe progettato e dimensionato anche un Centro formativo, di proporzioni e caratteristiche adeguate all'industria locale.

#### Panel stakeholder<sup>210</sup>

Istituzione	Intervistato	Qualifica	Strumento
Fiuli Venezia Giulia Film Commission	Federico Poillucci	Presidente	Questionario
Fondo Audiovisivo Friuli Venezia Giulia	Paolo Vidali	Direttore	Intervista telefonica
Regione Friuli Venezia Giulia	Sergio Bolzonello	VicePresidente, Assessore Attività Produttive	Questionario
Regione Friuli Venezia Giulia	Gianni Torrenti	Assessore alla Cultura	Questionario
Pilgrim Film (casa di produzione Trieste) <sup>211</sup>	Andrea Magnani	titolare	Questionario

<sup>210</sup> Una richiesta di compilazione del questionario è stata inviata e sollecitata, senza ottenere risposta, anche ai seguenti referenti:

- Debora Serracchiani, Presidente Regione FVG (hanno comunque risposto gli Assessorati di competenza);
- Antonella Perrucci, Presidente ALA-FVG Associazione Lavoratori Audiovisivo.

<sup>211</sup> Pilgrim Film, nata nel 2008, è coproduttore del roadmovie "Easy": un budget di circa 1 milione e 600 mila euro, coperto al 70% dalla casa di produzione ucraina Fresh Production, e per la quota italiana dal MiBAC (opera prima) e dai due Fondi friulani; le riprese inizieranno nella primavera del 2014, nei dintorni di Grado, e in Ucraina, sui Carpazi. Il produttore e sceneggiatore triestino Andrea Magnani ha sviluppato il progetto e conosciuto il coproduttore nell'ambito del workshop MFI Script 2 Film, proprio grazie ad una borsa di studio del Fondo Audiovisivo ricevuta nel 2010.

Pilgrim è anche produttore maggioritario, insieme a Film Berg di Bolzano e ad una società tedesca, del film "Kaloghero, un'altra vita", ambientata in Alto Adige, e finanziato sia da Fondo Audiovisivo FVG (Bando Sviluppo) che da BLS.

# Scheda n.8: Lazio

## 1 L'audiovisivo regionale in cifre

L'audiovisivo nel Lazio conta poco meno di 4.000 imprese attive sul territorio ovvero il 29,3% del totale nazionale, incidenza che passa al 28,3% e al 35,1% se guardiamo rispettivamente al numero degli occupati e al valore aggiunto generato. I tre indicatori confermano il Lazio al primo posto nella graduatoria nazionale<sup>212</sup>.

**TAB. 1 IMPRESE, OCCUPATI E VALORE AGGIUNTO NEL LAZIO E INCIDENZA %, 2012**

	Imprese Film Ra- dio-Tv	Incidenza %	Occupati	Incidenza %	Valore ag- giunto (M€)	Incidenza %
Lazio	3.929	29,3%	20.800	28,3%	2.824,6	35,1%
Italia	13.407	100%	73.500	100%	8.056,3	100%

Fonte: elaborazioni Iem – Rosselli su dati Symbola – Unioncamere

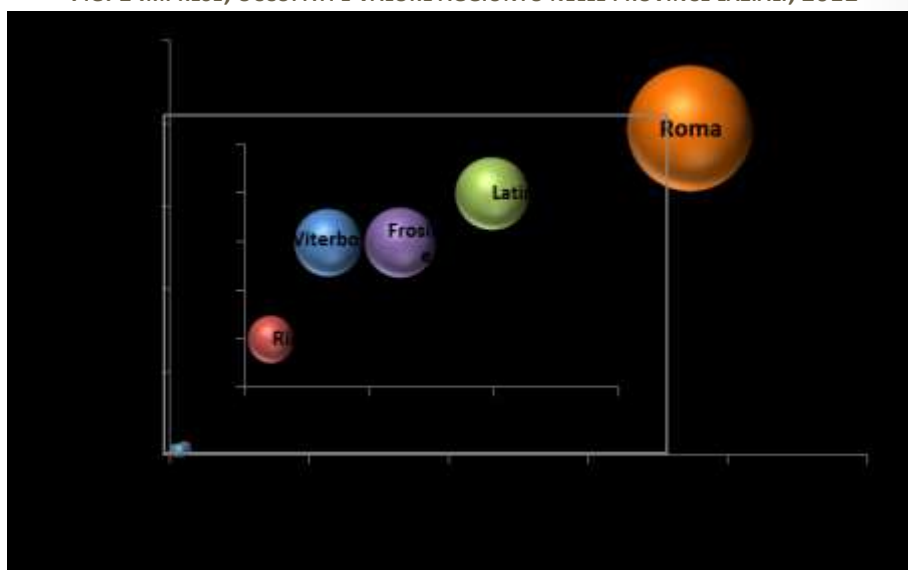
Roma prevale non solo su territorio laziale, ma anche a livello nazionale, su tutti e tre i parametri di valutazione. A livello nazionale la quota di imprese, occupati e valore aggiunto presenti su Roma è, infatti rispettivamente, del 28%, 27% e 34%.

**TAB. 2 IMPRESE, OCCUPATI E VALORE AGGIUNTO NELLE PROVINCE LAZIALI, 2012**

Provincia	Imprese	Occupati	Valore ag- giunto
Roma	3.725	19.700	2.722,7
Viterbo	33	300	27,1
Rieti	10	100	13,1
Latina	99	400	31,6
Frosinone	62	300	30,1

Note: dati valore aggiunto in M€. Fonte: elaborazioni Iem – Rosselli su dati Symbola – Unioncamere

**FIG. 1 IMPRESE, OCCUPATI E VALORE AGGIUNTO NELLE PROVINCE LAZIALI, 2012**

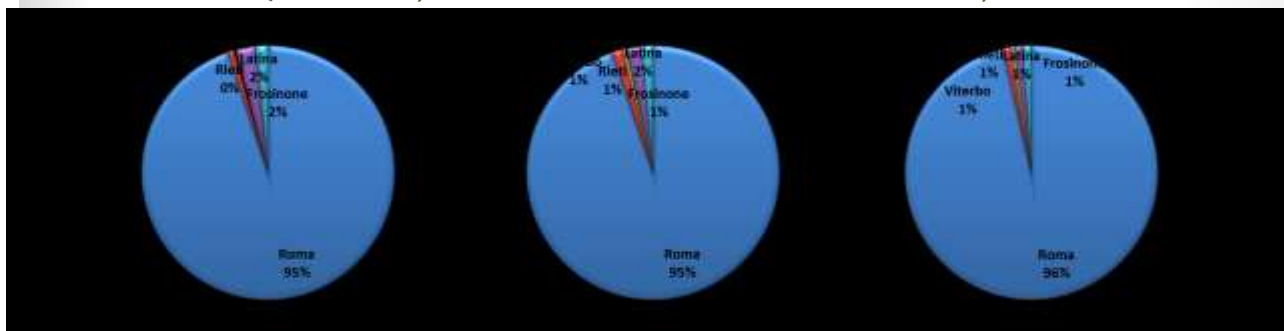


Fonte: elaborazioni Iem – Rosselli su dati Symbola – Unioncamere

<sup>212</sup> Fonte: *Io sono cultura: L'Italia della qualità e della bellezza sfida la crisi*, III Rapporto Unioncamere – Symbola, 2013

A livello regionale circa il 95% delle risorse (imprese, occupati e valore aggiunto) si concentrano nella capitale lasciando poco spazio alle altre province. Latina si distingue per una quota leggermente superiore di imprese e occupati, mentre il valore aggiunto è equivalente soprattutto alla provincia di Frosinone. Fanalino di coda è Rieti.

FIG. 2 QUOTA IMPRESE, OCCUPATI E VALORE AGGIUNTO NELLE PROVINCE LAZIALI, 2012



Fonte: elaborazioni lem – Rosselli su dati Symbola – Unioncamere

In relazione alla popolazione residente<sup>213</sup> il numero di occupati nel settore ammonta a un occupato ogni 267 abitanti, di gran lunga superiore alla media italiana, che è di un occupato nel settore ogni 812 abitanti.

La relazione abitanti/imprese nel settore è invece di un'impresa ogni 1.414 abitanti, superiore al dato italiano di un'impresa ogni 4.452 abitanti.

Il tasso di disoccupazione nel 2012 è stato in media del 9,9%<sup>214</sup>, leggermente al di sotto della media italiana del 10,7%. I dati trimestrali relativi al 2013 mostrano un peggioramento della situazione occupazionale, del 12,4% nel primo trimestre dell'anno in corso, che rimane sostanzialmente stabile nel secondo trimestre (12,3%) e in linea con il dato italiano (12,8% e 12% rispettivamente nel primo e secondo trimestre dell'anno in corso). Il Pil nel 2012 si è ridotto dell'1,7% rispetto al 2011, un dato più ottimistico di quello italiano del -2,4%<sup>215</sup>.

Il 51,9% delle famiglie laziali dispone a casa, nel 2012, di un accesso a Internet a banda larga, la penetrazione è superiore a quella del territorio italiano totale, che è del 48,6%.

La quota del Fondo Unico per lo Spettacolo destinata al cinema nel 2011 è stata, per la regione Lazio, di 47.221.433 euro (il 77,1% del totale quota destinata al cinema a livello nazionale) a beneficio di 242 soggetti. Al cinema è andato il 47,8% della cifra che il FUS ha destinato ai soggetti operanti su territorio laziale (98,7 milioni di euro).

I dati Siae sul settore cinematografico mettono in evidenza una forte crisi del settore, che, nel 2012, si è fatta sentire in maniera consistente in quasi tutti i parametri di ricerca.

Nonostante il numero di spettacoli sia aumentato da 467.983 del 2011 a 489.071 del 2012 (+4,5%), gli ingressi al cinema nel 2012 in tutta la regione sono stati 14.334.727, in calo del 10,4% rispetto al 2011<sup>216</sup>. Le presenze<sup>217</sup> sono state 185.357, in calo del 13,2% sul 2011.

Nel 2012 il pubblico ha speso, per l'acquisto di biglietti e abbonamenti al cinema (spesa del botteghino), 95.926.616 euro, in calo del 7,6% rispetto all'anno precedente. Non si registrano grandi differenze tra spesa del botteghino e la spesa del pubblico<sup>218</sup>, che ammonta, per questo settore, a 103.499.855 euro, in calo del 7,8%.

Il volume d'affari complessivo relativo al settore cinematografico nel Lazio ammonta dunque a 104.008.547 euro, in calo del 7,8% sul 2011.

<sup>213</sup> Popolazione al 31 dicembre 2012 in base a dati Istat (Cfr. <http://demo.istat.it/bil2012/index.html>)

<sup>214</sup> Dato Istat

<sup>215</sup> Cfr. <http://www.scenarieconomici.it/i-dati-del-pil-tra-2001-e-2014-di-tutte-le-regioni-italiane/>

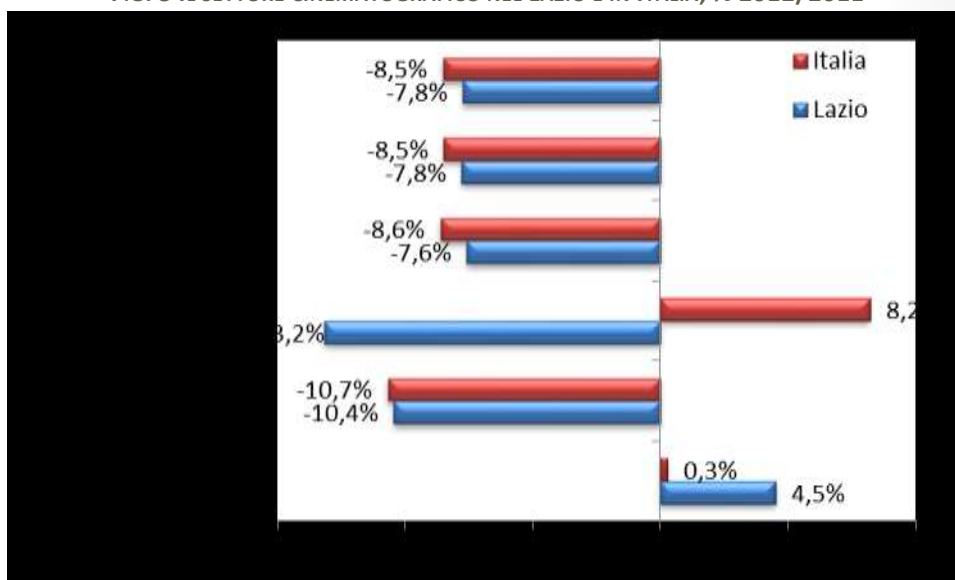
<sup>216</sup> Siae, *Annuario dello Spettacolo*, 2012

<sup>217</sup> A differenza degli ingressi, le presenze vengono utilizzate per quantificare i partecipanti a manifestazioni per le quali non è previsto il rilascio di titoli d'accesso.

<sup>218</sup> L'importo che il pubblico ha destinato, nell'anno 2012, alla fruizione degli spettacoli.

I dati appena citati sono leggermente più ottimistici rispetto a quelli nazionali per tutti i parametri di ricerca con l'eccezione delle presenze, in cui la riduzione laziale (-13,2%) contrasta con la crescita totale Italia dell'8,2%. Il solo dato visibilmente positivo rispetto al totale Italia è il numero degli spettacoli, cresciuto del 4,5% nel Lazio a fronte di una situazione nazionale sostanzialmente stabile.

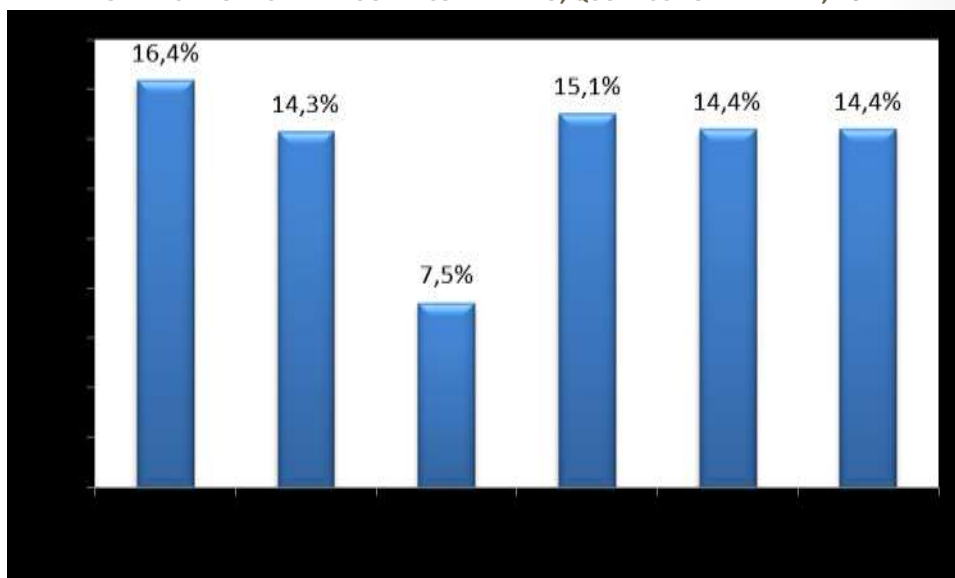
FIG. 3 IL SETTORE CINEMATOGRAFICO NEL LAZIO E IN ITALIA, % 2012/2011



Fonte: elaborazioni Iem – Rosselli su dati Siae

La quota laziale sul totale Italia si aggira tra il 14,3% e il 16,4% per tutti i parametri. Unica eccezione è rappresentata dalle presenze che rappresentano il 7,5% del totale nazionale.

FIG. 4 IL SETTORE CINEMATOGRAFICO NEL LAZIO, QUOTA SU TOTALE ITALIA, 2012



Fonte: elaborazioni Iem – Rosselli su dati Siae

## 2 La Roma Lazio Film Commission

La Fondazione Film Commission di Roma, delle Province e del Lazio, costituita il 5 febbraio 2007, è operativa da ottobre 2007. Ha come soci fondatori Regione Lazio, Comune di Roma, Provincia di Roma, Provincia di Frosinone, Provincia di Rieti, Provincia di Viterbo, che sostituiscono le prece-

denti strutture Roma Film Commission e Lazio Film Commission. Gli Organi Sociali della Fondazione si insediano il 16 luglio 2007 nominando il Consiglio di Amministrazione.

## 2.1 Scheda Anagrafica

<b>Logo</b>	
<b>Nome completo</b>	<b>ROMA LAZIO FILM COMMISSION</b>
<b>Forma giuridica</b>	Fondazione
<b>Persone di riferimento</b>	Cristina Priarone (Direttore Generale)
<b>Enti pubblici/privati nella compagnia</b>	Regione Lazio, Comune di Roma, Provincia di Roma, Provincia di Frosinone, Provincia di Rieti, Provincia di Viterbo.
<b>Data di istituzione</b>	5 febbraio 2007
<b>Data di avvio attività</b>	Ottobre 2007
<b>Indirizzo</b>	c/o Istituto Luce Cinecittà, Via Tuscolana, 1055, Roma
<b>Contatti telefonici</b>	06 72286320
<b>Sito e mail</b>	<a href="http://www.romalaziofilmcommission.it">http://www.romalaziofilmcommission.it</a> info@romalaziofilmcommission.it
<b>Pagina Facebook/Twitter</b>	=
<b>Eventuali altre sedi</b>	=
<b>Altre FC attive sul territorio</b>	Latina Film Commission, Civita Film Commission

## 2.2 Mission e attività, azioni di monitoraggio

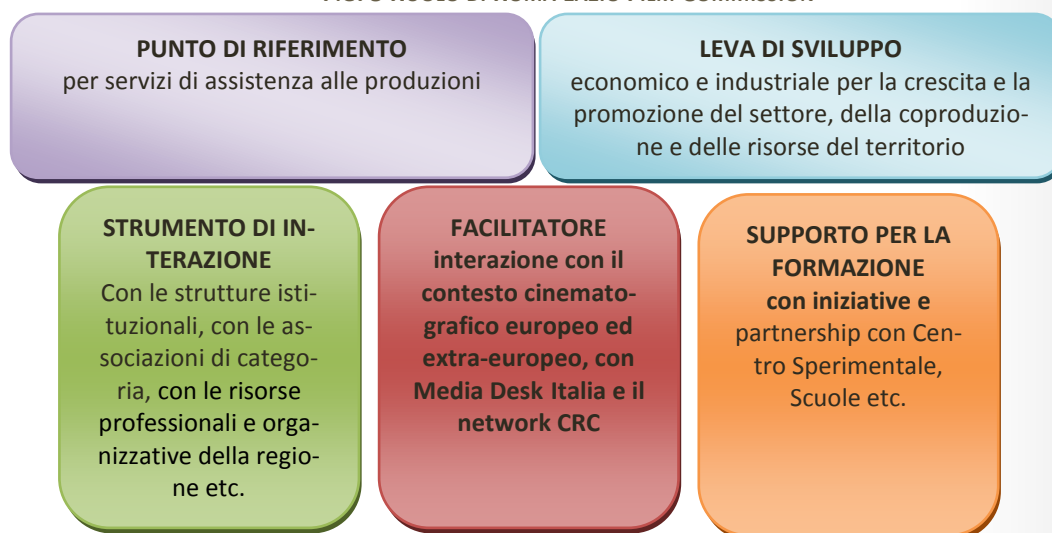
Roma Lazio Film Commission si trova ad operare in un territorio variegato ed un settore maturo con un gran numero di risorse e potenzialità. L'atto costitutivo indica come finalità della struttura "incentivare le imprese nazionali e straniere del settore cinematografico e audiovisivo ad investire e produrre a Roma e nel territorio regionale, promuovere unitariamente l'immagine di Roma e del Lazio... per far conoscere il patrimonio culturale, ambientale e turistico e sviluppare la crescita della competitività territoriale...".

L'attività di assistenza alle produzioni in un territorio complesso come quello di Roma si svolge in un lavoro continuo di armonizzazione tra le esigenze delle produzioni e le esigenze della Capitale, per facilitare le riprese su Roma e il suo territorio. Una simile complessità si evidenzia anche nella molteplicità di referenti istituzionali presenti sul territorio, con i quali Roma Lazio Film Commission svolge un ruolo di interlocutore e facilitatore, sia nella risoluzione di casi specifici particolarmente

complessi, sia per attuare programmi di miglioramento dei processi, per l'ottenimento dei permessi di ripresa e per i rapporti con la cittadinanza e con gli operatori.

Le attività di Roma Lazio Film Commission si sviluppano dunque grazie alla collaborazione istituzionale, con una grande attenzione all'internazionalizzazione e allo sviluppo di settore. RLFC si pone come leva strategica, punto di coordinamento e aggregazione, sportello unico di accesso e accoglienza, il tutto con una riconoscibilità internazionale.

FIG. 5 RUOLO DI ROMA LAZIO FILM COMMISSION



Fonte: Roma Lazio Film Commission

La mission primaria dichiarata dalla Roma Lazio Film Commission è dunque il sostegno e promozione della produzione cinematografica e audiovisiva, a cui segue l'incentivazione del lavoro delle risorse umane locali, lo sviluppo dell'indotto economico/produttivo e la promozione turistica.

I servizi offerti comprendono (in ordine di importanza):

- 1) sviluppo della coproduzione con attività internazionali (a partire dal 2007 con partner istituzionali europei ed extraeuropei)
- 2) scouting/database location
- 3) assistenza shooting
- 4) promozione culturale
- 5) promozione turistica
- 6) assistenza permessi
- 7) segnalazione risorse umane sul territorio (artistiche/tecniche)
- 8) erogazione servizi formativi

Non vengono svolte azioni dirette di monitoraggio delle attività della Film Commission.

### 2.3 Produzioni assistite

Tra il 2011 e il 2013 la Roma Lazio Film Commission ha assistito un totale di 557 produzioni, di cui 284 nel 2011, 173 nel 2012 e 100 nel primo semestre del 2013.

Le tipologie di produzione assistite prevalenti sono i lungometraggi in tutti e tre gli anni. Seguono i documentari e i programmi per la tv.



Produzioni	2011	2012	1 H 2013
Lungometraggi cinematografici	170	106	48
Fiction/film per la tv	1	5	1
Documentari	50	38	30
Cortometraggi	9	6	9
Pubblicità	5	2	
Videoclip	3	2	2
Programmi per la tv	46	14	10
<b>TOTALE</b>	<b>284</b>	<b>173</b>	<b>100</b>

Fonte: Roma Lazio Film Commission

L'assistenza della FC ha riguardato principalmente servizi, non disponendo, la FC di un fondo proprio a sostegno delle produzioni. Solo 57 produzioni nel 2011, 25 nel 2012 e 4 nel 2013 hanno ricevuto un sostegno economico in facilities/ospitalità derivante dal budget della FC (vedi *infra*). Le produzioni nazionali prevalgono, in termini numerici, in tutti e tre gli anni presi in considerazione.

**TAB. 4 PRODUZIONI ASSISTITE DALLA FC NEL 2011, 2012 E 1 SEM 2013 PER PROVENIENZA GEOGRAFICA**

	2011	2012	1 H 2013
Nazionali	222	160	91
Coproduzioni	44	17	13
Europee	52	20	18
Extraeuropee	27	19	11
<b>TOTALE</b>	<b>345</b>	<b>216</b>	<b>133</b>

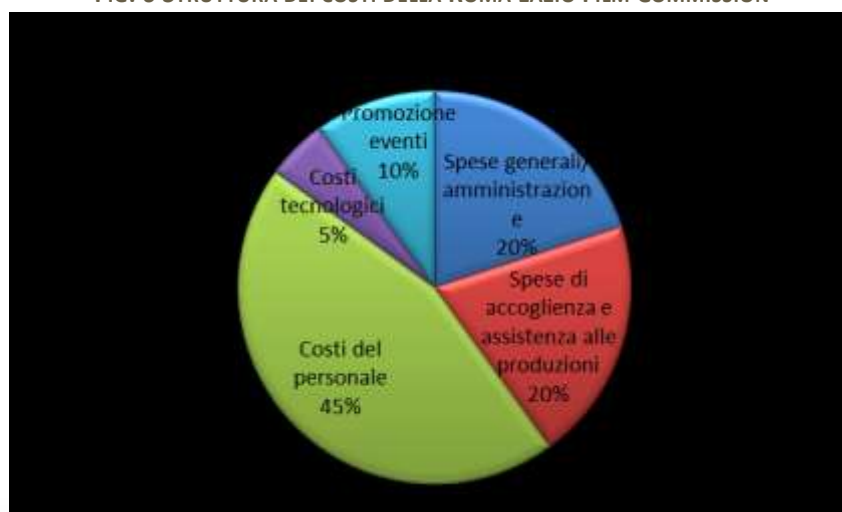
Note: i numeri relativi alla tabella 4 non equivalgono a quelli della tabella 3 in cui nei conteggi, molte produzioni sono state conteggiate più volte (es. le coproduzioni possono rientrare in tutte le altre categorie). Fonte:

Roma Lazio Film Commission

## 2.4 Risorse e costi

La Roma Lazio Film Commission amministra un budget annuale di gestione che, dal 2011, ammonta a 300mila euro e proviene per il 70% da amministrazioni comunali e per il 30% da fondi provinciali. Nella struttura dei costi sono comprese, in egual misura, le spese generali e di amministrazione, le spese di accoglienza e assistenza alle produzioni e i costi del personale, che, insieme, costituiscono il 90% del totale. Il resto delle spese è costituito da costi tecnologici, ovvero digitalizzazione, informatizzazione, database online, etc.

**FIG. 6 STRUTTURA DEI COSTI DELLA ROMA LAZIO FILM COMMISSION**



Fonte: elaborazioni Iem – Rosselli su dati Roma Lazio Film Commission

## 2.5 Personale

Attualmente in Roma Lazio Film Commission lavorano 3 risorse a tempo indeterminato e una risorsa a tempo determinato, ovvero un direttore generale, un addetto a Sviluppo e Coproduzioni, una segretaria organizzativa e un'assistente alle produzioni e location.

Nel 2013 il personale è in calo e sarebbe necessario aumentare l'organico con ulteriori risorse, in particolare RLFC segnala la necessità di ulteriori assistenti alle produzioni.

## 2.6 Servizi online

Il sito [www.romalaziofilmcommission.it](http://www.romalaziofilmcommission.it), è disponibile in italiano e in inglese (una media di 4.400 utenti unici dichiarati).

The screenshot displays the homepage of the Roma Lazio Film Commission website. At the top, there is a navigation bar with 'credits | english' and the logo 'ROMALAZIOFILMCOMMISSION'. Below this, a banner features a man with a megaphone and a woman in a black dress. The main content area is divided into several sections:

- RLFC APP**: A section promoting a new application for iPhone and Android, with a 'FREE APP' badge and a smartphone image.
- LOCATION PRIMO PIANO**: A section featuring a photo of a man with a trophy and text about the 'Leone d'Oro a "Sacro GRA" di Gianfranco Rosi'.
- CINE CAMPUS**: A section with a large 'CAMPUS' logo and text about registration for information via SMS.
- MEDIA**: A section with a 'MEDIA' logo and text about 'CINECITTA LUCE' and 'CINECITTA STUDIOS'.
- CRC**: A section with a 'CRC' logo and text about 'A European Network'.
- HOME**: A vertical list of services including 'PRIMO PIANO', 'CHI SIAMO', 'LOCATION', 'CINECAMPUS', 'INIZIATIVE FESTIVAL & COPRODUZIONI', 'PRODUZIONE & FINANZIAMENTI', 'UFFICIO CINEMA', 'CRC', 'LINK', 'CONTATTI', and 'PRESS & NEWS'.
- INIZIATIVE FESTIVAL & COPRODUZIONI**: A section with a large 'INIZIATIVE FESTIVAL & COPRODUZIONI' logo and text about 'iMIBAC Cinema ROMA' and 'Disponibile su App Store'.

La **Location guide** disponibile online è strutturata in un articolato database suddiviso in tre macro sezioni "Cosa", "Come" e "Dove". Incrociando le preferenze in ciascuna sezione è possibile ottenere vari dettagli di ricerca della location ideale. Ad esempio: se si richiede in "Cosa" un appartamento, in "Come" abbandonato, in "Dove" provincia di Rieti, i risultati della ricerca sono estratti in ordine di rilevanza (maggiore numero di categorie soddisfatte). Per ciascuna location è possibile visualizzare una scheda in cui è presente una breve descrizione, alcune foto, le dotazioni (ad es. disponibilità di corrente elettrica o di acqua), e una mappa per visualizzarne la localizzazione.

La sezione "Location Lab" permette, previa registrazione, di inserire in una cartella personale le location selezionate, per consultarle e aggiornarle in ogni momento e condividerle con il team di lavoro.

Roma Lazio Film Commission propone l'iniziativa "Casa tua diventa un set" che permette a privati di inserire la propria abitazione (o altre strutture) all'interno della location guide. La sezione "Le

tue location” descrive le modalità per partecipare all’iniziativa, ovvero compilando una scheda con la descrizione degli spazi e degli scenari proposti e inviando a RLFC le immagini in formato digitale. La location guide viene aggiornata settimanalmente ed ha al proprio interno circa 8.000 immagini di circa 1.300 location.



La sezione del sito denominata “Guida alla produzione” contiene varie informazioni, ed ospita la **Production guide**, composta da vari elenchi disponibili online. La guida alla produzione è così suddivisa:

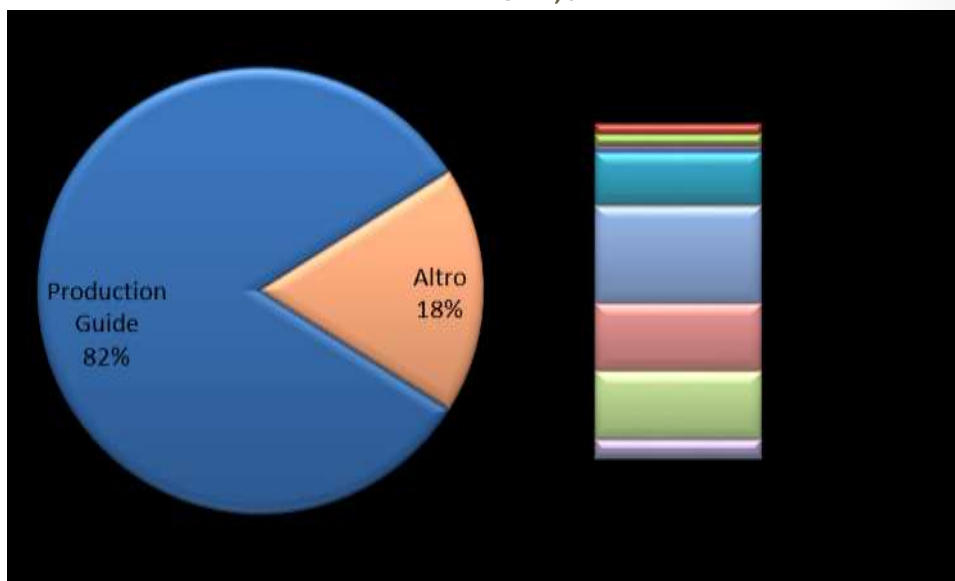
#### Produzione

- Production guide: elenco e contatti dei professionisti che lavorano nell’audiovisivo;
- Associazioni professionali: associazioni professionali che operano nell’audiovisivo;
- Casting directors: direttori del casting ed agenzie di spettacolo che operano nel settore;
- Studios: elenco e contatti delle società di produzione e degli studios cinematografici e televisivi di Roma e del Lazio;
- Mezzi tecnici: mezzi tecnici, mezzi di scena, autonoleggio e service, per il noleggio l’acquisto;
- Product placement: informazioni utili riguardanti il marketing dei prodotti audiovisivi.

#### Post produzione

- SFX Lab: aziende e società che si occupano della post produzione, dell’editing, degli effetti speciali, i laboratori di sviluppo, stampa e restauro e le compagnie di doppiaggio;
- Uffici stampa e pubblicità: aziende e società che si occupano di ufficio stampa e pubblicità;
- Distribuzione: società di distribuzione nazionale, internazionale, home video e società che si occupano di import-export;
- Multimedia: lista delle società che lavorano nel campo multimediale;
- Spedizioni: liste di agenzie e imprese che si occupano di distribuzione e di trasporto.
- Utilità e trasporti: numeri utili per il Lazio e la città di Roma (contatti istituzionali, numeri di emergenza, ospedali distribuiti sul territorio del Comune e il televideo RomaUno) e link ai siti di riferimento del trasporto pubblico sul territorio di Roma: Atac, Cotral, Taxi, Met.Ro e Trambus;
- Dormire e mangiare: selezione dei principali alberghi hotel e ristoranti di Roma, nei punti più belli della città, e delle altre province del Lazio (sezione in costruzione).

FIG. 7 COMPOSIZIONE AZIENDE, PROFESSIONISTI, ASSOCIAZIONI ALLA VOCE “GUIDA ALLA PRODUZIONE”, %



Fonte: elaborazioni Iem – Rosselli su dati Roma Lazio Film Commission e web

Ciascun professionista o azienda (non esiste una distinzione) dispone di una scheda con le informazioni di contatto. È possibile fare una ricerca libera, ma non è possibile utilizzare altri parametri di ricerca (ad esempio per provincia). Viene aggiornata mensilmente ed ha al proprio interno 849 aziende e 2.111 professionisti.

La production guide viene ritenuta rappresentativa del 70% delle aziende, del 70% delle risorse artistiche e del 70% delle risorse professionali presenti sul territorio.

L'Archivio delle produzioni svolte sul territorio è ad uso interno a causa, spiegano da Roma Lazio Film Commission, della difficoltà nel catalogare una mole altissima di produzioni che non sempre possono ricondursi al territorio ma che, spesso, trovano in Roma il luogo più attrezzato per le attività di post produzione.

Il sito offre inoltre altre sezioni:

- “Primo piano”, in cui sono elencate notizie e informazioni sul mondo del cinema e dell'audiovisivo (vincitori e partecipazioni a festival, bandi, premi etc.).
- “Cinecampus” che informa sull'iniziativa di formazione Cinecampus - Lezioni di Cinema, organizzata dalla Roma Lazio Film Commission.
- “Iniziative Festival & Coproduzioni” attualmente contiene informazioni su “Sacro GRA” vincitore del Leone d'Oro a Venezia.
- “Produzione e finanziamenti” in cui, oltre alla production guide è presente la voce “Finanziamenti” che informa su opportunità e strumenti finanziari per cinema e audiovisivo (attualmente in costruzione: non disponendo RLFC di un finanziamento diretto, rimanda al link al Fondo della Regione Lazio).
- “Ufficio Cinema” contiene i contatti per richiedere autorizzazioni e moduli per effettuare riprese fotografiche e filmati sul territorio.
- “CRC” in cui è descritto il programma degli incontri CRC (Capital Regions for Cinema) Co-production Meetings.
- “Link” con l'elenco dei siti che la Film Commission intende promuovere (tra cui Mondo Cinema e i link alle Film Commission in Italia e nel mondo).
- “Contatti” con tutte le informazioni per contattare Roma Lazio Film Commission.
- “Press e News” con i comunicati stampa, la rassegna stampa, il press kit e i contatti dell'ufficio stampa.

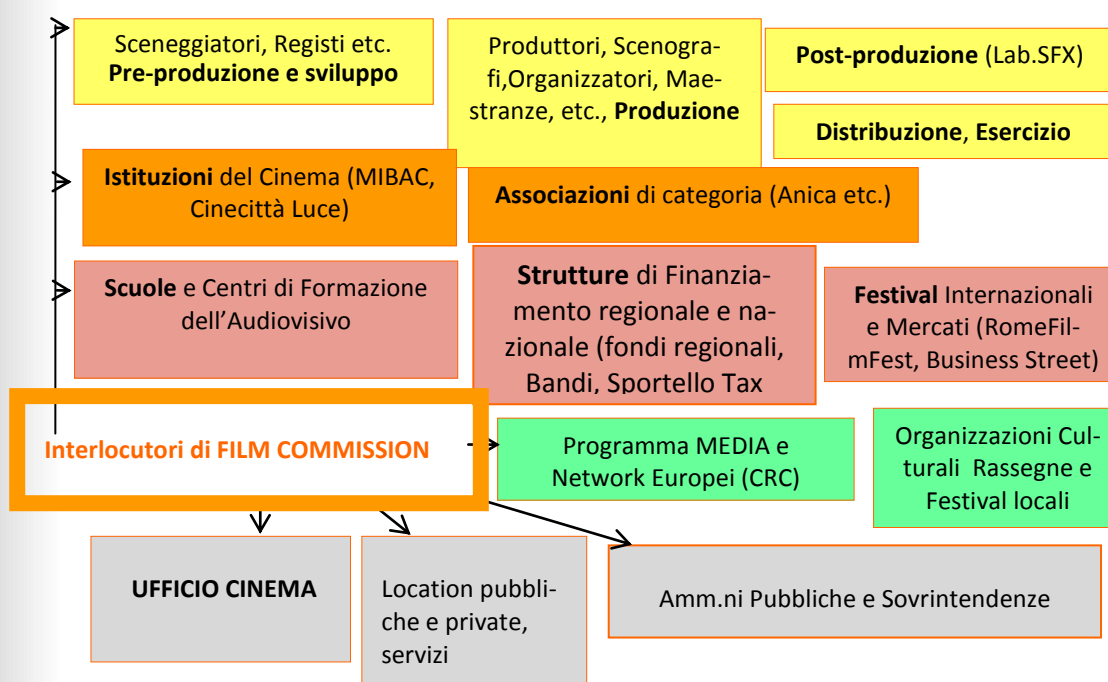
## 2.7 Relazioni istituzionali

In linea con la propria strategia di sviluppo, Roma Lazio Film Commission ha sviluppato una rete di relazioni con il territorio (frutto di sei anni di investimenti dei soci fondatori) a livello regionale, nazionale e internazionale che hanno come obiettivo l'assistenza alle produzioni, la promozione territoriale e il ruolo di facilitatore in ambito internazionale.

Considerando l'importanza del settore audiovisivo a Roma e nel Lazio, Roma Lazio Film Commission ha dovuto da subito svolgere un ruolo più poliedrico rispetto alle altre Film Commission italiane. In particolare, sia lato assistenza alle produzioni, sia lato relazioni istituzionali, nazionali e internazionali, la Film Commission si è relazionata, tra gli altri, con:

- MiBAC
- Cinecittà Luce
- Cinecittà Studios
- Centro Sperimentale di Cinematografia
- Anica Sportello Tax Credit
- Festival del Cinema di Roma, Cannes, Berlino, Hong Kong,
- Network europeo CNC
- Programma Media della Commissione europea
- Associazioni di categoria
- Polizia di Stato
- Soprintendenza ai Beni Culturali
- NY State Film Commission
- Ancine Brasil
- MDA Media Authority Singapore
- Ficci Federation of Indian Chambers of Commerce India
- ICE, Sviluppo Lazio, FILAS
- Università e Istituti di Formazione
- Altri enti e istituzioni internazionali

FIG. 8 INTERLOCUTORI DI ROMA LAZIO FILM COMMISSION



Fonte: Roma Lazio Film Commission

Roma Lazio Film Commission svolge inoltre spesso azione di facilitatore per contatti con altre Film Commission su territorio nazionale, poiché la maggior parte delle produzioni ha su Roma una parte

della lavorazione del film anche quando girato su un altro territorio. Ha avuto rare e saltuarie collaborazioni con la Latina Film Commission in occasione di produzioni condivise. Tuttavia la percentuale di tali collaborazioni non è stata finora significativa. Infine Roma Lazio Film Commission sostiene e patrocina decine di eventi, festival e rassegne sul territorio: Est Film Festival, Festival Cinema Spagna, Corto Acquario, 6° Settimana del Cinema Italiano, Primavera del Cinema Francese, Premio Martelive, Cinemadeinlazio, Festival del Cinema Giovanile Indipendente di Palestrina, Civita Film Fest, Il Mirto d'Oro, Prevenzione in Corto, Guerra e Pace Film Fest, MedFilm Festival 2011, Visione Fuori Raccordo Film Fest V edizione, Roma Videoclip, Roma Gay Movies Festival, Nordisk Film Fest, Ostia Film Fest 12, Grande Cinema Italiano, Fiuggi Family Festival, Italia Anni Zero, Visione Corte, Francofilm – Festival Film Francofono, Premio Cinema Giovane, 6° Festival delle Opere Prime, Roma Web Fest, Scuola di Alta Formazione per Sceneggiatori Televisivi, Pinocchio nel Paese dei Diritti, MedFilm Festival 2013.

**TAB. 5 EVENTI SOSTENUTI DALLA FC NEL 2011, 2012 E 1 SEM 2013**

<b>Produzioni</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>1 H 2013</b>
Festival	26	20	8
Eventi	30	1	5
Shooting fotografici	1	3	5
Videoinstallazioni			1
Ricerche/tesi	1		2
Animazione			1
Iniziative commerciali	1		1
Altre iniziative	9	10	2
Informazioni	126		

Fonte: Roma Lazio Film Commission

## 2.8 Obiettivi della FC

A breve e medio termine Roma Lazio Film Commission dichiara come propri obiettivi, oltre alle attività di assistenza alle produzioni quello di rafforzare attività strategiche per il settore quali:

- sviluppo imprenditoriale e internazionalizzazione: che si attua con attività di coproduzione, internazionalizzazione, formazione professionale, accesso alle risorse europee, innovazione tecnologica etc.;
- sviluppo di sistema: che si risolve nel favorire le sinergie istituzionali, facilitare l'accesso alle risorse, migliorare i processi, sbloccare nodi di settore, aumentare il dialogo tra gli attori del settore, condividere le opportunità, ottimizzare le risorse etc.;
- promozione delle risorse del territorio: le location, il patrimonio artistico e culturale, le risorse umane artistiche e professionali, il tessuto industriale e artigianale, il sistema della formazione etc.

Tra le azioni che andrebbero intraprese sul fronte istituzionale e nei rapporti con le imprese per migliorare il rapporto tra le attività del cinema e dell'audiovisivo sul territorio Roma Lazio Film Commission indica:

- collaborazione istituzionale;
- risoluzione nodi di sistema;
- ottimizzazione delle risorse tra Roma Lazio Film Commission, Festival del Cinema di Roma, Cinecittà Luce per attività in sinergia rivolte alla promozione del settore e allo sviluppo della coproduzione.

Nell'indicare le linee di indirizzo alle amministrazioni locali e ai referenti nazionali per rafforzare il ruolo delle FC sui territori, Roma Lazio Film Commission auspica:

- stabilità e continuità delle strutture al fine di poter effettuare programmazioni a medio e lungo termine;
- rafforzamento delle strategie di internazionalizzazione;

- cura del trasferimento e promozione del know-how specifico del territorio (maestranze, competenze specifiche).

## 2.9 Rapporti con il territorio

Roma Lazio Film Commission considera una risorsa l'intero patrimonio professionale, industriale, artistico, culturale e paesaggistico (le location, il patrimonio artistico e culturale, le risorse umane artistiche e professionali, il tessuto industriale e artigianale, il sistema della formazione etc.); di conseguenza intende promuoverlo non come semplice vetrina, ma come interazione reale del settore cinema e audiovisivo di Roma e del Lazio con i propri interlocutori nazionali e internazionali.

La promozione del territorio si lega così allo sviluppo secondo due direzioni:

- In entrata: per attrarre investimenti delle produzioni internazionali, per accogliere realtà professionali e artistiche che vogliono utilizzare il patrimonio locale. Roma, come è noto, fa da punto di ingresso per tutto il territorio nazionale, anche nel settore audiovisivo e cinematografico. È quindi necessario un rapporto sinergico sia a livello locale fra Comune e Regione, che a livello nazionale per una promozione efficace, completa ed esaustiva sulla scena internazionale.
- In uscita: per aiutare il settore a varcare i confini nazionali per cercare risorse o per diffondere i propri prodotti o le proprie tecniche e professionalità.

L'attività di promozione è rafforzata da un'efficace attività di circolazione delle informazioni, infatti la Film Commission attua una costante azione di diffusione delle informazioni rilevanti per il settore allo scopo di accrescerne le opportunità di sviluppo.

La promozione del territorio è svolta attraverso una serie di azioni che possono tradursi in: fiere e mercati, festival e rassegne, road show, attività di formazione professionale o iniziative ad hoc come "Casa tua diventa un set", che dà la possibilità a chiunque di proporre la propria abitazione come set per una produzione cinematografica.

Non vengono svolte azioni di monitoraggio dell'impatto economico diretto, indiretto e indotto delle produzioni sul territorio a causa di carenza di fondi e di personale. La Regione nel 2012 ha commissionato uno studio di impatto del primo anno di applicazione del fondo regionale da cui si evince che gli investimenti complessivi sono stati pari a circa 230 milioni di euro di cui 170 nel Lazio a fronte di un investimento di 15 milioni di euro a favore del cinema e dell'audiovisivo (vedi *infra*).

Per le stesse ragioni (mancanza di fondi) non vengono svolte neppure azioni a monitoraggio dell'impatto economico e turistico sul territorio, ma certamente la Film Commission tiene conto dei possibili impatti turistici nella scelta delle produzioni da assistere in tutte le fasi della lavorazione (prima, durante e dopo la produzione).

## 2.10 Giudizio complessivo

"Le FC sono ormai strumenti fondamentali – sostiene il regista e produttore Cristiano Bortone. – Purtroppo la maggior parte di esse hanno fondi ancora troppo bassi rispetto alle consorelle europee (vedi Germania). Sono piccole somme che non risolvono la chiusura del budget se non in piccola parte. Inoltre a fronte di alcune eccellenze, molte di esse hanno ancora tempi e gestioni farraginose. Oltre alle risorse economiche quello di cui le produzioni hanno bisogno oggi sono tempi certi e trasparenza nei pagamenti. La Regione Lazio per esempio, che aveva inaugurato un meccanismo automatico di sostegno, si è di nuovo bloccata nell'incertezza di una proroga, nell'assenza dei fondi e nelle voci che vogliono una reintroduzione della logica delle commissioni che ci riporta indietro di anni".

A proposito dei rapporti con le istituzioni Cristina Priarone come Film Commission lamenta il fatto che spesso il lungo e complesso lavoro di costruzione del rapporto con gli assessori, con le proloco, con realtà come ad esempio siti archeologici e con gli organizzatori di cinema dei vari territori spesso si traduce in nulla di fatto poiché i referenti politici cambiano spesso e questo implica che bisogna ricostruire continuamente i rapporti.

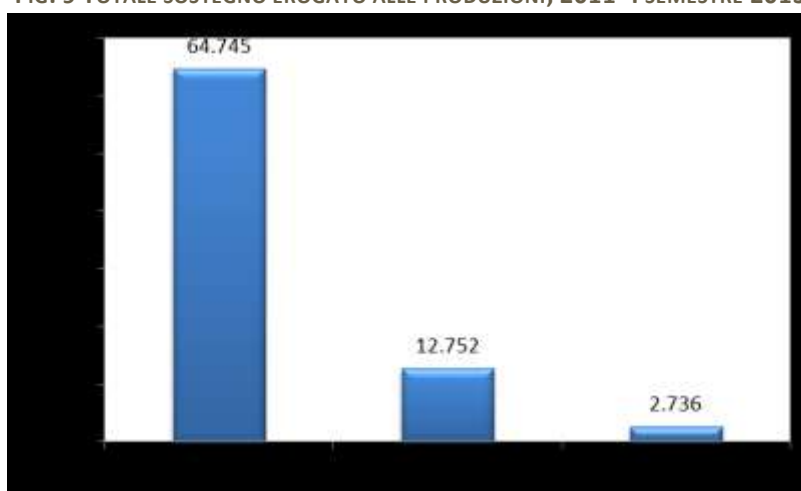
Nonostante le difficoltà in cui opera, il giudizio di Marco Chimenz di Cattleya sulla Roma Lazio Film Commission è positivo, lodandone la competenza e gli aiuti economici.

### 3 Fondi

#### 3.1 Fondi gestiti dalle FC

Roma Lazio Film Commission non dispone di un fondo a sostegno dell'audiovisivo regionale. Nell'ultimo triennio, tuttavia, la Film Commission ha elargito (utilizzando l'esigua dotazione di gestione annuale) in facilities/ospitalità un totale di 80.233 euro. Di questi circa 65mila sono stati erogati nel 2011 a beneficio di 57 produzioni; circa 13mila sono andati a 25 produzioni nel 2012 e 2.700 a 4 produzioni nel primo semestre 2013.

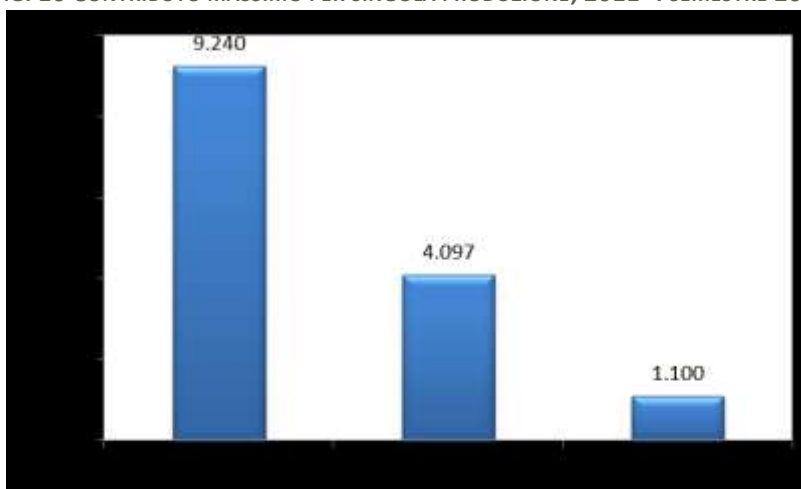
FIG. 9 TOTALE SOSTEGNO EROGATO ALLE PRODUZIONI, 2011- I SEMESTRE 2013



Fonte: elaborazioni Iem – Rosselli su dati Roma Lazio Film Commission

Il contributo massimo erogato per singola produzione è stato di oltre 9mila euro nel 2011, più che dimezzatosi a poco più di 4mila nel 2012 e ridottosi ulteriormente a 1.100 nei 6 mesi considerati del 2013.

FIG. 10 CONTRIBUTO MASSIMO PER SINGOLA PRODUZIONE, 2011- I SEMESTRE 2013



Fonte: elaborazioni Iem – Rosselli su dati Roma Lazio Film Commission

I numeri appena mostrati evidenziano la progressiva riduzione del budget della Film Commission, di conseguenza il numero delle produzioni e le cifre assegnate nel triennio si sono progressivamente ridotte. L'ingresso nella Fondazione da parte della Regione (nuova giunta Zingaretti) rappresen-



ta un fattore positivo che dimostra una rinnovata attenzione alle attività svolte dalla FC fuori e dentro il territorio, sebbene l'apporto versato sia modesto (nel primo anno, pari a 100mila euro).

### 3.2 Altri fondi

Il fondo regionale a sostegno del cinema e dell'audiovisivo è stato previsto con legge regionale 13 agosto 2011 n. 12 e approvato con legge regionale "Interventi regionali per lo sviluppo del cinema e dell'audiovisivo" del 14 marzo 2012219.

Il fondo è dunque operativo dal 2012 ma retroattivo per il 2011<sup>220</sup> e prevede una programmazione triennale 2012-2014 con investimenti pari a 45 milioni di euro in totali, ovvero 15 milioni annuali suddivisi in 10 milioni destinati al cinema e 5 milioni destinati all'audiovisivo. La legge riconosce il cinema e l'audiovisivo come uno dei comparti strategici per l'economia e la competitività del Lazio dotandoli del primo vero film fund di taglio europeo.

È destinato a società di produzione del settore audiovisivo e cinematografico italiane e straniere per opere che rispondano ai seguenti criteri<sup>221</sup>:

- siano riconosciute come prodotto culturale;
- il loro bilancio di produzione "sotto la linea"<sup>222</sup> sia stato speso sul territorio laziale per una percentuale maggiore o uguale al 40% (oppure al 20% in caso di investimento sul territorio superiore a 2 milioni di euro);
- le riprese siano terminate nel 2012.

Le sovvenzioni, che possono raggiungere il tetto massimo di 500mila euro per le opere cinematografiche e 750mila euro per quelle audiovisive, possono essere elargite in modalità:

#### Rimborso

- fino al 10% delle spese eleggibili per le opere audiovisive (spese "sotto la linea" nel Lazio, a cui si aggiungono le spese relative alle troupe laziali fuori dal territorio della regione, e le spese generali nel Lazio);
- fino al 13% delle spese eleggibili per le opere cinematografiche.

#### Ulteriori premialità

- +2% per le opere:
  - di interesse regionale,
  - di produttori indipendenti,
  - di ricerca e sperimentazione di nuovi linguaggi multimediali e interattivi;
- +5% per le coproduzioni internazionali;
- fino al 50% delle spese eleggibili per le opere con budget inferiore a 50mila euro.

I progetti finanziati nel 2011 dal fondo regionale sono stati 102 tra cui 58 nel cinema e 44 nell'audiovisivo (erano 114 ma 12 hanno rinunciato alla richiesta di finanziamento<sup>223</sup>).

**TAB. 6 OPERE CINEMATOGRAFICHE AMMESSE AL FINANZIAMENTO**

<sup>219</sup> Dal 2006 al 2010 è stato operativo un fondo di venture capital per le coproduzioni audiovisive (cui si è aggiunto un fondo per lo sviluppo) promosso dalla Filas, finanziaria regionale della Regione Lazio ai sensi della L.R. 2/85 come modificata dall'art.20 della L.R.10/01. Dal 2006, primo anno di applicazione al 30 giugno 2010 risultano presentate 144 domande che spaziano da progetti a grande budget a brevi documentari. Di queste, 84 sono state istruite e deliberate. 34 produzioni sono state ammesse al finanziamento per un ammontare di circa 9,4 milioni di euro deliberati, di cui circa 5 milioni già erogati a 21 progetti.

<sup>220</sup> La retroattività al 2011 è stata decisa con l'intento di fermare il processo di delocalizzazione che aveva portato numerose produzioni a girare fuori dal Lazio.

<sup>221</sup> Cfr. <http://www.culturalazio.it/cinemaspettacolo/cinema/Pagine/argomento.aspx?idArgomento=204>

<sup>222</sup> Le spese sotto la linea fanno riferimento a varie voci di bilancio tra cui: spese generali e imprevisti, *producer fee*, oneri sociali e previdenziali per il personale artistico e per la produzione, spese amministrative, etc.; si distinguono dalle spese sopra la linea che riguardano principalmente: compensi per attori, regista, sceneggiatura, diritti d'autore e soggetto.

<sup>223</sup> Vari i motivi per cui una produzione rinuncia al finanziamento, essenzialmente riconducibili a due fattori: le spese che servono da base per il calcolo per il rimborso regionale fanno riferimento ad un periodo differente rispetto a quello originariamente previsto; altri finanziamenti pubblici ricevuti hanno impedito di usufruire anche di quelli del fondo.

1	L'innocenza di Clara	32	S.B. Io lo conoscevo bene
2	E la chiamano estate	33	20 anni
3	L'amore fa male	34	Art. 1
4	Big House - reality	35	Nina
5	Il rosso e il blu	36	Paura 3D
6	L'industriale	37	Lazio: una regione a km 0
7	L'inquinamento	38	Good as you
8	Buzzanca uno nessuno centomila	39	Una donna per la vita
9	La legenda di Kaspar Hauser	40	La casa di Ester
10	Una volta fuori	41	La legge di Jennifer
11	Lezioni di cioccolato 2	42	S.I.N. – La rinascita del territorio
12	Romanzo di una strage	43	Come non detto
13	Acab	44	Il futuro
14	To Rome with love	45	Transeurope hotel
15	Ti stimo fratello	46	Dracula
16	Ben Ur	47	Diciott'anni il mondo ai miei piedi
17	Ci vediamo a casa	48	Dieci regole per fare innamorare
18	Breve storia di lunghi tradimenti	49	Venuto al mondo
19	Con rabbia e con sapere	50	Giovanna Cau–Diversamente giovane
20	La scoperta dell'alba	51	Il volto di un'altra
21	Diaz – Don't clean up this blood	52	Si può fare l'amore vestiti?
22	L'estate sta finendo	53	La mia mamma suona il rock
23	Posti in piedi in Paradiso	54	100 metri dal Paradiso
24	Waves – onde	55	Cavalli
25	Italy love it or leave it	56	Isacco
26	La kryptonite nella borsa	57	Ex Inferis
27	Buona giornata	58	Profughi a Cinecittà
28	Ex amici come prima	59	Com'è bello far l'amore
29	L'ultima foglia	60	Io e te
30	Cesare deve morire	61	Pasolini, la verità nascosta
31	L'isola dell'angelo caduto		

Note: in rosso i titoli ritirati dal finanziamento regionale. Fonte: Regione Lazio

**TAB. 7 OPERE AUDIOVISIVE AMMESSE AL FINANZIAMENTO**

1	Il guercino e Roma	28	L'Abbazia di Fossanova
2	Giornata nazionale della musica popolare e amatoriale	29	La città fantasma della Sabina
3	Da Gesù a Cristo – le tentazioni	30	Amici per la vita
4	Roma antica	31	Ce l'hai un minuto
5	Nerone e la Domus Aurea	32	L'oro di Torvaianica
6	Cesare Mori: il prefetto di ferro	33	Nel segno del Tricolore
7	13 (la spina di borgo)	34	Don Matteo 8
8	The accomplices	35	Una grande famiglia
9	Europride 2011 – diritti al centro	36	Confine di sabbia
10	Bentornato Nero Wolfe	37	Roma
11	I am ginnastica artistica	38	A fari spenti nella notte
12	Post	39	Il giovane Montalbano
13	Cloro	40	Gli sgommati

14	Nati per correre	41	Tutti i giorni della mia vita
15	Unicità d'Italia	42	Tutti pazzi per amore 3
16	Morire d'amore aka la prima legge di Newton	43	Casco in volo
17	Case Chiuse	44	Aspettando Alex il costruttore di salute
18	La vita che corre	45	Pasta nera
19	Caravaggio la bottega del genio	46	Un lago di vino
20	La bottega del genio	47	Sarò sempre tuo padre
21	Artemisia: una donna appassionata	48	Un uomo mediocre
22	Rex / v	49	L'arte a Roma
23	Bonifacio VIII prigioniero della terra di Saturno	50	I grandi artisti italiani Lorenzo Lotto
24	Viterbo, la città dei Papi	51	Un bianco in nero
25	Anita	52	Natale per due
26	Roma capitale dell'Italia Unita	53	Famiglia italiana
27	La storia sono loro		

Note: in rosso i titoli ritirati dal finanziamento regionale. Fonte: Regione Lazio

Uno studio del 2011 dal titolo "Fondo regionale per il cinema e l'audiovisivo – strategie di crescita e sviluppo" effettuato dalla Luiss Business School per conto della Regione Lazio ha valutato l'impatto del fondo regionale sul territorio<sup>224</sup> delle 102 produzioni finanziate. È risultato che il fondo ha incrementato il gettito fiscale incrementale per la Regione Lazio per una cifra pari a 18 milioni di euro ed ha permesso di generare nuove risorse per un totale di 226 milioni di euro. Il fondo ha dato un impulso positivo per la riduzione del fenomeno della delocalizzazione delle produzioni; ha permesso tempi di liquidazione delle spese più rapidi; ha dato un sostegno alle personalità artistiche e tecniche operanti sul territorio; ha avuto un effetto moltiplicatore sul reddito delle spese pari a 3,67 euro per ogni euro investito su una produzione. Lo studio ha stimato in 830 milioni di euro la ricchezza generata nel sistema (effetti indiretti e indotto) di cui oltre 600 nel Lazio.

Secondo dati Anica – Mibac (Direzione Generale per il Cinema) a livello nazionale nel 2011 sono stati investiti 333 milioni di euro: circa il 50% di questi hanno riguardato progetti cinematografici girati nel territorio laziale.

Per il 2012 sono stati confermati gli stessi obiettivi del 2011 con in più maggiore attenzione al cinema indipendente e ai nuovi linguaggi multimediali e interattivi (inclusa crossmedialità e multi-piattaforma) e una nuova premialità dedicata alle coproduzioni internazionali.

La legge prevedeva l'adozione di un Programma Operativo Annuale da approvare entro il 31 ottobre dell'anno precedente a quello cui si riferisce, che, prendendo come punto di riferimento il documento programmatico triennale, definisse gli obiettivi da perseguire, le priorità, i tempi di realizzazione, le modalità e i criteri di concessione degli aiuti e le relative risorse finanziarie e strumentali necessarie.

Oltre al fondo regionale la legge predisponesse l'istituzione del Centro Regionale per il Cinema e l'Audiovisivo, che doveva sostituirsi ai troppi interventi del passato e porsi come "interlocutore unico per fornire l'intera gamma di servizi e risposte alla filiera del settore, svolgendo anche un'attività di cerniera tra la stessa filiera e le società regionali che sostengono il sistema delle imprese"<sup>225</sup>. Il Centro avrebbe dovuto integrare la Film Commission e l'Ufficio Studi e Ricerca sul Cinema e l'Audiovisivo. L'Ente (che sarebbe costato circa 2 milioni di euro l'anno) non è mai partito e la nuova proposta di legge intende abrogare l'articolo che lo prevede.

<sup>224</sup> Studio disponibile su:

[http://issuu.com/culturalazio/docs/roma\\_film\\_fest\\_def\\_boccardelli?e=4374200/1753390](http://issuu.com/culturalazio/docs/roma_film_fest_def_boccardelli?e=4374200/1753390)

<sup>225</sup> Cfr. <http://www.culturalazio.it/cinemaspettacolo/cinema/Pagine/argomento.aspx?idArgomento=177>

La proposta di legge regionale n. 204 del 18 luglio 2013 “Modifiche alla legge regionale 13 aprile 2012 n. 2 (Interventi regionali per lo sviluppo del cinema e dell’audiovisivo)”, intende effettuare delle modifiche, secondo quanto stabilito dalla Regione, seguendo tre indirizzi principali:

- risparmio dei costi, tramite valorizzazione delle risorse interne (e, appunto, l’annullamento del Centro Regionale per il Cinema e l’Audiovisivo);
- accesso allargato e facilitato ai finanziamenti, tramite correzione dei meccanismi di accesso permettendo al più alto numero possibile di imprenditori e autori di produrre opere audiovisive con particolare attenzione ai linguaggi innovativi, ai giovani e alla sperimentazione;
- sviluppo del cinema come industria, in grado di creare posti di lavoro, di far crescere il Pil e attrarre gli investimenti di operatori stranieri sul territorio; in quest’ottica viene ratificata la presenza della Regione Lazio all’interno della Film Commission.

La nuova legge pone maggiore attenzione all’innovazione tecnologica, alla dislocazione delle sale, alle opere prime e a quei film definiti “difficili”, nell’intento finale di attrarre nel Lazio il maggior numero possibile di produzioni.

### 3.3 Criticità, aree di miglioramento

Roma Lazio Film Commission ritiene il fondo un passaggio indispensabile: serve da base su tutti i territori perché ha un’attrattività forte per evitare che le produzioni si rivolgono ad altre regioni dove invece il fondo è presente. Tuttavia non è sufficiente. Le ricadute sul territorio e sull’industria di quel territorio devono infatti vedersi anche a film finito. Con il semplice meccanismo dei fondi si rischia che il produttore incassi e si sposti in un’altra regione. È necessario dunque che venga garantita continuità nell’erogazione dei fondi, ma evitare che questi distorcano i meccanismi che stanno alla base dello sviluppo del settore, tra cui la tutela della creatività che potrebbe venire meno in funzione del finanziamento. Le Film Commission devono lavorare per evitare che questo succeda.

Tra gli stakeholder intervistati, Cristiano Bortone valuta il cinema un’attività costosa: “La matematica ci mostra che in Italia l’incidenza del pubblico in rapporto al costo dei film non permette un recupero dei costi dal solo botteghino, a parte pochi film altamente commerciali. Per avere un’industria sana è necessario il sostegno economico dello Stato. Gli strumenti più giusti sono fondi automatici il più possibile svincolati da commissioni e discrezionalità che portano spesso a decisioni settoriali e – nel nostro Paese – ad episodi di corruzione e lobbismo e finanziati da una tassa di scopo e dall’obbligo reale di investimento da parte di tutti i network incluse le pay-tv e i provider Internet. Non è difficile: basta copiare il modello francese”.

Il sostegno economico è dunque assolutamente insufficiente. “Negli anni abbiamo assistito solo a tagli su tagli. Le risorse per la produzione a disposizione oggi solo una piccola parte di quelle disponibili 10 o 20 anni fa. Questo è surreale rispetto all’aumento dei costi di produzione avvenuto nel mercato americano con film sempre più ricchi e spettacolari. In questo modo la nostra industria sta assistendo ad un inesorabile lento declino”.

Il comparto andrebbe sostenuto, secondo Chimenz, “Attraverso i contributi a carattere locale, essendo ormai notevolmente ridotti i contributi a carattere statale”. Anche Chimenz è convinto che il contributo pubblico sia fondamentale: “Per incrementare lo sviluppo del settore ed il sostegno economico si dovrebbe rafforzare il budget dei contributi messo a disposizione alle produzioni: dipende dal bilancio pubblico locale dei fondi disponibili”.

## 4 Eccellenze e innovazione

Nel Lazio hanno sede le maggiori società di media, post produzione e new media, vari distretti del cinema e dell’audiovisivo, tra cui Cinecittà, Cinecittà 3, gli Studi de Paolis, gli Studi Lux Vide a Formello etc.

Cinecittà Studios, attiva dal 1937, è la più importante industria cinematografica europea per la realizzazione di film a ciclo completo, fiction, tv, spot pubblicitari e videoclip, dalla produzione, all’edi-

zione fino alla realizzazione di effetti speciali. Ha a disposizione: sala di proiezione, stabilimento di sviluppo e stampa, teatro di posa, studio televisivo, telecinema, doppiaggio, titoli, truke, sincronizzazione, effetti speciali digitali, effetti speciali ottici, allestimenti scenografici, costruzioni, mezzi tecnici, restauro pellicola, effetti speciali scenici, effetti speciali sonori, fiere e mostre cinematografiche, mezzi di scena, pellicola, pittore di scena, post produzione, trattamento pellicola, manifestazioni cinetelevisive. All'interno di Cinecittà sono state girate pellicole che hanno fatto la storia del cinema, con registi di fama internazionale del calibro di Federico Fellini, Francis F. Coppola, Roberto Rossellini, Luchino Visconti, Martin Scorsese e tanti altri. Gli studios hanno risentito negli ultimi anni della crisi generale del settore, causata, tra le altre cose, dalla delocalizzazione delle produzioni in luoghi più economici o all'estero (su 155 titoli italiani prodotti nel 2011 solo 7 sono stati girati a Cinecittà): il valore della produzione della società (privatizzata 15 anni fa) che nel 2008 era di 40 milioni di euro l'anno dopo è sceso del 40%. Attualmente l'amministratore delegato Luigi Abete (Presidente della Bnl) è impegnato con i suoi soci della IEG – Italian Entertainment Group (tra i principali Diego della Valle, Aurelio de Laurentiis e la famiglia Haggiag) in un ambizioso progetto di riassetto e di ristrutturazione industriale (contrastato dalle associazioni sindacali che denunciano il rischio di speculazioni edilizie) che poggia su tre attività principali e per le quali è alla ricerca di un socio<sup>226</sup>:

- gli studios (è allo studio la costruzione di un nuovo teatro di posa e la costruzione di un parcheggio e di un albergo), il Distretto del cinema e della multimedialità e lo sviluppo della partecipata Digital factory /Medusa Mediaset al 15%);
- la costruzione di parchi a tema della Cinecittà World (qui è associata con il 20% Generali propoerties) in particolare due impianti a Castel Romano per 500 milioni di euro di investimenti e il centro divertimenti del LunEur che rilancerà il parco sulla via Cristoforo Colombo con 16 milioni;
- rilancio della Filmmaster storica società di produzioni tv, pubblicità ed eventi per clienti come Unicredit, Poste e Fiat.

Cinecittà 3, è un centro di produzione di cinema e audiovisivo in alta definizione e 3D, dotato di un teatro di posa di 600 metri quadri con green e white screen, regia televisiva Sony in hd e Cine Alta Sony per il cinema digitale. Fornisce servizi di post produzione, computer grafica, effetti visivi di ultima generazione, riprese televisive di eventi<sup>227</sup>.

Tra i soggetti di eccellenza presenti sul territorio Roma Lazio Film Commission segnala **Beatpick**, società legata al mondo della musica che ha implementato un modo alternativo di vendere musica: dispone di un database di oltre 30mila brani raccolti in oltre sei anni di attività ed ha venduto migliaia di licenze ad agenzie di pubblicità, case di produzione e freelance dando ai musicisti il 50% di tutti i proventi ed il 100% delle back end royalties. Aziende e privati acquistano il diritto ad utilizzare un brano per scopi commerciali senza gli alti costi e le lungaggini burocratiche tipiche del mondo Siae.

A ottobre 2013, nel corso di Sinergie, appuntamento ideato da AGPCI – Associazione Giovani Produttori Cinematografici con il sostegno della Regione Lazio, consistente in un ciclo di incontri per rafforzare la rete dei produttori italiani e facilitare l'incontro e lo scambio creativo tra gli operatori della filiera, è stata presentata ai produttori la Room Cinecittà, il primo canale della piattaforma Apple dedicato alla cinematografia nazionale ideato da Istituto Luce – Cinecittà. I partecipanti e gli associati AGPCI potranno essere presenti sulla piattaforma.

Nel corso della conferenza stampa di chiusura del Roma Fiction Fest, la Regione Lazio ha annunciato il lancio a novembre 2013 di Progetto Zero un bando che metterà a disposizione 400mila euro agli under 35, per realizzare 10 'pilota' di altrettante trasmissioni televisive. I 'pilota' potranno essere prime puntate di una fiction, di un talk, un game show, una miniserie, etc. Ogni vincitore avrà 40 mila euro in fondi europei. Il progetto coinvolgerà dieci incubatori di impresa che faranno da padrini.

<sup>226</sup> Tra le varie ipotesi, quella più accreditata è l'ingresso nella compagine societaria del Fondo Italiano di Investimento (Fii).

<sup>227</sup> Cfr. <http://www.cinecitta3.com/>

## 5 Formazione

### 5.1 Iniziative gestite direttamente dalla FC

Roma Lazio Film Commission organizza direttamente varie attività di formazione iniziale e continua nei settori del cinema e dell'audiovisivo.

L'iniziativa **Cinecampus**, che si svolge dal 2008 nel corso del Festival Internazionale del Film di Roma, consiste in lezioni di cinema rivolte a giovani professionisti, moderate da Enrico Magrelli e che hanno visto la partecipazione di professionisti come Marco Bellocchio, Vincenzo Cerami, Valeria Golino, Edgar Reitz, Joana Vicente, Fausto Brizzi, Ornella Muti, Paolo Virzì, Giuliano Montaldo, Pappi Corsicato, Daniele Cipri, etc.

In passato Roma Lazio film Commission ha organizzato **Tomorrow Coproducer** in collaborazione con InFWA – International Film Workshop Academy di Berlino, Dffb – Berlin Film and Television School e l'Istituto di Cultura Italiano di Berlino. L'iniziativa consisteva in una serie di workshop della durata complessiva di un mese, proposti tre volte l'anno a Berlino rivolti a 8 giovani coproduttori che avevano la possibilità di formarsi nel campo della coproduzione, della produzione e della regia cinematografica. L'iniziativa si proponeva di ospitare a Roma e in altre località laziali giovani talenti provenienti dalla Germania.

**Atelier Farnese** è un workshop di sceneggiatura rivolto a sceneggiatori e registi italiani e francesi promosso da Regione Lazio e RLFC. L'iniziativa si proponeva di favorire la conoscenza tra professionisti del cinema italiano e francese tramite lo scambio di idee e la scrittura congiunta; far lavorare sullo stesso progetto uno sceneggiatore francese insieme a collega italiano; sviluppare la scrittura di tre progetti selezionati sino alla stesura finale delle sceneggiature.

### 5.2 Altre iniziative formative

Nella regione Lazio sono presenti innumerevoli iniziative di formazione iniziale e continua all'audiovisivo di eccellenza. Di seguito una descrizione non esaustiva.

Scuola Nazionale di Cinema del **Centro Sperimentale di Cinematografia** dedicata all'insegnamento delle professioni del cinema; offre a tutti coloro che superano il concorso di ammissione un programma didattico strutturato per aree interdisciplinari e finalizzato alla specifica preparazione in regia, sceneggiatura, recitazione, fotografia, montaggio, tecnica del suono, produzione, scenografia, arredamento e costume<sup>228</sup>.

**Istituto di Stato per la Cinematografia e la Tv Roberto Rossellini** (Cine Tv), da 40 anni un polo unico per la formazione tecnica nel settore della Cinematografia e della Televisione, della Fotografia e della Grafica Pubblicitaria; offre tre indirizzi: Audiovisivo, Fotografico e Grafico, ognuno dei quali organizzato in un biennio, un anno, e un biennio post qualifica.

**Scuola d'Arte Cinematografica Gian Maria Volontè**: è una scuola pubblica e gratuita promossa dalla Provincia di Roma destinata a ragazzi e ragazze diplomati, di età compresa tra i 18 e i 29 anni non compiuti; propone un percorso formativo biennale strutturato in dieci indirizzi: regia; sceneggiatura; organizzazione della produzione; recitazione; direzione della fotografia; scenografia; costume; ripresa, montaggio e missaggio del suono; montaggio della scena; visual effects design.

**Nuct – Scuola Internazionale di Cinema e Televisione**, con sede all'interno degli Studios di Cinecittà; offre corsi di Produzione (500 ore in un anno), Regia (500 ore annuali per due anni), Recitazione (500 ore annuali per due anni), Sceneggiatura (500 ore in un anno), Direzione della fotografia (500 ore annuali per due anni), Tecnica del suono (500 ore annuali per due anni), Montaggio (500 ore annuali per due anni).

---

<sup>228</sup> Nello specifico la scuola prevede corsi di Costume, Fotografia, Montaggio, Produzione, Recitazione, Regia, Sceneggiatura, Scenografia, Suono, Animazione (Sede in Piemonte), Cinematografia d'impresa: documentario e pubblicità' (Sede in Lombardia), Creazione e produzione fiction (Sede in Lombardia), Reportage cinematografico (Sede in Abruzzo), Documentario storico artistico e Docu-Fiction (Sede in Sicilia); i corsi sono tutti a numero chiuso e a frequenza obbligatoria.

**Act Campus**, Ateneo del Cinema e della Televisione, nasce a Roma a marzo 2013; la struttura si ispira all'idea di bottega rinascimentale, in cui si trasferisce il sapere e la conoscenza da chi insegna a chi vuole apprendere secondo le indicazioni ed i suggerimenti lasciati in eredità ai fondatori dell'Ateneo da Giuseppe e Pasqualino De Santis, regista e direttore della fotografia, tra le più significative personalità della storia del Cinema Italiano; organizza corsi di filmmaker, recitazione e sceneggiatura.

**Accademia Nazionale d'arte drammatica Silvio d'Amico**: fondata a Roma nel 1936 e finanziata da MIUR e Ministero per i beni e le attività culturali, rilascia diplomi accademici di primo livello (equipollenti alla laurea) e di secondo livello (equipollenti alla laurea magistrale). L'ammissione degli allievi è programmata, in rapporto alle capacità strutturali dell'istituto e alle possibilità di assorbimento professionale. Tra i corsi proposti: Corso di Diploma Accademico di I livello in Recitazione, Corso di Diploma Accademico di I livello in Regia, Master di I livello in Critica Giornalistica, Regia d'opera, Drammaturgia e Sceneggiatura e Doppiaggio.

**Accademia di Cinema e Televisione Griffith**, iniziativa della casa di produzione Hiram, ha sede a Roma e propone corsi annuali a numero chiuso in: Sceneggiatura, Regia, Montaggio e Fotografia.

Eutheca, European Union Academy of Theatre and Cinema, ha sede a Roma e forma attori (selezionati da tutto il mondo) che vogliono intraprendere una carriera internazionale grazie ad un programma di studi che prevede l'insegnamento della recitazione anche in inglese per il teatro, il cinema e i diversi mestieri del mondo dello spettacolo; al termine del corso triennale di recitazione si consegue il Diploma Eutheca.

**Cassiopea**, dal 1997, è una scuola di recitazione che ospita l'Accademia d'Arte Drammatica a cui si accede tramite selezione, e una serie di corsi e laboratori teatrali aperti a tutti. Il Progetto Formativo in Recitazione proposto dall'Accademia Cassiopea attraverso un percorso triennale, si rifà alla pedagogia di tradizione classica del '900 (Stanislavskij, Lecoq, Chekhov, Mejerchol'd), ma si incentra anche sulle innovazioni e le rivoluzioni dell'avanguardia teatrale (Jerzy Grotowski) e sulla pedagogia teatrale contemporanea (Peter Brook) condividendo con essi l'interesse per gli esperimenti parateatrali.

**Teatro azione**, Associazione Culturale fondata nel 1983, persegue tre linee fondamentali: una scuola di recitazione per la formazione di attori professionisti; la ricerca di nuove drammaturgie e forme di spettacolo; un laboratorio per lo sviluppo della persona e della comunicazione.

Accademia per Attori Fondamenta, nata ad opera dell'Associazione "Lavorare nello Spettacolo", composta da professionisti affermati del mondo dello star system e che gestisce anche il portale Internet "Lavorare nello spettacolo", che si occupa di casting di cinema, tv, teatro, moda, danza, musica etc; propone le seguenti materie di studio: Recitazione, Dizione, Improvvisazione, Educazione vocale, Canto, Commedia dell'arte, Storia del teatro, Metodo mimico, Movimento scenico, Recitazione cinematografica.

**Il Polo Formativo Integrato per Cinema e Audiovisivo**, istituito dall'Assessorato Istruzione, Diritto allo Studio e Formazione della Regione Lazio è un'Associazione Temporanea di Scopo che riunisce dieci soggetti tra Enti di formazione (Percorsi S.p.A., ente capofila e M.A.G.I.C.A., specializzato nella formazione avanzata nel settore audiovisivo e nella comunicazione multimediale), Istituti Superiori (Istituto Tecnico Commerciale Michelangelo Buonarroti e l'Istituto di Stato per la cinematografia e la televisione Roberto Rossellini), la Facoltà di Scienze della Comunicazione dell'Università La Sapienza, Centri di Ricerca (Fondazione Censis - Centro studi investimenti sociali) e un Sistema di Imprese (Tecnopolo S.p.A., C.A.L.T., Romanimata S.c.r.l.). Ha come obiettivo principale di formare figure professionali in ambito cinematografico e audiovisivo attraverso formazione in aula e tirocini. A questo proposito sono stati organizzati due corsi di istruzione e formazione tecnica superiore (IFTS) post diploma in:

- Tecnico superiore di produzione cinetv (1.200 ore di cui 450 di stage per 20 corsisti): per formare tecnici di produzione e post produzione specializzati in progetti complessi e nel fornire apporti di natura creativa. In particolare, il Tecnico superiore di produzione cinetv interagisce con produttori, registi e aiuto registi, sound engineerings, casting, personale amministrativo, e si occupa di collaborare alla definizione del programma di produzione,

in termini di quantità/qualità, tempi, costi, efficacia ed efficienza, gestire la produzione industriale e le risorse umane in modo ottimale per la realizzazione del programma di produzione;

- Tecnico superiore in cross-media communication e produzioni animate (1.200 ore di cui 480 di stage per 20 corsisti): per formare tecnici di secondo livello con competenze professionali anche nell'area manageriale che facciano da interfaccia tra i tradizionali produttori e le professioni tecnico-specialistiche. Sia se inserito in ambito aziendale, sia se operante su una base free-lance, il Tecnico superiore in cross-media communication e produzioni animate opera nei settori economico, aziendale e giuridico e potrà essere chiamato a relazionarsi con i diversi attori (tecnici e manager) che contribuiscono allo sviluppo del processo di produzione multimediale, talora gestendo anche gruppi di lavoro.

Entrambi i corsi sono rivolti a diplomati inoccupati, disoccupati e occupati con esperienza nel settore.

**Asfor Cinema Associazione per lo Sviluppo e la Formazione delle Professioni Cinematografiche** è stata costituita a luglio 2009 da ANICA e dalle Organizzazioni Sindacali SLC-CGIL, UILCOM-UIL e FI-STeL-CISL. È l'organo nazionale preposto al coordinamento e allo sviluppo delle iniziative dirette alla formazione professionale dei lavoratori dell'industria cinematografica e audiovisiva e alla loro elevazione culturale, nonché allo sviluppo tecnico del settore. Organizza corsi in:

- Formazione in Distribuzione del Prodotto cinematografico
- Distribuzione del Prodotto cinematografico: Marketing & Sales
- Sviluppo del prodotto cinematografico
- Distribuzione del prodotto cinematografico: finanza, marketing & sales, reti digitali.

### 5.3 Formazione intesa come matchmaking

Roma Lazio Film Commission organizza attività di matchmaking tra produzione audiovisiva locale e committenza.

La principale è CRC Coproduction Meetings (Capital Regions for Cinema) network delle Film Commission europee Roma Lazio Film Commission, Parigi-Ile de France, Medienboard – Berlin Brandenburg e Madrid Film Commission (vedi *infra*).

Filas Sviluppo Lazio ha organizzato nel 2006/2007 gli Incontri di coproduzione Europa/Asia rivolti a professionisti e imprese.

### 5.4 Bilancio dell'adeguatezza dell'offerta

L'offerta formativa presente su territorio laziale, e in particolare a Roma, come evidenziato dalla lista non esaustiva di enti e corsi erogati, è senza dubbio tra le più ricche esistenti in Italia.

Tuttavia Cristiano Bortone ritiene che l'offerta sia insufficiente (anche sotto il profilo qualitativo) e mal gestita finendo per risultare solo un sostegno economico a figure ritenute non professionali. A catena questo produce studenti mal formati che vanno ad ingrossare le file dell'amatorialità per altro frustrata. "Il cinema è un'arte complessa che ha bisogno di grande attenzione alla formazione. L'Italia – non solo nel cinema – sta assolutamente scivolando indietro rispetto a molte altre nazioni che hanno un livello della formazione e dell'inserimento molto più al passo con i tempi".

Roma Lazio Film Commission ritiene una grossa lacuna nella formazione quella del trasferimento di tutto il sapere di Cinecittà. Questo perché nonostante viviamo nell'epoca della digitalizzazione, le scenografie costruite a Cinecittà sono uniche al mondo, così come i costumisti, la falegnameria, la capacità di realizzare set di così alta qualità alcuni dei quali sono rimasti intatti dopo più di 20 anni. "Come FC abbiamo in progetto di aiutare il trasferimento di queste competenze ai giovani, in modo strutturato, creando qualcosa di simile ad un piccolo programma formativo all'interno di Cinecittà. Un progetto che richiederebbe però finanziamenti più consistenti".



## 6 Le strategie dell'audiovisivo regionale

Il polo laziale e, in particolare, la città di Roma, rappresenta uno dei maggiori distretti dell'industria audiovisiva italiana. La maggior parte dei produttori e distributori italiani risiede nella capitale.

Necessariamente, dunque, il settore audiovisivo è considerato strategico per lo sviluppo del territorio sia dal punto di vista culturale che come volano di sviluppo economico ed occupazionale.

“I due elementi sono imprescindibili – commenta Cristiano Bortone. – Da quando è nato il cinema ha sempre avuto queste due identità: quella industriale e quella artistica. E così dovrebbe essere in un'industria sana”.

Il ruolo di Roma Lazio Film Commission nello sviluppo del territorio e del settore cinema si inserisce nella consapevolezza, dichiarata dalla stessa FC, di dover agire ampliandone la visione ad uno scenario che è sempre più globale. Le Film Commission sono certamente strumenti nati ad hoc per ogni territorio e gli operatori del settore che su di esso gravitano. Per la Film Commission di Roma e del Lazio, invece, è risultato naturale dover interagire con istituzioni nazionali e internazionali e agire tramite azioni rilevanti a livello dell'intero settore cinematografico e audiovisivo.

L'approccio strategico di Roma Lazio Film Commission si basa sulla concezione che il vero sviluppo si realizza non solo iniettando risorse finanziarie, ma soprattutto attuando nuove linee guida evolutive, nella logica secondo cui ogni settore deve trovare e coltivare al suo interno – sfruttando le potenzialità, migliorando i processi e ricercando sinergie – le vere risorse (creatività, rapporti internazionali, patrimonio di professionalità, capacità di innovazione) che portano al vero sviluppo (crescita professionale e imprenditoriale, stabilità e continuità occupazionale, rilevanza internazionale, propagazioni verso altri settori come new media, moda, turismo di qualità, sostenibilità ambientale, etc.).

Convinzione di Roma Lazio Film Commission è che la crescita di un settore si possa raggiungere, non unicamente attraverso l'erogazione di contributi finanziari, ma soprattutto attraverso l'attivazione di buone pratiche, di collaborazioni efficaci e di processi virtuosi, in grado di liberare le risorse del settore (economiche e culturali, artistiche e professionali) necessarie alla realizzazione, alla diffusione e alla fruizione delle opere cinematografiche e audiovisive, e in grado di portarle stabilmente sul mercato internazionale.

Per esempio, è necessario un ragionamento "di sistema" sui fondi regionali alle produzioni, che sono certamente fra le dotazioni imprescindibili per il sostegno al settore, ma che possono finire per sacrificare la creatività, in funzione di ambientazioni territoriali adattate. È importante garantire una continuità nell'erogazione dei fondi, ma senza che questi distorcano i meccanismi di sviluppo del settore. Va dunque tutelata la creatività e la libertà di scelta dei produttori che rischia di essere alterata in funzione dei fondi, e questo si traduce nella possibilità di programmare più a lungo termine piuttosto che nella continua caccia al fondo più "in salute".

Il prodotto cinematografico va realizzato dunque non come un evento singolo, legato a pochi nomi, ma come processo culturale ed economico continuo, che si realizza con opere diverse, su varie piattaforme, con vari cicli temporali, che coinvolge contemporaneamente vari autori, vari tipi di operatori e vari territori.

Questa prospettiva permette una visione di sistema del supporto, dello sviluppo e della promozione non solo rivolta a sostenere opere singole, ma l'intero processo di generazione delle opere con l'obiettivo di garantire qualità, continuità e consolidamento del settore.

Anche la proposta della Regione a margine del progetto di riforma della legge sul cinema e l'audiovisivo di inserire l'insegnamento del cinema obbligatorio nelle scuole di ogni ordine e grado per garantire in futuro un pubblico in grado di apprezzare l'audiovisivo in tutte le sue forme sembrerebbe agire in quest'ottica.

Il cinema e l'audiovisivo sono strategici per lo sviluppo di un territorio per il loro enorme potere di persuasione che a differenza della pubblicità non viene percepito come invasivo. “Il cinema crea sogni e desideri. Non è un caso che l'industria del cinema americana nel dopoguerra abbia modellato il gusto internazionale per il prodotto USA. Anche oggi se guardiamo a mercati in espansione come quello cinese, dove una nuova borghesia è alla scoperta di nuovi consumi, film come il suc-

cesso di quest'anno 'Lost in Thailand' ha fatto aumentare il turismo nazionale thailandese del 40% solo grazie ai turisti cinesi che si sono recati in quel Paese. Purtroppo in Italia le nostre istituzioni e il sentire comune continuano a sentire il cinema come un'attività elitaria perdendo di vista l'enorme potenziale che si potrebbe sfruttare negli anni a venire" (Bortone).

"Il prodotto audiovisivo è determinante in quanto, per sua natura, rappresenta il metodo più immediato di comunicazione su ogni mezzo di diffusione. Inoltre riteniamo che il contributo locale rappresenti uno dei fondamentali aiuti che coniugati con gli altri aiuti di stato (tax credit e contributi box office) permette di definire il piano finanziario di molti progetti, che altrimenti non potrebbero essere realizzati" (Chimenz).

Una maggiore disponibilità di risorse, tempi certi, automatismi, snellimento delle procedure di erogazione dei contributi, maggiori professionalità nella gestione dei fondi, rapporti di intermediazione con sponsor sul territorio al fine di valorizzare attraverso il tax credit esterno le industrie locali sono le azioni che, secondo gli stakeholder, andrebbero intraprese sul fronte istituzionale e nei rapporti con le imprese per migliorare il rapporto tra le attività del cinema e dell'audiovisivo e il territorio.

### 6.1 Internazionalizzazione

Roma Lazio Film Commission è molto attenta al fronte internazionale. Mancando di un fondo diretto, le proprie attività si sono concentrate sull'incentivazione delle coproduzioni per i produttori, sull'organizzazione di incontri internazionali in grado di facilitare l'interazione tra i produttori italiani e stranieri per l'accesso ai Fondi Regionali Europei.

Roma Lazio Film Commission ha fondato il network CRC Coproduction Meetings, e ne organizza incontri che si svolgono da 5 anni durante i maggiori festival e mercati e rappresentano un'importante occasione di networking internazionale, a cui partecipano in media oltre 120 società di produzione europee e che ospitano una delegazione di paesi extraeuropei (Usa, Brasile, Hong Kong, Israele, Taiwan, Argentina etc.). Roma Lazio Film Commission organizza gli incontri di coproduzione insieme alle altre FC del network Parigi-Ile de France (Francia), Medienboard – Berlin Brandenburg (Germania) e Madrid Film Commission (Spagna). Tale attività nasce per facilitare la dimensione internazionale, non solo per la realizzazione di un prodotto multiculturale o "multifinanziario", ma anche come fattore caratterizzante dell'intero settore. La 29<sup>a</sup> edizione di CRC si è svolta a Cannes il 21 maggio 2013 ed ha visto come Paese ospite la Grecia.

Sempre nella stessa ottica, Roma Lazio Film Commission collabora inoltre con varie Film Commission straniere tra cui: New York State Film Commission, Buenos Aires Film Commission, Chicago Film Commission. si relaziona con vari organi istituzionali: ANCINE, Agência Nacional do Cinema - Ministério da Cultura - Governo Federal do Brazil, MDA Media Development Authority Singapore - Autorità Nazionale Dei Media e Singapore Film Commission, FICCI (Federazione Camere Di Commercio Indiane) di Mumbai e New Delhi.

Opinione di Roma Lazio Film Commission è che le relazioni internazionali dovrebbero essere "uno degli ingredienti costanti dell'attività produttiva e distributiva, non solo come esperienza spot sul singolo progetto. Lo sviluppo internazionale dovrebbe sostenere l'ampliamento delle scelte produttive, attraverso una coproduzione flessibile e non ingessata da troppi parametri che incidono sulla creatività culturale e limitano l'imprenditorialità, e la crescita di relazioni transnazionali per la ricerca e la promozione di talenti e risorse oltretutto per lo scambio di professionalità".

I programmi di internazionalizzazione non dovrebbero dunque essere rivolti esclusivamente a diffondere un prodotto all'estero o ad organizzare missioni, ma dovrebbero puntare ad aggregare risorse e identità differenti e a sviluppare nel tempo processi e relazioni comuni, non potendo al giorno d'oggi "prescindere dalla dimensione collaborativa internazionale".

Il programma comunitario Media ha attribuito a società del Lazio un totale di poco più di 5 milioni di euro nel 2012 (il 64% del totale contributi elargiti in Italia). La cifra è aumentata rispetto al 2011 (ma non in termini percentuali sulla quota italiana).

TAB. 8 SOCIETÀ FINANZIATE DAL PROGRAMMA MEDIA (€ E % SU TOTALE LAZIO E ITALIA), 2010

Società	€	%	Società	€	%
O1 Distribution	304.216	6,3%	Fabula Film	124.300	2,6%
Mediafilm	44.433	0,9%	GA&A Productions	137.871	2,9%
Sacher Distribuzione	126.377	2,6%	50N	60.000	1,2%
Videa-CDE	40.902	0,8%	Felix Film	35.000	0,7%
Archibald Enterprise Film	147.858	3,1%	Film Kairos	60.000	1,2%
Bim Distribuzione	899.296	18,6%	Mondo TV	60.000	1,2%
Lucky Red	863.000	17,9%	Movimento Film	60.000	1,2%
Mikado Film	282.678	5,8%	Hiq productions	25.000	0,5%
Teodora Film Distribuzione	376.000	7,8%	Jean Vigo Italia	60.000	1,2%
Cinecittà Luce	140.000	2,9%	Musicartoon	60.000	1,2%
Eagle Pictures	150.000	3,1%	R&C Produzioni	50.000	1,0%
Kitchenfilm	20.000	0,4%	Village Doc & Films	28.000	0,6%
Mediaplex Italia	30.000	0,6%	B&B Film	37.000	0,8%
Medusa Film	100.000	2,1%	Acaba Produzioni	50.000	1,0%
Nomad Film Distribution	100.000	2,1%	Far Out Films	50.000	1,0%
PFA Films	40.000	0,8%	Offside	32.300	0,7%
Citrullo International	99.000	2,0%	Fondazione Cinema per Roma	120.000	2,5%
Doc Art	20.000	0,4%	<b>Totale</b>	<b>4.833.231</b>	<b>76,6%</b>

Note: le percentuali sul totale fanno riferimento alla quota Lazio sul totale Italia. Fonte: Antenna Media

**TAB. 9 SOCIETÀ FINANZIATE DAL PROGRAMMA MEDIA (€ E % SU TOTALE LAZIO E ITALIA), 2011**

Società	€	%	Società	€	%
Adriana Chiesa Enterprises	25.000	0,5%	Eagle Pictures	150.000	3,1%
Fandango	250.380	5,3%	Paneikon	93.848	2,0%
Movimento Film	63.000	1,3%	B&B Film	115.312	2,4%
Mondo Home Entertainment	634.506	13,3%	Play Entertainment	60.000	1,3%
Sacher Distribuzione	200.000	4,2%	Tailsfilm Production	25.000	0,5%
Videa-CDE	86.101	1,8%	Tico Film Company	46.000	1,0%
Archibald Enterprise Film	130.068	2,7%	Vivo Film	40.000	0,8%
Bim Distribuzione	1.300.178	27,3%	Hiq Productions	42.000	0,9%
Lucky Red	722.986	15,2%	Indigo Film	50.000	1,0%
Teodora Film Distribuzione	267.220	5,6%	R&C Produzioni	50.000	1,0%
Bolero Film	133.632	2,8%	Fondazione Cinema per Roma	120.000	2,5%
Mikado Film	100.000	2,1%	Wildside	60.000	1,3%
<b>Totale</b>	<b>4.765.231</b>	<b>78,6%</b>			

Note: le percentuali sul totale fanno riferimento alla quota Lazio sul totale Italia. Fonte: Antenna Media

**TAB. 10 SOCIETÀ FINANZIATE DAL PROGRAMMA MEDIA (€ E % SU TOTALE LAZIO E ITALIA), 2012**

Società	€	%	Società	€	%
Eagle Pictures	650.000	12,8%	Film Kairos	60.000	1,2%
Medusa	57.291	1,1%	Hiq Productions	25.000	0,5%
Mikado Film	153.004	3,0%	Magda Film	50.000	1,0%
Sacher Distribuzione	32.532	0,6%	Musicartoon	60.000	1,2%
Academi Two	30.000	0,6%	Nuvola Film	36.689	0,7%
Archibald Enterprise	25.000	0,5%	Panorama Films	40.000	0,8%
M2 Pictures	100.000	2,0%	Todos contentos y yo tambien	30.000	0,6%
Nomad Film Distribution	43.000	0,8%	Visitor Q	23.500	0,5%

Bim Distribuzione	1.471.373	29,0%	Wildside	16.191,7	0,3%
Lucky Red	597.164	11,8%	Classic	37.774	0,7%
Moviemax Media	115.000	2,3%	Fondazione Cinema per Roma	120.000	2,4%
Teodora Film Distribuzione	550.777	10,9%	Circuito Cinema	180.000	3,6%
Indigo Film	229.537,1	4,5%	Filema	60.000	1,2%
Arsenali Medicei	45.000	0,9%	Greenwich	60.000	1,2%
Deriva Film	60.000	1,2%	Intrastevere	60.000	1,2%
Doc Art	47.000	0,9%	<b>Totale</b>	<b>5.065.802,8</b>	<b>64%</b>

Note: le percentuali sul totale fanno riferimento alla quota Lazio sul totale Italia. Fonte: Antenna Media

## 6.2 Punti di forza e di debolezza, opportunità e minacce

Un territorio variegato e ricco di strutture (la maggior parte delle produzioni passano per Roma per la fase di post produzione) è sicuramente uno dei principali punti di forza individuati dallo studio del territorio lazio, sebbene debba fare i conti con una concorrenza sempre più agguerrita rispetto al passato da parte di altre Regioni che nell'ultimo decennio hanno attirato molte produzioni indebolendo il primato storicamente detenuto dal Lazio. Il territorio vanta comunque una gran varietà di strutture: centri di produzione, trasporti specializzati, teatri di posa (accanto a Cinecittà Studios citiamo gli Studios sulla tiburtina e quelli di Dino Città sulla Pontina), distretti del cinema e maestranze di tutte le tipologie oltre che le sedi dei principali broadcaster e società di produzione e distribuzione (incluse le filiali delle major straniere).

La presenza di molte realtà a livello locale è uno dei punti di forza individuati da Cristiano Bortone: questo crea concorrenza che innalza la qualità dei servizi, con riflessi positivi in termini di opportunità. Andrebbero tuttavia snellite una serie di procedure burocratiche, permessi, accesso ai fondi, la diaria in trasferta etc. Roma Lazio Film Commission indica tra i punti deboli dell'audiovisivo sul territorio la mancanza di una linea regionale politica forte che guidi il territorio e che indichi cosa va risposto quando si è contattati da referenti cinematografici (in termini di concessioni di beni, permessi, etc.) il tutto passa per la sensibilità dell'assessore o del sindaco di turno. "In alternativa, se scendi a livello operativo di rapporto è un po' tutto una scommessa: devi trovare il sindaco disponibile, devi trovare che sia in giornata positiva, etc.". Sulla stessa linea Bortone che indica tra i punti deboli la miopia di molte amministrazioni locali che non capiscono il potenziale delle Film Commission continuando a considerare questi fondi come secondari, solo "culturali" ed elargiti con logiche clientelari. Cose ormai anacronistiche.

### Panel stakeholder

Istituzione	Intervistato	Qualifica	Strumento
Roma Lazio Film Commission	Cristina Priarone Tina Bianchi  Valeria Correale	Direttore Generale Re- sponsabile Marketing e coproduction develop- ment Assistente Produzioni	Intervista / nota FC
Cattleya	Marco Chimenz	Socio	Questionario
	Cristiano Bortone	Regista / Produttore	Questionario

# Scheda n.9: Liguria

## 1 L'audiovisivo regionale in cifre

L'audiovisivo in Liguria conta poco meno di 300 imprese attive sul territorio ovvero il 2% del totale nazionale, incidenza che si riduce all'1,5% e all'1% se guardiamo rispettivamente al numero degli occupati e al valore aggiunto generato. I tre indicatori posizionano la Liguria al dodicesimo posto nella graduatoria nazionale per numero di imprese e al sedicesimo posto per occupati e per valore aggiunto prodotto<sup>229</sup>.

**TAB. 1 IMPRESE, OCCUPATI E VALORE AGGIUNTO IN LIGURIA E INCIDENZA %, 2012**

	Imprese Film Radio-Tv	Incidenza %	Occupati	Incidenza %	Valore ag- giunto (M€)	Incidenza %
Liguria	272	2,0%	1.100	1,5%	81,0	1,0%
Italia	13.407	100%	73.500	100%	8.056,3	100%

Fonte: elaborazioni lem – Rosselli su dati Symbola – Unioncamere

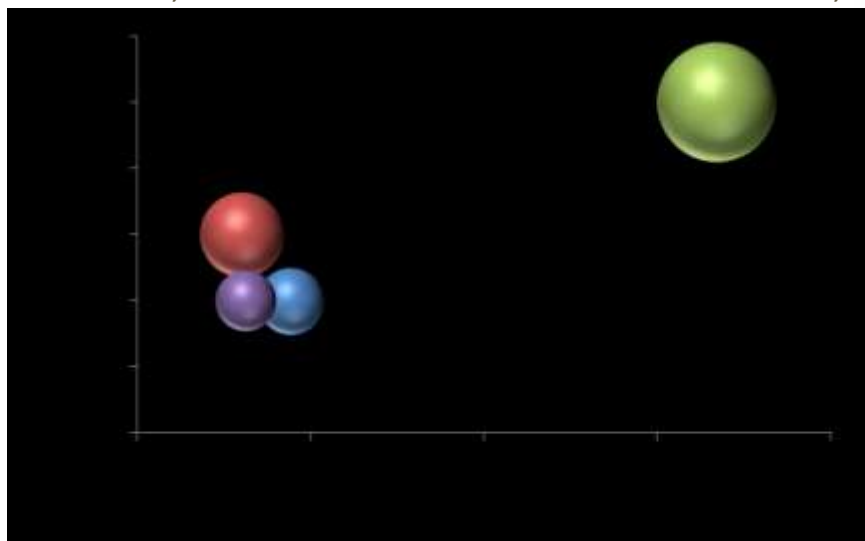
La provincia di Genova è di gran lunga prevalente sulle altre, con 167 imprese, 500 occupati e 39 milioni di Euro di Valore Aggiunto, ed è anche la quattordicesima provincia per incidenza del numero di imprese nel sistema produttivo culturale privato italiano complessivo.

**TAB. 2 IMPRESE, OCCUPATI E VALORE AGGIUNTO NELLE PROVINCE LIGURI, 2012**

Provincia	Imprese	Occupati	Valore ag- giunto
Genova	167	500	39,4
Imperia	44	200	12,1
Savona	30	300	19,5
La Spezia	31	200	10,0

Note: dati valore aggiunto in M€. Fonte: elaborazioni lem – Rosselli su dati Symbola – Unioncamere

**FIG. 1 IMPRESE, OCCUPATI E VALORE AGGIUNTO NELLE PROVINCE PROVINCE LIGURI, 2012**

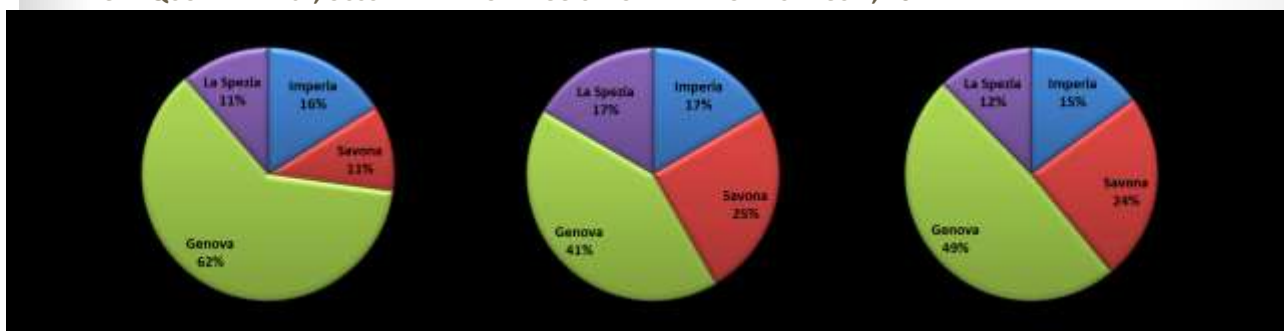


Fonte: elaborazioni lem – Rosselli su dati Symbola – Unioncamere

<sup>229</sup> Fonte: *Io sono cultura: L'Italia della qualità e della bellezza sfida la crisi*, III Rapporto Unioncamere – Symbola, 2013

Le altre tre province si dividono equamente i tre parametri analizzati, con una prevalenza di Savona per numero di occupati e valore aggiunto prodotto.

FIG. 2 QUOTA IMPRESE, OCCUPATI E VALORE AGGIUNTO NELLE PROVINCE LIGURI, 2012



Fonte: elaborazioni Iem – Rosselli su dati Symbola – Unioncamere

Le imprese audiovisive liguri hanno dimensioni occupazionali ridotte (tra i 5 e i 10 contribuenti ex Enpals per azienda, tra il 2007 e il 2011, quindi oscillanti tra metà e un quarto della media nazionale (cfr. Ente dello Spettacolo 2012 su dati Istat).

Una conferma della debolezza della struttura imprenditoriale ligure giunge esaminando le prime aziende audiovisive italiane per fatturato, classifica in cui sono presenti solo gli esercizi cinematografici Ariston di Imperia e Circuito Cinema Genova, rispettivamente al 100° e al 127° posto (Fonte: ibidem).

In relazione alla popolazione residente<sup>230</sup> il numero di occupati nel settore ammonta a un occupato ogni 1.423 abitanti, inferiore alla media italiana, che è di un occupato nel settore ogni 812 abitanti. La relazione abitanti/imprese nel settore è invece di un'impresa ogni 5.754 abitanti, inferiore al dato italiano di un'impresa ogni 4.452 abitanti.

Il 48,3% delle famiglie liguri dispone a casa, nel 2012, di un accesso a Internet a banda larga, la penetrazione è in linea quella del territorio italiano totale, che è del 48,6%.

La quota del Fondo Unico per lo Spettacolo destinata al cinema nel 2011 è stata, per la regione Liguria, di 96.389 euro (lo 0,2% del totale quota destinata al cinema a livello nazionale) a beneficio di 41 soggetti. Al cinema è andato lo 0,6% della cifra che il FUS ha destinato ai soggetti operanti su territorio ligure (15 milioni di euro).

I dati Siae<sup>231</sup> sul settore cinematografico mettono in evidenza una forte crisi del settore, che, nel 2012, si è fatta sentire in maniera consistente nella maggior parte dei parametri di ricerca, con l'eccezione di spettacoli e presenze.

Nonostante il numero di spettacoli sia aumentato da 90.476 del 2011 a 98.602 del 2012 (+9%), gli ingressi al cinema nel 2012 in tutta la regione sono stati 2.968.626, in calo del 6,7% rispetto al 2011. Le presenze<sup>232</sup> sono invece aumentate a 845.230 (+24%).

Nel 2012 il pubblico ha speso, per l'acquisto di biglietti e abbonamenti al cinema (spesa del botteghino), 19.565.777 euro, in calo del 9,2% rispetto all'anno precedente. La spesa del pubblico<sup>233</sup> ammonta, per questo settore, a 22.597.931 euro, in calo dell'8,4%.

Il volume d'affari complessivo relativo al settore cinematografico in Liguria ammonta dunque a 22.611.787 euro, in calo dell'8,4% sul 2011.

I dati appena citati non si discostano da quelli nazionali per quanto riguarda spesa del botteghino e del pubblico e volume d'affari, sono più elevati rispetto a quelli nazionali per presenze, ingressi e spettacoli.

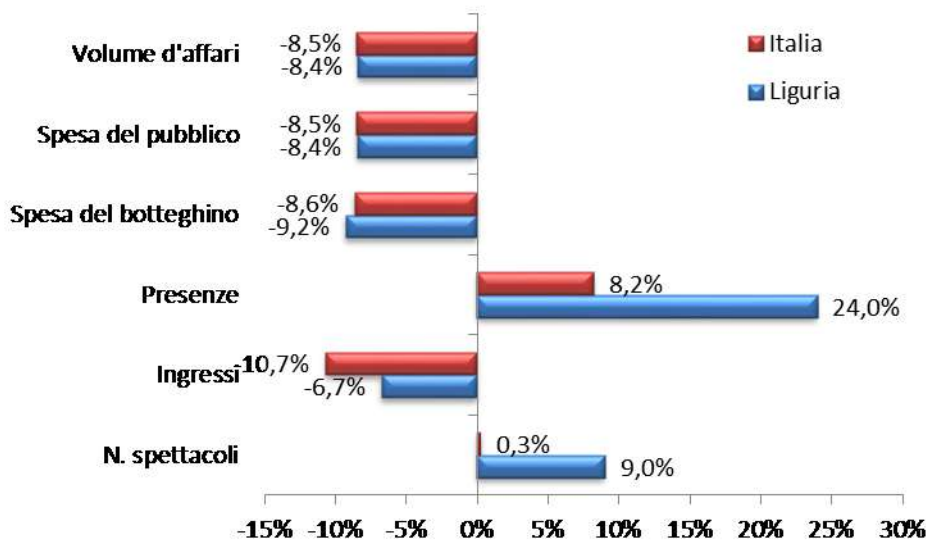
<sup>230</sup> Popolazione al 31 dicembre 2012 in base a dati Istat (Cfr. <http://demo.istat.it/bil2012/index.html>)

<sup>231</sup> Siae, *Annuario dello Spettacolo*, 2012

<sup>232</sup> A differenza degli ingressi, le presenze vengono utilizzate per quantificare i partecipanti a manifestazioni per le quali non è previsto il rilascio di titoli d'accesso.

<sup>233</sup> L'importo che il pubblico ha destinato, nell'anno 2012, alla fruizione degli spettacoli.

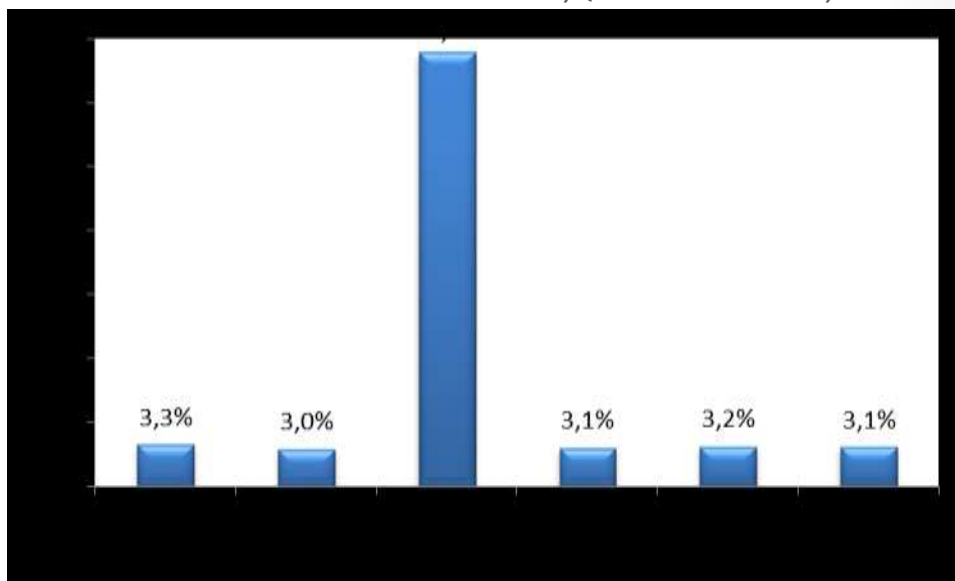
FIG. 3 IL SETTORE CINEMATOGRAFICO IN LIGURIA E IN ITALIA, % 2012/2011



Fonte: elaborazioni lem – Rosselli su dati Siae

La quota Liguria sul totale Italia si aggira tra il 3% e il 3,3% per tutti i parametri, tranne che per le presenze (34%).

FIG. 4 IL SETTORE CINEMATOGRAFICO IN LIGURIA, QUOTA SU TOTALE ITALIA, 2012



Fonte: elaborazioni lem – Rosselli su dati Siae

La GLFC non ha sinora commissionato studi e ricerche sull'audiovisivo regionale, nè è a conoscenza di studi realizzati da altri soggetti (come gli altri stakeholders interpellati, che concordano nel ritenere insufficiente la ricerca e la conoscenza sistematizzata sull'audiovisivo ligure). Si segnala che la FC produce e rende pubblico sul proprio sito un bilancio analitico delle proprie attività .

## 2 La Film Commission

La Fondazione Genova - Liguria FC (GLFC) è partecipata da Regione, Comune, 9 comuni non capoluogo (Castelnuovo Magra, Terzorio, Moneglia, Finale Ligure, Noli, Borgomaro, Villanova




d'Albenga, Perinaldo e Sestri Levante), Parco Nazionale delle Cinque Terre e Parco regionale dell'Antola<sup>234</sup>.

È attiva con questa denominazione dal 2007, ma dal 1998 al 2006 operava già con la denominazione Genova Set Film Commission, come ufficio dell'Assessorato comunale al Turismo, con un raggio di azione limitato quindi alla sola città di Genova<sup>235</sup>.

Nella regione è attiva anche Italian Riviera-Alpi del Mare<sup>236</sup>, non aderente al Coordinamento Nazionale IFC ma presente nel network europeo delle Film Commission (EUFCN); con essa GLFC dichiara di non avere relazioni, contrariamente alle altre FC nazionali associate a IFC e a quelle europee, membri di EUFCN<sup>237</sup>.

GLFC aderisce sia allo IFC che ad EFCN – European Film Commission Network.

## 2.1 Scheda Anagrafica

<b>Logo</b>	
<b>Nome completo</b>	<b>GENOVA-LIGURIA FILM COMMISSION</b>
<b>Forma giuridica</b>	Fondazione di partecipazione
<b>Enti pubblici/privati nella compagine</b>	Regione e Comune (Assessorati Turismo e Cultura), 9 Comuni non capoluogo, parco nazionale delle Cinqueterre e parco regionale dell'Antola
<b>Persone di riferimento</b>	Presidente: Enrico Da Molo, VicePresidente: Cesare Torre Direttore: Andrea Rocco Consiglieri: Anna Maria Pastorino, Raffaele Maurici, Giacomo Ferrari
<b>Data di istituzione</b>	2006
<b>Data di avvio attività</b>	2007
<b>Indirizzo</b>	Villa Bombrini, Via Muratori 5, Genova Cornigliano
<b>Contatti telefonici</b>	010/86.80.850
<b>Sito e mail</b>	www.glfc.it info@glfc.it

<sup>234</sup> Precedentemente figurava tra i soci anche la provincia di Genova, commissariata dal maggio 2012. GLFC le ha sollecitato risposte sulle prospettive di continuità come socio ed è in attesa di un feedback in merito.

<sup>235</sup> Tra le produzioni girate in regione nella fase in cui era attiva questa prima FC citiamo la fiction "Vento di ponente", realizzata alla fine anni '90.

<sup>236</sup> Associazione no profit per la promozione del territorio del Ponente Ligure (copre le province di Savona, Imperia e Cuneo) come set per le produzioni audiovisive; si tratta della prima FC nata in Italia, nel 1998, ed è sostenuta dalla provincia di Savona, e dal 2006 anche dalla Fondazione A. De Mari - Cassa di Risparmio di Savona (partecipata dalla Provincia di Imperia). Il budget annuale si aggira sui 10.000 Euro. (Fonte: Guida Anica ai sostegni regionali, www.anica.it).

<sup>237</sup> "Noi siamo un organismo attivo su tutta la regione, finanziato – tra gli altri - dalla stessa Regione Liguria. Noi e la Italian Riviera non siamo concorrenti ma agiamo indipendentemente, alcune produzioni si rivolgono a loro, altre si rivolgono a noi". Andrea Rocco, citato in "Ma quella è casa mia! – Dieci anni di Liguria al cinema", a cura di Carlo Griseri.

<b>Pagina Facebook/Twitter</b>	=
<b>Eventuali altre sedi</b>	Terzorio (IM)
<b>Altre FC attive sul territorio</b>	Italian Riviera – Alpi del Mare (non aderente al Coordinamento) <sup>238</sup>

## 2.2 Mission e attività

GLFC indica come mission prioritaria “lo sviluppo dell’indotto economico/produttivo”. Tra le altre finalità autodichiarate, citate in ordine di importanza, figurano l’incentivazione del lavoro delle risorse umane locali, il sostegno/promozione della produzione audiovisiva, e la promozione turistica. In merito a quest’ultima finalità GLFC dichiara di non tenere conto dei possibili impatti turistici sul territorio nella scelta delle produzioni da sostenere, di non monitorare l’impatto turistico delle produzioni e, infine, di non utilizzare le produzioni come strumento di attrazione turistica.

I servizi offerti sono molteplici:

- facilities ospitalità alle produzioni
- assistenza permessi
- fornitura uffici alle produzioni/cineporto
- assistenza shooting
- scouting database/location
- segnalazione risorse umane sul territorio (artistiche/tecniche)
- erogazione servizi formativi
- gestione incubatore imprese creative locali.

La FC copre quindi tutta la gamma dei potenziali servizi, ad esclusione della leva del finanziamento diretto, dell’organizzazione di matchmaking, e di attività di promozione turistico-culturale.

GLFC, ospitata nella settecentesca Villa Mombrini a Cornigliano, dove si è trasferita nel 2009, gestisce direttamente due poli produttivi:

- 1) Il PPAC, Polo delle produzioni audiovisive di Cornigliano “Le fonderie”, consta di 37 aziende creative operanti nel settore allargato della comunicazione digitale, dando lavoro a 75 addetti. Il Polo rappresenta la più alta concentrazione di competenze audiovisive della Liguria: all’interno il settore è infatti ampiamente rappresentato da società attive in svariati ambiti della produzione (riprese, montaggio, scrittura, make-up, animazioni, pubblicità, fotografia, suoni, produzione, ma anche ad es. grafica e pubblicità);
- 2) Il Videoporto di Genova, di 1400 mq coperti (con sala di posa, 2 studi televisivi, uffici di produzione, foresteria, sale casting, camerini). E’ il secondo Cineporto italiano per metratura dopo quello di Torino (9400 mq) e prima di quello di Bari (1200 mq), Inaugurato il 23 febbraio 2010, è stato realizzato, in soli 10 mesi, nella palazzina già sede della direzione dell’Ilva, situata a pochi metri da Villa Bombrini (sede della GLFC), da Società per Cornigliano (partecipata dagli enti locali e da Invitalia) e da ARTE – Azienda regionale territoriale per l’Edilizia. Il valore complessivo dei lavori è stato di 850.000 €, finanziati da Società per l’Edilizia. Tra il 2011 e il primo semestre 2012 sono state assistite nel Videoporto 60 produzioni, per un totale di 105 giorni di produzione e altrettanti pernottamenti e 2100 giornate di lavoro/ uomo .

Tra le attività svolte dalla FC, l’unica definita da alcuni stakeholders come inadeguata è la segnalazione di risorse umane (probabilmente anche perchè la domanda di professionalità richiesta dalle produzioni più rilevanti non è sempre reperibile sul mercato locale). Il servizio di permessistica è ritenuto al contrario uno dei più efficienti dell’Italia, già dai primi anni di costituzione della FC. Il

<sup>238</sup> Negli anni scorsi risultava attiva a Sestri Levante anche una Portofino Film Commission, di fatto mai operativa a pieno titolo.

Videoporto è considerato dagli stakeholders di buon livello ma sottoutilizzato, e andrebbe promosso maggiormente.

### 2.3 Produzioni assistite

Nei due anni e mezzo tra il 2011 e il primo semestre 2013 sono state assistite (quasi esclusivamente con l'erogazione di servizi) dalla Genova-Liguria Film Commission 328 produzioni di cui 121 nel 2011, 124 nel 2012, 83 nella metà 2013. I dati di consuntivo 2013 dovrebbero confermare un significativo trend positivo, pari a circa + 35% sui due anni precedenti.

Questa la suddivisione per generi audiovisivi, che evidenzia una scarsità numerica di produzioni "forti" (fiction e soprattutto lungometraggi) a favore degli altri generi: il genere principe, e in continua crescita, sembra essere la pubblicità, tanto da affermare che nel 2013 la Liguria è tornata ad essere "la capitale italiana della pubblicità", visto che sono stati girati nella prima parte dell'anno ben 30 tra spot e servizi fotografici nazionali e internazionali<sup>239</sup>:

**TAB. 3 PRODUZIONI ASSISTITE DALLA FC NEL 2011, 2012 E 1 SEM 2013 PER GENERE PRODUTTIVO**

Produzioni	2011	2012	1 H 2013
Lungometraggi cinematografici	4	3	4
Fiction/film per la tv	7	6	2
Documentari	15	12	4
Cortometraggi	20	25	10
Pubblicità	21	9	16
Videoclip	22	38	24
Programmi per la tv	22	21	9
Altro (servizi fotografici)	10	10	14
<b>TOTALE</b>	<b>121</b>	<b>124</b>	<b>83</b>

Fonte: Genova-Liguria Film Commission

Non è disponibile lo scorporo delle opere per provenienza geografica, nè il numero delle giornate di lavorazione effettuate nel triennio<sup>240</sup>, ma è possibile individuare il numero di risorse tecniche e artistiche locali impegnate, gli (scarsi) incentivi erogati in termini di facilities/ospitalità, la spesa diretta effettuata sul territorio e l'indotto economico stimato (al lordo di eventuali ricadute cineturistiche): è interessante notare che, mentre i dati relativi a risorse umane impegnate ed incentivi disponibili sono in decremento, quelli della spesa e dell'indotto vedono un interessante trend positivo nella prima metà del 2013, che conferma quello analogo visto nel numero di produzioni. Nel 2012 a fronte di 12mila euro di facilities erogate, la spesa diretta sul territorio è stata pari a 2,8 milioni di euro, spesa che ha generato a sua volta risorse aggiuntive in termini di indotto stimate in 3,3 milioni di euro.

**TAB. 4 RISORSE UMANE, FACILITIES, SPESA SUL TERRITORIO E INDOTTO NEL 2011, 2012 E 1 SEM 2013**

<sup>239</sup> "I prodotti che hanno "recitato" in questi spot sono i più diversi, dai telefonini alle assicurazioni, dalle auto al cibo, senza dimenticare prestigiose marche di abbigliamento. Tutta la Liguria è diventata un grande set pubblicitario: Genova (Centro Storico, Porto Antico, Nervi, Corso Italia, il Castello McKenzie, la ex-Manifattura Tabacchi di Sampierdarena), Camogli, Varigotti, Noli, Sestri Levante, Sarzana, Finale, Santa Margherita e il centro di produzione di Cornigliano (Videoporto) gestito da Film Commission. L'indotto economico generato dalle produzioni sul territorio viene calcolato, secondo criteri standard prudenziali, intorno ai 300-350 mila euro". (Fonte: www.glfc.it).

<sup>240</sup> Sono disponibili alcuni dati sintetici per l'anno 2011: 412 giornate di produzione, 2800 pernottamenti, 8240 giornate di lavoro per persona, e per il primo semestre 2012: 259 giornate di produzione, 2057 pernottamenti, 5180 giornate di lavoro per persona (Fonte: "GLFC: Bilancio e prospettive 2011/2012", già citato).

Produzioni assistite dalla GLFC	2011	2012	1 H 2013
Gg impiego Risorse artistiche (attori, comparse)	3.500	3.200	1.800
Gg impiego Risorse professionali (inclusi tecnici)	4.700	3.800	2.000
Facilities erogate/ospitalità (€)	15.000	12.000	5.000
Tot. spesa diretta effettuata sul territorio (M €, ca)	2,9	2,8	2,0
Tot. indotto totale realizzato sul territorio (M €, ca)	3,4 <sup>241</sup>	3,3	2,4

Fonte: Genova-Liguria Film Commission

Tra i lungometraggi cinematografici girati negli ultimi anni in regione citiamo, a titolo esemplificativo, "Diaz" di Daniele Vicari (Fandango), il film di Gianni Amelio "La stella che non c'è", i film di Silvio Soldini "Giorni e nuvole" e "Agata e la tempesta", "Genova" di Michael Winterbottom, e parte del blockbuster "The bourne identity" (ambientato ufficialmente in Francia); tra le fiction ricordiamo il film per la tv internazionale "Neverland" e le produzioni Rai "Rosso San Valentino" e "Fuori-classe"; tra i documentari "La bocca del lupo" di Pietro Marcello.

## 2.4 Risorse e costi

Il budget di GLFC è stato consuntivato nel 2012 in 530.000 Euro, di cui il 35% proveniente dalla Regione, il 20% da Fondi Comunitari, il 6% dal Comune e il 39% da attività di impresa/commesse proprie.

I contributi diretti provenienti dai soci ammontano quindi a circa € 230.000-240.000, mentre il resto dell'attività è finanziato da altre fonti (attività a pagamento, formazione, progetti europei, altre commesse).

Il preventivo per il 2013 è di 560.000 Euro, con gli stessi contributi diretti dai soci rispetto all'anno precedente (quindi con un incremento virtuoso della già rilevante quota di autofinanziamento).

Un rilevante 40% del budget 2012 è stato impiegato per il personale, il 34% per spese di commesse/commerciali, il 15% per spese generali/amministrative, il 5% per costi tecnologici e solo il residuo 3% è stato erogato a titolo di facilities (accoglienza e assistenza) alle produzioni audiovisive.

Il budget a disposizione viene ritenuto insufficiente – in tutte le voci di budget – dalla maggior parte degli stakeholders interpellati.

Le risorse umane della GLFC comprendevano nel 2012 (in aumento rispetto all'anno precedente), 3 unità a tempo indeterminato (2 ruoli di amministrazione e 1 location manager), 2 unità anno cocompro, e 1 consulente.

L'organico viene ritenuto adeguato dalla FC stessa, mentre alcuni stakeholders lo reputano parzialmente inadeguato, soprattutto per la mancanza di persone di "comprovata esperienza di produzione cinetelvisiva di medio/alto livello", in grado di comprendere i problemi produttivi concreti, oltre che di promuovere il territorio.

## 2.5 Servizi on line

Il sito [www.glfc.it](http://www.glfc.it) è disponibile in italiano e inglese e non risulta molto visitato (solo 300 utenti unici mensili medi). La FC non ha aperto una pagina Facebook mentre il canale Youtube non è aggiornato dal 2009.

Il sito ha una navigabilità, un'ergonomia e un appeal grafico molto limitati.

<sup>241</sup> Per il 2011 si è stimato, in maniera approssimativa, che per ogni Euro investito da Regione Liguria si sia sviluppato un indotto totale di 21 Euro. (cfr. "GLFC: Bilancio e prospettive 2011/2012" già citato).



La **Location guide** non è pubblicata on line (dove è presente solo una piccola gallery fotografica), ma è un servizio interno per accedere al quale è necessario inviare una mail (dopo 2 giorni si ricevono le credenziali per visualizzare le foto selezionate): si tratta di un elenco (non in forma di database) di 200 location, ritenuto dalla FC stessa rappresentativa solo al 10% delle location effettivamente disponibili in regione. L'utente ha la possibilità di segnalare la propria abitazione come possibile location, compilando un form nella sezione "La tua casa tua sullo schermo".

La **Production Guide**<sup>242</sup> è costituita da un unico database disponibile on line, che contiene 50 società e 150 singoli professionisti (non artisti), ricercabile esclusivamente per tipologia di attività, aggiornabile e incrementabile dagli utenti e rinnovato dalla FC ogni 3 anni (cadenza troppo estesa secondo alcuni stakeholders che vorrebbero un aggiornamento più tempestivo). La guida viene invece ritenuta rappresentativa dalla FC stessa al 90% sia per le aziende che per le risorse umane.

La FC non dispone di un vero e proprio **Film database** on line<sup>243</sup>, rilasciando solo una serie di elenchi delle opere girate in regione dal 2008 al 2011, per un totale di 75 produzioni citate sommariamente (con titolo e casa di produzione e/o attore principale e/o regista, e a volte con un link alla scheda del database cinematografico internazionale Internet Movie DataBase IMDB).

Il sito contiene inoltre alcune informazioni sparse su iniziative di Formazione (non raggruppate in un'unica sezione), il link al documento "GLFC: Bilancio e prospettive 2011/2012" (con dati non aggiornati su risorse, finanziamenti indotto, produzioni, ecc), alcuni singoli comunicati stampa, e una dettagliata sezione Contatti (comprensiva dei numeri di cellulari del Direttore e del responsabile del centro di produzione); non contiene invece una modulistica scaricabile per i permessi (che viene annunciata di futura implementazione), nè notizie sulle sedi e sui centri di produzione.

Il sito viene ritenuto parzialmente o assolutamente inadeguato dagli stakeholders rispondenti (in particolare per Location Guide e Film database).

## 2.6 Relazioni istituzionali

GLFC dichiara di avere relazioni e rapporti di collaborazione, oltre che naturalmente con i propri soci, con la Camera di Commercio di Genova su progetti formativi, e con Liguria International<sup>244</sup> su iniziative di promozione all'estero.

<sup>242</sup> [www.genovaliguriaiafc.it/ita\\_produzione.asp](http://www.genovaliguriaiafc.it/ita_produzione.asp)

<sup>243</sup> [www.genovaliguriaiafc.it/ita\\_produzioni.htm](http://www.genovaliguriaiafc.it/ita_produzioni.htm)

<sup>244</sup> Liguria International è una società del gruppo F.I.L.S.E., partecipata, oltre che dalla Finanziaria Ligure per lo Sviluppo Economico, anche dalle quattro Camere di Commercio liguri. Suoi soci sono infatti: Filse Spa 52%, Camera di Commercio di Genova 12%, Camera di Commercio di Imperia 12%, Camera di Commercio di La Spezia 12%, Camera di Commercio di Savona 12%. E' il soggetto attuatore delle politiche regionali in tema di internazionalizzazione e di coordinamento delle iniziative progettate dai diversi attori del sistema economico locale, la società regionale che opera in stretta collaborazione con il Dipartimento Sviluppo Economico (ed in raccordo con le altre politiche regionali riguardanti soprattutto l'agricoltura, la cooperazione internazionale, il turismo e il marketing territoriale), e la sede dello sportello Sprint Liguria (che fornisce servizi di formazione e

Le opinioni degli stakeholders rispondenti sono contrastanti in merito all'adeguatezza o meno delle relazioni tra GLFC e le istituzioni locali che si occupano indirettamente anche di audiovisivo.

## 2.7 Obiettivi della FC

La GLFC si è negli ultimi anni concentrata sullo sviluppo e il potenziamento delle infrastrutture (Videoporto e Cornigliano) nonché nella promozione di iniziative di alta formazione. Le energie per il futuro sono rivolte nel breve/medio termine alla crescita delle imprese locali: a questo scopo si sta progettando da tempo una formalizzazione dei meccanismi di sostegno che potranno tradursi in un fondo audiovisivo o in strumenti analoghi, e iniziative di formazione tecnica e manageriale. La tipologia di prodotti a cui si punta riguarda progetti innovativi che coinvolgano sempre e comunque imprese e professionisti locali. Da questo punto di vista si guarda meno al formato cinematografico tradizionale destinato alla sala, privilegiando al contrario progetti cross mediali, documentari, nuovi formati televisivi, iniziative che impieghino e valorizzino al meglio le nuove tecnologie<sup>245</sup>.

Un altro oggetto di attenzione è rappresentato dal crowdfunding e crowdsourcing, ritenuti dalla GLFC strumenti interessanti per il reperimento delle risorse e l'attivazione di progetti creativi grazie alle reti di networking sempre più diffuse sulla rete: "Le richieste più frequenti per le FC – secondo Andrea Rocco, Direttore GLFC - sono quelle di risorse umane e, soprattutto, di risorse finanziarie. In questo senso le FC (specie quelle che non sono affiancate da Fondi Regionali di sostegno) potrebbero vedere il crowdfunding come una nuova opportunità da cogliere anche in termini promozionali. L'idea attorno alla quale è stato organizzato anche un momento di confronto alla fine del 2012 è quella di dar vita piccoli *matching funds* regionali su progetti di particolare interesse per il territorio, prevedendo una gamma di offerta di *rewards* per i progetti legati agli ambiti locali per rendere più appetibile il finanziamento dei progetti, o anche a una sperimentazione di accordi collettivi con una piattaforma".

La ricerca di nuove strategie di intervento e filoni innovativi di attrattività delle produzioni è ben motivata dalle considerazioni del direttore della GLFC: "le Film Commission si trovano nel mezzo di una trasformazione di ruolo assai profonda. Le tecnologie della comunicazione rendono sempre meno essenziale la funzione di presentazione e promozione delle "location", che possono essere in punta di dita (o di tastiera) per qualsiasi location manager in qualsiasi punto del globo. La diffusione di pratiche di facilitazione e di *streamlining* delle procedure burocratiche tendenzialmente riduce i differenziali competitivi in questo campo. Cambia la realtà produttiva, devono cambiare anche le Film Commission, se vogliono continuare ad attrarre le produzioni sul territorio"<sup>246</sup>.

Secondo gli stakeholders, oltre a promuovere maggiormente il Videoporto, come già menzionato, la GLFC dovrebbe essere messa in condizioni di aiutare le produzioni locali, poco numerose e di piccole dimensioni, con aiuti finanziari, soprattutto negli aspetti di Sviluppo e di Formazione continua imprenditoriale.

## 2.8 Giudizio complessivo

Il bilancio e il giudizio complessivo degli stakeholders sull'operato della FCTP risulta parzialmente adeguato, tenendo conto delle scarse risorse disponibili. Si ritiene che a livello regionale occorra una più coraggiosa politica di promozione e sostegno del settore audiovisivo ligure considerate le forti potenzialità di crescita.

---

assistenza alle PMI, col supporto del sistema camerale, per consentire un più facile accesso alle agevolazioni finanziarie SIMEST e ai servizi assicurativi SACE). (Fonte: [www.liguriainternational.it](http://www.liguriainternational.it)).

<sup>245</sup> Fonte: Cinema&Video International, marzo 2010.

<sup>246</sup> Intervista ad Andrea Rocco, Cinema e Video International, dicembre 2012.

### 3 Fondi

Ad oggi, sebbene più volte annunciati negli anni passati, non sono attivi Fondi di sostegno all'audiovisivo sul territorio ligure, nè gestiti dalla FC nè da altri soggetti.

Gli stakeholders rispondenti indicano quindi come assolutamente insufficienti le risorse dedicate al sostegno all'audiovisivo ligure.

### 4 Innovazione e nuove tecnologie

Sul territorio il più significativo incubatore è il già citato Polo di Cornigliano.

E' praticamente assente in regione il reparto di postproduzione (ad eccezione di un'unica impresa genovese).

Alcune realtà tecniche interessanti dal punto di vista tecnologico, appaiono poco sfruttate rispetto alle potenzialità che potrebbero offrire. Ciò per mancanza di relazioni con le società di produzione di lungometraggio e di pubblicità. Viene citata ad esempio la società Emotion, attiva nelle riprese e nella postproduzione in stereoscopia per il 3D, che però pare non essere ancora riuscita ad uscire dai confini del genere del video istituzionale<sup>247</sup>. Un'altra impresa di rilievo citata è Insertcoin, società di Vfx (effetti speciali) e digital animation.

### 5 Formazione

L'iniziativa formativa più rilevante da segnalare è Maia Workshops promossa a partire dal gennaio 2012 da Genova-Liguria Film Commission<sup>248</sup>. Si tratta di un programma di formazione avanzato, sostenuto dal Programma Media fin dal 2006, rivolto a produttori indipendenti europei (inclusi production manager e line producer), che insegna a gestire le parti creative e manageriali di un progetto audiovisivo (documentari, film, o fiction) rivolto al mercato internazionale. Ogni edizione si articola in tre workshops residenziali indipendenti di cinque giorni ciascuno (il primo sugli **aspetti creativi** dello sviluppo, il secondo sull'importanza delle strategie di **marketing e di distribuzione** già nella fase di sviluppo, l'ultimo sugli **aspetti legali e finanziari**), in lingua inglese, in tre diversi Paesi dell'Unione europea, ed è aperto ai partecipanti che vogliano sottoporre un proprio progetto ai tutors. Nelle prime 6 edizioni Maia ha formato circa 370 professionisti dell'audiovisivo (circa 60 produttori all'anno) provenienti da tutti i paesi europei e da Turchia, Armenia e Georgia<sup>249</sup>.

GLFC organizza inoltre workshop di aggiornamento professionale rivolti a professionisti e tecnici locali: ad esempio tra gennaio e marzo 2012 è stato organizzato, in collaborazione con Effetto Tyndall-comunicazione e servizi per cinema e spettacolo, il ciclo di incontri "Le giornate professionali dell'audiovisivo ligure": il ciclo prevedeva sette appuntamenti monografici, dal product placement al mercato del documentario, dal fundraising ai sostegni europei, coinvolgendo come relatori rappresentanti di realtà di varie tipologie, tra cui Doc/It, Yam 112003, Antenna Media e Labmedia.

A fine 2012 è stato invece organizzata a Genova, come secondo appuntamento delle **Giornate Europee del Cinema e dell'Audiovisivo/ Transmedia Bridge** (cfr. scheda regionale Piemonte), una giornata dedicata ai temi del crowdfunding e crowdsourcing, di cui si è già accennato nel paragrafo relativo agli obiettivi della FC.

<sup>247</sup> Emotion è attiva dal 2002 e conta undici soci e nove dipendenti.

<sup>248</sup> Prima del 2012, GLFC e Maia avevano già collaborato per singoli workshop: nel 2010 su "Aspetti creativi dello sviluppo di un film" (partners: Fondazione MediaTerraneo e Comune di Sestri Levante), e nel 2011 su "Aspetti legali e finanziari" (partners: Comune di Arenzano, Camera di Commercio di Genova).

<sup>249</sup> Nel 2012 il progetto, tenutosi a La Spezia, Sabaudia e Cracovia, è costato 250.000 Euro, di cui la metà sostenuti dall'Unione Europea e la metà dai partners (Regione Lazio, KIPA-Polonia, Polish Film Institute). Nel 2013 le sessioni sono state ospitate a Fuggi, Bratislava in Slovacchia e Dubrovnik in Croazia, e i partners sono stati Regione Lazio, Slovak Audiovisual Fund, Ministero della Cultura slovacca, Artichoke Film production, Città di Dubrovnik, Croatian Audiovisual Center, Kino Okus.

Inoltre GLFC, in stretta collaborazione con il Fondo per l'Audiovisivo del Friuli Venezia Giulia, partecipa al progetto interregionale “Alta Formazione in Rete 2012/2013”, con il corso per Direttori di Produzione “Pianificazione e Controllo del processo produttivo nell'impresa audiovisiva”, sulle problematiche logistico-gestionali di una produzione audiovisiva. I percorsi didattici sono sostenuti con l'erogazione di voucher formativi, una sorta di borse di studio finanziate dalle Regioni. Non risultano presenti sul territorio iniziative di matchmaking tra domanda e offerta.

## 6 Le strategie dell'audiovisivo regionale

### 6.1 Internazionalizzazione

Il livello di internazionalizzazione dell'audiovisivo ligure è considerato da tutti gli stakeholders interpellati inadeguato e insufficiente. Solo pochissimi soggetti sono infatti in grado di relazionarsi con produzioni internazionali di alto livello.

Anche la capacità di intercettare i contributi europei del programma comunitario Media vede la Liguria in una posizione abbastanza arretrata rispetto alle altre regioni italiane: analizzando i dati del triennio 2010-2012, nel 2010 non ha percepito contributi, nel 2011 ha percepito il 3% dei 6,3 milioni di Euro italiani, e nel 2012 solo l'1,6% dei 7,9 milioni di E italiani: si tratta quasi esclusivamente dei 125.000 Euro, ottenuti dalla GLFC nell'ambito del sostegno alla Formazione continua, per l'organizzazione dei citati Maia workshops (Fonte: Antenna Media Torino).

### 6.2 Punti di forza e di debolezza, opportunità e minacce

Il **Punto di forza** principale dell'audiovisivo regionale, secondo tutti gli stakeholder interpellati, è la presenza di numerose location di tipologia molto varia (che includono mare, collina e montagna), a distanza ridotta le une dall'altre, e che assicurano una estrema duttilità del paesaggio sia naturale che architettonico.

Tra i **Punti di debolezza** vengono citati:

- la mancanza di un fondo e in generale di risorse economiche messe a disposizione dalle istituzioni locali;
- la mancanza di un vero “sistema cinema” integrato<sup>250</sup> e di una filiera completa: nonostante l'audiovisivo ligure comprenda anche una serie di piccoli festival<sup>251</sup>, e archivi audiovisivi<sup>252</sup>, mancano case di produzione di lungometraggi, manca la postproduzione, e il mercato locale è caratterizzato da soggetti di dimensioni molto piccole;

<sup>250</sup> Un altro segnale della mancanza di un'industria compatta è il fatto che PAL - Professionisti Audiovisivo Liguria, l'associazione dei lavoratori audiovisivi locali, nata nel 2007 dall'iniziativa di un gruppo di professionisti e società impegnati da anni nel settore delle produzioni cinematografiche, televisive e pubblicitarie, abbia cessato la propria attività.

<sup>251</sup> Nella provincia di Genova: il Genova Film Festival, Cartoons on the Bay (Festival internazionale dell'animazione televisiva e internazionale, a Rapallo), X Science (cinema tra scienza e fantascienza), In mezzo scorre il fiume (cinema ambiente esplorazioni culture), Missing Film Festival (Festival del cinema invisibile), Mutazioni (Festival del corpo femminile), FIDRA - Festival Internazionale del Reportage Ambientale (ad Arenzano). A Imperia: Voci nell'ombra (Festival nazionale del doppiaggio), Videofestival Imperia (Festival Internazionale d'arte cinematografica digitale), Film Caravan (Imperia Travelling Shorts Fest), CA.BE. Cinema Film Festival Pieve di Teco (Premio Cinematografico John Cassavetes). A Savona: Overlook (Festival di corti a Finale Ligure), Mostra internazionale del cinema indipendente (a Celle Ligure). A La Spezia: Laura Film Festival (a Levante), Agave di Cristallo (Festival nazionale dei dialoghi cinematografici, a Lerici), Premio Chatwin (Festival del viaggio, a Sarzana), Cineameriche Film Festival (Festival della migrazione e del gusto, a Levante).

<sup>252</sup> Citiamo la Cineteca della Fondazione Ansaldo. Nella “Fondazione Ansaldo – Gruppo Finmeccanica”, costituita nel 2007, è confluito l'Archivio Storico Ansaldo, nato nel 1980, poi diventato Fondazione Ansaldo nel 2000, contenente materiali anche non riconducibili all'azienda Ansaldo, ma più generalmente alle realtà imprenditoriali liguri (i gruppi Bombrini, Bruzzo, Costa, Dufour, Fincantieri, Finmare, Finmeccanica, Gaslini, Ilva-Italsider, Perrone e altri soggetti economici quali la Borsa Valori di Genova e il Banco di Chiavari e della Riviera Ligure), e quindi vero e proprio “archivio economico territoriale”. Oggi contiene un patrimonio documentario di 5299 pezzi (3805 pellicole, 1457 videocassette originali e 37 nastri), che include film e audiovisivi più in ge-



l'assenza di strutture adeguate per la formazione tecnica.

Tra le **Opportunità** c'è il fatto che la contrazione del mercato offre più possibilità a chi sa produrre con modalità "low budget" (ad es. è in grado di offrire un pricing competitivo rispetto al vicino capoluogo lombardo), ma appaiono consistenti le **Minacce**:

in primis il disinteresse degli enti pubblici, e la loro incapacità di vedere il cinema come industria e non solo come risorsa socio-culturale;

la vicinanza e la concorrenza di Milano per le risorse umane, e di Torino per i finanziamenti e il buon livello di competenza e di assistenza forniti alle produzioni.

### 6.3 Obiettivi e Azioni da intraprendere

Tra le azioni da intraprendere, viene quindi concordemente citata come prioritaria su ogni altro aspetto una legge regionale e l'istituzione di un corrispondente Fondo, sul modello di Friuli e Puglia.

E' diffusa la consapevolezza che solo una vera cultura cinematografica all'interno delle istituzioni, come ad esempio quella storicamente presente in Piemonte, possa portare a concepire l'audiovisivo anche come industria, e ad intraprendere quindi quelle misure in grado di garantire l'irrobustimento del tessuto produttivo locale.

#### Panel stakeholder<sup>253</sup>

Istituzione	Intervistato	Qualifica	Strumento
Genova Liguria Film Commission	Andrea Rocco	Direttore	Questionario
Riviera Films (service di produzione) <sup>254</sup>	Luca Massa	Head of production	Questionario + Intervista telefonica
Maia Workshops (formazione)	Alessandra Pastore	Programme Coordinator	Questionario
Logical Box (service audio)	Alberto Parodi	Titolare	Questionario

nerale concernenti Genova e la Liguria. Collabora con altre realtà archivistiche di settore in Italia e all'estero, tra cui anche l'Archivio del Cinema di Impresa di Ivrea. A differenza di altre regioni (ad es. il Piemonte), l'Archivio non ha stipulato convenzioni con GLFC (nè con enti nazionali quali l'associazione dei documentaristi italiani Doc(it), ma si dichiara disponibile a farlo in futuro.

<sup>253</sup> Una richiesta di compilazione del questionario è stata inviata e sollecitata, senza ottenere risposta, anche ai seguenti referenti:

- Carla Sibilla, Assessore alla Cultura e al Turismo del Comune di Genova
- Francesco Oddone, Assessore allo Sviluppo Economico del Comune di Genova
- Maurizio Caviglia, Segretario Generale Camera di Commercio di Genova
- Enrico Da Molo, AD Società per Cornigliano
- Nives Riggio, Vice Presidente FILSE, Finanziaria regionale Ligure per lo Sviluppo Economico.

<sup>254</sup> Riviera Films è il più grande service della regione: lavora per circa il 75% delle produzioni cinematografiche di medio-alto livello (anche internazionali) girate in Liguria, fornendo servizi di ricerca location, noleggio attrezzature e ricerca di personale.

# Scheda n.10: Lombardia

## 1 L'audiovisivo regionale in cifre

L'audiovisivo in Lombardia conta più di 2.300 imprese attive sul territorio ovvero il 17,4% rispetto al dato nazionale, incidenza che aumenta al 19,2% e al 23,4% se guardiamo rispettivamente al numero degli occupati e al valore aggiunto generato. I tre indicatori posizionano la Lombardia al secondo posto nella graduatoria nazionale<sup>255</sup>.

**TAB. 1 IMPRESE, OCCUPATI E VALORE AGGIUNTO IN LOMBARDIA E INCIDENZA %, 2012**

	Imprese Film Radio-Tv	Incidenza %	Occupati	Incidenza %	Valore ag- giunto (M€)	Incidenza %
Lombardia	2.335	17,4%	14.100	19,2%	1.884,4	23,4%
Italia	13.407	100%	73.500	100%	8.056,3	100%

Fonte: elaborazioni Iem – Rosselli su dati Symbola – Unioncamere

I dati relativizzano quelli precedentemente diffusi da Unindustria 2012 (su dati Istat 2010), che assegnavano alla Lombardia il primato dei fatturati, soprattutto televisivi (5,883 mld Euro, 38% del totale Italia vs 28% laziale), se non quello della numerosità di imprese (2.185, 19% vs 23% laziale) e di occupati (14.800, 24% vs 43% laziale), ma confermano la centralità generale della provincia di Milano, definita "capitale italiana dell'innovazione, della cultura e della creatività digitale".

La provincia di Milano prevale infatti per incidenza del numero di imprese nel sistema produttivo culturale privato italiano complessivo ma anche per occupati e valore aggiunto prodotto. Si posiziona al secondo posto in assoluto (dopo Roma) tra le province italiane, incidendo per l'11% di imprese e occupati e per il 15% sul valore aggiunto prodotto rispetto al totale Italia.

**TAB. 2 IMPRESE, OCCUPATI E VALORE AGGIUNTO NELLE PROVINCE LOMBARDE, 2012**

Provincia	Imprese	Occupati	Valore ag- giunto
Milano	1.523	8.200	1.214,9
Varese	116	800	93,9
Como	66	600	68,9
Lecco	39	400	42,8
Sondrio	14	200	18,5
Monza e Brianza	112	700	62,3
Bergamo	138	900	106,5
Brescia	158	1.100	119,3
Pavia	59	400	54,3
Lodi	14	200	23,3
Cremona	44	400	41,2
Mantova	54	400	38,5

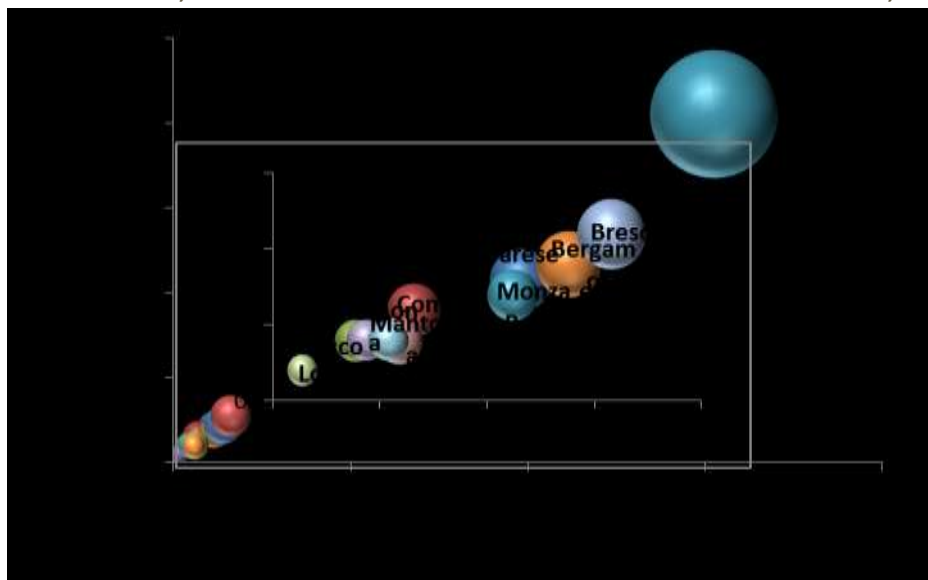
Note: dati valore aggiunto in M€. Fonte: elaborazioni Iem – Rosselli su dati Symbola – Unioncamere

Milano, con 1.523 imprese, 8200 occupati e 1,214 miliardi di Euro di Valore Aggiunto rappresenta infatti non solo, come si è detto, la seconda provincia audiovisiva italiana, ma anche la seconda provincia per incidenza del numero delle imprese nel sistema produttivo culturale privato italiano

<sup>255</sup> Fonte: *Io sono cultura: L'Italia della qualità e della bellezza sfida la crisi*, III Rapporto Unioncamere – Symbola, 2013

complessivo<sup>256</sup> (dopo Firenze, ma prima di Monza-Brianza, Como, Arezzo e Roma, solo al sesto posto), ed è comunque ai primi 10 posti anche nella graduatoria per numero di occupati (all'ottavo posto, col 7,7%) e in quella per Valore Aggiunto (al quarto posto, col 7,9%), sempre considerando il comparto produttivo culturale privato nella sua globalità.

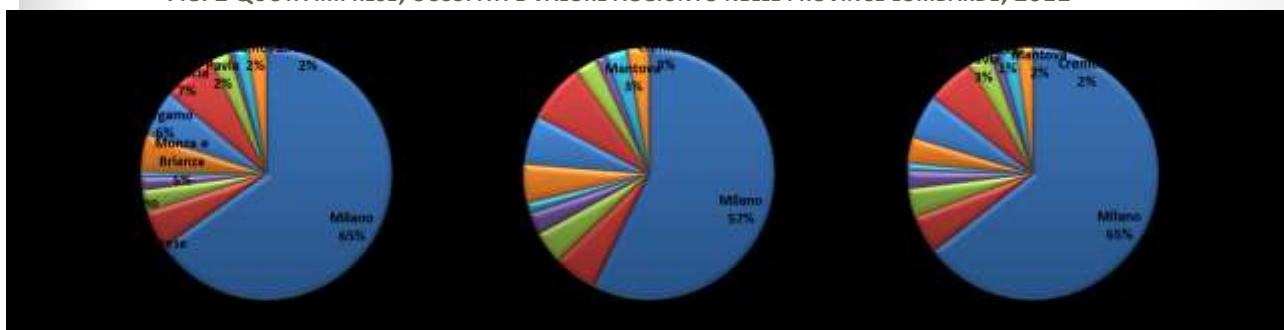
**FIG. 1 IMPRESE, OCCUPATI E VALORE AGGIUNTO NELLE PROVINCE LOMBARDE, 2012**



Fonte: elaborazioni Iem – Rosselli su dati Symbola – Unioncamere

L'incidenza residua regionale è equamente suddivisa tra le altre province nei tre parametri analizzati, con una prevalenza di Brescia e Bergamo.

**FIG. 2 QUOTA IMPRESE, OCCUPATI E VALORE AGGIUNTO NELLE PROVINCE LOMBARDE, 2012**



Fonte: elaborazioni Iem – Rosselli su dati Symbola – Unioncamere

In relazione alla popolazione residente<sup>257</sup> il numero di occupati nel settore ammonta a un occupato ogni 695 abitanti, superiore alla media italiana, che è di un occupato nel settore ogni 812 abitanti. La relazione abitanti/imprese nel settore è invece di un'impresa ogni 4.195 abitanti, superiore al dato italiano di un'impresa ogni 4.452 abitanti.

Il 53,5% delle famiglie lombarde dispone a casa, nel 2012, di un accesso a Internet a banda larga, e quindi la penetrazione è superiore a quella del territorio italiano totale, che è del 48,6%.

<sup>256</sup> Ricordiamo che il sistema produttivo culturale privato italiano, nella definizione di Unioncamere Symbola, comprende, oltre a Film-radio-tv, anche le altre Industrie culturali Videogiochi e software, Musica, e Libri e stampa, Industrie creative quali Architettura, Comunicazione e Branding, Design e Artigianato, Rappresentazioni artistiche/Intrattenimento/Convegni, e Fiere e Musei/Biblioteche/Archivi.

<sup>257</sup> Popolazione al 31 dicembre 2012 in base a dati Istat (Cfr. <http://demo.istat.it/bil2012/index.html>)

La quota del Fondo Unico per lo Spettacolo destinata al cinema nel 2011 è stata, per la regione Lombardia, di 80.2345 euro (l'1,3% del totale quota destinata al cinema a livello nazionale) a beneficio di 186 soggetti. Al cinema è andato l'1,7% della cifra che il FUS ha destinato ai soggetti operanti su territorio lombardo (47 milioni di euro).

I dati Siae<sup>258</sup> sul settore cinematografico mettono in evidenza una forte crisi del settore, che, nel 2012, si è fatta sentire in maniera consistente in tutti i parametri di ricerca.

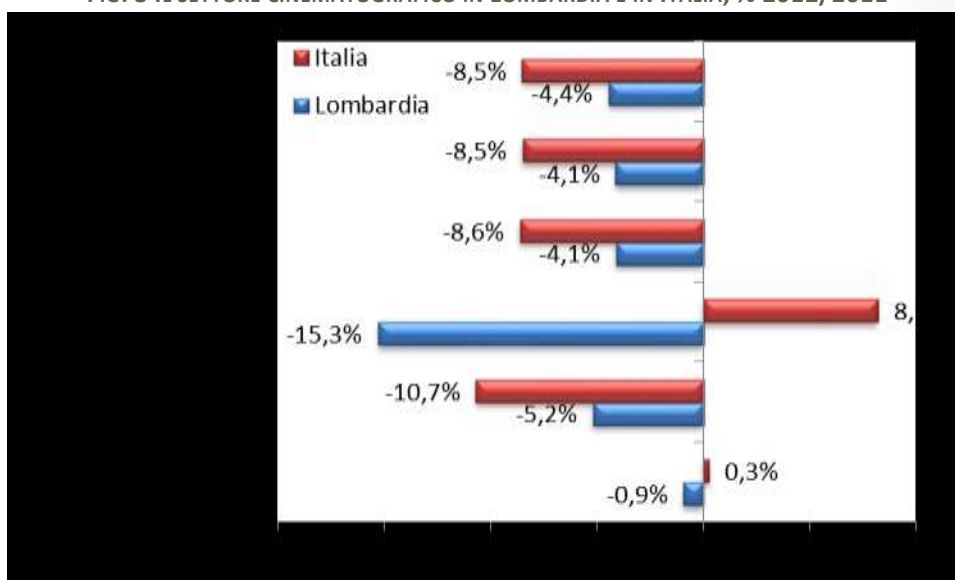
Il numero di spettacoli è passato da 473.413 del 2011 a 469.036 del 2012 (-0,9%), gli ingressi al cinema nel 2012 in tutta la regione sono stati 18.943.128, in calo del 5,2% rispetto al 2011. Le presenze<sup>259</sup> sono diminuite a 429.716 (-15,3%).

Nel 2012 il pubblico ha speso, per l'acquisto di biglietti e abbonamenti al cinema (spesa del botteghino), 128.863.436 euro, in calo del 4,1% rispetto all'anno precedente. La spesa del pubblico<sup>260</sup> ammonta, per questo settore, a 150.482.870 euro, in calo del 4,1%.

Il volume d'affari complessivo relativo al settore cinematografico in Liguria ammonta dunque a 150.980.672 euro, in calo del 4,4% sul 2011.

I dati appena citati sono migliori rispetto quelli nazionali per quanto riguarda spesa del botteghino e del pubblico, volume d'affari e ingressi, sono più bassi rispetto a quelli nazionali per presenze e spettacoli.

FIG. 3 IL SETTORE CINEMATOGRAFICO IN LOMBARDIA E IN ITALIA, % 2012/2011



Fonte: elaborazioni lem – Rosselli su dati Siae

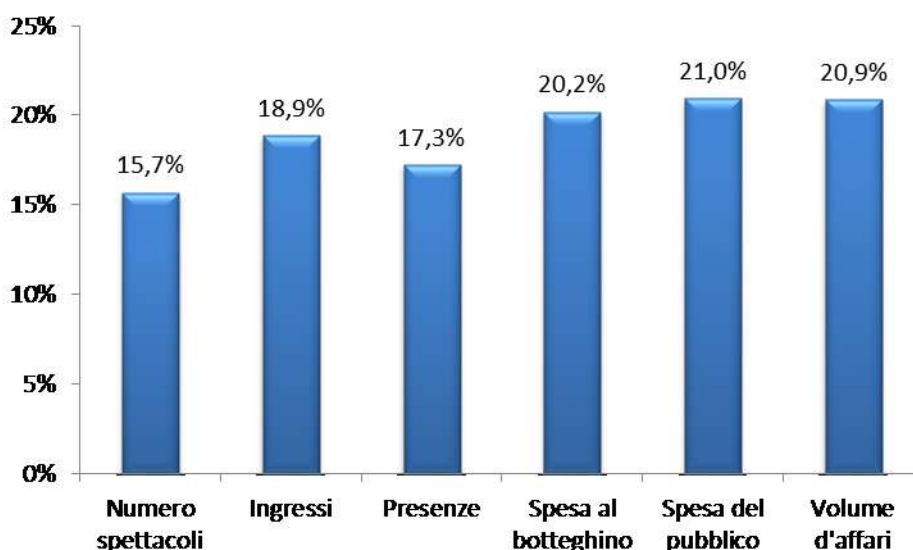
La quota Lombardia sul totale Italia si aggira tra il 15,7% e il 21% per tutti i parametri.

<sup>258</sup> Siae, *Annuario dello Spettacolo*, 2012

<sup>259</sup> A differenza degli ingressi, le presenze vengono utilizzate per quantificare i partecipanti a manifestazioni per le quali non è previsto il rilascio di titoli d'accesso.

<sup>260</sup> L'importo che il pubblico ha destinato, nell'anno 2012, alla fruizione degli spettacoli.

FIG. 4 IL SETTORE CINEMATOGRAFICO IN LOMBARDIA, QUOTA SU TOTALE ITALIA, 2012



Fonte: elaborazioni lem – Rosselli su dati Siae

In Lombardia sono presenti le aziende audiovisive di **dimensioni occupazionali** unitarie più rilevanti (mediamente 23 contribuenti ex Enpals per azienda, nel 2011) insieme a quelle del Lazio (quasi 26) (cfr. Ente dello Spettacolo 2012 su dati Istat).

Per quanto riguarda le singole **imprese di rilievo**, ricordiamo che hanno sede primaria sul territorio:

- 12 aziende di produzione (Eagle Pictures, Moviemax, Mercurio Cinematografica, Colorado, Indiana, Magnolia Fiction, Lumière & Co, Mondo Tv, Pay Per Moon, Ciao Ragazzi, Artis Edizioni Digitali, Alto Verbano) sulle prime 59 italiane;
- metà dei primi 20 distributori italiani (Walt Disney<sup>261</sup>, Prima Tv, 20th Century Fox, Atlantyca Entertainment, Paramount Home Entertainment, Arvato (BG), Mondo Tv, Koch Media, Triboo, Yamato);
- importanti industrie tecniche (quali Technicolor, Cinemeccanica, Icet Studios) e di servizi (quali Opus Proclama e Quantum Marketing Italia)<sup>262</sup>.
- ma soprattutto 6 dei primi 10 editori televisivi nazionali per ascolti (Mediaset, Sky, Discovery, Mtv-Viacom, De Agostini, Disney) (cfr. Labmedia 2013 su dati Auditel). Ricordiamo che il segmento broadcasting è molto rilevante per la Lombardia, sia per fatturati che per occupati: i tre principali editori nazionali (compresa Rai e il suo storico ma sottoutilizzato centro di produzione<sup>263</sup>) vi impiegano infatti da soli più di 6.000 lavoratori dipendenti.
- I dati sul fatturato audiovisivo, disponibili fino all'anno 2010, evidenziano però una crisi più evidente che altrove: -39% tra il 2008 e il 2010, a fronte di un più contenuto -13% in Lazio e della media nazionale del -17% (ibidem).

Le oltre 2000 società audiovisive attive sul territorio sono state recentemente censite in una ricerca commissionata dal Lombardia Film Commission a Labmedia nel 2012, che ha aggiornato la pre-

<sup>261</sup> Per questa impresa sono disponibili i bilanci 2012: 52 milioni di Euro di ricavi e 3,4 di risultato operativo. E' la nona azienda audiovisiva italiana, dopo le romane Rai Cinema, Medusa, Warner, Taodue, Space Cinema, Fandango e le milanesi Eagle Pictures e Technicolor, e prima di Cattleya. (Fonte: Ente dello Spettacolo 2013).

<sup>262</sup> Cfr. Ente dello Spettacolo 2012 su dati InfoCamere et alia.

<sup>263</sup> Il Centro di Produzione Rai di Milano fu inaugurato il 12 aprile 1952, prima ancora della nascita ufficiale del servizio pubblico italiano, nel 1954; dopo essere stato negli anni '50 una fucina di contenuti e linguaggi, anche la parte tecnologica emigrò a Torino, e cominciò un lento declino che portò fino all'attuale marginalizzazione (nel 2006 si calcolò che meno del 10% dell'autoprodotto Rai venisse realizzato a Milano). A fine ottobre 2013 vi sono state manifestazioni di protesta riguardanti il progressivo "svuotamento" della sede milanese (come delle altre sedi locali), fino alla clamorosa decisione di portare la direzione di Rai Expo a Roma.

cedente ricerca "Tv job" del 2005<sup>264</sup>. Le 385 imprese rispondenti e inserite nella production guide on line (vedi *infra*) hanno offerto alcune considerazioni interessanti sul tessuto produttivo locale. Per quanto riguarda le **specificità regionali** in termini di generi produttivi audiovisivi, il campione conferma una flessibilità e una non-specializzazione (al di là di alcune vocazioni storiche quali audiovisivo d'impresa, multimedia e animazione), indizio sia di eclettismo che di diversificazione come risposta alla crisi. Una crisi che sembra aver colpito soprattutto i soggetti di medie dimensioni, che hanno visto interrompersi rapporti di committenza stabili e che hanno sofferto maggiormente della contrazione delle risorse pubbliche e/o del mercato pubblicitario, portando ad una più marcata polarizzazione del mercato tra grandi e piccolissime aziende.

Anche il dato sulla bassa anzianità media delle imprese registrate (quasi la metà del campione ha meno di 10 anni di vita) ha confermato sia un sintomo di dinamismo del mercato che una forte instabilità, mentre un'altra evidenza è relativa alla scarsa rappresentatività di ciascuna delle molte microrealtà associative presenti sul territorio<sup>265</sup>.

Secondo LFC sarebbe interessante poter investire in un Osservatorio permanente, aggiornato con cadenza annuale, per comprendere ad esempio quali sono i generi audiovisivi che garantiscono una maggior ricaduta territoriale.

Secondo Apil sarebbe invece necessario investire in un'analisi del territorio che anticipi le tendenze del mercato e ne faciliti lo sviluppo.

## 2 La Film Commission

La Fondazione Lombardia Film Commission ha tra i suoi soci fondatori, oltre a Regione Lombardia e Comune di Milano, anche Unioncamere<sup>266</sup> e Fondazione Cariplo<sup>267</sup>, presenti ciascuno con un proprio membro nel CdA: il ruolo principale è svolto dalla Regione, che, come vedremo, fornisce quasi il 60% della dotazione economica della LFC stessa, ed è attiva con una specifica Struttura Cinema<sup>268</sup>.

<sup>264</sup> "Tv job. Le professionalità dell'audiovisivo in Lombardia, Multimediamente-Labmedia-Triennale di Milano per Regione Lombardia, 2005. Cfr. [www.tvjob.it](http://www.tvjob.it).

<sup>265</sup> Citiamo ad esempio uffici lombardi di Anica e Agis-Anec, Cartoon Lombardia, PACT, APIL (cfr. *infra*).

<sup>266</sup> Unioncamere, Unione italiana delle Camere di commercio, industria, artigianato e agricoltura, è l'ente pubblico che unisce e rappresenta istituzionalmente il sistema camerale italiano.

Fondata nel 1901, realizza e gestisce servizi e attività di interesse delle Camere di commercio e delle categorie economiche, coordinando le iniziative del Sistema attraverso direttive e indirizzi agli organismi che ne fanno parte. Per l'esercizio delle funzioni e dei compiti affidati dalla legge agli enti camerari, Unioncamere stipula con le amministrazioni centrali dello Stato, enti pubblici nazionali o locale, accordi di programma, intese e convenzioni promuovendo e sostenendo il raccordo del Sistema camerale con le organizzazioni imprenditoriali, dei consumatori e dei lavoratori (cfr. [www.unioncamere.gov.it](http://www.unioncamere.gov.it)). Unioncamere Lombardia mette in rete le 12 Camere di Commercio provinciali, con un terreno normativo comune, ma rispettando l'identità propria di ogni singola Camera, riflesso di natura economica del territorio, composizione degli iscritti, storia e vocazione.

<sup>267</sup> Fondazione Cariplo è un soggetto filantropico che concede contributi a fondo perduto (attraverso bandi, erogazioni emblematiche, territoriali, istituzionali e patrocini) alle organizzazioni del Terzo Settore per la realizzazione di progetti di utilità sociale, nelle aree Ambiente, Arte e Cultura, Ricerca Scientifica, Servizi alla Persona.

<sup>268</sup> La Direzione Funzione Specialistica Cinema ha, tra le sue competenze e aree di attività: il supporto al raggiungimento degli obiettivi del PRS in materia di valorizzazione del cinema; il supporto alla gestione dei rapporti a livello interregionale, nazionale ed europeo volti allo sviluppo delle produzioni cinematografiche ed audiovisive; la gestione del coordinamento dei tavoli di confronto con soggetti coinvolti nel mondo cinematografico alla fine di attivare un canale di ascolto degli stakeholder, promuoverne e condividerne strategie e linee di intervento; l'implementazione delle politiche volte ad aumentare la visibilità e l'attrattività del territorio lombardo attraverso i prodotti cinematografici; la gestione dei rapporti con la Fondazione Lombardia Film Commission, e col Centro Sperimentale di Cinematografia; la gestione delle attività legate all'AdP ex Manifattura Tabacchi di Milano; il coordinamento delle attività di promozione dell'arte cinematografica e di sostegno alla produzione cinematografica in raccordo con le politiche regionali per le imprese e per la cultura in collaborazione con il sistema regionale; l'attuazione delle linee strategiche di promozione del cinema sul territorio lombardo.

Ha avviato la sua attività nel 2000, ma ha iniziato un nuovo corso nel 2009, con l'arrivo di Alberto Contri prima come Presidente e poi come Direttore, che ha cercato di ricostruire una nuova credibilità alla LFC. Sempre a proposito del management, è significativo che sia il nuovo Presidente Paolo Pelizza, nominato nel gennaio 2013, sia il rappresentante del Comune di Milano, Minnie Ferrara, siano entrambi produttori.

Aderisce, oltre che all'IFC, anche allo EFCN – European Film Commission Network.

## 2.1 Scheda Anagrafica

<b>Logo</b>	
<b>Nome completo</b>	<b>LOMBARDIA FILM COMMISSION</b>
<b>Forma giuridica</b>	Fondazione non-profit
<b>Enti pubblici/privati nella compagine</b>	Regione (Assessorato alla Cultura) Comune (Assessorato alla Cultura) Unioncamere Lombardia Fondazione Cariplo
<b>Persone di riferimento</b>	Presidente: Paolo Pelizza Direttore Generale: Alberto Contri Consiglieri: Minnie Ferrara, Sergio Rossi, Dario Bolis
<b>Data di istituzione</b>	1999
<b>Data di avvio attività</b>	2000
<b>Indirizzo</b>	Corso San Gottardo 5, Milano (provvisoria)
<b>Contatti telefonici</b>	02/89.41.00.90
<b>Sito e mail</b>	www.filmcomlombardia.it filmcom@filmcomlombardia.it
<b>Pagina Facebook/Twitter</b>	=
<b>Eventuali altre sedi</b>	Cologno Monzese - Viale Emilia 83
<b>Altre FC attive sul territorio</b>	Mantova, Busto Arsizio, Bergamo, Brescia, Lodi, Como, Lecco, Pavia, Valtellina (non aderenti al Coordinamento Nazionale) (non aderenti al Coordinamento Nazionale)

Da citare come significativa la capillare rete di piccole FC locali sparse sulla regione: agli uffici territoriali a Bergamo, Brescia, Busto Arsizio, Como, Lecco, Lodi, Mantova, Monza si è aggiunta nel luglio 2013 a Sondrio la Valtellina FC, all'interno del Consorzio per la Destinazione Turistica Valtellina.

## 2.2 Mission e attività, azioni di monitoraggio

LFC definisce come suo scopo primario “il sostegno e la promozione della produzione audiovisiva”, e, in seconda e terza battuta, lo sviluppo dell'indotto economico/produttivo, e l'incentivazione del lavoro delle risorse umane. La finalità di promozione turistica viene autodichiarata come non prioritaria, anche se alcuni stakeholders (Cariplo e Apil) pensano che attualmente sia perseguita come primaria (mentre dovrebbe esserlo il sostegno alla produzione). I servizi offerti comprendono, in ordine gerarchico di importanza, l'assistenza ai permessi, lo scouting delle location, la fornitura di uffici alle produzioni e la segnalazione delle risorse umane, mentre non vengono concesse facilities e ospitalità alle produzioni (non ci sono accordi per abbassare i costi di location e catering), assistenza allo shooting, finanziamenti, nè organizzate iniziative di formazione e matchmaking, promozione culturale o turistica.

L'assistenza ai permessi è stato il primo fronte su cui la nuova gestione si è focalizzata, rappresentando una delle maggiori resistenze alla scelta della Lombardia come location cinematografica (insieme alla scarsità di sostegni): chi voleva girare un lungometraggio in regione doveva compiere una sorta di “via crucis” per vari uffici pubblici, per ottenere ben 16 diversi permessi<sup>269</sup>, impiegando complessivamente fino a 40 giorni contro i 5 di una analoga procedura piemontese. Attualmente LFC si sta ancora battendo per una sburocratizzazione del processo, che è stata avviata negli ultimi 3 anni, presso tutti gli interlocutori istituzionali<sup>270</sup>; la tassa comunale di occupazione del suolo pubblico è stata ridotta, su richiesta di LFC, ma solo per le produzioni cinematografiche (e non per quelle pubblicitarie). La fornitura di uffici viene attualmente perseguita tramite la messa a disposizione temporanea di uffici, sale riunioni e casting, e postazione Final Cut, nell'attuale<sup>271</sup> sede di LFC a Milano centro, e di un piccolo Cineporto di 550 mq attrezzato a Cologno Monzese<sup>272</sup>, con uffici, sale riunioni e casting, camerini, magazzino scenografie, garage. La segnalazione di location e di risorse umane viene effettuata grazie al nuovo portale, inaugurato nell'aprile 2013, anche se per alcuni stakeholders (Apil) la funzione di incentivazione del lavoro delle risorse umane non viene di fatto perseguita, anche per la mancanza di conoscenza specifica di alcuni ruoli.

## 2.3 Produzioni assistite

Analizzando il numero delle produzioni audiovisive assistite (nell'accezione “di base” di assistenza tramite servizi, senza sostegni e finanziamenti) da LFC negli ultimi due anni e mezzo si nota una ripresa del primo semestre 2013 in contrasto con la contrazione del 2012 rispetto al 2011., Da evidenziare che i dati quantitativi includono molte produzioni a basso budget e/o a ridotta ricaduta locale (nel numero di giorni di ripresa e di risorse umane locali coinvolte). Interessante osservare la riduzione tra il 2011 e il 2012 dei lungometraggi sostenuti a fronte di un incremento della produzioni tv non fiction.

<sup>269</sup> “16 permessi per girare all'ombra della Madonnina”, Italia Oggi, 16 luglio 2013.

<sup>270</sup> “Il problema dei permessi è lontano dall'essere risolto, perchè la moltiplicazione degli interlocutori dilata i tempi. Finchè non ci saranno indirizzi comuni, come avvenuto, per esempio, a Torino, con la delibera quadro del '99, ogni comparto continuerà a vivere il proprio territorio come un feudo”. Intervista ad Alberto Contri, in “Ma quanto ci piacciono i luoghi comuni?”, Otto e mezzo, maggio 2013.

<sup>271</sup> LFC si trasferirà, in data ancora ignota, nel nuovo polo audiovisivo delle ex Manifatture Tabacchi di Viale Fulvio Testi (a Nord di Milano), attualmente sede del MIC Museo Interattivo del Cinema (da novembre 2012) e del Centro Sperimentale di Cinematografia (da settembre 2013), e destinato ad ospitare in futuro anche la nuova sede delle Scuole Civiche di cinema, televisione e nuovi media del Comune di Milano, la Fondazione Cineteca Italiana e operatori privati attivi nel settore audiovisivo. Il Centro comprenderà sale espositive, laboratori, depositi, una caffetteria, una mediateca e un auditorium, sale di posa flessibili, uno spazio polifunzionale, un “incubatore di impresa e di talenti” con attrezzature tecniche per realizzare start up di nuove attività nel campo della comunicazione e dei new media, e un'ampia area esterna con una tensostruttura removibile che ospiterà eventi.

<sup>272</sup> Secondo alcuni stakeholders gli uffici del Cineporto non sono adeguati nè per dimensioni nè per caratteristiche strutturali nè per posizione logistica (e quindi raggiungibilità).



TAB. 3 PRODUZIONI ASSISTITE DALLA FC NEL 2011, 2012 E I SEMESTRE 2013 PER GENERE PRODUTTIVO

Produzioni	2011	2012	1 H 2013
Lungometraggi cinematografici	21	15	15
Fiction/film per la tv	7	6	3
Documentari	25	23	9
Cortometraggi	19	17	15
Pubblicità	11	7	8
Videoclip	11	8	6
Programmi per la tv	11	15	14
Altro (eventi/festival/web)	8	7	3
Altro (servizi fotografici)	6	3	7
<b>TOTALE</b>	<b>119</b>	<b>101</b>	<b>80<sup>273</sup></b>

Fonte: LFC

Lo scorporo per area di provenienza delle società di produzione mostra il dimezzamento nel 2012 delle produzioni europee, che nel 2011 avevano raggiunto il 15% del totale.

TAB. 4 PRODUZIONI ASSISTITE DALLA FC NEL 2011, 2012 E I SEM. 2013 PER PROVENIENZA GEOGRAFICA

	2011	2012	1 H 2013
Nazionali	96	85	74
Europee	18	9	3
Extraeuropee	5	7	3
<b>TOTALE</b>	<b>119</b>	<b>101</b>	<b>80</b>

Fonte: LFC

Tra le produzioni extraeuropee è però interessante notare come siano state ospitate per ben 6 volte negli ultimi anni produzioni indiane, concedendo varie location (compresa la prestigiosa Galleria Vittorio Emanuele di Milano) a film di Bollywood quali "Race Gurram", "Ajab Gazzab love", "Baadshad", "Paglu", "Telugu"...): dalla collaborazione con la più prolifica industria cinematografica del mondo potrebbero tra l'altro arrivare significative ricadute di cineturismo, sulla scia di analoghe operazioni compiute dalla Puglia e dalla Svizzera.

A fine ottobre 2013 è giunta inoltre a Milano la prima produzione cinematografica cinese, quella del film "Love in Milan", ambientata nel mondo della moda, primo episodio di una trilogia, da cui LFC si attende un ritorno in termini di presenze cineturistiche di circa 600-700.000 persone<sup>274</sup>.

La spesa stimata generata sul territorio dalle produzioni assistite da LFC sarebbe passata da 4,5 milioni nel 2011 a 9,5 milioni nel 2012<sup>275</sup>, mentre non sono disponibili nè dati sulle settimane di lavorazione nè dati sull'indotto indiretto complessivo generato.

Nelle produzioni girate recentemente in regione col sostegno di LFC (il 75% delle quali a Milano), oltre a numerose piccole produzioni low budget (tra cui "L'ultimo pastore" di Marco Bonfanti) figurano anche titoli importanti, tra cui le fiction "Le mani dentro la città" (produzione Taodue, regia di Alessandro Angelini), e "Una grande famiglia" (produzione Magnolia Fiction), e il lungometraggio "L'intrepido" di Gianni Amelio con Antonio Albanese, presente anche al Festival di Venezia 2013, e girato esclusivamente a Milano in molte location anche inedite.

<sup>273</sup> Il dato di fine settembre 2013 (140 produzioni assistite) ha già superato il totale annuale sia del 2011 che del 2012.

<sup>274</sup> Repubblica, 29.10.2013.

<sup>275</sup> La fonte di questa stima, comprendente giornate di lavorazione, fatturato delle produzioni, ristoranti/hotel, è una rielaborazione interna LFC di dati forniti dalle produzioni assistite.

## 2.4 Risorse e costi

Il budget di LFC è stato nel 2012 di 800.000 Euro, di cui 400k provenienti da Regione Lombardia, 100k ciascuno da Comune di Milano, Cariplo e Unioncamere, e ulteriori 100k come contributo eccezionale una tantum dalla Regione Lombardia. Per il 2013, su cui sono stati confermati i contributi di Regione, Comune e Cariplo, si attende ancora la conferma della quota di Unioncamere: in caso positivo sarà quindi disponibile un budget di 700k.

Il modesto contributo della Regione, pur sommato ai fondi per la digitalizzazione delle sale (1.500.000 euro) e a quelli erogati al Centro Sperimentale di Cinematografia (300k)<sup>276</sup>, colloca la Lombardia tra le regioni a minor investimento audiovisivo, soprattutto se correlato al PIL procapite, parametro in cui figura non solo prima in Italia ma tra le prime in Europa: sesta nel 2009, con 32.500 euro.

Le voci di spesa comprendono, nelle stime fornite da LFC, circa il 55% di costi di personale, 15% di spese generali, 10% di costi tecnologici, 10% di servizi alle produzioni (costituito prevalentemente dall'affitto del Cineporto), e un residuo 10% di promozione/ eventi.

Il budget a disposizione viene ritenuto insufficiente dagli stakeholders interpellati, soprattutto per quanto riguarda le voci di spesa di accoglienza/ospitalità alle produzioni, fondi di sostegno, costi del personale, promozione eventi anche ai mercati e ai festival (quindi tutte le voci tranne le spese generali/amministrative e quelle tecnologiche).

Le risorse umane della FCTP comprendevano nel 2012 3 unità a tempo indeterminato (una sulle produzioni, un fotografo sulle location, un montatore sul sito), 1 unità anno cocopro e 2 consulenti. In calo rispetto al 2011, l'organico viene considerato "sottostaffato" dalla LFC stessa e da tutti gli stakeholders: secondo LFC servirebbero risorse nel reparto di assistenza alle produzioni e nel reparto tecnico (montaggi video, gestione sito), secondo Cariplo nel servizio di scouting location e per le relazioni con le case di produzione; secondo Apil sarebbe invece necessarie invece 3 risorse e altrettante competenze aggiuntive (un esperto di marketing territoriale, uno di mercato cinematografico e uno di produzione indipendente).

## 2.5 Servizi on line

I servizi on line della FCTP si concentrano (data l'assenza di servizi di social media) nel sito [www.filmcomlombardia.it](http://www.filmcomlombardia.it), disponibile in italiano e inglese, varato nella versione attuale, nella primavera 2013<sup>277</sup>, dopo un lungo lavoro di allestimento della Production guide e di riorganizzazione del Database location.



<sup>276</sup> Fonte: AGIS-ANEC Lombardia, ANICA Milano, Cartoon Lombardia.

<sup>277</sup> Prima del restyling aveva solo 240 utenti unici mensili medi.

La **Location guide** pubblicata on line<sup>278</sup>, strutturata in un database ad accesso ristretto (accessibile dopo aver richiesto e ricevuto credenziali di accesso) ricercabile per tipologia e provincia, consta di 2000 location censite con circa 26mila immagini, brevi schede descrittive, mappe e meteo), ed è ritenuta da LFC rappresentativa all'85% delle location effettivamente disponibili in regione. Non è possibile per gli utenti segnalare direttamente una nuova location compilando un form.

Anche la **Production Guide**<sup>279</sup> è un database on line ad accesso ristretto, e si articola in "Aziende" (divise in Imprese, Editori ed Enti) e "Risorse umane" (professionisti e artisti), aggiornabile dagli utenti: conteneva, all'aprile 2013, le schede dettagliate di 385 Imprese, 77 Editori e 67 Enti, 546 Professionisti e 136 Artisti.

La guida viene ritenuta rappresentativa dalla LFC stessa all'80% delle risorse effettivamente presenti sul territorio, considerando la tipologia di soggetti di interesse per una FC<sup>280</sup>.

Il Film Database<sup>281</sup> è invece un database aperto, ricercabile per anno di produzione, genere audiovisivo e provincia della location, che contiene più di 370 (al settembre 2013) schede di altrettante produzioni girate con l'assistenza di LFC dal 2009 ad oggi.

Nella sezione "Corsi e bandi" è presente un dettagliato database aperto di Corsi di formazione all'audiovisivo, ricercabile per Livello (Post Licenza media inferiore, Post diploma, Post Laurea di primo livello, Post Laurea specialistica), e/o per Tipologia di corso (Lauree Triennali e Specialistiche, Master Universitari e non, Corsi di specializzazione, workshop tecnici e Alta formazione), e/o per provincia e/o per Ente formativo: si tratta di ben 135 corsi, erogati da 33 enti formativi<sup>282</sup>.

Il sito contiene inoltre una sezione News con comunicati e rassegna stampa, e una sezione di Tools – info utili. I contatti con il personale non sono dettagliati e non comprendono nominativi e recapiti dei collaboratori. Dalla home page è possibile scaricare due newsletter: quella di LFC, e "Oltre la siepe – Sguardi sull'innovazione audiovisiva", pubblicazione semestrale di alta qualità su tematiche innovative quali webseries, branded content e Video on Demand, affrontate soprattutto con panoramiche dai mercati internazionali, in particolare quello USA.

I servizi on line vengono complessivamente ritenuti parzialmente adeguati dagli stakeholders: come aree di miglioramento vengono indicate una grafica più accattivante e servizi di social media/networking.

## 2.6 Relazioni istituzionali

LFC dichiara tra i propri interlocutori istituzionali privilegiati, oltre naturalmente a Regione e Comune, i soci Camere di Commercio (per cui, oltre che per gli enti locali, organizza una serie di workshop sull'audiovisivo) e Fondazione Cariplo (con cui ha una partnership attiva sui bandi per i distretti culturali che riguardano l'audiovisivo<sup>283</sup>); tra gli altri referenti si interfaccia anche con le Scuole Civiche<sup>284</sup>, a cui tra l'altro contribuisce annualmente per i corti realizzati come progetti

<sup>278</sup> [www.filmcomlombardia.it/servizi/location.php](http://www.filmcomlombardia.it/servizi/location.php)

<sup>279</sup> [www.filmcomlombardia.it/guida\\_alla\\_produzione/](http://www.filmcomlombardia.it/guida_alla_produzione/)

<sup>280</sup> Chiaramente 450 società e 700 persone fisiche non sono rappresentative che in piccola parte delle oltre 2000 aziende e dei 14.000 occupati lombardi, ma si deve tener conto del fatto che la tipologia di Impresa che aderisce ad una production guide è orientata al versante della fornitura di servizi, come le tipologie di ruoli professionali ai free lance della produzione. Per escludere questa deformazione statistica si è invece proceduto ad un censimento desk di Editori ed Enti, che risultano viceversa censiti in modo capillare e pressochè esaustivo dell'universo.

<sup>281</sup> [www.filmcomlombardia.it/produzioni/ricerca\\_produzioni.php](http://www.filmcomlombardia.it/produzioni/ricerca_produzioni.php)

<sup>282</sup> I contenuti di Production Guide e database Formazione sono stati curati da Labmedia nell'ambito del citato censimento dell'audiovisivo lombardo 2012-2013.

<sup>283</sup> Il progetto "Distretti culturali" di Fondazione Cariplo ha l'obiettivo di promuovere la valorizzazione del patrimonio culturale in una logica di sviluppo del territorio. Per i Distretti culturali (Valle Camonica, Oltrepò Mantovano, Regge dei Gonzaga, Monza e Brianza, Provincia di Cremona, Valtellina) sostenuti da Fondazione Cariplo con oltre 20 milioni di euro, è previsto un piano di interventi pluriennale da realizzare entro il 2014.

<sup>284</sup> Fondazione Milano - Scuole Civiche di Milano è un Ente di Alta Formazione partecipato del Comune di Milano, e articolato in quattro dipartimenti: Musica, Teatro (Scuola Paolo Grassi), Cinema e televisione, Lingue (traduzione/interpretariato/relazioni internazionali). Sulla Milano Scuola di Cinema e Televisione cfr. *infra*, al paragrafo dedicato alla Formazione.

scolastici (nel 2013 con un piccolo contributo di 2.000 euro che dovrebbe essere innalzato a 15mila per l'anno successivo).

Con le istituzioni viene intrapresa una costante azione di sensibilizzazione a favore del comparto, nel tentativo di far comprendere che l'audiovisivo genera sia un indotto specifico a breve termine (trasporti, ristorazione, alberghi, commercio), sia un indotto indiretto con effetti duraturi (cine-turismo, promozione dell'immagine del territorio).

All'interno del nostro campione di stakeholder (non statisticamente rilevante, ma comunque significativo) del mondo della produzione:

- APIL, Associazione dei Produttori Indipendenti Lombardia, percepisce invece come parzialmente adeguate o poco coordinate le relazioni della LFC con l'Assessorato alla Cultura della Regione, con il Comune (nonostante la presenza di un Ufficio cinema) e con Unioncamere (con cui non si studiano iniziative nè sulle PMI che in passato hanno investito sul cinema nè sui mercati esteri con ICE), e come inadeguate quelle con la Provincia, i broadcaster (con cui si relazionerebbero unicamente per le location, senza svolgere un servizio di segnalazione di produttori e risorse umane nè per fare endorsement ai progetti locali), con le imprese (per eventuali sponsorizzazioni) e quelle con la associazioni di categoria (Anica, Pact<sup>285</sup>, Apil stessa), con cui nonostante una teorica collaborazione non vengono organizzate iniziative comuni (neanche in termini di convegnistica). Il giudizio di LFC è quindi di una inadeguatezza nell'attivare circoli virtuosi basati sull'interazione tra banche, istituzioni, e privati.
- Cartoon Lombardia afferma di avere scarsi rapporti con LFC, a causa della propria specializzazione verticale nell'animazione (anche se una accezione più ampia e strategica dell'animazione potrebbe dar modo di includerla nella valorizzazione del territorio, cfr. *infra*).

## 2.7 Obiettivi della FC

LFC prosegue il suo tentativo, varato dalla gestione Contri, di interpretare un ruolo di snodo chiave per attirare e assistere le produzioni.

Sarà probabilmente implementato entro il 2013 lo Sportello unico per il cinema di Milano, grazie alla stretta collaborazione tra LFC e l'Assessorato alla Cultura del Comune, a cui è stata riaffidata la delega per il Cinema: la sua attivazione dovrebbe risolvere i problemi burocratici che hanno contraddistinto l'accesso ai permessi per le riprese da parte delle produzioni.

Per LFC gli obiettivi a breve-medio termine sono ora principalmente quelli di:

- incrementare il numero di produzioni assistite e l'attrattività per i produttori di cinema e fiction (offrendo ospitalità, assistenza tecnologica e database location),
- perseguire l'internazionalizzazione, grazie ai sempre maggior contatti con troupe indiane (presenti già più volte sul territorio, come si è detto), tedesche, cinesi e russe (nel medio termine). L'internazionalizzazione è infatti considerata una vocazione "più nelle corde di Milano che di Roma".

Il Film Fund (cfr. *infra*) è invece il primo obiettivo indicato dagli stakeholders, quello segnalato come prioritario e urgente.

Questi gli obiettivi che secondo APIL dovrebbero essere primari (legati ad una interpretazione di Film Commission che non mirino tanto alla crescita dell'indotto quanto all'incremento della produzione cinematografica locale e nazionale):

creazione di un Fondo stabile di sviluppo di opere prime cinematografiche e documentari  
 creazione di un tavolo permanente tra istituzioni, associazioni, produttori, scuole, enti, che metta in rete le realtà esistenti (e realizzazione di uno studio per la messa a sistema del comparto, che anticipi le tendenze del mercato e ne faciliti lo sviluppo)

<sup>285</sup> PACT, Patto per l'Audio-Cine-Televisivo, raggruppa alcuni lavoratori e società tecniche e produttive, e ha tra le proprie finalità il rilancio delle industrie tecniche lombarde.

creazione di corsi di formazione permanente per operatori di settore e di iniziative di matchmaking /coproduzione anche sul versante estero  
 maggiore presenza nell'accoglienza alle produzioni  
 maggiore supporto a produttori locali in programmi di scambio e coproduzione con altri Paesi  
 creazione di un Cineporto adeguato che funga anche da incubatore di imprese.

## 2.8 Giudizio complessivo

Il bilancio e il giudizio complessivo degli stakeholders sull'operato della LFC è parzialmente adeguato, e pesantemente condizionato dalla forte limitatezza delle risorse disponibili, che ha fortemente ridotto il raggio di azione degli interventi possibili.

Tra le aree di miglioramento citate come prioritarie figurano l'assistenza alle produzioni, e possibili sostegni allo sviluppo e a documentari e cortometraggi.

## 3 Fondi

Fino al 2010/2011 l'unico Fondo esistente in Lombardia per l'audiovisivo, peraltro non gestito dalla LFC, era un Fondo di rotazione della Regione, con una dotazione di un milione di Euro. Il fondo è stato scarsamente utilizzato dalle imprese di produzione in quanto i criteri del bando non erano adeguati al settore audiovisivo e non erano di fatto compatibili con le prassi e le tempistiche della produzione<sup>286</sup>.

LFC sosteneva invece da tempo la necessità di un vero e proprio Film Fund, e aveva richiesto una dotazione di almeno 3 milioni e mezzo di Euro<sup>287</sup>: nell'estate 2013 è stato approvato ufficialmente un Fondo di 1.500.000 euro, messo a disposizione da Regione Lombardia, destinato a lungometraggi, documentari, serie tv, webseries, animazione (e quindi che include tutto l'audiovisivo tranne i corti, gli spot e i programmi tv), a fondo perduto e non a rotazione: il Fondo avrà modalità di erogazione in parte "a sportello" (per l'ospitalità, le spese di postproduzione, le maestranze...), in parte "a bando", per la sola produzione (mentre eventuali fondi per lo Sviluppo dovrebbero essere erogati direttamente dalla Regione<sup>288</sup>). A valutare l'idoneità delle domande sarà un comitato di valutazione con 5 membri, naturalmente con attività professionali non in conflitto di interesse con le erogazioni<sup>289</sup>. Il nuovo Fondo sarà ufficialmente varato il 15 novembre 2013, e le domande andranno presentate entro il 2013<sup>290</sup>.

<sup>286</sup> Il "Bando per finanziamenti per progetti di produzione cinematografica" destinava 1.000.000,00 di Euro per promuovere le produzioni cinematografiche in un'ottica di sviluppo economico e culturale e di sostegno alla filiera dell'audiovisivo. Potevano beneficiare del finanziamento piccole e medie imprese la cui principale attività fosse la produzione audiovisiva. Non erano ammesse a finanziamento le candidature di imprese tra loro raggruppate o associate sotto qualsiasi forma. Ogni soggetto non poteva presentare più di una domanda di partecipazione al bando, né direttamente, né indirettamente, ovvero tramite società controllate o collegate. Erano ammesse all'intervento finanziario le seguenti tipologie di produzioni: a) opere prime destinate ad uno sfruttamento commerciale, b) documentari destinati ad uno sfruttamento commerciale, c) lungometraggi di fiction e film di animazione destinati ad uno sfruttamento commerciale. Erano finanziabili produzioni in cui almeno il 50% del budget di produzione complessivo dell'opera venisse speso nella regione Lombardia.

<sup>287</sup> Secondo APIL sarebbero stati necessari 6 milioni di Euro: 1 per lo sviluppo, 3 per la produzione e 2 per la postproduzione e i teatri di posa.

<sup>288</sup> Secondo LFC infatti la FC non dovrebbe essere considerata un "incubatore dell'audiovisivo", e quindi il sostegno allo Sviluppo non rientrerebbe nella propria mission statutaria.

<sup>289</sup> Mentre scriviamo questa scheda (22.10.2013) sta per essere condivisa con le associazioni di categoria la formulazione dei vincoli territoriali posti a condizione delle erogazioni del Fondo, ipotizzata da LFC: oltre al 150% di spesa sul territorio e al 25% dei giorni di lavorazione, prevederebbe il 25% del budget delle troupes, il 25% del budget di talents (attori, animatori...) o professionisti, e il 25% delle imprese tecniche (postproduzione, noleggi mezzi...).

<sup>290</sup> Ancora incerta la possibilità di inglobare nel nuovo Film Fund il milione di Euro del vecchio Fondo di rotazione, di estendere all'audiovisivo il Fondo di garanzia (legge 21) finora utilizzabile solo per lo spettacolo dal vivo, e di utilizzare i Fondi speciali europei per la formazione continua e l'alta formazione.

#### 4 Innovazione ed eccellenze

Fino al recente passato, Milano ha alimentato un rilevante distretto di postproduzione e fornitura tecnica, che è stato particolarmente segnato dalla recessione.

Anche la **pubblicità**, che era uno dei generi elettivi dell'audiovisivo milanese, conosce oggi una profonda crisi, che ha portato alla chiusura molte case di produzione storiche e di grande prestigio. La stessa crisi vale anche per Milano come location di spot: anche la società che è rimasta leader, il gruppo Filmmaster, ha girato in regione nel 2012 solo il 20% dei 90 spot prodotti, praticamente solo quelli in interni, prediligendo set spagnoli e in Est Europa, sia per i minori costi sia per la minore burocratizzazione<sup>291</sup>.

Il multimediale, la piattaforma web e in generale i **media digitali** sono indicati da LFC come l'eccellenza audiovisiva territoriale. Un genere che potenzialmente potrebbe crescere molto è ad esempio quello della **webseries**, soprattutto nella sua accezione americana, che include dinamiche collaborative "dal basso" con gli utenti, che interagiscono con la produzione parallelamente alla fruizione<sup>292</sup>. Il fatto però che su questi ambiti non siano ancora chiari i modelli di business non contribuisce a far decollare le potenzialità in campo.

Tra i generi di eccellenza citiamo l'**animazione**, che ha avuto un glorioso passato nell'era del Carosello (hanno operato o operano tuttora in regione i fratelli Pagot, Bruno Bozzetto, Giulio Cingoli, Fusako Yusaki, Osvaldo Cavandoli, Pierluigi De Mas, la Gamma Film di Roberto Gavioli), e che attualmente rappresenta il 70% delle realtà produttive nazionali. Cartoon Lombardia, l'associazione di riferimento costola di quella nazionale Cartoon Italia, conta 10 società di produzione<sup>293</sup>; la regione è anche quella con la maggior concentrazione di aziende e agenzie che si occupano di licensing e di diritti derivati dall'animazione. L'animazione è, più che un genere, un linguaggio audiovisivo che travalica in vari generi (infatti vi sono lungometraggi e cortometraggi di animazione, programmi televisivi, spot pubblicitari e documentari animati), e non può essere solamente assimilato al target kids e al prodotto "cartone animato", ma addirittura essere esteso all'edutainment perseguito dalla Pubblica Amministrazione<sup>294</sup>. Purtroppo, nonostante l'alta qualità della formazione italiana di settore, la maggioranza degli studenti trova lavoro in aziende straniere<sup>295</sup>.

#### 5 Formazione

LFC non organizza attualmente<sup>296</sup> alcuna iniziativa di formazione iniziale, in quanto considera la formazione al di fuori della propria mission.

Nel campo formativo invece, la LFC:

- organizza **seminari** in collaborazione con i propri uffici territoriali e gli enti locali (Province, Comuni) che si occupano di audiovisivo, su richiesta delle Camere di Commercio, su temi tecnici "interni" (ad es. location scouting), con una frequenza mediamente bimestrale (considerata auspicabilmente incrementabile).
- progetta sostegni a Scuole Civiche<sup>297</sup> e a Centro Sperimentale, per corsi di formazione permanente per produttori, su tematiche di innovazione quali crossmedia e transmedia, che siano parzialmente finanziati e parzialmente a pagamento

<sup>291</sup> Cfr. Italia Oggi, 16.7.2013.

<sup>292</sup> Un esempio citato, anche se ancora sperimentale e non ancora della tipologia descritta "all'americana", è la webseries "Gli abiti del male", prodotta da Brandon Box e My movies e distribuita anche da Yahoo.

<sup>293</sup> Si tratta di Studio Bozzetto & Co, Gertie, Graffiti Media factory, Jinglebell communication, Milanima, Movimenti, Sample, Studio Campedelli, Square, Trion Pictures.

<sup>294</sup> L'esempio citato da Cartoon Lombardia è quello di "JobtvLivorno", un portale di edutainment della Regione Toscana sull'accesso al mondo lavorativo, con animazione e motion graphic prodotta dalla società Movimenti di Milano. Il progetto ha vinto uno dei premi della VII edizione del Premio nazionale "La tv che si vede", organizzato dal Formex PA su iniziativa del Dipartimento della Funzione Pubblica, in collaborazione con il Consiglio Nazionale dell'Ordine dei Giornalisti.

<sup>295</sup> Viene citato l'esempio della produzione televisiva franco-canadese "Babar", in cui l'80% del team di produzione era composto da personale italiano.

<sup>296</sup> Lo ha fatto fino al 2005, con corsi per figure di produzione finanziati dal Fondo Sociale Europeo.

- LFC considera tra le eccellenze regionali:
- Il Centro Sperimentale di Cinematografia, anche per il suo focus sul cinema di impresa
- La Civica Scuola di Cinema e Televisione
- L'Accademia di Belle Arti di Brera, per le professionalità di scenografi e costumisti.

Vengono citati anche i corsi di Naba, IED, Iulm, l'Almed di Università Cattolica<sup>298</sup>, il Cleacc di Università Bocconi<sup>299</sup>.

In particolare:

La **SNC - Scuola Nazionale di Cinema**, insieme alla Cineteca Nazionale, fa parte del CSC - Centro Sperimentale di Cinematografia<sup>300</sup>. Nella sede lombarda, nata nel 2004 da un accordo tra la Fondazione Centro Sperimentale di Cinematografia e la Regione Lombardia, sono nati i corsi biennali di "Cinema d'impresa - documentario e pubblicità" (diretto da Giuseppe Oppedisano)<sup>301</sup> e quello di "Creazione e produzione fiction" (diretto da Milly Buonanno): nel 2014 è per ora aperto il Bando solo del primo.

Inoltre vengono organizzati saltuariamente, nell'ambito di CSCLab, Laboratori intensivi di alta formazione di una settimana (ad es. in recitazione o in scrittura).

La **Milano Scuola di Cinema e televisione** fa parte, insieme alla Paolo Grassi, alla Scuola di Musica e alla Scuola di Lingue, della Scuole Civiche della Fondazione Milano. Erega varie tipologie di corsi, da un corso triennale per figure tecniche della produzione a corsi serali in documentario, produzione cinematografica, sceneggiatura, videoreporter multimediale, dai corsi brevi quali "digital tools" per giornalisti, alle summer school in filmmaking, recitazione cinematografica, ripresa digitale e progettazione di videogiochi<sup>302</sup>.

### 5.1 Bilancio dell'adeguatezza dell'offerta formativa

Al di là delle scuole citate, esiste una sovrabbondante offerta formativa, che Labmedia ha censito nel nuovo sito di LFC: ben 135 corsi organizzati da 33 enti formativi di vario livello, accademico e professionale. Pur non essendo più presenti i corsi finanziati da Fondo Sociale Europeo, che comparivano nel precedente censimento di 171 corsi effettuato dalla stessa Labmedia nel 2005<sup>303</sup>, non sembra mutata la situazione del mercato delle scuole di cinema fotografata in quella occasione, quando quasi l'80% formava per l'area professionale della Produzione di contenuto (per ruoli di scrittura e di regia, per assecondare un'utenza attratta da mansioni "artistiche", e per ruoli tecnici, con minori barriere all'entrata), mentre erano sottorappresentati i corsi per Gestione/management del contenuto (marketing/distribuzione e programmazione/promozione).

<sup>297</sup> Come già citato, attualmente si limita a fornire alle Scuole Civiche un modesto contributo per i cortometraggi svolti come esercitazioni dagli studenti, contributo che si augura di poter incrementare in futuro.

<sup>298</sup> ALMED, Alta Scuola in Media Comunicazione e Spettacolo dell'Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano, comprende Master, corsi di alta formazione, corsi executive, summer e winter school. Tra i master che formano all'audiovisivo citiamo "Comunicazione e marketing del cinema" "Fare tv. Gestione, sviluppo e comunicazione", "Ideazione e produzione per la tv, il cinema e i Media digitali", "Scrittura e produzione per Fiction e Cinema".

<sup>299</sup> Corso di Laurea in Economia e Management per l'Arte, la Cultura e la Comunicazione, dell'Università Bocconi di Milano.

<sup>300</sup> Nella sede romana, che ha oltre 75 anni di storia, vengono organizzati corsi di regia, sceneggiatura, recitazione, fotografia, montaggio, tecnica del suono, produzione, scenografia, arredamento e costume, mentre nelle altre sedi regionali sono attivi: in Abruzzo il corso di Reportage storico-d'attualità, in Piemonte il corso di Animazione (cfr. scheda regionale Piemonte), in Sicilia il corso di Documentario storico artistico e docu-fiction.

<sup>301</sup> La quarta edizione, attiva nel 2014, sarà aperta a 16 partecipanti, e si propone di selezionare e formare figure professionali di Autori e Produttori altamente specializzati nel campo del Cinema d'Impresa ed in particolare nella regia e nella produzione del Documentario e della Pubblicità.

<sup>302</sup> La Scuola è sostenuta dall'Assessorato alle Politiche per il lavoro, Sviluppo economico, Università e ricerca del Comune di Milano. Pur facendo parte anch'essa del CILECT, l'associazione mondiale delle scuole e università di cinema e televisione, dal punto di vista del corpo docente ha compiuto una scelta opposta a quella di Zelig Film School di Bolzano (cfr. scheda regionale Trentino Alto Adige), confermando negli anni un ampio nucleo stabile di docenti storici.

<sup>303</sup> Cfr. "Tv job. Le professionalità dell'audiovisivo in Lombardia, Multimediamente-Labmedia-Triennale di Milano per Regione Lombardia, 2005.

L'ambivalente dato del massiccio impiego degli ex studenti delle Scuole di cinema di Milano nei set delle produzioni girate in Lombardia (nel 2011, il 15% delle maestranze locali, che erano a loro volta il 50% del totale<sup>304</sup>), da un lato potrebbe testimoniare l'alto livello qualitativo della formazione offerta, dall'altro il ricorso di manodopera a basso costo, con il mero obiettivo di comprimere i costi di produzione.

Sulla necessità di varare o meno nuove iniziative di formazione, alcuni stakeholders segnalano l'opportunità alternativa di facilitare la possibilità di partecipazione delle risorse locali a corsi di eccellenza internazionali che incrementano il networking (come nell'esempio del Fondo Audiovisivo Friuli, cfr. scheda regionale Friuli).

Non sono presenti iniziative di matchmaking, nè organizzate da LFC nè da altri enti audiovisivi, e nemmeno in collaborazione con i festival del territorio (pur riuniti in un Coordinamento dei Festival di cinema della Lombardia, Milano Film Network<sup>305</sup>).

## 6 Le strategie dell'audiovisivo regionale

In termini politico-istituzionali, la principale criticità della regione sembra risiedere nello scarso peso degli audiovisivi nelle strategie politiche regionali, e di conseguenza l'insufficienza delle risorse investite.

Gli operatori audiovisivi considerano infatti gli scarsi investimenti sostenuti dalla Regione Lombardia in materia culturale in generale, e audiovisiva in particolare, assolutamente inadeguati, e incapaci di stimolare un parallelo investimento privato ("senza la responsabilità e l'attività degli enti locali non ci può essere sviluppo o crescita"), e viene quindi richiesto "un cambio di passo da parte delle istituzioni per non perdere l'opportunità di puntare sulle industrie culturali e creative", che possono formare una sinergia con le industrie tecniche.

Un altro problema rilevato attiene alla mancanza di un vero "sistema cinema" (governance), e quindi della frammentarietà degli attori in campo, a tutti i livelli, all'interno dell'audiovisivo e tra audiovisivo e "mondo esterno"<sup>306</sup>.

### 6.1 Internazionalizzazione

LFC considera molto positivamente l'aver intrapreso un dialogo, come già citato, con produzioni indiane, russe, e cinesi, e l'essere riuscita ad attrarre produzioni di Bollywood per 6 set: percepisce questa vocazione internazionale come più confacente a Milano che a Roma, e si candida quindi in un ruolo di primo piano nel dialogo con le cinematografie extraeuropee.

Il livello di internazionalizzazione, espresso nel parametro che vede la capacità di intercettare i sostegni comunitari europei del Piano Media, vede la Lombardia mediamente al terzo posto dopo la posizione dominante del Lazio e il Piemonte, con un grande divario rispetto al leader laziale: i contributi erogati sono altalenanti, ma ultimamente in trend positivo: vanno infatti dai 336mila euro erogati nel 2010 (5,3% dei 6,3 milioni di euro italiani), ai 160mila euro nel 2011 (2,6% di 6 milioni), ai 664mila euro nel 2013 (8,4% di 7,9 milioni di euro).

I contributi sono soprattutto a Festival e Distribuzione, ma la voce Sviluppo, per le società di produzione, è in aumento.

<sup>304</sup> Cfr. "Lombardia più ricca col cinema", Il Giorno, 11.2.2012.

<sup>305</sup> Milano Film Network (MFN) è un nuovo progetto realizzato grazie al contributo di Fondazione Cariplo, che mette in rete 7 festival milanesi, per offrire una proposta culturale lungo tutto l'anno e alcuni servizi per chi si occupa di cinema. Ne fanno parte il Festival del Cinema Africano d'Asia e America Latina, Festival MIX Milano, Filmmaker, Invideo, Milano Film Festival, Sguardi Altrove Film Festival, Sport Movies & Tv Fest.

<sup>306</sup> Tra questi ultimi, citiamo un progetto ancora in fase embrionale, Casa delle visioni, che si pone l'obiettivo di ibridare il consumo di massa con i distretti del cinema, attraverso la creazione di un luogo che sia contemporaneamente di formazione, di confronto, di fruizione, e di relazione. Si tratta di "un progetto culturale per la città di Milano che, a partire dal cinema e dall'audiovisivo, intrecciati con musica, letteratura, teatro e arti visive, vuole creare occasioni di incontro, società e discussione per tutti i cittadini...attraverso modalità di progettazione, produzione, gestione e distribuzione dei contenuti."



**TAB. 5 SOCIETÀ LOMBARDE FINANZIATE DAL PROGRAMMA MEDIA 2010-2012**

<b>2010</b>			
Associazione Culturale Aprile	Festival	€ 35.000,00	5,3% del contributo italiano
Bergamo Film Meeting	Festival	€ 30.000,00	
Media Salles	Formazione Continua	€ 80.000,00	
Mondo Home Entertainment	Distribuzione Selettiva	€ 60.000,00 5,3 % del contributo italiano	
One Movie	Distribuzione Selettiva	€ 105.000,00	
Moviemax Italia	Distribuzione Automatica	€ 26.400,00	
	<b>Totale</b>	<b>€ 336.400,00</b>	
<b>2011</b>			
Associazione Culturale Aprile	Festival	€ 35.000,00	2,6 % del contributo italiano
Bergamo Film Meeting	Festival	€ 30.000,00	
Media Salles	Formazione Continua	€ 80.000,00	
Officine Ubu	Distribuzione Automatica	€ 15.666,00	
	<b>Totale</b>	<b>€ 160.666,00</b>	
<b>2012</b>			
Officine Ubu	Distribuzione Selettiva	€ 99.000,00	8,4 % del contributo italiano
Colorado Film Production	Sviluppo Progetti Singoli	€ 50.424,00	
Montmorency Film	Sviluppo Progetti Singoli	€ 15.000,00	
Studio Bozzetto & Co.	Sviluppo Progetti Singoli	€ 80.000,00	
Associazione Culturale Aprile	Festival	€ 30.000,00	
Bergamo Film Meeting	Festival	€ 30.000,00	
Media Salles	Formazione Continua	€ 60.000,00	
Associazioni Amici del Cinema Dino Villani	Digitalizzazione delle sale	€ 40.000,00	
Controluce	Digitalizzazione delle sale	€ 20.000,00	
Filmstudio Novanta	Digitalizzazione delle sale	€ 40.000,00	
Mastercine	Digitalizzazione delle sale	€ 40.000,00	
Parrocchia di SS Pietro e Paolo Apostoli	Digitalizzazione delle sale	€ 40.000,00	
Platea	Digitalizzazione delle sale	€ 60.000,00	
S.I.E.C. - Sound Image Entertainment Corporation	Digitalizzazione delle sale	€ 60.000,00	
	<b>Totale</b>	<b>€ 664.424,00</b>	

Fonte: Antenna Media Torino

Naturalmente sul piano dell'internazionalizzazione l'audiovisivo è ancora molto lontano dal raggiungere i livelli di eccellenza registrati dalla regione nei settori della Moda e del Design, tanto più che le imprese locali – prevalentemente PMI - sono molto più deboli e quindi il sostegno pubblico dovrebbe essere maggiore.

## 6.2 Punti di forza e di debolezza, opportunità e minacce

Tra i **Punti di forza** dell'audiovisivo regionale vengono citati dal panel:

- un elevato livello di competenze tecniche (in particolare nella postproduzione, 2D e 3D),
- la presenza dei maggiori broadcasters privati,<sup>307</sup>
- un orientamento alla multimedialità e al digitale (grazie alla presenza delle maggiori aziende di contenuti interattivi e videogiochi, e del contiguo settore dell'ICT, che conta in Lombardia 22.000 aziende e 200.000 addetti),
- la capacità di produrre a costi contenuti progetti anche sperimentali,
- una potenziale vocazione all'internazionalizzazione.

Tra i **Punti di debolezza** sono indicati:

- l'assenza di produttori "forti",
- un senso di sudditanza psicologica nei confronti del cinema romano,
- la scarsa capacità di comunicare i progetti di eccellenza,
- l'assenza di occasioni di mercato (cfr. la morte del Mifed<sup>308</sup> e il tentativo di Roma di accaparrarsi questo ruolo),
- la scarsa assistenza delle istituzioni, sia a livello di strategie di investimento dall'alto sia, nella scarsità di funzionari competenti sul settore e motivati.

Tra le **Opportunità**, si citano:

- Milano come location cinematografica ancora parzialmente inedita, sia perchè ancora relativamente poco sfruttata, sia per il nuovo skyline,
- la possibilità di promuovere il territorio in un nuovo linguaggio che lo racconti in un'ottica di turismo di prossimità,
- l'Expo 2015.

Tra le **Minacce**:

- l'agguerrita concorrenza degli altri territori,
- ma soprattutto la crisi economica generale, che ha indebolito anche il comparto sia in termini di investimenti (si pensi al crollo della raccolta pubblicitaria negli ultimi 3 anni) che in numero di occupati, e che ha visto numerose aziende chiudere o limitare fortemente le loro attività.

### 6.3 Obiettivi e Azioni da intraprendere

Le **azioni concrete** richieste alla Regione da parte delle associazioni locali di operatori riguardano la proposta di:

- Una Consulta Tecnica dell'Audiovisivo lombardo che raccolga le componenti tecniche dei settori Cultura, Istruzione, Turismo e Attività produttive, e le associazioni maggiormente rappresentative (AGIS<sup>309</sup>-ANEC<sup>310</sup>, APIL, 100autori<sup>311</sup>, Cartoon Lombardia, Fondazione Cineteca Italiana, Coordina-

<sup>307</sup> In Lombardia sono stati censiti da Labmedia nel 2012 35 emittenti televisive nazionali, 25 locali, e una cinquantina di web tv, ma soprattutto che sono presenti, oltre al centro di produzione Rai di Milano, big players privati come Mediaset, Sky Italia, Discovery, Disney, e Turner.

<sup>308</sup> Il MIFED – Mercato Internazionale del Cinema e dell'Audiovisivo nacque negli anni '60 a Milano, con addirittura due appuntamenti l'anno; si è tenuto fino al 2004.

<sup>309</sup> L'Agis (Associazione Generale Italiana dello Spettacolo) costituita nel 1945, è l'organismo di rappresentanza e di coordinamento delle imprese di spettacolo. Aderiscono all'Agis le diverse associazioni di categoria, per i settori dell'esercizio cinematografico e teatrale, delle attività teatrali di prosa, della lirica, concertistica e danza, della musica popolare, dei circhi, spettacoli viaggianti, parchi permanenti, nonché le associazioni di cultura cinematografica. La Presidenza nazionale dell'Agis, che opera a Roma, governa l'Associazione nel suo insieme; l'Agis lombarda svolge la sua attività in tutto il territorio regionale tramite la sede sociale di Milano. Gli associati, che rappresentano la quasi totalità delle imprese di spettacolo attive in Lombardia, si servono delle sue strutture per l'attività associativa e per i servizi di rappresentanza, servizi alle imprese, informazione, promozione, tra cui elaborazione paghe e contributi, attività di informazione cinematografica, e organizzazione di seminari. Organizza tra l'altro l'importante rassegna "Le vie del cinema", che porta a Milano in anteprima una selezione di opere dai festival di Cannes, Venezia, e Locarno.

<sup>310</sup> L'Associazione Nazionale Esercenti Cinema (ANEC) a sua volta fa parte dell'Associazione Generale Italiana dello Spettacolo (AGIS). Ricordiamo che Milano è la provincia italiana col maggior numero di schermi: ben 250, 1 ogni 12.000 abitanti, contro una media nazionale di 19.000 (cfr. Cinetel), e che in Lombardia il decre-

mento dei festival cinematografici, Lombardia Film Commission, Centro Sperimentale di Cinematografia e Civica Scuola di Cinema e Televisione), e operi come strumento di analisi del mercato, di studio ed elaborazione.

- Un Fondo regionale per il cinema e l'audiovisivo triennale, che sostenga le attività di produzione, distribuzione, esportazione, promozione, esercizio, conservazione, studio, formazione, aggiornamento e riqualificazione professionale, sull'esempio della Regione Lazio e del suo fondo di 45 milioni per il triennio 2012-2014<sup>312</sup>.
- In particolare, AGIS-ANEC richiedono alle istituzioni locali:
- Il rinnovo del bando di sostegno alla digitalizzazione e l'adeguamento tecnologico delle sale cinematografiche
- L'istituzione di un Fondo per l'incentivo alle sale nella promozione e distribuzione di film di interesse nazionale culturale, di audiovisivi prodotti in Lombardia e di audiovisivi prodotti per la scuola
- Iniziative di educazione all'immagine per la formazione di nuovi spettatori più consapevoli.
- ANICA Milano richiede:
- Il sostegno alla propria autocandidatura ad un ruolo di sportello regionale, che divulghi le agevolazioni e gli incentivi dal mondo delle imprese, incoraggi operazioni di marketing e product placement, e organizzi iniziative sul crossmedia.

Cartoon Lombardia sottolinea come l'animazione possa diventare un'opportunità di sviluppo di occupazione giovanile, in presenza di un adeguamento normativo rispetto alle altre Nazioni europee, e si candida ad un ruolo di partner e fucina creativa nel rapporto con gli Enti locali, pianificando iniziative formative e cominciando a gettare le basi di una regione europea dell'animazione sulla scorta di esperienze come quella di Rhone-Alpes (uno dei quattro "motori dell'Europa" insieme a Catalogna, Baden Wurttemberg e Lombardia appunto); nonostante le apparenze, anche la valenza di legame con le tradizioni territoriali, che spesso determina l'esclusione di questo genere dai bandi pubblici, potrebbe essere efficacemente svolta dall'animazione<sup>313</sup>. Si richiedono quindi sia l'attivazione di meccanismi di accesso al credito non farraginosi come quelli ad oggi adottati, sia la possibilità di utilizzare uffici per i tempi lunghi della produzione (al posto dell'occupazione suolo pubblico, che nel caso dell'animazione non viene chiaramente utilizzato). Il modello di sostegno è quello dell'industria dell'animazione francese, che grazie alla creazione del CNC - Centre National de la Cinematographie et de l'Image Animée è diventata la terza a livello mondiale dopo USA e Giappone<sup>314</sup>.

APIL vede invece come obiettivo la creazione di un distretto internazionale dell'audiovisivo lombardo legato allo sviluppo dei new media, e alla realizzazione di un polo produttivo innovativo, attivo su opere prime, documentari e docu-fiction.

Con riferimento alle **linee di indirizzo** richieste alle amministrazioni locali, LFC chiede a Regione, Comune e Camere di Commercio, di imporre congiuntamente la volontà istituzionale di far sedere allo stesso tavolo i comparti di Moda e Design, e di imporre un nuovo modello di sviluppo economico e culturale, che superi l'autoreferenzialità dei singoli settori. Più che un "sistema cinema", andrebbe infatti creato un sistema della eccellenze lombarde che comprenda Moda, Design, Multi-

---

mento del box office è stato nel 2012 del 10% sull'anno precedente, contro una media nazionale del -20%, in termini di biglietti staccati (cfr. "Cinema in famiglia? Un lusso", Corriere della Sera, 14.3.2013).

<sup>311</sup> 100 AUTORI – Associazione dell'Autorialità CineTelevisiva, è nata nel 2008 e conta oggi 500 iscritti; è presente sul territorio nazionale con rappresentanze strutturate in Lombardia, Piemonte, Veneto, Emilia Romagna e Sicilia, e aderisce alla FERA (Federation Européenne des Realisateurs Audiovisuelle).

<sup>312</sup> AGIS- ANEC Lombardia, ANICA Milano, Cartoon Lombardia, "Il sistema audiovisivo in Lombardia", giugno 2013, paper ad uso interno.

<sup>313</sup> L'esempio citato è quello del lungometraggio irlandese di animazione "The secret of Kells", finalista agli Oscar, che attinge a piene mani a usi, costumi e luoghi tradizionali dublinesi, esportandole e creando fenomeni di cineturismo.

<sup>314</sup> Cfr. AGIS-ANEC, ANICA, Cartoon Lombardia, già citato.

medialità e Web, Musica ed Editoria) e che riceva un sostegno “a progetto”, diverso dall’assistenzialismo continuativo erogato ad esempio alla lirica.

### Panel Stakeholder<sup>315</sup>

Istituzione	Intervistato	Qualifica	Strumento
Lombardia Film Commission; BB Productions	Paolo Pelizza	Presidente; titolare (casa di produzione)	Intervista personale
Fondazione Cariplo; Lombardia Film Commission	Dario Bolis	direttore della comunicazione, ufficio stampa e relazioni esterne; membro CdA	Questionario
Cartoon Lombardia; Movimenti	Giorgio Scorza	Vicepresidente; CEO (casa di produzione)	Questionario
APIL Associazione produttori Indipendenti Lombardi; ORDA d’ORO Film	Franco Bocca Gelsi	Presidente; Amministratore (casa di produzione)	Questionario

<sup>315</sup> Una richiesta di compilazione del questionario è stata inviata e sollecitata, senza ottenere risposta, anche ai seguenti referenti:

- Sabrina Sammuri, Direttore Generale Culture Identità e Autonomie Regione Lombardia
- Antonio Calbi, Direttore settore spettacolo Assessorato alla Cultura Comune di Milano
- Paolo Cagnotto, responsabile Lecco Film Commission
- Giovanna Muscetti, Presidente Consorzio Valtellina.

# Scheda n.11: Marche

## 1 L'audiovisivo regionale in cifre

L'audiovisivo nelle Marche conta poco più di 300 imprese attive sul territorio ovvero il 2,3% del totale nazionale; tale incidenza aumenta al 2,9% se guardiamo al numero degli occupati e si riduce all'1,9% per valore aggiunto generato. I tre indicatori posizionano le Marche al decimo posto nella graduatoria nazionale<sup>316</sup>.

**TAB. 1 IMPRESE, OCCUPATI E VALORE AGGIUNTO NELLE MARCHE E INCIDENZA %, 2012**

	Imprese Film Radio-Tv	Incidenza %	Occupati	Incidenza %	Valore aggiunto (M€)	Incidenza %
Marche	315	2,3%	2.100	2,9%	151,2	1,9%
Italia	13.407	100%	73.500	100%	8.056,3	100%

Fonte: elaborazioni lem – Rosselli su dati Symbola – Unioncamere

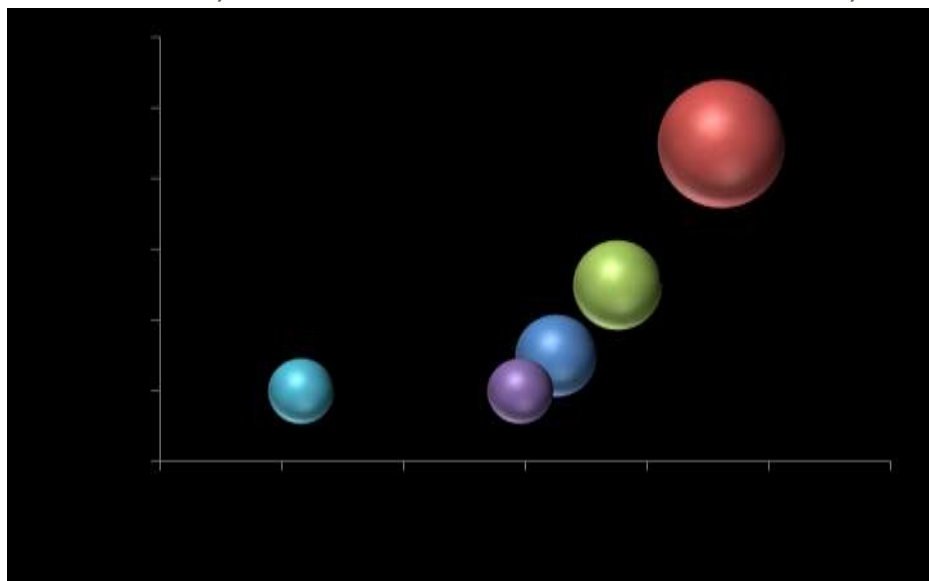
Ancona è al primo posto nei tre parametri di valutazione analizzati.

**TAB. 2 IMPRESE, OCCUPATI E VALORE AGGIUNTO NELLE PROVINCE MARCHIGIANE, 2012**

Provincia	Imprese	Occupati	Valore aggiunto
Ancona	92	900	64,5
Pesaro - Urbino	65	300	26,2
Macerata	75	500	31
Ascoli Piceno	59	200	12,6
Fermo	23	200	16,9

Note: dati valore aggiunto in M€. Fonte: elaborazioni lem – Rosselli su dati Symbola – Unioncamere

**FIG. 1 IMPRESE, OCCUPATI E VALORE AGGIUNTO NELLE PROVINCE MARCHIGIANE, 2012**



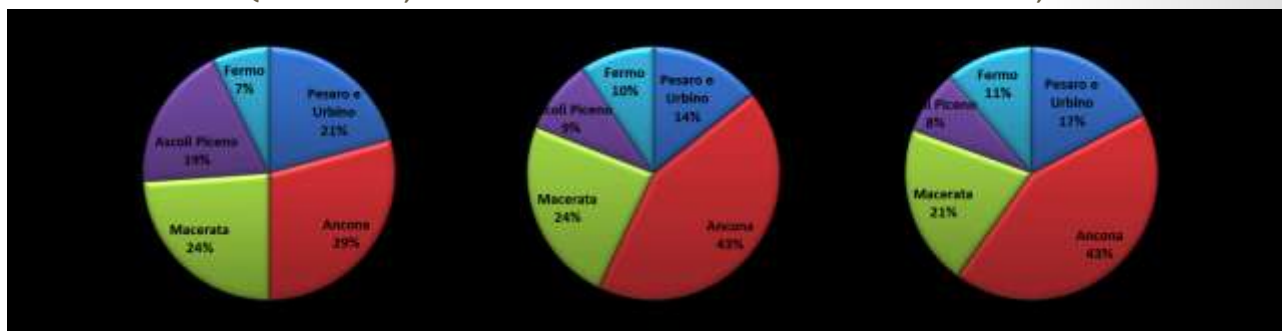
Fonte: elaborazioni lem – Rosselli su dati Symbola – Unioncamere

<sup>316</sup> Fonte: *Io sono cultura: L'Italia della qualità e della bellezza sfida la crisi*, III Rapporto Unioncamere – Symbola, 2013

La prevalenza di Ancona non è netta nel numero delle imprese, ospitandone all'incirca il 30% del totale. È seguita infatti a ruota da Macerata, il cui territorio provinciale ospita il 24% delle imprese. Pesaro e Urbino si collocano al terzo posto con il 21% delle imprese, due punti percentuali in più di Ascoli Piceno (19%). All'ultimo posto, Fermo, ne ospita il 7%.

Più netta la prevalenza del capoluogo di regione nel numero degli occupati e nel valore aggiunto prodotto, il 43% del totale per entrambi i parametri. Macerata resta al secondo posto, con, rispettivamente il 24% e il 21% di occupati e valore aggiunto. Ascoli Piceno ha, infine, il minor numero di occupati e produce la percentuale più bassa di valore aggiunto (rispettivamente 9% e 8%).

FIG. 2 QUOTA IMPRESE, OCCUPATI E VALORE AGGIUNTO NELLE PROVINCE MARCHIGIANE, 2012



Fonte: elaborazioni Iem – Rosselli su dati Symbola – Unioncamere

In relazione alla popolazione residente<sup>317</sup> il numero di occupati nel settore ammonta a un occupato ogni 736 abitanti, superiore alla media italiana, che è di un occupato nel settore ogni 812 abitanti. La relazione abitanti/imprese nel settore è invece di un'impresa ogni 4.905 abitanti, leggermente inferiore al dato italiano di un'impresa ogni 4.452 abitanti.

Il tasso di disoccupazione nel 2012 è stato in media dell'8,2%<sup>318</sup>, inferiore alla media Italiana del 10,7%. I dati trimestrali relativi al 2013 mostrano un peggioramento della situazione occupazionale, dell'11,4% nel primo trimestre dell'anno in corso, che si riduce nel secondo trimestre al 10,9% (il dato italiano mostra un tasso di disoccupazione rispettivamente del 12,8% e del 12% nel primo e secondo trimestre dell'anno in corso). Il Pil nel 2012 si è ridotto del 2,8% rispetto al 2011, un dato più pessimistico di quello italiano del -2,4%<sup>319</sup>.

Il 51,5% delle famiglie marchigiane dispone a casa, nel 2012, di un accesso a Internet a banda larga, la penetrazione è superiore a quella del territorio italiano totale, che è del 48,6%.

La quota del Fondo Unico per lo Spettacolo destinata al cinema nel 2011 è stata, per la regione Marche, di 303.631 euro (lo 0,5% del totale quota destinata al cinema a livello nazionale) a beneficio di 38 soggetti. Al cinema è andato il 4,8% della cifra che il FUS ha destinato ai soggetti operanti su territorio marchigiano (6,3 milioni di euro).

I dati Siae<sup>320</sup> sul settore cinematografico mettono in evidenza una forte crisi del settore, che, nel 2012, si è fatta sentire in maniera consistente in tutti i parametri di ricerca.

Il numero di spettacoli si è infatti ridotto da 109.971 del 2011 a 104.054 del 2012 (-5,4%) e gli ingressi al cinema nel 2012 in tutta la regione sono stati 2.936.680, in calo del 18,5% rispetto al 2011. Il dato più eclatante è quello delle presenze<sup>321</sup> che si sono ridotte del 62,8% sul 2011 a 17.143.

Nel 2012 il pubblico ha speso, per l'acquisto di biglietti e abbonamenti al cinema (spesa del botteghino), 18.714.626 euro, in calo del 14,3% rispetto all'anno precedente. Poiché nel cinema la gran

<sup>317</sup> Popolazione al 31 dicembre 2012 in base a dati Istat (Cfr. <http://demo.istat.it/bil2012/index.html>)

<sup>318</sup> Dato Istat

<sup>319</sup> Cfr. <http://www.scenarieconomici.it/i-dati-del-pil-tra-2001-e-2014-di-tutte-le-regioni-italiane/>

<sup>320</sup> Siae, *Annuario dello Spettacolo*, 2012

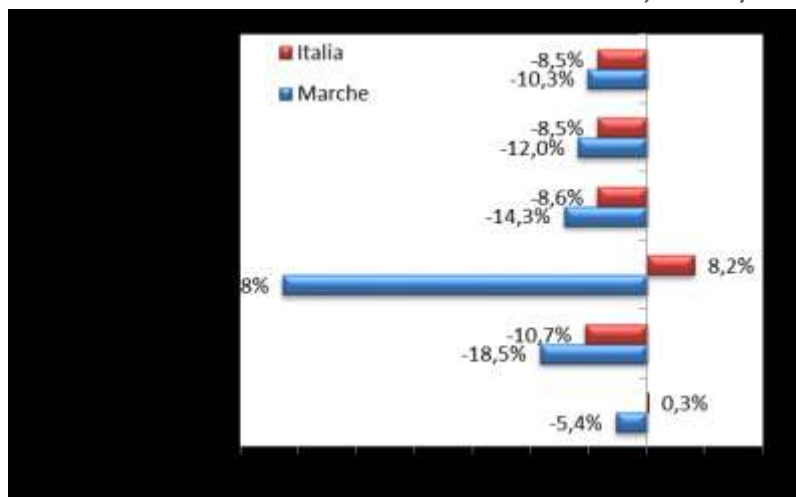
<sup>321</sup> A differenza degli ingressi, le presenze vengono utilizzate per quantificare i partecipanti a manifestazioni per le quali non è previsto il rilascio di titoli d'accesso.

parte della spesa del pubblico proviene dall'acquisto di biglietti ed abbonamenti, non si registrano grandi differenze tra spesa del botteghino e la spesa del pubblico<sup>322</sup>, che ammonta, per questo settore, a 21.172.045 euro, in calo del 12%.

Il volume d'affari complessivo relativo al settore cinematografico nelle Marche ammonta dunque a 21.978.443 euro, in calo del 10,3% sul 2011.

I dati appena citati sono peggiori rispetto a quelli nazionali per tutti i parametri di ricerca in particolar modo le presenze, se nelle Marche sono cadute del 62,8%, nel totale Italia sono cresciute dell'8,2%.

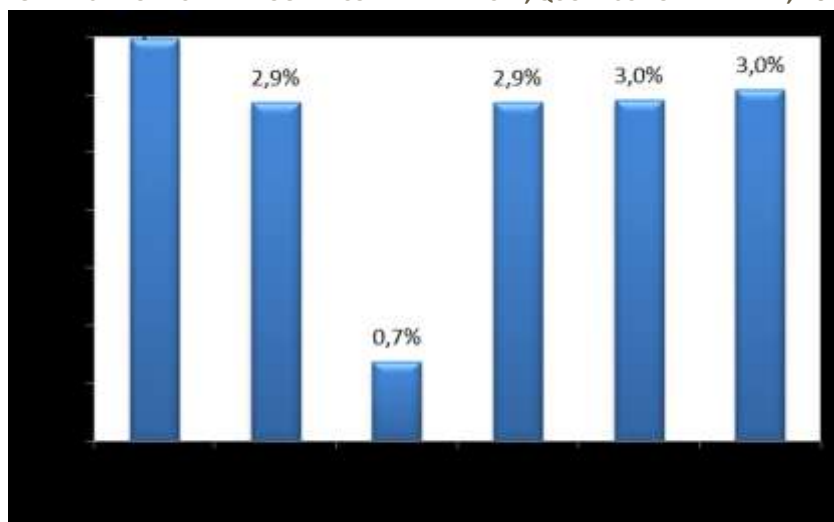
FIG. 3 IL SETTORE CINEMATOGRAFICO NELLE MARCHE E IN ITALIA, % 2012/2011



Fonte: elaborazioni Iem – Rosselli su dati Siae

La quota Marche sul totale Italia si aggira tra il 2,9% e il 3,5% per tutti i parametri con la sola eccezione del dato sulle presenze che mostra un anomalo 0,7%.

FIG. 4 IL SETTORE CINEMATOGRAFICO NELLE MARCHE, QUOTA SU TOTALE ITALIA, 2012





Fonte: elaborazioni Iem – Rosselli su dati Siae

<sup>322</sup> L'importo che il pubblico ha destinato, nell'anno 2012, alla fruizione degli spettacoli.

## 2 La Marche Film Commission

La Marche Film Commission è istituita come struttura operativa della Regione con legge regionale 31 marzo 2009 n. 7 “Sostegno del cinema e dell’audiovisivo”, art. 6<sup>323</sup> e integrata, con legge regionale 15 novembre 2010 n. 16, art. 7, dalla Fondazione “Marche Cinema Multimedia”, la quale si prefigge la riorganizzazione di tre settori: Film Commission, beni audiovisivi (Mediateca) e catalogazione dei beni culturali.

### 2.1 Scheda Anagrafica

<b>Logo</b>		
<b>Nome completo</b>	<b>MARCHE FILM COMMISSION – FONDAZIONE MARCHE CINEMA MULTIMEDIA</b>	
<b>Forma giuridica</b>	Struttura operativa della Fondazione Marche Cinema Multimedia	
<b>Persone di riferimento</b>	Neri Marcorè (Presidente Fondazione MCM) Stefania Benatti (Direttore Fondazione MCM) Anna Olivucci (Responsabile Marche Film Commission)	
<b>Enti pubblici/privati nella compagine</b>	Regione Marche, Provincia di Ancona (fino a commissariamento Amministrazione provinciale) e Comune di Ancona	
<b>Data di istituzione</b>	Dicembre 2011	
<b>Data di avvio attività</b>	Gennaio 2012	
<b>Indirizzo</b>	Piazza del Plebiscito, 17, Ancona	
<b>Contatti telefonici</b>	071 205403	
<b>Sito e mail</b>	www.fondazionemcm.it www.marchefilmcommission.info stefania.benatti@fondazionemcm.it anna.olivucci@fondazionemcm.it info@fondazionemcm.it	
<b>Pagina Facebook/Twitter</b>	Facebook: Fondazione Marche Cinema Multimedia	
<b>Eventuali altre sedi</b>	=	
<b>Altre FC attive sul territorio</b>	=	

<sup>323</sup> Una delibera della giunta regionale del giugno 2001, istituiva un ufficio del Servizio Turismo e Attività ricettiva.



## 2.2 Mission e attività, azioni di monitoraggio

L'art. 6 della legge regionale n. 7/2009 che la istituisce, indica anche le finalità generali della Marche Film Commission, ovvero "creare le condizioni per attirare nelle Marche set di produzioni cine-televisive e pubblicitarie italiane e straniere" e anche "indirizzare le produzioni nella ricerca di ambientazioni adatte alle esigenze scenografiche, con l'offerta di servizi di supporto e facilitazioni logistiche e organizzative, di sostegno economico e di collaborazione alla realizzazione, durante il processo produttivo".

Tra gli obiettivi indicati sul sito web della Film Commission vi è dunque la promozione del territorio marchigiano e della sua cultura attraverso lo sviluppo della produzione cinematografica e televisiva in ambito regionale, attraverso due linee d'intervento: una specificamente dedicata alla promozione ed internazionalizzazione dell'immagine filmica delle Marche e perciò destinata a produzioni dotate di distribuzione almeno nazionale; un'altra dedicata alla crescita e professionalizzazione del settore audiovisivo (produzione, formazione) in ambito regionale. È compito della Film Commission, dunque, svolgere azioni promozionali rivolte all'industria di settore e offrire location, servizi e professionalità alle produzioni cinetelevisive che intendano girare sul territorio.

La sezione "Cosa facciamo" del sito web della Marche Film Commission descrive nel dettaglio le attività svolte:

- Accoglienza, che consiste nel fornire informazioni preliminari e assistenza durante le riprese;
- Fase redazionale, ovvero la lettura della sceneggiatura con proposte di location.
- Location guide, che consiste nella consultazione della banca dati delle location, nel location scouting e in sopralluoghi assistiti.
- Production guide, ovvero la consultazione della banca dati operatori del settore e i contatti con professionalità locali e società di servizi.
- Site service, ovvero agevolazioni ospitalità e sistemazione logistica, facilitazione delle procedure amministrative e i contatti con istituzioni locali.
- Product placement, ovvero l'individuazione delle forme di sostegno economico alle produzioni anche attraverso la ricerca di marchi e contatti con gli sponsor.
- Fund, che consiste nella possibilità di accedere a premi e agevolazioni riservata alle produzioni filmiche che meglio rappresentano e valorizzano il territorio.
- Promozione, ovvero i rapporti con i media locali prima, durante e dopo le riprese, organizzazione di conferenze stampa e anteprime regionali e presentazioni nel corso di festival e Rassegne regionali.

La mission primaria dichiarata dalla Marche Film Commission è dunque il sostegno e la promozione della produzione cinematografica e audiovisiva, a cui segue l'incentivazione del lavoro delle risorse umane locali, lo sviluppo dell'indotto economico/produttivo e, all'ultimo posto tra le opzioni presentate, la promozione turistica e cineturistica.

I servizi offerti comprendono:

- facilities, ospitalità alle produzioni
- assistenza permessi
- fornitura uffici alle produzioni/cineporto
- assistenza shooting
- scouting database/location
- finanziamenti alle produzioni
- segnalazione risorse umane sul territorio (artistiche/tecniche)
- erogazione servizi formativi
- organizzazione matchmaking produzione locale/committenza
- promozione culturale
- promozione turistica
- consulenza di settore per amministrazioni locali e stakeholder privati.

Le azioni di monitoraggio e valutazione delle azioni svolte vengono misurate tramite report annuali destinati alle istituzioni di riferimento.

### 2.3 Produzioni assistite

Tra il 2011 e il 2013 la Marche Film Commission ha assistito un totale di 46 produzioni, di cui 16 nel 2011, 14 nel 2012 e 16 nel 2013.

Le tipologie di produzione assistite prevalenti sono i cortometraggi nel 2011 (5) e i documentari negli anni successivi (7 nel 2012 e 5 nel 2013). Il resto delle produzioni assistite si equivalgono numericamente e comprendono lungometraggi cinematografici, fiction/film per la tv, programmi per la tv e un solo spot girato nel 2012.

**TAB. 3 PRODUZIONI ASSISTITE DALLA FC NEL 2011, 2012 E 2013 PER GENERE PRODUTTIVO**

Produzioni	2011	2012	2013
Lungometraggi cinematografici	3	2	3
Fiction/film per la tv	2		2
Documentari	3	7	5
Cortometraggi	5	2	3
Pubblicità		1	
Programmi per la tv	3	2	3
<b>TOTALE</b>	<b>16</b>	<b>14</b>	<b>16</b>

Fonte: Marche Film Commission

Nel triennio analizzato la Marche Film Commission ha assistito prevalentemente produzioni regionali ed extraregionali. Tra le produzioni internazionali se ne segnalano due europee (nel 2011 e 2013)<sup>324</sup> e una extraeuropea (nel 2012)<sup>325</sup>.

**TAB. 4 PRODUZIONI ASSISTITE DALLA FC NEL 2011, 2012 E 2013 PER PROVENIENZA GEOGRAFICA**

	2011	2012	2013
Regionali	8	6	7
Extraregionali italiane	7	7	8
Europee	1		1
Extraeuropee		1	
<b>TOTALE</b>	<b>16</b>	<b>14</b>	<b>16</b>

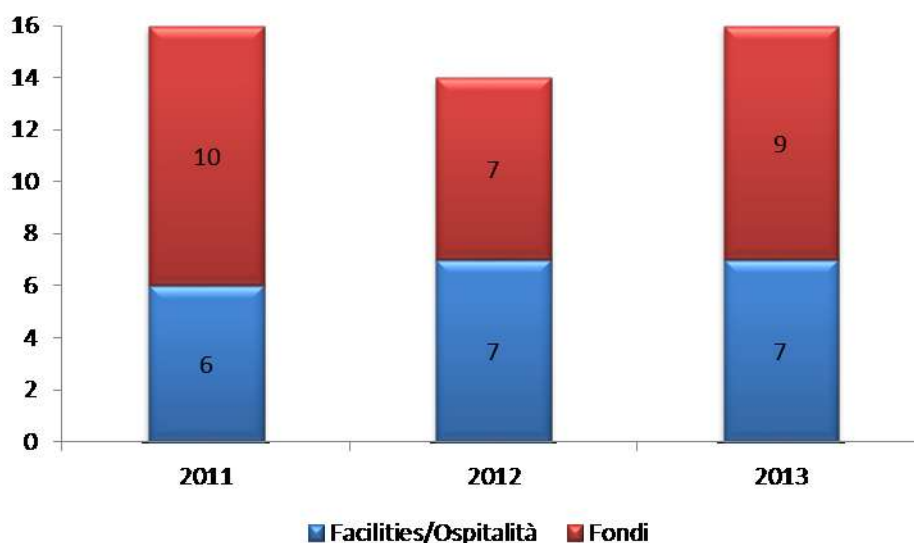
Fonte: Marche Film Commission

10 delle 16 produzioni assistite nel 2011 hanno ricevuto assistenza tramite fondi, e le altre 6 in facilities e ospitalità. Nel 2012 si equivalgono il numero di produzioni che hanno usufruito di fondi e ospitalità (7 e 7). Infine, nel 2013 per 9 produzioni è stato stanziato un fondo e per 7 è stato previsto un supporto in facilities/ospitalità.

<sup>324</sup> "Chi era Monna Lisa?" (2011), Prod. Prounen Film e Epofilm e "Foreign Body" (2013), regia K. Zanussi Prod. Torfilm e Fora Film.

<sup>325</sup> Promo Perù II (2012), Prod. Young&Rubicam.

FIG. 5 NUMERO PRODUZIONI PER TIPOLOGIA DI SOSTEGNO, 2011 – 2013

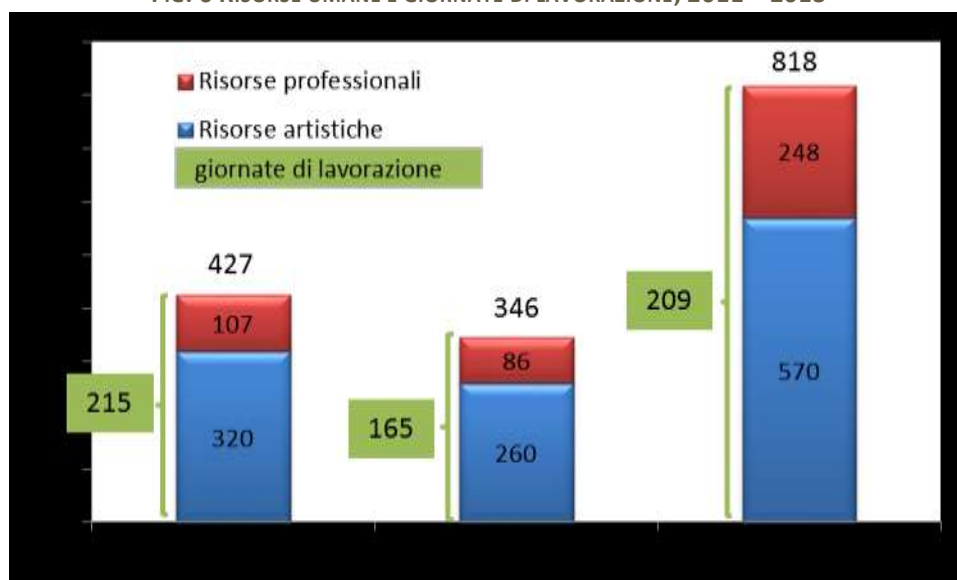


Fonte: elaborazioni Iem – Rosselli su dati e Marche Film Commission

Complessivamente sono state effettuate 215 giornate di ripresa nel 2011, 165 nel 2012 e 209 nel 2013.

Le risorse umane impiegate sono state, nel 2011, 427, di cui 320 risorse artistiche e 107 risorse professionali. Nel 2012 il numero di risorse scende a 346 (260 artisti e 86 professionisti) ma torna a crescere nel 2013, in cui su 818 risorse, 570 sono artisti e 248 professionisti. Da notare che, a fronte di un numero di giornate quasi equivalente tra il 2011 e il 2013, il numero delle risorse nel 2013 è quasi doppio, grazie in particolare a due produzioni: la produzione Palomar “Il Giovane Favoloso” e a “Foreign Body” prodotto da Torfilm e Fora Film.

FIG. 6 RISORSE UMANE E GIORNATE DI LAVORAZIONE, 2011 – 2013



Fonte: elaborazioni Iem – Rosselli su dati e Marche Film Commission

Tra le produzioni assistite in questi anni dalla Marche Film Commission ricordiamo “Il Giovane Favoloso” (2013) di M. Martone, “Foreign Body” (2013) di K. Zanussi, “Come il Vento” (2012) di M. Simon Puccioni, “Niente può Fermarci” (2012) di L. Cecinelli, “Benvenuti al Nord” (2011) di L. Miniero, “Il cuore grande delle ragazze” (2011) di P. Avati, “Dante Ferretti - Scenografo italiano”

(2010) di G. Giagni, "L'erede – The Heir" (2010) di M. Zampino, "Il Compleanno" (2009) di M. Filiberti. A novembre 2013 sono inoltre previste le riprese di "Mio Papà" film di Giulio Base, coprodotto da Movie And e Rai Cinema, con il supporto del MiBac e della Fondazione Marche Cinema Multimedia. Il film sarà girato a San Benedetto del Tronto, Grottammare, Monteprandone, porti ed aeroporto del territorio marchigiano, località "belle e poco sfruttate dal cinema: valorizzando i suoi luoghi valorizzeremo il film"<sup>326</sup>.

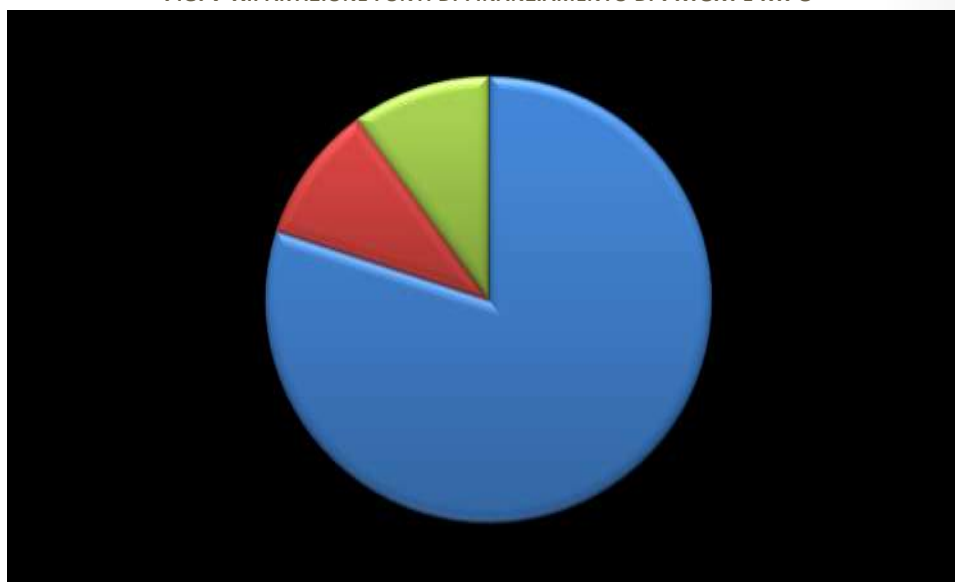
## 2.4 Risorse e costi

La legge n. 7/2009, nell'istituire la Marche Film Commission, con modalità definite dalla Giunta regionale, ne avviava il percorso, affidato inizialmente in house alla Società regionale di Sviluppo SVIM, con una quota di finanziamento pari a 70mila euro per l'operatività della MFC nel 2009.

Nel corso degli anni tale cifra è aumentata fino a raggiungere un tetto massimo di 305mila euro nel 2011 grazie anche alla costituzione della Fondazione Marche Cinema Multimedia, della quale Marche Film Commission rappresenta il settore trainante. Nel 2013 il contributo per il funzionamento e l'attività di Marche Cinema Multimedia/Marche Film Commission ammonta a 300mila euro.

Il contributo proviene per l'80% da fondi regionali e in minima parte da fondi provinciali e amministrazioni comunali.

FIG. 7 RIPARTIZIONE FONTI DI FINANZIAMENTO DI FMCM E MFC

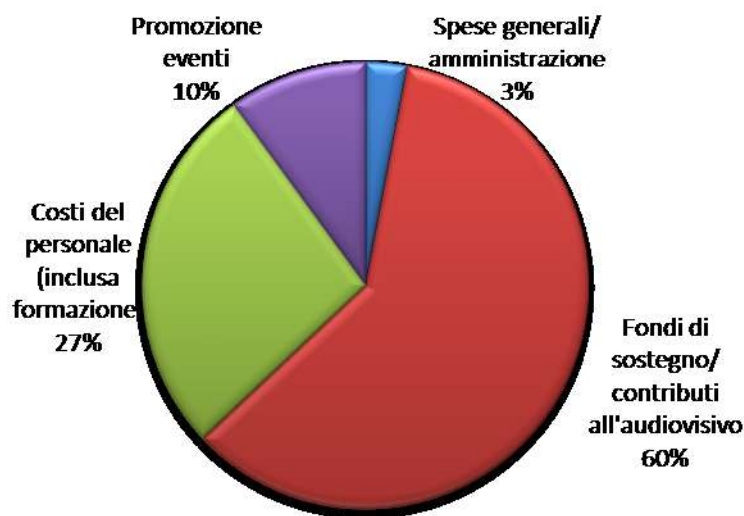


Fonte: elaborazioni Iem – Rosselli su dati Marche Film Commission

Il 60% del budget è impiegato per il sostegno alle produzioni; i costi del personale costituiscono il 27% della struttura dei costi, a cui seguono le spese per promozione eventi (10%); infine le spese generali e di amministrazione riguardano solo il 3% della struttura dei costi.

<sup>326</sup> Cfr. Alessandra Licciardello, "Questo è il set più suggestivo", *Corriere Adriatico*, 20 ottobre 2013.

FIG. 8 STRUTTURA DEI COSTI DELLA MARCHE FILM COMMISSION



Fonte: elaborazioni Iem – Rosselli su dati Marche Film Commission

### 2.5 Personale

Le risorse umane dichiarate dalla Marche Film Commission sono 3 nel 2012, una a tempo indeterminato e due a tempo determinato, ovvero una Responsabile Film Commission e due Production manager/Location manager. Il personale è stabile, ma viene dichiarata la necessità di un aumento di organico, principalmente con un ufficio stampa professionale e altri location manager.

### 2.6 Servizi online

Il sito [www.marchefilmcommission.info](http://www.marchefilmcommission.info), è disponibile in italiano e in inglese. A breve verrà realizzato il sito della Fondazione, all'interno del quale il sito della Film Commission riceverà adeguato aggiornamento di contenuti e grafica.



Marche Film Commission, Piazza del Plebiscito 17 - 60125 Ancona - Tel.: 071 205403 (int. 18/16/15) - Fax: 071 205403 - e-mail: [anna.pivucco@regione.marche.it](mailto:anna.pivucco@regione.marche.it)

Al momento, Fondazione Marche Cinema Multimedia dispone di una pagina Facebook che viene aggiornata di frequente ed ha 1.003 fan<sup>327</sup>.

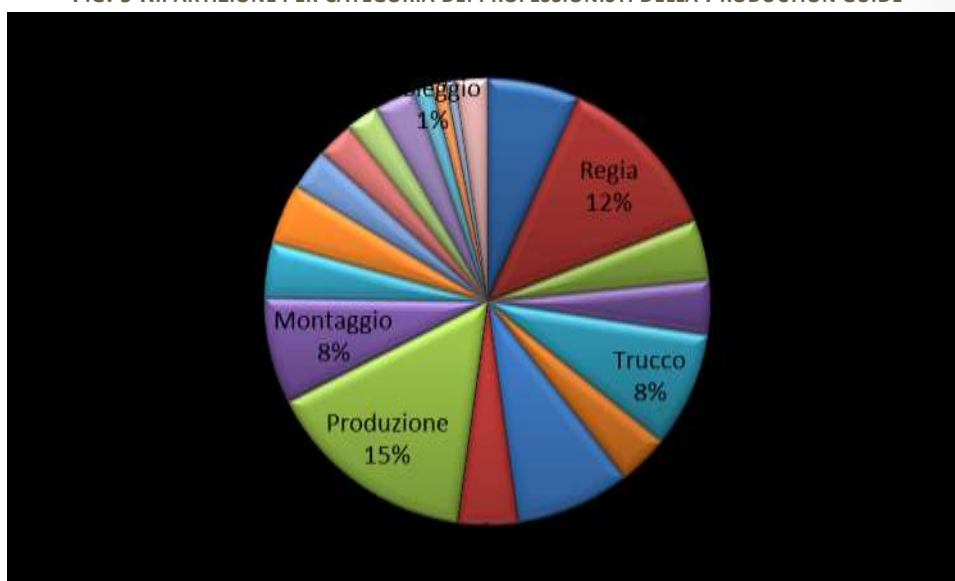
La **Location guide**, indicata nel campo "Location" è suddivisa in quattro tipologie principali: "Natura", "Acqua", "Opere dell'uomo", "Emozioni" ed è strutturata in database per tipologia (es. agricoltura, archeologia, campagna, castelli, etc.) e per provincia (ma è possibile effettuare anche una ricerca libera) ed è disponibile online ad accesso libero. Ciascuna location è corredata da foto georeferenziate su mappa e scheda. All'interno della scheda sono inseriti: nome della location, tipologia e luogo.

Le location presenti all'interno del database sono circa 300, rappresentative - secondo i dati di Marche Film Commission - di circa il 50% di quelle disponibili sul territorio.

La **Production guide**, presente nella sezione "Production" è strutturata in database disponibile online ad accesso libero. È possibile fare una ricerca per professionalità e per provincia. Non viene rilevata differenza tra professionisti e aziende: ciascun nominativo presente dispone di una scheda dettagliata con dati generali e informazioni di contatto, le categorie in cui è presente (ovvero la tipologia di prestazioni in grado di sostenere), esperienze professionali, eventuali collaborazioni con la Film Commission e altre informazioni aggiuntive quali: conoscenza delle lingue, attrezzatura a disposizione, formazione e corsi professionali etc. La Production Guide viene aggiornata settimanalmente ed ha al proprio interno 54 aziende e 220 professionisti. All'interno del sito è disponibile il modulo per l'iscrizione. La production guide è in fase di aggiornamento e sarà disponibile nel nuovo sito della Fondazione Marche Cinema Multimedia.

Tra le professioni interne alla production guide prevalgono produttori e registi, corrispondenti, rispettivamente al 15% e 12%, seguiti da montaggio e trucco<sup>328</sup>.

FIG. 9 RIPARTIZIONE PER CATEGORIA DEI PROFESSIONISTI DELLA PRODUCTION GUIDE



Note: i dati sono relativi ai 223 professionisti della production guide aggiornata attualmente ad uso interno della Marche Film Commission. Poiché ciascun professionista può svolgere più mansioni, la somma dei professionisti della torta non corrisponde al totale. Fonte: elaborazioni Iem – Rosselli su dati Marche FC

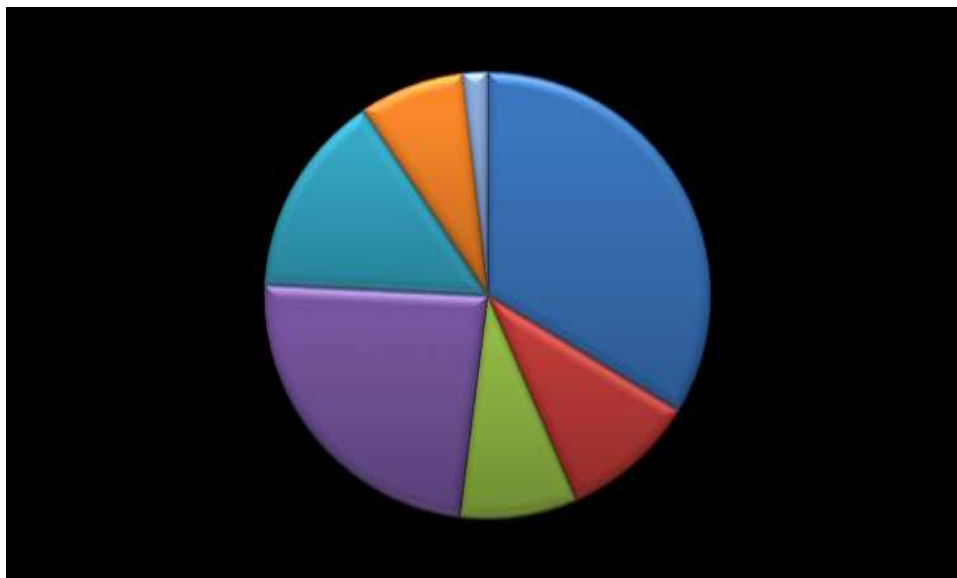
La suddivisione per provenienza dei professionisti della production guide<sup>329</sup> mostra una prevalenza del territorio di Ancona, in cui sono presenti il 34% del totale nominativi. Macerata, al secondo posto, ha una fetta del 24%. Fanalino di coda la provincia di Fermo (8%).

<sup>327</sup> Dati aggiornati al 7 novembre 2013.

<sup>328</sup> L'individuazione delle professioni è avvenuta per parole chiave.

<sup>329</sup> Dati ripresi dalla production guide aggiornata fornita dalla Marche Film Commission

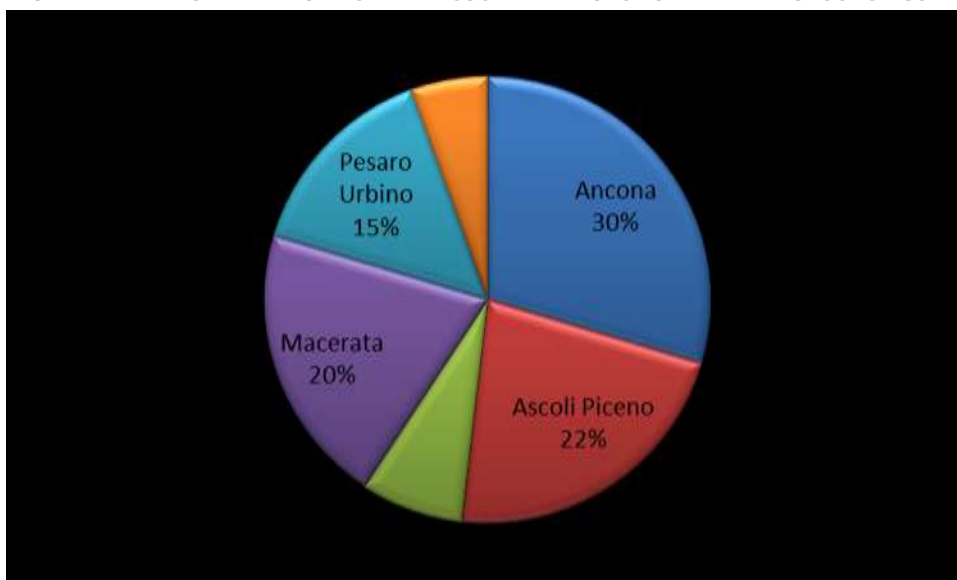
FIG. 10 RIPARTIZIONE PER PROVINCIA DEI PROFESSIONISTI DELLA PRODUCTION GUIDE



Note: i dati sono relativi ai 223 professionisti della production guide aggiornata attualmente ad uso interno della Marche Film Commission. Fonte: elaborazioni Iem – Rosselli su dati Marche Film Commission

Quasi un terzo delle 54 società di produzione nelle Marche ha sede ad Ancona, a cui segue Ascoli Piceno (22%) e Macerata (20%). Fermo è ultima provincia anche per numero di società (7%).

FIG. 11 RIPARTIZIONE PER PROVINCIA DELLE SOCIETÀ DI PRODUZIONE DELLA PRODUCTION GUIDE



Note: i dati sono relativi alle 54 società di produzione ad uso interno e fornite dalla Marche Film Commission. Fonte: elaborazioni Iem – Rosselli su dati Marche Film Commission

La Production guide viene ritenuta rappresentativa del 25% delle aziende e del 75% delle risorse professionali presenti sul territorio.

La Marche Film Commission dispone di un Archivio delle produzioni sostenute ad uso interno – in attesa di pubblicazione on-line nel nuovo sito della Fondazione Marche Cinema Multimedia all'interno della sezione Marche Film Commission - tuttavia, attraverso il sito [www.marchefilmcommission.info](http://www.marchefilmcommission.info), cliccando alla sezione "Girati nelle Marche" è possibile accedere al portale "Marche Cinema". Si tratta di una raccolta di informazioni a vari livelli sul cinema in

regione: i set, le novità, gli eventi, la programmazione delle sale, i festival video e cinematografici regionali, i personaggi marchigiani illustri nel cinema, a cui si aggiungono link qualificati. All'interno di questa raccolta sono presenti i film girati nelle Marche ed è possibile fruirne alcune sequenze e conoscerne le location più significative.

Esiste altresì una Banca dati Beni Audiovisivi con più di 2000 titoli a disposizione, che raccoglie e cataloga informaticamente tutto il patrimonio audiovisivo esistente sul territorio.

Il sito offre inoltre altre sezioni interessanti, tra cui oltre alla già citata "Cosa facciamo", con il dettaglio delle attività svolte dalla Film Commission a favore delle produzioni, la sezione "Link utili" dove si può accedere ad alcune delle principali realtà locali come Festival e Associazioni, Enti locali, Marche Cinema e Museo della Scenografia, Centro documentazione Giancarlo Basile - oltretutto ad Informazioni turistiche, Meteo, Viabilità, Accessi e trasporti, Cartografia. La sezione "Ciak, produzioni e News" infine rimanda a informazioni sui casting (dati in aggiornamento).

## 2.7 Relazioni istituzionali

Tra le collaborazioni istituzionali la Marche Film Commission segnala il **Distretto culturale evoluto**, iniziativa avviata ad ottobre 2013 dall'Assessorato alla cultura della Regione Marche. Si tratta della risposta delle Marche su base culturale alla crisi economica tramite la decisione di finanziare 10 progetti e 4 macroaree a regia regionale per rilanciare imprese culturali ad alto contenuto di conoscenza come traino di sviluppo economico, in particolare in quelle aree in cui si è fatta sentire maggiormente la crisi del manifatturiero tradizionale. "Le Marche, che sono in testa alla classifica delle regioni italiane sia per incidenza del valore aggiunto del sistema produttivo culturale che per occupazione, con un primo posto per spesa turistica attivata dalla cultura (Fonte: Symbola/Unioncamere 2013), diventano protagoniste di una nuova stagione 'distrettuale', per molti versi diversa dalla precedente che ha fatto grande il Made in Italy, ma ugualmente attenta allo sviluppo locale, questa volta però nel segno della cultura. L'avvio di questi primi 10 progetti, per i quali si apre ora la fase di una sapiente attuazione e di un attento monitoraggio, ci consentirà di allungare lo sguardo al possibile intreccio con le risorse europee della nuova programmazione 2014-2020 che possono dare continuità e irrobustire iniziative selezionate per la loro capacità di essere qualitative, sostenibili, cantierabili e finanziabili" ha dichiarato a proposito dell'iniziativa l'Assessore alla cultura e al bilancio della Regione Pietro Marcolini<sup>330</sup>. Il programma sarà finanziato con 4,2 milioni di euro (vedi *infra*).

Presentando il progetto "Impresa Cinema: Sistema Cinema e Imprenditoria nelle Marche" - inserito nella macroarea di progettazione "Filiera del Cinema: sviluppo di una filiera regionale della produzione e postproduzione cinematografica attraverso misure integrate nei settori della promozione, produzione/post-produzione/formazione", la Fondazione Marche Cinema Multimedia offre la propria consulenza competente alla Regione Marche per lo sviluppo dell'intera filiera regionale del cinema, dalla formazione all'esercizio.

Collabora inoltre con Assessorati regionali altri rispetto alla Cultura per fondi audiovisivi "dedicati" volti a valorizzare il territorio in ambiti specifici (Pesca, Cooperazione sociale, Ambiente, etc.). Ad esempio: "Approvazione dello schema di convenzione tra la Regione Marche e Fondazione Marche Cinema Multimedia - sezione Marche Film Commission - per la Costituzione di un fondo cinematografico per il paesaggio delle Marche denominato Marche Landscape Cine Fund (in corso di formalizzazione)

Sono inoltre in fase di valutazione collaborazioni per il Progetto "**Marche d'Essai - Sala diffusa**", una rete di sale cinematografiche selezionate per l'attivazione di una programmazione comune e "**Animarache**", una rete di professionisti locali e produzioni marchigiane che si occupano di animazione, nata su iniziativa della Fondazione Marche Cinema Multimedia.

<sup>330</sup>Cfr. <http://www.cultura.marche.it/CMDirector.aspx?id=11702>



## 2.8 Obiettivi della FC

A breve termine la Marche Film Commission dichiara come proprio obiettivo primario quello di creare un sistema cinema locale integrato capace di collegare realmente e in maniera proficua i vari segmenti della filiera e sviluppare rapporti virtuosi con la realtà produttiva locale.

Tra le azioni che andrebbero intraprese sul fronte istituzionale e nei rapporti con le imprese, per migliorare il rapporto tra le attività del cinema e dell'audiovisivo sul territorio, la Marche Film Commission ne indica principalmente due:

- la creazione di protocolli di intesa e collaborazioni normative con le amministrazioni locali a tutti i livelli (comunali, provinciali e regionale) per una pianificazione integrata di obiettivi nei vari settori che potrebbero essere interessati dalle attività della Film Commission (cultura, turismo, politiche giovanili, etc.) e che tengano conto della realtà produttiva locale nella definizione di fondi e attività;
- momenti strutturali di incontro "dedicato", a cadenza periodica, volti a far conoscere in maniera approfondita le potenzialità degli strumenti legati agli investimenti diretti e indiretti in ambito cinematografico locale.

Nell'indicare le linee di indirizzo alle amministrazioni locali e ai referenti nazionali per rafforzare il ruolo delle FC sui territori, la Marche Film Commission - in esito alle posizioni ufficialmente assunte al riguardo da Italian Film Commission, di cui Marche Film Commission ricopre il ruolo di presidenza pro tempore, assieme a Film Commission Torino Piemonte - indica in particolare la necessità tassativa di formulare una nuova legge di riordino dell'intero comparto audiovisivo che integri il riconoscimento delle Film Commission "con apposito articolato che sancisca natura, funzioni e operatività"; riconoscere il lavoro svolto consentirà di legittimare quello futuro, e mettere al riparo l'attività di FC dalle "geometrie variabili della politica locale".

## 2.9 Rapporti con il territorio

Le attività della Marche Film Commission – Fondazione Marche Cinema Multimedia vengono promosse sul territorio principalmente tramite fiere e mercati, festival e rassegne e formazione professionale.

La Fondazione svolge azioni di monitoraggio dell'impatto economico diretto, indiretto e indotto delle produzioni sul territorio tramite rendicontazione delle spese sostenute, maestranze e fornitori impiegati, attori coinvolti sul territorio.

L'impatto turistico delle produzioni sul territorio non viene invece monitorato sebbene venga tenuto in conto nella scelta delle produzioni da finanziare. In particolare le produzioni vengono utilizzate come strumento di attrazione turistica durante e dopo la produzione.

A dimostrazione dell'importanza che sta acquisendo il cineturismo all'interno del territorio regionale, "Marche Cinema" il portale di cinema regionale, propone sette itinerari sui luoghi del cinema marchigiani descrivendoli come "località famose e nascoste utilizzate dalla cinematografia ufficiale. Prima di Moretti, che con la sua 'Stanza del figlio' ha portato alla ribalta una schiva e riottosa, quanto fotogenica, città di Ancona, prima di Soldini e Piccioni, già grandi registi come Visconti, Masetti, Germi e grandi attori avevano 'frequentato' e trovato cinematograficamente interessanti le Marche"<sup>331</sup>.

Symbola - Unioncamere<sup>332</sup> stima, per il 2012, una componente di spesa turistica attivata dalle industrie culturali nelle Marche quantificabile in 872 milioni di euro, corrispondenti al 3,3% del totale spesa turistica attivata dall'industria culturale in Italia (26,4 miliardi di euro) e al 50% del totale

<sup>331</sup> <http://marchecinema.cultura.marche.it/map.asp>

<sup>332</sup> Symbola, *Io sono cultura. L'Italia della qualità e della bellezza sfida la crisi*, Rapporto 2013. Il dato che risulta dall'impatto turistico può risultare sovrastimato a causa del perimetro che Symbola utilizza per definire l'industria culturale e creativa, che comprende: film, video e radiotv, videogiochi e software, musica, libri e stampa e poi anche architettura, comunicazione e branding, design e produzione di stile, artigianato, rappresentazioni artistiche, intrattenimento, convegni e fiere, musei, monumenti, archivi e gestione di luoghi e monumenti storici.

spesa turistica regionale. Quest'ultimo dato posiziona le Marche al primo posto in Italia per quota di spesa turistica attivata dall'industria culturale sul totale spesa turistica regionale.

## 2.10 Giudizio complessivo

Fabrizio Saracinelli, della società di produzione Guasco, esprime un giudizio positivo sull'operato della Film Commission: "Sta lavorando bene sul territorio anche perché da gennaio 2012 è affiancata dalla Fondazione Marche Cinema Multimendia ed ha avuto un fondo con cui aiutare le produzioni. La Film Commission esiste da tanti anni ma lavorava cercando di attirare le produzioni senza budget. Negli ultimi due anni questa cosa si è sbloccata, e grosse produzioni sono venute a girare nelle Marche, con una distribuzione nazionale ed un potenziale enorme. D'altra parte, se nella Fondazione credono molto nel lavoro che fanno, c'è un problema politico di fondo che non crede al cinema come industria. E lo abbiamo visto 15 anni fa, quando Nanni Moretti venne a girare 'La stanza del figlio', film vincitore di Cannes nato e purtroppo anche morto qui. Da quell'esperienza ciascuno di noi ha cominciato ad ingrandirsi, sono nate realtà professionali importanti, ma ognuno ha lavorato per conto suo, senza che ci fosse una regia politica".

Damiano Giacomelli di Officine Mattòli commenta: "La Film Commission nelle Marche è abbastanza giovane, non nell'istituzione formale, ma nella capacità di poter attuare la sua funzione, e quello che fa quando si relaziona con le realtà territoriali lo fa bene, pur non avendo basi economiche forti. Fa rete e questo funziona molto, ma deve diventare attività di sistema piuttosto che frutto di iniziative singole. Dovrebbe adoperarsi un po' di più per riuscire ad inserire professionisti locali all'interno delle produzioni che arrivano. Spesso le produzioni hanno il vincolo di prendere maestranze sul territorio ma non è un vincolo economico, per cui finiscono per far lavorare stagisti gratis. In più la dinamica della regione sfruttata come location non va bene, perché non lascia segni tangibili sul territorio, ma questo vale in generale e non solo nelle Marche".

Sull'operato della Film Commission Daniele Galvani di Marche Movie aggiunge: "La Marche Film Commission, incubata nella Fondazione Marche Cinema, ha senza dubbio una funzione sociale non da poco perché legata alla promozione di cultura e della creatività audiovisiva locale, mostrando così che l'obiettivo principale della Film Commission, con il quale giustifica la propria esistenza, è una progressiva decentralizzazione della produzione cinematografica e televisiva nazionale a favore di investimenti nella nostra regione. Nello specifico la Film Commission regionale sa promuovere la disponibilità di una location per le riprese, sta organizzando o intervenendo in eventi e festival, nella ricerca di partner e co-produttori e spesso impiega il proprio personale, in gruppi e individualmente, per lavorare direttamente sul territorio. Se si volessero individuare debolezze sarebbero troppo spesso legate a scelte che purtroppo non dipendono dalle Film Commission e pertanto non approfondirei l'argomento".

## 3 Fondi

### 3.1 Fondi gestiti dalle FC

La Marche Film Commission dispone di un fondo da 50mila euro attivato nel 2010 e nel 2012, di attivazione biennale a sostegno dell'audiovisivo locale.

### 3.2 Altri fondi

L'istituzione di un sostegno a favore delle produzioni cinematografiche intenzionate a girare nella regione Marche è prevista con legge regionale n. 7/2009 (la stessa che istituisce la locale Film Commission). All'art. 2, infatti, la legge istituisce un fondo per le attività cinematografiche, proveniente da risorse che la Regione riserva al settore dello spettacolo e da altre risorse che lo Stato, l'Unione europea o altre istituzioni o enti pubblici o privati destinano alla Regione per questa finalità. Le modalità di riparto dei finanziamenti sono stabilite da apposito Piano per le attività cinema-

tografiche approvato dall'Assemblea legislativa regionale su proposta della Giunta regionale in cui vengono stabiliti gli indirizzi e gli obiettivi da perseguire per il raggiungimento degli obiettivi prefissati dalla legge e i criteri di stanziamento dei finanziamenti.

Per gli interventi previsti dalla legge era autorizzata una spesa parti a **277mila euro** per l'anno **2009** e un'entità per gli anni successivi da stabilire con le rispettive leggi finanziarie.

Tra questi:

- 100mila euro a sostegno all'attività delle sale cinematografiche autorizzate al pubblico esercizio;
- 157mila euro per il sostegno a soggetti che senza finalità di lucro organizzano festival, rassegne e premi di carattere nazionale ed internazionale, che stabilmente si svolgono nel territorio regionale (100mila euro) e per il sostegno ai circuiti e alle rassegne cinematografiche di rilievo regionale (57mila euro).
- 20mila euro per il sostegno alle attività della Mediateca regionale delle Marche.

Nel 2010, il "Piano annuale per le attività cinematografiche" dotava il Fondo di **350mila euro**, di cui:

- 60mila euro per il sostegno ai circuiti e alle rassegne cinematografiche di rilievo regionale;
- 95mila euro per sostegno a soggetti che senza finalità di lucro organizzano con stabilità festival, rassegne e premi di carattere nazionale ed internazionale, che stabilmente si svolgono nel territorio regionale;
- 25mila euro per il sostegno ai progetti delle associazioni di settore;
- 20mila euro per il sostegno alle attività della Mediateca regionale delle Marche;
- 100mila euro per il sostegno all'attività delle sale cinematografiche autorizzate al pubblico esercizio;
- 50mila euro per il sostegno a progetti di produzione cinematografica e audiovisiva attraverso Marche Film Commission.

Nel 2011 la cifra stanziata è stata di **655mila euro** così distribuiti:

- 40mila euro per il sostegno ai circuiti cinematografici di rilievo regionale;
- 90mila euro per la Mostra internazionale del nuovo cinema di Pesaro;
- 40mila euro per l'organizzazione stabile di festival, rassegne, concorsi e premi;
- 120mila euro il sostegno alle attività di sale cinematografiche situate nei centri urbani e in particolare nei piccoli centri (da individuare con apposito bando pubblico) che versano in condizioni particolarmente critiche legata a causa, tra le altre cose, dell'aumento del cinema multisala extraurbani;
- 305mila euro destinate a Marche Film Commission- Fondazione Marche Cinema Multimedia per il sostegno alle produzioni e alla sceneggiatura, anche al fine di promuovere il territorio regionale; tale compito è affidato principalmente alla Marche Film Commission dopo che, nel 2010, si è avviato il percorso per la costituzione di un organismo multifunzionale di settore dove far confluire le attività di Marche Film Commission e della Mediateca delle Marche, secondo le linee di indirizzo della nuova normativa regionale;
- 60mila euro per la promozione e valorizzazione del patrimonio e della cultura cinematografica, della conoscenza dell'audiovisivo e dei nuovi linguaggi della multimedialità attuata su progetti a gestiti direttamente dalla Regione anche con eventuali risorse aggiuntive; per il 2011 va segnalato il progetto di promozione delle iniziative culturali presso la Libreria del Cinema di Roma.

Nel 2012 è stata stanziata una cifra pari a **600mila euro**, di cui:

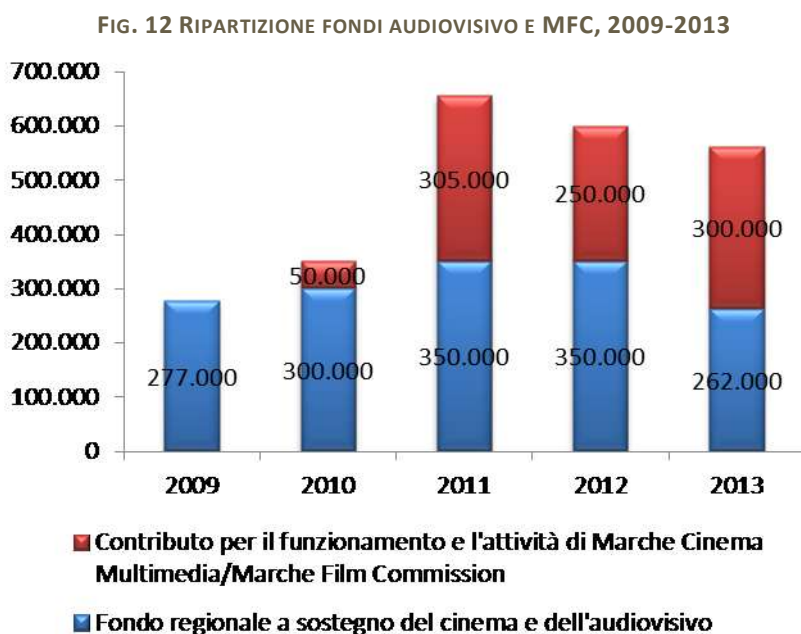
- 80mila euro a sostegno di circuiti cinematografici di rilievo regionale e a soggetti che senza finalità di lucro organizzano con stabilità festival, rassegne e premi di carattere nazionale ed internazionale;
- 90mila euro a sostegno del progetto Nuovo Cinema di Pesaro;
- 120mila euro a sostegno dell'attività delle sale cinematografiche destinate al pubblico esercizio;
- 30mila euro a sostegno del progetto speciale "Marche al cinema";

- 250mila euro destinati alla Fondazione Marche Cinema Multimedia per l'attività e per il sostegno alle produzioni e alla sceneggiatura, anche al fine di promuovere il territorio regionale, da attuarsi attraverso Marche Film Commission (200mila euro per l'attività, cui possono aggiungersi 50mila euro per il sostegno alle produzioni e associazioni regionali attraverso apposito bando emanato dalla Fondazione Marche Multimedia. Eventuali fondi aggiuntivi da destinare a produzioni più impegnative vengono poi gestiti direttamente dalla Fondazione Marche Multimedia, che si dota di criteri e modalità di accesso);
- 30mila euro da destinare alla realizzazione di progetti pilota regionali a carattere innovativo e multimediali, funzionali allo sviluppo di politiche regionali nelle materie oggetto della legge.

Nel 2013, infine, il piano prevede uno stanziamento pari a **562mila euro**, così ripartiti:

- 72mila euro a sostegno di circuiti cinematografici di rilievo regionale e a soggetti che senza finalità di lucro organizzano con stabilità festival, rassegne e premi di carattere nazionale ed internazionale;
- 80mila euro a sostegno del progetto Nuovo Cinema di Pesaro;
- 75mila euro a sostegno dell'attività delle monosale cinematografiche autorizzate al pubblico esercizio;
- 25mila euro a sostegno dell'attività dei cinema multisala autorizzati al pubblico esercizio;
- 300mila euro destinati alla Fondazione Marche Cinema Multimedia per l'attività e per il sostegno alle produzioni e alla sceneggiatura, anche al fine di promuovere il territorio regionale, da attuarsi attraverso Marche Film Commission;
- 10mila euro per la realizzazione di progetti pilota regionali a carattere innovativo e multimediali, funzionali allo sviluppo di politiche regionali nelle materie oggetto della legge.

Nel corso degli anni, dunque la cifra destinata al sostegno di cinema e audiovisivo e il fondo amministrato dalla Fondazione Marche Cinema Multimedia tramite le attività della Marche Film Commission hanno acquisito un'importanza sempre maggiore.

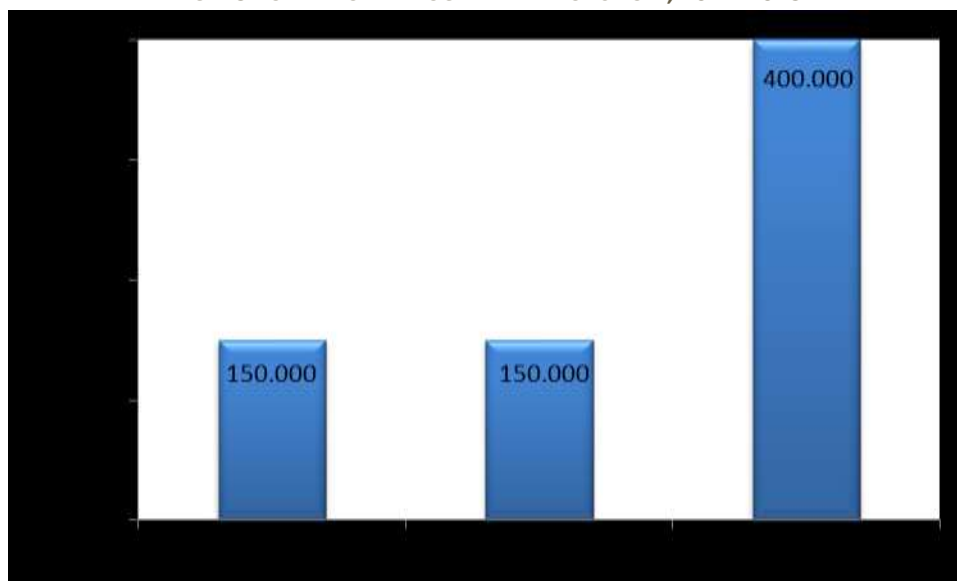


Fonte: elaborazioni lem – Rosselli su dati Regione Marche

Tra il 2011 e il 2013 sono stati erogati alle produzioni un totale di 700mila euro in fondi: di questi 150mila sono andati a finanziare produzioni nel 2011 e 2012 e 400mila nel 2013. Tale incremento va letto alla luce dell'intervento speciale di 300mila euro, attivato dalla Regione Marche per il sostegno alla realizzazione del film "Il Giovane Favoloso" regia di Mario Martone e produzione Palomar, risorse finanziarie e lavorative per l'amministrazione delle quali la Fondazione Marche Cine-

ma Multimedia - Marche Film Commission è stata incaricata - tramite apposita Convenzione - quale "soggetto di gestione e verifica".

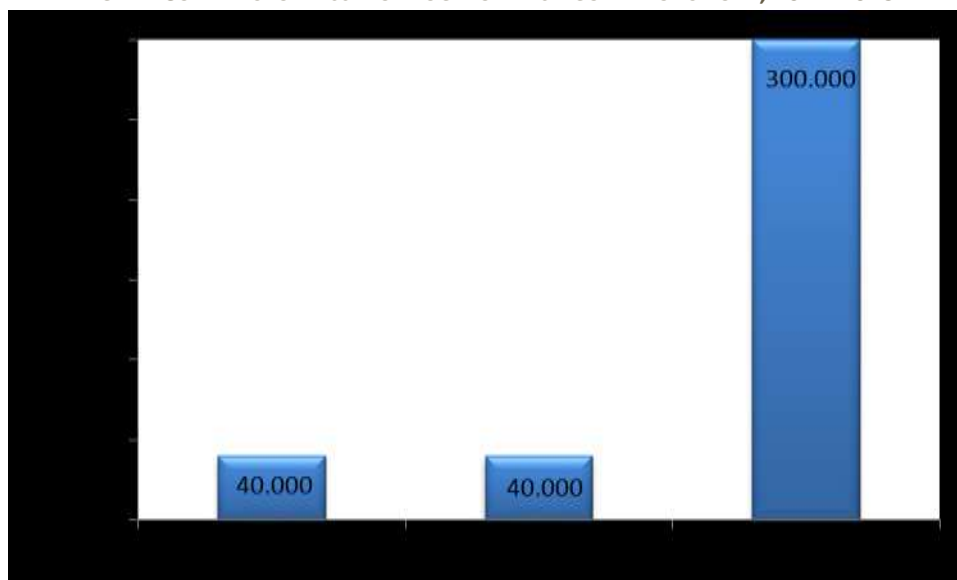
**FIG. 13 TOTALE FONDI EROGATI ALLE PRODUZIONI, 2011-2013**



Fonte: elaborazioni Iem - Rosselli su dati Marche Film Commission

Il contributo massimo erogato per singola produzione è stato di 40mila euro nel 2011 e 2012 e 300mila nel 2013, a causa dell'intervento speciale della Regione, come sopra detto, a favore de "Il Giovane Favoloso" prodotto da Palomar.

**FIG. 14 CONTRIBUTO MASSIMO EROGATO PER SINGOLA PRODUZIONE, 2011-2013**



Fonte: elaborazioni Iem - Rosselli su dati Marche Film Commission

### 3.3 Criticità, aree di miglioramento

A proposito dei recenti bandi a sostegno del comparto, l'assessore alla Cultura Pietro Marcolini ha dichiarato: "Con queste misure interveniamo a sostegno della filiera del cinema sia sul versante delle attività che su quello del presidio dei centri storici e dei quartieri dove il cinema rappresenta un'occasione d'attrazione e di opportunità formativa, oltre che di divertimento. Lo facciamo con risorse limitate, ma importanti, che integrano l'investimento più generale che stiamo portando a-

vanti con il sostegno alla digitalizzazione delle sale cinematografiche, l'attività qualificata della Fondazione Marche Cinema Multimedia, l'impegno su grandi produzioni come nel caso del film di Martone su Giacomo Leopardi e le iniziative legate al Distretto culturale evoluto. Si tratta di un impegno complessivamente significativo, modulato su una tastiera diversificata che guarda al cinema come arte e come industria del nostro tempo che produce reddito e occupazione"<sup>333</sup>.

Fabrizio Saracinelli commenta a proposito dei fondi: "Ci deve essere un progetto alla base, un fondo non può essere elargito al singolo piuttosto che ad alcuni singoli, ci deve essere un bando e alcuni criteri di assegnazione. Negli ultimi due anni è stato fatto un bando regionale per le produzioni locali, e questo è stato un bene perché non vanno aiutate solo le produzioni che vengono da fuori. Ci vuole molta attenzione ed avere gli strumenti per capire chi è meritevole e se ci sono ricadute: la Film Commission ha i mezzi per farlo e già lo fa, inserendo dei vincoli, motivazioni alla concessione dei contributi, criteri di qualità del prodotto".

"I fondi non sono sufficienti, soprattutto non tanto in termini di quantità, ma a causa dei canali con cui si arriva ad ottenerli, rimasti a rapporti interpersonali, in generale si nota, a livello nazionale, poca trasparenza e di questo risente la qualità: la quantità sarebbe adeguata ma se viene distribuita male è come se non venisse percepita. A livello regionale si assiste ad un aumento dell'investimento ma anche qui andrebbe fatto un discorso sullo sviluppo delle realtà territoriali" (Giacomelli).

"Qualunque piccolo produttore o regista indipendente direbbe sempre che il sostegno economico non è sufficiente. Ma purtroppo, nella mia visione delle cose, partiamo proprio da una carenza imprenditoriale importante da parte del regista indipendente medio. Mi spiego meglio e parto un po' da lontano per farmi capire. Spesso si sente parlare di corti che sono costati 200/300/1000 euro. Ma ovviamente questo non corrisponde al vero. Forse quella cifra è la cifra che il regista ha sborsato in termini pratici, ma se calcolassimo davvero il costo non pagato di tutto quello che spesso viene offerto o regalato nelle piccole produzioni in termini di tempo, energia o scambio di favori e lo contabilizzassimo come farebbe qualunque imprenditore, scopriremmo che quel corto è costato 20 volte tanto seppur non in termini economici, ma di altra natura. Questo perché si tende a dare per scontate alcune cose fondamentali, solo perché non pagate. Per cui, certamente se ci fossero tanti soldi da investire in piccolissime produzioni indipendenti, alcuni di questi sarebbero decisamente più contenti, ma se comprendessero il valore di supporto che possono avere dagli strumenti amministrativi che, ad esempio, le Film Commission possono dare in termini di aiuto produttivo, scoprirebbero una risorsa che non vorrebbero mai più abbandonare" (Galvani).

#### 4 Eccellenze e innovazione

L'Assessorato alla Cultura della Regione Marche ha deciso di lanciare, ad ottobre 2013, il proprio **Distretto culturale evoluto**, per il finanziamento di alcuni progetti di interesse regionale ideati da imprese culturali e 4 macroaree a regia regionale. Alla scadenza della presentazione dei progetti, fissata al 21 giugno 2013 erano state presentate 20 proposte (per un ammontare totale pari a 17,4 milioni di euro e un contributo richiesto pari a circa 5,4 milioni di euro), ne sono state giudicate ammissibili 18 e finanziate 10 per un importo complessivo da parte della Regione di 2,45 milioni di euro. Ai progetti partecipano oltre 400 partner. Una buona parte dei progetti ha come oggetto azioni e interventi che valorizzano l'impiego dell'ICT in maniera più "tradizionale" ovvero l'utilizzo delle nuove tecnologie (realtà aumentata, produzione di app, sistemi avanzati di diagnostica, portali web, etc.) come strumento di potenziamento del patrimonio culturale, e aumento dei livelli di fruizione e di accessibilità, oppure secondo un approccio più "innovativo" in cui l'ICT diviene uno strumento per creare e penetrare nuovi mercati non solo nel settore culturale, ma anche in altre filiere (agro-alimentare, sociale, artigianale, industriale, etc.)

<sup>333</sup> Cfr.

<http://www.regione.marche.it/Home/Comunicazione/ComunicatiStampa/Comunicato.aspx?IdNews=23474>

Sono stati inoltre elaborati progetti di iniziativa regionale, coerenti con lo sviluppo del Distretto culturale evoluto, suddivisi in 4 macro aree di intervento per uno stanziamento totale di 1,75 milioni di euro:

- *Progetto Adriatico*: piattaforma culturale permanente della macroregione adriatica per lo sviluppo di un networking permanente di beni, servizi, istituzioni culturali che ruotano attorno alle istituzioni regionali e promuovono la macroregione;
- *Urbino, la città ideale*: progetto di riqualificazione urbana della città di Urbino come luogo della creatività e dell'accoglienza in vista della candidatura di Urbino a Capitale Europea della Cultura 2019;
- *S.I.N.C Spettacolo, Innovazione, Creatività*: progetto della Regione Marche e del Consorzio Marche Spettacolo volto a stabilire forme di cooperazione tra due componenti del distretto culturale evoluto: le arti dello spettacolo (interne al cosiddetto nucleo delle arti) le imprese creative (architettura, comunicazione e branding, design e produzione di stile, artigianato);
- *Filiera del cinema*: progetto della Regione Marche e della Fondazione Marche Cinema Multimedia per lo sviluppo di una filiera regionale della produzione e postproduzione cinematografica attraverso misure integrate nei settori della promozione, produzione, post-produzione e formazione<sup>334</sup>.

**MarcheMovie.Com** nasce come sito informativo credendo fortemente in quello che Internet può dare al settore cinematografico. "Ci occupiamo in primis di dare più informazioni possibili su quanto accade nella nostra regione a livello di casting, festival ed eventi – ha commentato Daniele Galvani – . Inoltre compiamo costantemente un'operazione quotidiana di scouting della rete alla ricerca di nuovi 'prodotti' da recensire o artisti da intervistare per consentirgli di avere una vetrina raggiunta ogni mese da 10mila visitatori, senza includere il traffico dei social network. Stiamo anche lavorando per un portale nazionale dedicato ai cortometraggi e alle produzioni indipendenti in generale, affiancandolo ad una collaborazione con alcuni circuiti di sale cinematografiche e festival locali e nazionali".

All'interno del territorio regionale vengono organizzate varie iniziative di rilevanza alcune delle quali godono, per la loro realizzazione, di un sostegno regionale.

La **Mostra Internazionale del Nuovo Cinema di Pesaro** (50<sup>a</sup> edizione a giugno 2014), è un festival storico nel panorama di festival e rassegne cinematografiche che si svolgono in Italia ed è considerato tra i tre più importanti festival italiani del cinema. Costituisce allo stesso tempo un luogo di spettacolo, documentazione, studio e incontro internazionale e locale. La manifestazione prevede tra le altre cose una "Retrospectiva" dedicata al cinema internazionale, con proiezioni dedicate ad una specifica nazione e una sezione "Evento speciale" dedicata ad un singolo regista vivente. Nel 2013 ha usufruito di un finanziamento da parte della Regione di 80mila euro (era di 90mila nel 2012) volto ad ottenere una ricaduta in termini di immagine, occupazionale ed economica sul territorio. Una ricerca dal titolo *I festival del cinema – quando la cultura rende*, a cura di Mario Abis e Gianni Canova, pubblicata a maggio 2012 ed avente ad oggetto il valore economico dei festival del cinema<sup>335</sup>, ha dimostrato che il Festival di Pesaro è esempio virtuoso in merito alla capacità promozionale, è in linea con gli altri festival per quanto riguarda le dinamiche organizzative e logistiche, ha significative ricadute sul territorio in termini economici e turistici, attraendo una gran quantità di pubblico esterno.

La Rassegna sul documentario **Libero Bizzarri**, che si tiene dal 1994 a San Benedetto del Tronto e organizzata dall'omonima Fondazione, in collaborazione con Fondazione Marche Cinema Multimedia, è un concorso sostenuto dalla Regione Marche con l'obiettivo di stimolare e di accrescere il valore dell'offerta della produzione del documentario. Si tratta di una delle manifestazioni più co-

<sup>334</sup> Cfr. <http://www.cultura.marche.it/CMDirector.aspx?id=11702>

<sup>335</sup> La ricerca esamina 11 festival del cinema che si svolgono in Italia, Bologna, Courmayeur, Ischia, Lecce, Montone (PG), Pesaro, Roma, Taormina, Trieste, Udine, rappresentativi di varie tipologie di manifestazione (festival storici vs festival recenti, generalisti vs settoriali, etc.) e ne analizza gli aspetti economici, di pubblico e il ritorno economico sul territorio di riferimento attraverso interviste e questionari a organizzatori e fruitori.

nosciute a livello nazionale per la promozione e la diffusione del documentario d'autore. È anche un'iniziativa di carattere formativo, che permette ad una giuria popolare di giovani di cimentarsi con il linguaggio cinematografico, esercitando le loro capacità critiche. ed organizza il progetto **MediaEducazione** (vedi *infra* sezione Formazione).

Dal 2004, l'Associazione culturale di giovani anconetani Nie Wiem organizza **Corto Dorico**, un concorso nazionale per cortometraggi. Contribuisce alla promozione del linguaggio cinematografico assieme alla Fondazione Marche Cinema Multimedia e altri soggetti operanti su territorio regionale ed ha una sezione intitolata "Cinema e Cittadinanza globale" dedicata ai temi sociali. L'edizione 2012 ha registrato circa 1.700 presenze di cui 300 studenti medi e medi superiori provenienti da 15 scuole della regione, 3 festival italiani di cinema internazionale coinvolti nella giornata "Cinema e cittadinanza globale", 14 registi in concorso, 4 giurati di qualità di livello internazionale, una giuria giovani con un'età media di 16 anni.

L'Agis Marche organizza dal 1984, in collaborazione con la Fice, il **Circuito regionale Cinemania**, un circuito di film d'essai che si distingue per la promozione e diffusione sul grande schermo di produzioni cinematografiche, corti, documentari di registi e filmmaker marchigiani, avvalendosi anche della collaborazione con l'Agiscuola regionale per la diffusione della cultura cinematografica nelle scuole e lo svolgimento del progetto David Giovani.

L'associazione culturale C.G.S. Marche – Cinecircoli Giovanili Socioculturali, con sede ad Ancona, promuove in collaborazione con ACEC, il **Circuito regionale Sentieri di cinema**, attivo dal 1994, che ripropone in varie rassegne tematiche la programmazione di film che hanno ottenuto premi e riconoscimenti dalla critica e nei Festival più prestigiosi. Affiancano le rassegne attività didattiche e formative e l'incontro con autori, attori e registi dei film.

Fondazione Marche Cinema Multimedia cerca ed attiva forme di collaborazione e promozione anche con iniziative di settore non sostenute finanziariamente da Regione Marche, quale il **Centro di Documentazione Scenografica Giancarlo Basili di Montefiore dell'Aso**, unico polo museale dedicato alla raccolta e l'esposizione di realizzazioni scenografiche, backstage fotografici, bozzetti e disegni relativi al lavoro della messa in scena.

La **Rainbow**, fondata nel 1995, è una società primaria a livello europeo nell'industria dell'animazione con sede a Loreto. Ha più di 300 dipendenti ed è il più grande studio europeo dedicato alla produzione televisiva e cinematografica d'animazione. La serie televisiva WinxClub prodotta per la Rai (ed esportata con grande successo sui principali mercati esteri) l'ha resa nota a livello globale. Alla serie è stato dedicato un parco giochi a tema a Valmontone, in provincia di Roma (Rainbow Magicland).

## 5 Formazione

### 5.1 Iniziative gestite direttamente dalla FC

Tra le attività di formazione organizzate o sostenute direttamente, la Fondazione Marche Cinema Multimedia segnala **Cineresidenze – A lezione dai grandi maestri del cinema italiano**, vincitore del bando "I luoghi dell'animazione" nell'ambito dell'Accordo Quadro "I giovani c'entrano", siglato tra Dipartimento della gioventù della Presidenza del consiglio dei ministri e la Regione Marche, rivolto a giovani professionisti o semi professionisti di età compresa tra 18 e 35 anni residenti per il 50% su territorio regionale.

La Fondazione Marche Cinema Multimedia ha organizzato inoltre nel 2012 l'iniziativa **Ora di Cinema**: una serie di incontri con produttori/registi/attori rivolti nello specifico ai professionisti marchigiani del settore, ma aperti anche ai cittadini interessati.

Organizza infine workshop con professionisti in occasione dei festival del cinema.

### 5.2 Altre iniziative formative

Sono state individuate altre attività formative all'interno del territorio regionale.



**L'Associazione Officine Mattòli di Tolentino** (MC) si propone di promuovere, autonomamente o in collaborazione con altri enti, la realizzazione di prodotti audiovisivi rappresentativi del territorio e della creatività di chi lo attraversa; promuovere nuovi ed efficaci circuiti di distribuzione che consentano di accorciare la distanza tra le produzioni audiovisive indipendenti e i potenziali spettatori, a livello locale e nazionale attraverso festival, incontri con gli autori, proiezioni aperte al pubblico, specifici progetti web e nuove forme di distribuzione; promuovere un percorso di formazione cinematografica di livello nazionale, proponendo corsi e seminari legati alle varie attività che costituiscono una produzione audiovisiva<sup>336</sup>. Nell'ambito di quest'ultimo obiettivo l'Associazione organizza una serie di corsi di formazione (filmmaking, sceneggiatura, recitazione) e 8 masterclass intensive per professionisti del cinema.

**L'Accademia di Belle Arti** di Macerata promuove:

- Corso di diploma accademico di I livello in Teoria e tecnica della comunicazione visiva multimediale;
- Corso di diploma accademico di I livello in Scenografia;
- Corso di diploma accademico di II livello in Linguaggi multimediali digital video

**Il Centro Sperimentale di Design Poliarte** di Ancona organizza il corso triennale in Graphic Design, che comprende Advertising, Fotografia, Editoria e Multimedia, per imparare ad utilizzare tutte le tecniche disponibili come grafica, fotografia, audiovisivi, web, video.

**L'Accademia del Documentario Libero Bizzarri** organizza **MediaEducazione**, concorso a cui partecipano ragazzi da tutte le scuole d'Italia per promuovere l'utilizzo dei linguaggi visuali e multimediali nella didattica.

La **Scuola del Teatro Stabile delle Marche**, attiva dal 2001 con sede ad Ancona, organizza due corsi:

- *Il mestiere dell'attore*: rivolto ai giovani dai 16 ai 32 anni della durata di due anni con rilascio di un diploma al termine del corso. Il programma prevede l'insegnamento di recitazione, movimento, tecnica e drammaturgia della voce, commedia dell'arte, drammaturgia e poetica del teatro;
- *Teatro junior*: rivolto a giovanissimi tra i 7 e i 15 anni, è condotto da un'unica insegnante e propone il teatro come un gioco per lo sviluppo della creatività e della socialità.

### 5.3 Bilancio dell'adeguatezza dell'offerta

"Negli ultimi due-tre anni c'è stato grande movimento, l'associazione Officine Mattòli di Tolentino si sta muovendo bene, così come Cineresidenze, iniziativa intelligente perché fatta per il territorio e sul territorio. I professionisti non sono tantissimi, ma ci sono. Il problema è che se si formano videomaker, macchinisti, attori e altro è necessario dare loro la possibilità di formarsi e lavorare sul territorio: ma se non c'è la produzione la gente va a lavorare fuori. In tanti vorrebbero restare o tornare a lavorare nelle Marche ma sono costretti a trasferirsi. La formazione è molto importante ma va affiancata ad un discorso formativo sul campo: questa è una nostra pecca, perché corsi ce ne sono tanti, sia dal punto di vista attoriale che tecnico ma sbilanciati (Saracinelli)".

"Cineresidenze è un'iniziativa più estemporanea rispetto a quelle organizzate da centri più stabili ma ha avuto la sua efficacia a livello comunicativo anche fuori regione. Spesso invece i corsi universitari classici vendono cose che col cinema fatto non c'entrano nulla, sono troppo accademici e non favoriscono l'incontro con le imprese. L'offerta formativa è sufficiente ma andrebbe più supportata, noi come Officine Mattòli abbiamo iniziato indipendentemente ed abbiamo oggi iscritti da varie regioni: ma per tenere i prezzi delle iscrizioni più bassi si basa su un sistema semivolontaristico e questo è paradossale visto che offriamo più sbocchi lavorativi di altri. Per rispondere alle esigenze del mercato in termini di competenze e professionalità facciamo ad esempio un corso di filmmaking in cui cerchiamo di riunire l'aspetto produttivo in tutte le sue sfaccettature. Inserendo tutto in uno stesso corso facciamo in modo che chi lo porta a termine abbia in mano tutti gli strumenti anche per lavorare con le piccole realtà locali. In altri termini abbiamo cercato di adattare la

<sup>336</sup> Cfr. <http://www.officinemattoli.it/chisiamo>

proposta anche al tipo di lavoro che c'è uscendo dalla scuola. Su base nazionale forse ci sarebbe bisogno di un raccordo maggiore con il sistema lavorativo" (Giacomelli).

"La Fondazione Cinema si è mossa molto spesso negli ultimi periodi, intervenendo a favore di manifestazioni ed eventi grandi o piccoli, in modo da promuoverli in maniera adeguata. Sono nate realtà molto interessanti come Cineresidenze, che consente di vivere un'esperienza di masterclass in maniera vivida e profonda insieme a professionisti del cinema a livello nazionale e internazionale. A livello privato esistono altre realtà come Officine Mattòli o altre piccole scuole dislocate lungo il territorio a cui molti giovani si affidano per aumentare le loro conoscenze legate al cinema e approfondirle in maniera seria e costruttiva. Le attività culturali, oltre a rappresentare un momento di arricchimento dal punto di vista umano e sociale, sono importanti per l'economia. Lo sono, in particolare, per un paese come l'Italia, dotato di un patrimonio artistico e culturale di assoluta preminenza a livello mondiale. Pertanto maggiori saranno le attività che andranno a formare in maniera strutturata un tessuto culturale forte, maggiore sarà la professionalità espressa sul campo e di conseguenza ancora maggiore sarà la percezione e la rilevanza di quel territorio con tutte le ricadute del caso. All'aumentare delle professionalità, potranno aumentare il numero di corsi, di scuole e di iniziative che, a mio avviso, non sono mai abbastanza" (Galvani).

## 6 Le strategie dell'audiovisivo regionale

Il settore audiovisivo sul territorio marchigiano è considerato strategico sia dal punto di vista culturale che come volano di sviluppo economico.

"Questo territorio – commenta in proposito Fabrizio Saracinelli – è strategico perché non ha una grossa tradizione cinematografica ed ha quindi grandi potenzialità, motivo per cui c'è ancora un ampio margine di azione. Dal punto di vista culturale c'è ancora sofferenza, che il cinema potrebbe alleviare e in parte già lo fa: noi abbiamo collaborato con Palomar per un Film su Leopardi. Dal punto di vista economico è importante su tutta la filiera: da noi ci sono realtà economiche private ancora importanti, un tessuto di PMI, che, decidendo di investire nel cinema, potrebbero dare una grossa mano allo sviluppo del settore e del territorio. Ci sono grosse potenzialità, accentuate dal fatto che la regione non è in difficoltà come molte altre e che le aziende vanno (relativamente) bene e potrebbero investire. Rappresentiamo una scommessa: fino ad ora siamo stati tagliati fuori, ma ora anche a Roma si inizia a parlare delle Marche come territorio da sfruttare. Serve però, anche in questo, una strategia politica, di FC e Regione Marche, che dovrebbero, in primis, cominciare a pensare che il cinema e il relativo investimento attraverso i fondi è fonte di reddito, è un'industria che va sostenuta, in ogni suo genere, dal corto al documentario. Se accanto al finanziamento pubblico ci metti un privato che investe (e in questo territorio, ripeto, è ancora possibile) allora si crea un motore che si autoalimenta, e diviene conveniente dal punto di vista economico. Altre regioni sono più avanti di noi perché hanno fatto diversi investimenti e ci hanno creduto di più" (Saracinelli).

"Le Marche sono tra le regioni meno raccontate in Italia: siamo rimasti anonimi nell'immaginario nazionale, e il cinema e l'audiovisivo sono lo strumento fondamentale per cambiare questa prospettiva. Dal punto di vista economico l'auspicio è che ci sia un sostegno sempre più mirato a costruire una struttura stabile anche territoriale perché le regioni più piccole non vengano utilizzate solo come location ma diventino integranti nel processo produttivo. La regione ha imprese che risentono della crisi ma riescono a superarla abbastanza bene, quindi strumenti come il tax credit potrebbero funzionare. Andrebbe poi controllato in che modo si elargiscono i finanziamenti ministeriali perché il come vengono effettuate le scelte sui prodotti che vengono finanziati è un grosso problema. E poi va fatto un discorso più territoriale che miri a destinare risorse alla crescita locale e che non guardi solo a Roma. Sul fronte istituzionale andrebbero incentivati organi stabili a livello regionale che tengano un po' le fila del comparto cinematografico in regione in modo tale che chi arriva dall'esterno abbia un quadro chiaro di quello che c'è in regione, e questo potrebbe essere uno dei compiti della Film Commission" (Giacomelli).

“Il settore cinematografico e audiovisivo è strategico per lo sviluppo del territorio. La cosa che non viene percepita è che si tratta di un prodotto immateriale, il cui valore economico è determinato dallo sfruttamento di diverse forme di economia che genera. Ma è chiaro che la duplice natura, in primis culturale, poi ovviamente commerciale, del prodotto cinematografico è all'origine della complessità del suo mercato e del processo industriale che si sviluppa intorno alla sua realizzazione e commercializzazione. In altre parole, ben più semplici, anche se può non sembrare, ritengo che sia evidente che in ogni territorio dove si è sviluppato un senso d'amore verso il cinema, senza dubbio ne ha beneficiato la sua collettività, nell'immediato con i set nel territorio, e successivamente come ritorno d'immagine a più livelli.

La valorizzazione del potenziale creativo di un luogo e delle sue radici costituisce da sempre le solide fondamenta di un tessuto sociale coeso ed economicamente attivo. E questo vale anche per il cinema in ogni sua forma. Inoltre collocare un progetto audiovisivo in un determinato territorio può influire sull'arrivo di visitatori che altrimenti non lo visiterebbero neanche, incoraggiare anche altre visite di turisti, che altrimenti riterrebbero che una visita sia sufficiente, incoraggiare il fenomeno di passaparola ed estendere la stagione turistica in periodi in cui il luogo registrerebbe una scarsa visita, per via dell'aumento della fama e dell'attrattiva dei territori in cui sono state realizzate le riprese. È vero che l'interesse che gli spettatori hanno sulle visite in una determinata location sulla quale è stato girato un film è imprevedibile, ma facendo di tutto per favorirlo se ne avranno benefici molto più evidenti. Per finire credo che l'aumento delle produzioni audiovisive può favorire lo sviluppo di competenze professionali al livello locale, aumentandone così il valore anche in termini economici” (Galvani).

“Cinema e audiovisivo meritano un sostegno. E non a caso mi pare adatta la parola 'meritare'. Perché produrre un film o qualunque altra forma di audiovisivo consiste in una spesa di risorse creative ed economiche spesso importanti, richiede una competenza completa sotto il punto di vista artistico e commerciale e una notevole capacità di fundraising, tutte caratteristiche che spesso devono convivere in soggetti che solo raramente dispongono di capitali propri sufficienti a garantire la liquidità richiesta. E per questo motivo spesso ottimi progetti non riescono nemmeno a uscire dai casseti. Un valido sostegno, sia economico che amministrativo, sarebbe uno dei primi passi per far esprimere in pieno le potenzialità inesprese del sottobosco artistico cinematografico. Dobbiamo guardare le cose dal punto di vista della fruizione. Per esempio la digitalizzazione delle sale non può che essere una buonissima notizia, perché implica in maniera implicita che anche produzioni con mezzi modesti potranno mostrare i loro lavori in sala sottoponendosi al giudizio della platea, senza la necessità di cinematografarli. Inoltre non dobbiamo dimenticare che Internet propone un modello di fruizione audiovisiva che per l'utente è più attraente della tv, con un accesso incomparabilmente più ampio alla varietà dei contenuti e con un grado di interattività tale da dare all'utente completa libertà nei tempi e nei modi di fruizione. Lavorare su questo aspetto consentirà di dare una linfa nuova al comparto che mai come oggi ha pubblici diversi, di diverse età, di diverse estrazioni sociali, con diversi orari, diverse esigenze, diverse attitudini. Non colpirli uno per uno sarebbe una sciocchezza. Questo aspetto affiancato da campagne di fidelizzazione del pubblico basate su attività promozionale e di educazione alla visione potrebbe sostenere il comparto in maniera abbastanza importante. Altro punto interessante sarebbe quello di analizzare nel profondo e incentivare il tax credit anche nella fase di distribuzione, grande scoglio delle piccole, ma anche delle grandi produzioni” (Galvani).

Infine “Dobbiamo fare una divisione netta. Tra la maggiore sensibilità mostrata dalle Regioni verso l'audiovisivo rispetto allo Stato centrale. Anche se lo Stato ha preso anche recentemente buone decisioni a favore del cinema, le Regioni hanno saputo mantenere alcune proprie politiche in materia di Film Commission e di 'fondi regionali' davvero lungimiranti. Nonostante questo è totalmente assente negli amministratori locali, sindaci, assessori, etc., la capacità di saper analizzare in maniera approfondita l'efficienza, l'efficacia e l'impatto di questa industria. E l'assenza di queste valutazioni non farà altro che remare contro lo sviluppo di rapporti seri e onesti con le amministrazioni” (Galvani).

## 6.1 Internazionalizzazione

Vengono periodicamente presentate da Fondazione Marche Cinema iniziative volte ad integrare l'azione di promozione e valorizzazione attraverso il linguaggio cinematografico, di competenza di Fondazione Marche Cinema, con le linee di governance nel settore internazionalizzazione della Regione Marche. Sono state così realizzate negli ultimi anni alcune iniziative di convergenza quali quelle realizzate con buon esito attraverso l'attività di interfaccia istituzionale ICE (ad esempio: incontri B2B con produttori locali realizzati a Siviglia, Monaco, Copenaghen, Lisbona, masterclass tenuta da Dante Ferretti e presentazione Film Commission e modalità Tax Credit al BAFTA di Londra, in collaborazione con Cinecittà). Ciononostante, non è stato possibile attivare una collaborazione strutturale e continuativa al riguardo tra le potenzialità di Marche Film Commission e le finalità della Regione in ordine alla sua Internazionalizzazione.

## 6.2 Punti di forza e di debolezza, opportunità e minacce

Tra i punti di forza individuati nel territorio marchigiano, vi è sicuramente il fatto che questa terra ha ancora tanto da dare al cinema, un territorio per certi versi cinematograficamente vergine.

“È una regione che si affaccia sull'Adriatico con una tipologia di coste diverse rispetto alle altre regioni, ha una campagna particolarmente ricca e una montagna molto importante, il tutto in un raggio che non supera i 60 km. Purtroppo non siamo molto ben serviti dal punto di vista delle infrastrutture, l'aeroporto di Falconara fa pochissimi voli, e anche la tratta ferroviaria su Roma è complicata” (Saracinelli).

“Una debolezza è che non riusciamo a comunicare l'immaginario delle Marche in maniera organica, questo deriva anche dall'estrema frammentarietà del mondo delle associazioni e imprenditori locali: non c'è tradizione dell'investire sul cinema a livello di privati. D'altra parte c'è una grande voglia di lavorare e di fare le cose per bene, per cui quando si farà qualcosa per il cinema lo si farà con un occhio alla qualità. Per il resto abbiamo tutto, dalle montagne al mare. L'impressione è che siamo in una fase di miglioramento, ma questa cosa non deve essere occasionale o accidentale. Bisogna fare rete e questa deve essere guidata dalla FC e deve essere resa sistemica, va sfruttato quello che è stato fatto in questi anni e trasformarlo in un sistema più stabile” (Giacomelli).

“Sul territorio si sono aperti degli sviluppi interessanti. Molti si sono organizzati in consorzi, altri in piccole società, altri ancora collaborano a stretto contatto mantenendosi comunque freelance. In realtà ci sono tantissimi 'artisti' che producono una marea di materiale decisamente interessante, sia in fatto di comunicazione che qualitativamente parlando. Inoltre vari imprenditori hanno colto le opportunità del cinema specializzandosi in apparati produttivi interessanti, in modo da diventare punti di riferimento per le produzioni che arrivano da fuori regione. Questi due fenomeni paralleli consentono alle produzioni di lavorare con una sinergia mai vista prima, moltiplicando così i benefici di queste proficue collaborazioni tra produzioni e imprese culturali” (Galvani).

“Il territorio marchigiano è composto da persone interessanti e originali. Lo dimostra il modo in cui l'imprenditorialità locale è percepita al di fuori della nostra regione. Però le Marche sono una regione piccola, che ha un quarto degli abitanti di Roma e pertanto risulta più difficoltoso organizzare in maniera capillare un settore complicato come quello cinematografico e trasformarlo in un'industria. A complicare le cose c'è la difficoltà oggettiva, forse dettata dalla cultura, a saper far gruppo, che invece è uno dei cardini del lavorare nel cinema. Pertanto l'unica vera minaccia, se davvero ce n'è una, è soltanto l'atteggiamento con cui in genere viene percepito l'audiovisivo sul territorio, che è ancora vergine e sconosciuto ai più cinematograficamente parlando” (Galvani).

“A livello globale sono nati e nasceranno ancora nuovi modelli di business generati dall'economia digitale il cui unico obiettivo è promuovere e distribuire opere audiovisive. Potremmo parlare di rivoluzione digitale e in questa i nuovi modelli di business hanno un potenziale di sviluppo importante. Le istituzioni dovrebbero tentare di avere un atteggiamento visionario nei confronti di questo comparto e porsi l'obiettivo di guardare ad uno sviluppo a volte non immediato, ma sicuro e stabile, che cavalchi l'onda lunga di questa rivoluzione digitale. Il resto, mi verrebbe da pensare, che viene da sé” (Galvani).

### Panel stakeholder<sup>337</sup>

Istituzione	Intervistato	Qualifica	Strumento
Marche Movie	Daniele Galvani		Questionario
Officine Mattòli	Damiano Giacomelli	Presidente	Intervista
Guasco srl – Libri e cinema	Fabrizio Saracinelli	Produttore esecutivo	Intervista

---

<sup>337</sup> Un sentito ringraziamento a Anna Olivucci Responsabile Marche Film Commission, Sofia Cecchetti e Daisy De Nardis Production Manager Marche Film Commission (Fondazione Marche Cinema) per l'aiuto nella stesura e revisione della scheda.