



*POR Lazio FSE - Obiettivo 2 Competitività Regionale e Occupazione 2007-2013
Asse I Adattabilità - Obiettivo specifico c)*

***Sovvenzione Globale finalizzata al consolidamento e trasferimento di
competenze degli operatori del settore audiovisivo
per l'internazionalizzazione***

MOVE



**Attività specialistiche per la promozione
internazionale della filiera audiovisiva laziale**

Riprogrammazione risorse



*POR Lazio FSE - Obiettivo 2 Competitività Regionale e Occupazione 2007-2013
Asse I Adattabilità - Obiettivo specifico c)*

***MOVIE UP - Sovvenzione Globale finalizzata al consolidamento e trasferimento di
competenze degli operatori del settore audiovisivo per l'internazionalizzazione***

Attività specialistiche per la promozione internazionale della filiera audiovisiva laziale

Riprogrammazione risorse

INDICE

1. PREMESSA.....	3
2. FINALITÀ GENERALE E COERENZA CON L'ASSE FSE DI RIFERIMENTO	4
3. OBIETTIVI SPECIFICI E OBIETTIVI OPERATIVI.....	7
4. ARTICOLAZIONE DELLE ATTIVITA'.....	8
<i>4.1 PROMOZIONE DELLA FILIERA AUDIOVISIVA LAZIALE NEL REGNO DEL MAROCCO (GENNAIO – GIUGNO 2015)</i>	<i>9</i>
<i>4.2 ITALIAN FILM BOUTIQUE (IFB) II° EDIZIONE (PRESUMIBILMENTE OTTOBRE 2015)</i>	<i>11</i>
5. CRONOGRAMMA	18
6. RISORSE UMANE	19
7. SCHEDA FINANZIARIA.....	22

1. PREMESSA

La **Sovvenzione Globale (SG) MOVIE UP** si è ormai radicata sul territorio dove è ben riconoscibile come uno dei principali interventi messi in campo dalla Regione Lazio per sostenere l'occupazione e lo sviluppo in questi difficili anni di crisi. In particolare MOVIE UP da circa due anni sta contribuendo attivamente a sostenere **lo sviluppo dell'audiovisivo, comparto già molto importante per l'economia regionale ma che può essere ulteriormente rafforzato soprattutto promuovendo una maggiore capacità d'internazionalizzazione**¹.

In sostanza MOVIE UP ha suscitato da subito un forte interesse nel pubblico in generale (notevole ad esempio l'afflusso di visitatori registrato dallo *Sportello MOVIE UP* presente nell'ambito delle due ultime edizioni del *Festival Internazionale del Cinema di Roma*, rispettivamente nel novembre 2013 e ottobre 2014) e soprattutto gli avvisi pubblici emanati dall'Organismo intermedio hanno registrato una buona partecipazione da parte degli addetti ai lavori.

Da una recente verifica sull'andamento finanziario complessivo della SG si rileva *un'economia di 450.000,00 euro* nella dotazione finanziaria che si ritiene utile riprogrammare prevedendo un'implementazione delle attività dello *Sportello MOVIE UP* attivato a valere sulla Linea 4 della Sovvenzione globale. **In particolare, sulla base di esigenze/indicazioni raccolte presso operatori del settore, anche in occasione della prima edizione di *Italian Film Boutique*, si ritiene utile offrire ulteriori opportunità d'internazionalizzazione alla filiera audiovisiva laziale.**

¹ La filiera dell'audiovisivo è la seconda industria del Lazio, territorio che ospita quasi il 70% delle imprese nazionali del settore; più precisamente nella Regione è presente un vero e proprio distretto dell'audiovisivo in cui si concentrano 3.400 imprese e oltre 27.000 addetti. In particolare il Report di ricerca realizzato dall'OI nell'ambito della Linea 1 della SG (Report presentato il 20 novembre 2013 presso la Casa del Cinema, in concomitanza con l'edizione 2013 del Festival Internazionale del Cinema di Roma) ha evidenziato come il sistema audiovisivo laziale può dare un significativo contributo all'occupazione e allo sviluppo locale grazie agli ampi effetti di moltiplicazione che è in grado d'innescare nel sistema economico regionale nel suo complesso. Ad esempio ha calcolato che ogni euro investito in uno dei progetti ammessi al Fondo Regionale per il Cinema e l'Audiovisivo viene moltiplicato per 3,67 in termini d'impatto sull'economia locale. Tale risultato deriva dalla valorizzazione degli investimenti nel settore analizzati attraverso la propagazione degli effetti sul reddito dei soggetti coinvolti e la loro propensione al consumo. Il dato elaborato risulta leggermente superiore al "moltiplicatore degli investimenti delle produzioni cinematografiche" collocato da Unioncamere Lazio in un range compreso tra 3,35 e 3,54 (*Unioncamere Lazio - L'impatto economico dell'industria audiovisiva in Italia, 2012*). Il testo integrale della ricerca realizzata nell'ambito della Linea 1 della SG può essere scaricato dal sito di Movie up: <http://www.sovvenzioneglobalemovieup.it/?cat=14>

Alla luce di tale premessa la presente proposta riguarda la realizzazione - in collaborazione con *Roma Lazio Film Commission* - di **due attività specialistiche in grado di favorire la creazione di rapporti commerciali e industriali tra la filiera audiovisiva laziale e operatori/aziende/istituzioni straniere.**

In particolare un'attività ha uno specifico focus paese e riguardano la partecipazione a un importante evento di settore in un paese, il **Marocco**, di particolare interesse per le prospettive di sviluppo internazionale dell'audiovisivo regionale.

La seconda attività consiste invece nell'organizzazione della **seconda edizione di *Italian Film Boutique***, da realizzarsi verosimilmente in concomitanza con l'edizione 2015 del Festival internazionale del Cinema. *Italian Film Boutique (IFB)* è un evento esclusivo la cui prima edizione si è tenuta dal 18 al 20 ottobre 2014 durante il *IX Festival Internazionale del Film di Roma*. Realizzata in collaborazione con *Roma Lazio Film Commission*, e con il supporto di *The Business Street*, IFB è un'iniziativa con cui MOVIE UP ha inteso promuovere la vendita internazionale della recente produzione audiovisiva laziale² e - più in generale - rinnovare e radicare la presenza dei film italiani nei principali mercati mondiali con un rinnovato appeal di offerta internazionale. Ulteriori informazioni sulla prima edizione di IFB sono riportate nella descrizione della seconda attività prevista dalla presente proposta, che riguarda appunto l'organizzazione e la realizzazione della seconda edizione di *Italian Film Boutique*.

2. FINALITÀ GENERALE E COERENZA CON L'ASSE FSE DI RIFERIMENTO

La presente proposta è finalizzata a potenziare l'efficacia della SG *MOVIE UP* attraverso la realizzazione di due ulteriori attività capaci di **favorire lo sviluppo di rapporti commerciali e industriali tra la filiera audiovisiva laziale e operatori/aziende/istituzioni straniere nonché la promozione, commercializzazione e vendita della nuova produzione audiovisiva laziale.** Sulla base dell'esperienza specifica acquisita dall'OI nella gestione della SG, nonché delle reti settoriali già attivate, si ritiene che le due azioni proposte siano agevolmente cantierabili da parte dello stesso OI e in grado di contribuire in modo concreto alla

² Si fa riferimento a produzioni realizzate nel Lazio o che coinvolgono operatori della Regione Lazio ovvero commercializzate da imprese del territorio.

promozione dell'internazionalizzazione del sistema audiovisivo laziale, mission principale di *MOVIE UP*.

Venendo alla strategia generale di riferimento della SG, le attività proposte sono senz'altro coerenti con l'**Asse I Adattabilità** del *POR FSE Regione Lazio 2007-2013* in quanto incentrate su un tema - quello appunto dell'internazionalizzazione - che al giorno d'oggi rappresenta certamente uno dei principali "cambiamenti economici" che le imprese devono sapere "anticipare e gestire". In particolare la proposta è coerente con l'obiettivo specifico di riferimento della SG - c) *sviluppare politiche e servizi per l'anticipazione e gestione dei cambiamenti, promuovere la competitività e l'imprenditorialità* - in quanto **la promozione dell'internazionalizzazione si riflette a sua volta in una spinta più ampia verso una crescita delle capacità imprenditoriali e della competitività del comparto**. Ad esempio, come rileva una ricerca della Commissione Europea³, le imprese attive a livello internazionale sono più innovative (il 26% ha introdotto prodotti o servizi nuovi per il loro paese mentre tale dato è pari all'8% per le altre PMI, cioè quelle non attive a livello internazionale). Inoltre le attività internazionali rafforzano la crescita, la competitività e la sostenibilità delle imprese e in particolare le PMI attive a livello internazionale creano più posti di lavoro: negli ultimi anni hanno registrato una crescita dell'occupazione del 7% contro l'1% registrato dalle PMI senza attività internazionali.

Dalla ricerca realizzata nell'ambito della Linea 1 della SG è emerso ad esempio che nonostante la buona salute complessiva dell'industria cinematografica italiana (il numero di produzioni filmiche mostra una crescita del 26,6% negli ultimi tre anni) si registra una parallela **riduzione delle co-produzioni e quindi una perdita di attrattività dell'industria nazionale per gli operatori esteri**. E' necessario quindi intervenire efficacemente su tali aspetti supportando una maggiore capacità dei nostri operatori di attrarre sul territorio gli investimenti delle società straniere ma soprattutto di sapersi orientare maggiormente verso i mercati internazionali⁴.

³ Commissione Europea - DG Imprese, *Internationalisation of European SMEs, 2010*.

⁴ Si evidenzia ad esempio che nella media dello scorso decennio le esportazioni di prodotti audiovisivi regionali ha coperto l'80% dell'export nazionale del settore tuttavia in anni più recenti questo dato ha iniziato a diminuire e in particolare se nel 2008 era pari all'82% nel 2011 le esportazioni audiovisive laziali sono scese al 56%. Più in generale va segnalata una certa marginalità dell'export dell'audiovisivo italiano rispetto ai principali competitor europei (Francia, Germania, Regno Unito, Spagna) e ad esempio appena il 10% degli incassi globali dei film italiani deriva dall'estero contro il 25% del cinema francese. In sostanza l'Europa continua ad essere la destinazione più importante per il nostro cinema che invece ancora non riesce a penetrare adeguatamente in America (settentrionale e meridionale) e in altri mercati

Detto della coerenza con l'Asse FSE di riferimento, si ritiene utile evidenziare che l'intervento proposto è in sintonia anche con altri documenti programmatici regionali che stanno delineando le linee strategiche per sostenere lo sviluppo del comparto nel prossimo futuro⁵. Intanto anche la bozza del prossimo **Programma Operativo FSE Regione Lazio 2014-2020** (versione di Luglio 2014) considera il comparto audiovisivo, e in particolare il segmento cinematografico, tra quelli in cui risiedono le maggiori potenzialità occupazionali e di sviluppo economico del territorio in generale. In tal senso nell'ambito dell'Asse 3 *Istruzione e formazione*, in relazione all'Obiettivo specifico 10.6 (*Qualificazione dell'offerta di istruzione e formazione tecnica e professionale*), prevede l'istituzione di *Scuole di Alta Formazione* in diversi ambiti tra cui appunto quello del Cinema⁶.

Anche il prossimo **Programma Operativo FESR Regione Lazio 2014-2020** attribuisce grande importanza al variegato comparto delle cosiddette ICC (Industrie culturali e creative) che include anche il settore audiovisivo e cinematografico. In particolare rispetto a quest'ultimo la bozza del PO FESR (versione di Luglio 2014), nell'ambito dell'Asse 3 *Competitività* e della priorità d'investimento c) (*Sostenere la creazione e l'ampliamento di capacità avanzate per lo sviluppo di prodotti e servizi*), prevede un'azione specifica (*Azione 3.1.3: Attrazione di produzioni cinematografiche e azioni di sistema - Marketing territoriale e attrazione investimenti settore audiovisivo*) tra le cui finalità figura anche quella di aumentare le co-produzioni estere, le connessioni tra imprese laziali ed estere e di consolidare i rapporti con paesi europei ed extraeuropei. Da evidenziare che tale azione assegna un ruolo di primo piano a Roma Lazio Film Commission, soggetto che collabora alla realizzazione della presente proposta.

Infine - uscendo dallo specifico ambito della programmazione 2014/2020 dei fondi strutturali europei - si evidenzia che la Regione Lazio, sulla base della **Legge Regionale 13 aprile 2012 n. 2 "Interventi regionali per lo sviluppo del cinema**

caratterizzati da interessanti tassi di crescita (in particolare Asia e Mediterraneo meridionale). In sostanza la proiezione internazionale rappresenta il principale punto di debolezza dell'audiovisivo italiano e in particolare del nostro cinema.

⁵ Cfr. Deliberazione n. 479 del 17 Luglio 2014 "Adozione unitaria delle proposte di Programmi Operativi Regionali FESR, FSE e PSR FEASR 2014-2020" (pubblicata sul Bollettino Ufficiale della Regione Lazio n. 61 del 31/07/2014).

⁶ Altre Scuole di Alta Formazione sono previste per i seguenti ambiti: sociale, energie, web, turismo, artigianato locale.

e **dell'audiovisivo**⁷, lo scorso mese di luglio con la Deliberazione di Giunta Regionale n. 431 ha adottato il **Documento Programmatico Triennale 2015-2017** e il **Programma Operativo Annuale del Cinema e dell'Audiovisivo 2015**, documenti che sottolineano entrambe la necessità di favorire – tra le altre cose – l'internazionalizzazione delle imprese del settore⁸.

3. OBIETTIVI SPECIFICI E OBIETTIVI OPERATIVI

Venendo alla declinazione della finalità generale della proposta questa prevede il perseguimento dei seguenti obiettivi specifici:

- *promuovere la filiera audiovisiva laziale in un mercato con interessanti tassi di crescita (Marocco) e più in generale in un'area (Mediterraneo meridionale) estremamente interessante per le prospettive di sviluppo internazionale della filiera;*
- *promuovere la filiera audiovisiva laziale sui mercati internazionali in genere dando continuità ad un'iniziativa – International Film Boutique – che si è rivelata in grado di garantire sia la copertura mediatica alla nuova produzione audiovisiva sia di creare concreti momenti d'incontro tra players stranieri (ad es. selezionatori, distributori, produttori, buyer, programmatori, giornalisti, etc.) e produttori, registi e attori italiani.*

⁷ La LR 2/2012 prevede due strumenti di programmazione degli interventi (il Documento programmatico triennale e il Programma operativo annuale) e l'istituzione del *Fondo regionale per il Cinema e l'Audiovisivo*. Tale legge lo scorso mese di novembre è stata oggetto di revisione (LR n.7 del 15 novembre 2013) al fine di razionalizzare, semplificare e rendere più efficiente l'azione amministrativa della Regione; tra le modifiche apportate anche la rinnovata partecipazione della Regione alla Fondazione Film Commission di Roma e del Lazio.

⁸ Uscendo dall'ambito regionale si ritiene utile evidenziare che le attività proposte possono trovare ambiti di sinergia con il programma comunitario *Media* che, nell'ambito del programma generale *Europa Creativa 2014-2020*, promuove progetti di cooperazione internazionale nel settore audiovisivo. *Media* ingloba anche il programma *Media Mundus* che nel periodo 2011-2013 ha supportato progetti tesi a rafforzare relazioni culturali e commerciali nell'industria audiovisiva tra professionisti europei e di paesi extra UE e che quindi potrebbe essere d'interesse per il paese di specifico interesse della presente proposta, il Marocco. Inoltre, sempre rispetto al Marocco, si potrà far riferimento anche alla nuova programmazione di *Euromed Audiovisuel*, programma europeo che dal 2010 finanzia progetti tesi a sviluppare il settore cinematografico e audiovisivo in dieci paesi del Mediterraneo meridionale (Algeria, Egitto, Giordania, Israele, Libano, Libia, Marocco, Siria, Palestina, Tunisia).

In termini operativi la proposta mira a:

- *individuare tra le produzioni più recenti quelle maggiormente adatte al paese target individuato (Marocco) e più in generale ai mercati internazionali;*
- *promuovere le produzioni individuate organizzando momenti d'incontro tra players stranieri (ad es. selezionatori, distributori, produttori, buyer, programmatori, giornalisti, istituzioni, etc.) con produttori, registi, attori e istituzioni laziali;*
- *favorire occasioni di confronto, scambio e cooperazione tra players e istituzioni straniere e laziali.*

4. ARTICOLAZIONE DELLE ATTIVITA'

La proposta si compone delle seguenti attività principali:

- 1. Promozione della filiera audiovisiva laziale nel Regno del Marocco;**
- 2. Italian Film Boutique (IFB) - II° edizione.**

La realizzazione di tali attività sarà supportata da una funzione trasversale di **Project management** (ad es. direzione, coordinamento, segreteria e amministrazione, monitoraggio e valutazione, etc.) che sarà attiva per l'intera durata della proposta.

Al termine di ogni attività sarà predisposta una *Pubblicazione* che illustrerà i principali risultati raggiunti.

Di seguito si descrivono l'articolazione delle due attività principali previste; per una visione d'insieme del loro sviluppo temporale si rinvia al cronoprogramma riportato nel capitolo successivo.

4.1 Promozione della filiera audiovisiva laziale nel Regno del Marocco (Gennaio – Giugno 2015)

Il Marocco da diversi anni registra una crescita piuttosto sostenuta, sia in termini di PIL sia di consumo interno, e in particolare **il settore audiovisivo sta conoscendo un forte sviluppo** a seguito della rottura del monopolio statale, dell'approvazione della Legge sulla Comunicazione audio-video, dell'istituzione dell'Autorità per la Comunicazione e della creazione della Società Nazionale per la Radio e la Televisione (SNRT). Più in generale **il Marocco può rappresentare un importante trampolino di lancio verso l'intero bacino del Mediterraneo meridionale, area in cui gli scambi sono destinati a crescere in modo molto significativo.**⁹

L'azione di promozione della filiera audiovisiva laziale nel Regno del Marocco consiste in un evento la cui realizzazione è prevista a **Casablanca tra gennaio e marzo 2015**, anche in relazione al *Festival della cinematografia Marocchina di Tangeri* (in programma dal 7 al 12 Febbraio 2015)¹⁰. Tale evento vuole rappresentare un'opportunità per favorire un proficuo confronto tra operatori laziali e marocchini del settore audiovisivo – inteso soprattutto come cinema e televisione – e la possibile creazione di rapporti commerciali e industriali tra gli essi.

In particolare tale evento vuole rappresentare da un lato **un'opportunità di business per le aziende della filiera laziale** (specialmente PMI operanti nel campo dei servizi tecnici legati alla produzione e post-produzione) e - dall'altro - una preziosa **occasione di formazione/informazione che metta a disposizione l'eccellenza del know-how laziale** grazie alla presenza di tecnici specializzati, in particolare nel campo del cinema digitale, degli effetti visuali e della scenografia virtuale.

L'azione di promozione della filiera audiovisiva laziale nel Regno del Marocco prenderà avvio con un'attenta **fase di programmazione** che si concentrerà soprattutto su:

- individuazione di aziende/operatori laziali da coinvolgere, inclusi rappresentanti delle principali istituzioni e delle rappresentanze di settore eventualmente interessate; si conta di coinvolgere circa **10/12 tra aziende e operatori del settore cinematografico e audiovisivo**, in particolare tecnici specializzati, autori, produttori, distributori e relativo staff di supporto;

⁹ Da segnalare anche una collaborazione tra Regione Lazio e il Regno del Marocco che già nel 2008 ha portato alla nascita della "Ecole des Métiers du Cinéma" di Casablanca (EMCC).

¹⁰ <http://www.ccm.ma/>

- individuazione delle specifiche **produzioni da promuovere** a Casablanca tra le recenti produzioni realizzate nel Lazio o che coinvolgono operatori della Regione Lazio ovvero commercializzate da imprese del territorio;
- realizzazione di un'azione di "scouting" tesa sia a individuare operatori e istituzioni marocchine da informare e sensibilizzare rispetto all'iniziativa sia a definire possibili profilature in termini "business matching";
- definizione dei principali aspetti organizzativi e logistici funzionali a un'efficace realizzazione dell'evento di Casablanca.

La realizzazione dell'evento in senso stretto è riassunta nel box sottostante

Evento Casablanca (1° trimestre 2015)

L'evento si sviluppa nell'arco di **tre giorni** e prevede le seguenti attività:

- **proiezioni** di titoli maggiormente adatti per il mercato target, con particolare riferimento a produzioni realizzate nel Lazio o che coinvolgono operatori della Regione Lazio ovvero commercializzate da imprese del territorio;
- **workshop** in cui gli operatori laziali coinvolti potranno presentare ad esempio software e modalità d'uso della scenografia virtuale utilizzate dai massimi artisti di effetti visuali; servizi digitali proposti durante il set tesi alla sicurezza dei contenuti registrati; nuove professionalità connesse alla diffusione delle riprese in digitale; ultime tecnologie nel campo della post-produzione; etc;
- **dimostrazioni** connesse alle tematiche oggetto dei workshop anche attraverso i sofisticati mezzi XVAN per l'occasione trasportati in Marocco;
- **business meetings**, atti a promuovere occasioni di scambio tra operatori marocchini e italiani (ad es. tecnici specializzati, autori, produttori e distributori) e ad esplorare specifiche opportunità di collaborazione (ad es. promozione della recente produzione, di accordi di distribuzione, di possibili coproduzioni, etc.).

La realizzazione di tali attività sarà supportata da **servizi specialistici** (ad es. interpretariato, consulenza legale e commerciale, etc.) e da **eventi tematici** (ad es. cene/pranzi d'affari, etc.) tesi a favorire la socializzazione tra gli operatori e la creazione di un clima favorevole alla conclusione di accordi.

Successivamente all'evento di Casablanca saranno realizzate delle specifiche **attività di follow up** (ad es. interviste, questionari, etc.) tese a valutare il suo esito complessivo e soprattutto a seguire l'evoluzione delle opportunità commerciali e di cooperazione emerse.

Parallelamente sarà avviata la programmazione di una **visita di una delegazione marocchina da accogliere a Roma nel mese di giugno 2015** allo scopo di approfondire alcuni temi presentati durante l'evento di Casablanca nonché le opportunità di collaborazione commerciale e industriale emerse in tale occasione. Tale visita avrà una durata di 3 giorni e coinvolgerà indicativamente 5/6 soggetti marocchini, in prevalenza rappresentanti delle principali istituzioni pubbliche e private di riferimento. Per tali ospiti si provvederà a coprire i costi di trasferta e di alloggio a Roma.

Anche tale visita sarà seguita da un'**attività di follow up** (ad es. interviste, questionari, etc.) tesa a valutare il suo esito e soprattutto a seguire l'evoluzione delle opportunità commerciali e di cooperazione emerse.

4.2 Italian Film Boutique (IFB) II° edizione (presumibilmente ottobre 2015)

Da alcuni mesi Ass.For.SEO sta lavorando - in collaborazione con *Roma Lazio Film Commission* e con il supporto di *The Business Street* - alla realizzazione della prima edizione di **Italian Film Boutique (IFB)**, vetrina dedicata alla recente produzione audiovisiva laziale con l'obiettivo di rinnovare e radicare la presenza dei film italiani nei principali mercati mondiali¹¹. Più specificamente tra il 18 e il 20 ottobre 2014 - in concomitanza con la *IX edizione del Festival Internazionale del Cinema di Roma* - ben 20 operatori internazionali (buyer, distributori, direttori di rete, venditori internazionali, etc.) sono stati ospitati da IFB per scoprire il nuovo cinema italiano ed hanno avuto l'opportunità di visionare una selezione di 20 titoli scelti all'interno della più recente produzione cinematografica di lungometraggi prodotti, girati o venduti da operatori della Regione Lazio.

Il notevole interesse che ha suscitato l'iniziativa (ad esempio le produzioni selezionate in pratica sono raddoppiate rispetto alle 10 previste inizialmente) induce a ritenere quanto mai opportuna l'organizzazione di una **seconda edizione di IFB**, anche questa da realizzare verosimilmente in concomitanza con la **X° edizione del Festival**

¹¹ <http://www.sovvenzioneglobalemovieup.it/?p=815>

internazionale del Cinema di Roma (in programma presumibilmente a ottobre 2015). Tale riproposizione potrebbe innescare un processo di consolidamento e messa a sistema dell'evento stesso in modo da arrivare a rappresentare, anche grazie al coinvolgimento di *Roma Lazio Film Commission*, **un appuntamento stabile a supporto dell'internazionalizzazione della filiera audiovisiva laziale coerente con le strategie di sviluppo regionale, generali e settoriali, brevemente richiamate nel capitolo due.**¹²

Per la realizzazione dell'evento - che avrà una durata complessiva di **4 giorni** - si prevede di utilizzare lo stesso format sperimentato con successo per la prima edizione di IFB. Tale format sarà comunque ampliato (ad esempio è previsto un numero di titoli superiore rispetto a quelli previsti per la prima edizione di IFB oltre a un maggior numero di buyers internazionali) ed arricchito sulla base degli specifici elementi che emergeranno dalle attività di follow up e valutazione al momento in fase di realizzazione¹³.

Di seguito si forniscono ulteriori specifiche relative alla programmazione e alla realizzazione dell'evento.

Programmazione

L'attività di programmazione di IFB II° edizione è finalizzata a individuare indicativamente **15-20 prodotti cinematografici** (invece dei 10 previsti per la I°

¹² La seconda edizione di IFB può rappresentare anche la cornice ideale in cui collocare l'evento conclusivo di Movie up che ormai è entrata nel suo ultimo anno di attività e quindi si appresta a raccogliere i risultati di diverse attività al momento in fase di implementazione (risultati afferenti in particolare: corsi di formazione continua per la crescita delle competenze degli operatori del settore; voucher di mobilità per la realizzazione di work experience all'estero da parte di operatori del settore; azioni di sensibilizzazione, missioni di incoming/outgoing e servizi consulenziali per stimolare e supportare la propensione all'internazionalizzazione del sistema audiovisivo regionale).

¹³ Si precisa che al termine delle attività di follow up e valutazione si avranno informazioni complete sui risultati complessivamente raggiunti dalla prima edizione di IFB, sui business meeting realizzati e sui prodotti cinematografici presenti nel catalogo IFB venduti all'estero. Di seguito si riporta l'elenco dei film presenti nel catalogo di Italian Film Boutique I° edizione (tra parentesi il titolo originale): *ANOTHER SOUTH* (Una storia sbagliata); *ICE FOREST* (La foresta di ghiaccio); *ON THE VOLCANO* (Sul vulcano); *THE STATE-MAFIA PACT* (La trattativa); *A LAND OF TRANSIT* (Terra di transito); *LEOPARDI* (Il giovane favoloso); *THE DINNER* (I nostri ragazzi); *BELLUSCONE - A SICILIAN STORY* (Belluscione - una storia siciliana); *SENZA PIETA* (Senza nessuna pietà); *ITALY IN A DAY* (Italy in a day); *A GOLDEN BOY* (Un ragazzo d'oro); *QUIET BLISS* (In grazia di Dio); *MAFIA & RED TOMATOES* (La nostra terra); *THE MILLIONAIRES* (I milionari); *PEREZ* (Perez); *NO ONE CAN BRUSH MY HAIR LIKE THE WIND* (Nessuno mi pettina bene come il vento); *BLACK SOULS* (Anime nere); *SOAP OPERA* (Soap opera); *PERFIDIA* (Perfidia); *DARKER THAN MIDNIGHT* (Più buio di mezzanotte).

edizione), prevalentemente titoli degli ultimi due anni i cui diritti di vendita all'estero non siano ancora stati sfruttati (o solo parzialmente). Tra questi prodotti si prevede di poter presentare in anteprima 2/3 film della stagione 2016. Parallelamente l'attività, attraverso una specifica azione di scouting, mira a individuare e sensibilizzare operatori stranieri rispetto a tali produzioni nonché verso l'iniziativa nel suo complesso. L'insieme di tali azioni permetterà di pervenire ad una prima profilatura in termini "business matching".

In termini operativi per l'individuazione delle produzioni cinematografiche da promuovere ci si baserà prevalentemente su:

- analisi delle produzioni che negli ultimi due anni hanno ricevuto un finanziamento dalla Regione Lazio attraverso il *Fondo Regionale per il Cinema e l'Audiovisivo*;
- ricognizione di altre recenti produzioni realizzate nell'area laziale, e romana in particolare, partendo da un'apposita mappatura dei principali players dell'audiovisivo regionale¹⁴;
- un ulteriore ambito di ricerca sarà poi rappresentato dalle aziende/operatori che hanno risposto agli avvisi pubblicati nell'ambito della SG e dei quali pertanto si dispone dei relativi dati di contatto per poter effettuare degli approfondimenti funzionali rispetto alle finalità della presente iniziativa.

Ad ogni modo si precisa che le produzioni saranno ricercate tra quelle realizzate recentemente nel Lazio o che coinvolgono operatori della Regione Lazio ovvero commercializzate da imprese del territorio; le produzioni individuate saranno analizzate e selezionate da personale esperto individuato da Ass.For.SEO e dai suoi partners.

Parallelamente per lo **scouting di operatori stranieri** da informare e sensibilizzare rispetto all'iniziativa si partirà innanzitutto dai soggetti/aziende/istituzioni con cui si è già venuti in contatto per la realizzazione della prima edizione di IFB quindi si acquisiranno dati e informazioni presso gli organizzatori del Festival Internazionale del

¹⁴ Si evidenzia che dalla ricerca realizzata nell'ambito della Linea 1 della SG è emerso che sul territorio romano si contano più di 250 società di produzione, generalmente di piccola/media dimensione, la cui attività è il più delle volte orientata allo sviluppo di un ridotto numero di progetti. Relativamente ai distributori cinematografici operanti nel Lazio si contano circa 60 società alcune delle quali sono coinvolte anche nella fase di produzione. Gli operatori integrati verticalmente nella filiera produttiva sono generalmente quelli di maggiori dimensioni (ad es. Rai Cinema, Medusa, Moviemax) e sono capaci di unire le funzioni di produzione e pianificazione finanziaria con quelle di distribuzione e marketing.

Cinema di Roma (ad es. elenco operatori progressivamente accreditati) e si utilizzeranno diversi altri canali tra cui ad esempio: *Film Commission della Regione Lazio; Film Commission straniere, in particolare quelle che hanno attivato forme di collaborazione con la Regione Lazio*¹⁵; *Desk Media / Europa Creativa di Roma; Network internazionali di settore (ad es. Capital Regions for Cinema; CRC – Capital Cineregio Cities for Cinema; etc.); Ricerche e data base settoriali.*

Tra gli operatori stranieri individuati si conta di selezionare **25/30 "invitati speciali"** (fino a dieci in più rispetto ai 20 previsti per la I° edizione di IFB), principalmente buyer internazionali, distributori di cinema italiano all'estero, programmatori tv ma anche Direttori di Festival, giornalisti specializzati, etc.; tali invitati saranno informati in anticipo sulle attività di IFB (proiezioni e altre attività previste) e messi in contatto con gli operatori italiani al fine di iniziare a definire un calendario di incontri in vista della II° edizione di IFB.

Per gli "invitati speciali" si provvederà a coprire i costi di trasferta e di alloggio a Roma. Inoltre durante la loro partecipazione alla Fiera sarà offerto un servizio di accompagnamento assegnando degli "assistenti di riferimento", con specifiche competenze di settore, per l'intero periodo. Tali figure saranno individuate nell'ambito delle istituzioni formative di settore presenti sul territorio a partire dalla "Scuola di Cinema G. M. Volontè" che ha già collaborato alla prima edizione di IFB. Tale servizio intende facilitare la permanenza a Roma degli invitati stranieri fornendo al contempo delle opportunità di crescita professionale agli studenti interessati.

Nell'ambito della fase di programmazione saranno definiti anche i principali aspetti organizzativi e logistici funzionali a un'efficace promozione e realizzazione dell'evento (ad es. definizione degli aspetti connessi all'accoglienza e al soggiorno degli operatori stranieri da invitare; elaborazione di materiale informativo e promozionale; definizione dei contenuti specifici e dei relatori di momenti di approfondimento/interventi istituzionali; etc.)

¹⁵ Tra queste si segnalano ad esempio: *Mfg Film Fund della regione tedesca del Baden Wuttemberg; Film Commission de la Cote d'Azur (Francia); Malaysia National Film Development (Finas); Istituto nazionale per il cinema e l'industria audiovisiva argentina (Incaa); Agenzia di regolamentazione per la sorveglianza, promozione, regolamentazione del mercato del cinema e del settore audiovisivo (Brasile); CNC - Centre National du cinema et de l'image anime (Francia).*

Attuazione

La fase attuativa di IFB II° edizione è sintetizzata nel box seguente:

ITALIAN FILM BOUTIQUE II° edizione

(presumibilmente ottobre 2015, in concomitanza con la X° edizione del Festival internazionale del Cinema di Roma)

L'evento si sviluppa nell'arco di **quattro giorni** e prevede le seguenti attività:

- **Proiezioni:** durante le giornate di IFB, presso sale accreditate, si svolgeranno le proiezioni (sottotitolate in inglese) di titoli selezionati durante la precedente attività di programmazione; tali proiezioni saranno accessibili solo su invito; oltre al *Cinema Barberini*, utilizzato per IFB I° edizione, si potranno valutare altre possibilità tra cui: Sala Birri (collocata presso l'Ambasciata della Repubblica Argentina e recentemente inaugurata dalla Film Commission alla presenza del Presidente della Regione Lazio), Cinema Fiamma, Cinema Quattro Fontane (Circuito Cinema), Casa del cinema (Fondazione Zetema); si prevede di realizzare fino a dieci proiezioni al giorno (verosimilmente nei seguenti orari: ore 9, ore 11, ore 13, ore 15, ore 17) che termineranno con l'anteprima speciale; come per IFB I° edizione, anche per IFB II° edizione è previsto l'allestimento di una piccola sala (6/9 posti) specificamente dedicata alle piccole produzioni indipendenti;
- **Business meeting:** nel corso della *Business Street* del Festival internazionale del Cinema di Roma saranno realizzati degli incontri commerciali tra soggetti interessati ad approfondire opportunità di vendita internazionale o altre forme di cooperazione su progetti ancora in corso (ad es. possibili coproduzioni); in linea di massima i business meetings saranno organizzati sulla base degli specifici elementi di business matching emersi e analizzati durante l'attività di programmazione in relazione agli "invitati speciali" individuati; una sala allestita con i desk relativi a ciascun operatore italiano (produttore, distributore, etc.) sarà riservata esclusivamente a questi incontri, auspicabilmente all'interno della medesima struttura in cui alloggeranno gli invitati speciali; a tal fine si valuteranno diverse possibilità ben connesse con le sale di proiezione e con gli altri luoghi deputati al Festival internazionale del Cinema (ad es. nella prima edizione di IFB si è rivelata estremamente funzionale la scelta dell'*Hotel Bernini Bristol*);

- **Press Junket:** nel corso di IFB II edizione, e in accordo con gli operatori italiani, saranno realizzati degli incontri stampa con i principali artisti italiani presenti nei film in anteprima;
- **Servizi di supporto:** per un'efficace/efficiente realizzazione delle predette azioni, e in particolare dei business meetings, saranno resi disponibili alcuni servizi specialistici tra cui interpretariato e consulenza legale e commerciale (ad es. contrattualistica internazionale, diritti di proprietà intellettuale, etc.); inoltre saranno organizzati degli interventi istituzionali (ad es. da parte della Lazio Film Commission e altri operatori e stakeholders di riferimento) e degli eventi tesi a favorire la socializzazione e lo scambio di idee tra operatori stranieri e italiani quali ad esempio visite guidate alla città, visite ai luoghi più significativi del cinema romano (ad es. Cinecittà, Fontana di Trevi, etc.) e ad aziende e istituzioni del settore audiovisivo, pranzi/cene d'affari; in particolare rispetto a queste ultime, e con l'idea di unire alla promozione commerciale del nuovo cinema italiano anche quella del "gusto italiano", saranno definite alcune azioni specifiche quali una serata dedicata al cinema italiano (con la presenza di artisti italiani e operatori del settore); inoltre in una sala riservata saranno organizzati per gli invitati dei lunch all'insegna dei migliori prodotti dell'enogastronomia laziale; l'insieme di tali eventi contribuirà senz'altro a creare un clima positivo e favorevole allo sviluppo degli accordi commerciali.

Follow up

Successivamente alla realizzazione dell'evento saranno realizzate delle attività di follow up che avranno lo scopo di seguire l'evoluzione delle opportunità commerciali o di altre formule di cooperazione internazionale promosse nel corso della seconda edizione di IFB. Tali attività puntano inoltre a supportare ulteriormente lo sviluppo di alcune specifiche opportunità di cooperazione che appaiono maggiormente significative rispetto alle finalità generali della proposta.

In termini operativi saranno realizzate le seguenti azioni:

- elaborazione di un questionario di follow up da somministrare agli operatori stranieri e italiani che hanno partecipato all'evento al fine di rilevare il loro livello di soddisfazione nonché indicazioni e suggerimenti per migliorare l'evento;

- realizzazione di *interviste di approfondimento* agli operatori che hanno partecipato ai business meetings allo scopo di conoscere maggiormente le opportunità di internazionalizzazione discusse durante IFB II edizione e i principali fabbisogni connessi alle loro possibilità di sviluppo.

Tali attività permetterà di cogliere aspetti significativi sul tema centrale dell'iniziativa – le potenzialità d'internazionalizzazione del settore audiovisivo laziale – e sui servizi che possono migliorare tali potenzialità (ad es. in materia di contrattualistica internazionale, diritti di proprietà intellettuale, accesso al credito, accesso a finanziamenti pubblici e incentivi fiscali, etc.) anche in relazione al processo di programmazione del nuovo *PO FSE Regione Lazio 2014-2020*.

5. CRONOGRAMMA

ATTIVITA'	Azioni	2015												
		Gennaio	Febbraio	Marzo	Aprile	Maggio	Giugno	Luglio	Agosto	Settembre	Ottobre			
1. Promozione della filiera audiovisiva laziale nel Regno del Marocco (Casablanca)	Programmazione evento di settore in Marocco													
	Partecipazione evento di settore in Marocco													
	Follow up partecipazione evento di settore in Marocco													
	Programmazione visita delegazione marocchina a Roma													
	Accoglienza delegazione marocchina													
	Follow up visita delegazione marocchina													
2. IFB: International Film Boutique II° edizione	Programmazione													
	International Film Boutique - II° edizione													
	Follow up IFB II° edizione													

6. RISORSE UMANE

Risorse umane interne

N.	Nome e Cognome	Soggetto di riferimento	Codice fiscale	Titolo di studio	Ruolo	Esperienza N. anni	Costo Totale Euro	Parametri di costo (ora/uomo o giornata/uomo)			
								Costo orario Euro	Impegno N. ore	Costo giornata Euro	Impegno N. giornate
1	Sonia Di Salvatore	Ass. For. SEO	DLSSN068S42H501P	Diploma	Addetto amministrativo	20	9.800,00	28,00	350		
2	Leonardo Policella	Ass. For. SEO	PLCLR083S28H501M	Laurea	Segreteria tecnico – organizzativa	4	4.877,50	19,51	250		
3	Pompeo Tea	Ass. For. SEO	PMPTEA76D64H501H	Diploma	Segreteria tecnico – organizzativa	15	6.000,00	25,00	240		
4	Francesca Tiberia	Ass. For. SEO	TBRFNC73H43H5010	Diploma	Addetto amministrazione	15	13.260,00	25,50	520		
5	Ana Maria Ventura	Ass. For. SEO	VNTNMR69A65Z128T	Laurea	Addetto amministrazione	20	1.520,40	25,34	60		
6	Raffaele Rossi	Ass. For. SEO	RSSRFL70L17F839K	Diploma	Addetto amministrazione	15	9.500,00	25,00	380		

Risorse umane esterne

N.	Nome e Cognome	Soggetto di riferimento	Codice fiscale	Titolo di studio	Ruolo	Esperienza N. anni	Costo Totale Euro	Parametri di costo (ora/uomo o giornata/uomo)			
								Costo orario Euro	Impegno N. ore	Costo giornata Euro	Impegno N. giornate
1	Celestino Manselli	Ass.For.SEO	MNSCST67L28L725K	Laurea	Progettazione esecutiva	10	18.300,00			610,00	30
2	Pietro Taronna	Ass.For.SEO	TRNPTR45A09F631A	Laurea	Progettazione esecutiva	34	6.100,00			610,00	10
3	Antonella Calvarano	Ass.For.SEO		Laurea	Coordinamento	17	10.065,00			183,00	55
4	Vanessa Tonnini	Ass.For.SEO	TNNVS 71C66 H501G	Laurea	Esperto scouting operatori esteri	18	12.810,00			366,00	35
5	Zoppo Alessandro	Ass.For.SEO	ZPPLSN80S21H894Y	Laurea	Esperto scouting operatori esteri	7	7.500,00			300,00	25
6	Vanessa Tonnini	Ass.For.SEO	TNNVS 71C66 H501G	Laurea	Esperto del settore individuazione prodotti cinematografici, animazione, rapporti con produttori/distributori	18	10.980,00			366,00	30
7	Filippo Bersani	Ass.For.SEO	BRSFPP63T08H501T	Laurea	Esperto assistenza legale	16	12.200,00			610,00	20
8	Raffaella Spizzichino	Ass.For.SEO	SPZRFL71L48 H501A	Laurea	Esperto comunicazione /Ufficio stampa	15	3.660,00			366,00	10
9	Gaetano Morello	Ass.For.SEO	MRLGTN45B28H579Z	Laurea	Esperto consulenza commerciale contrattualistica e rendicontazione	20	6.100,00			610,00	10
10	Paolo Luci	Ass.For.SEO	LCUPLA 68P30 H501N	Diploma	Monitoraggio	15	15.250,00			610,00	25
11	Celestino Manselli	Ass.For.SEO	MNSCST67L28L725K	Laurea	Valutazione	10	1.830,00			610,00	3

N.	Nome e Cognome	Soggetto di riferimento	Codice fiscale	Titolo di studio	Ruolo	Esperienza N. anni	Costo Totale Euro	Parametri di costo (ora/uomo o giornata/uomo)			
								Costo orario Euro	Impegno N. ore	Costo giornata Euro	Impegno N. giornate
12	Pietro Taronna	Ass.For.SEO	TRNPTR45A09F631A	Laurea	Valutazione	34	1.830,00			610,00	3
13	Claudia Cavalieri	Ass.For.SEO	CVLCLD61S70H501R	Laurea	Esperto organizzazione eventi	29	18.300,00			610,00	30
14	Silvia Vascellari	Ass.For.SEO	VSCSLV78D53B354M	Laurea	Responsabile logistica operatori	12	6.250,00			250,00	25
15	Celestino Manselli	Ass.For.SEO	MNSCST67L28L725K	Laurea	Elaborazione pubblicazione finale	10	4.500,00			450,00	10
16	***	Ass.For.SEO		-----	Relatori eventi		900,00			300,00	3
17	***	Ass.For.SEO	---	-----	Assistenti operatori esteri	---	3.600,00			150,00	24
18	***	Ass.For.SEO	---	-----	Operatori accoglienza (figure Junior)	---	3.600,00			150,00	24
19	***	Ass.For.SEO	---	-----	Esperti interpretariato	---	3.600,00			300,00	12

I parametri indicati devono intendersi onnicomprensivi anche di eventuale Iva.

***Al momento non è possibile definire i nominativi, saranno comunicati successivamente.

Attività specialistiche per la promozione internazionale della filiera audiovisiva laziale

Riprogrammazione risorse

SCHEDA FINANZIARIA

Scheda finanziaria riepilogativa delle spese

MACROVOCE	SPESE	TOTALE
A	RISORSE UMANE	€ 192.832,90
B	ALLIEVI	€ 0,00
C	SPESE DI FUNZIONAMENTO E GESTIONE	€ 73.000,00
D	ALTRE SPESE	€ 174.167,10
	TOTALE	€ 440.000,00

Prospetto di riepilogo per il calcolo dei costi indiretti forfetari:

Totale Costi DIRETTI (somma Macrovoce A, B e D)	€ 367.000,00
Totale Costi INDIRETTI (Macrovoce C)	€ 73.000,00
% forfetizzazione dei costi indiretti (max 20%)	19,89

Preventivo finanziario dettagliato:

A.	MACROVOCE DI SPESA: RISORSE UMANE -costi diretti	
A.1	Risorse umane interne (specificare per ruolo)	€ 44.957,90
	- coordinatori	€ 0,00
	- orientatori	
	- esperti	
	- personale amministrativo e ausiliario	€ 34.080,40
	- progettisti	
	- Altro (specificare):	
	- segreteria tecnico-organizzativa	€ 10.877,50
A.2	Risorse umane esterne (specificare per ruolo)	€ 147.375,00
	- coordinatori	€ 10.065,00
	- orientatori	
	- docenti	
	- personale amministrativo e ausiliario	
	- progettisti	€ 24.400,00
	- Altro (specificare) :	
	- esperti scouting operatori esteri	€ 20.310,00
	- esperto tecnico del settore audiovisivo individuazione prodotti cinematografici, animazione, rapporti produttori/distributori	€ 10.980,00
	- esperto consulenza fiscale/contrattualistica/commerciale	€ 6.100,00
	- esperto comunicazione/ufficio stampa	€ 3.660,00
	- esperto assistenza legale	€ 12.200,00
	- esperti interpretariato	€ 3.600,00
	- esperto monitoraggio	€ 15.250,00
	- esperto valutazione	€ 3.660,00
	- esperto organizzazione eventi	€ 18.300,00
	- responsabile logistica e spostamenti	€ 6.250,00
	- operatori accoglienza	€ 3.600,00

	- assistenti operatori esteri	€ 3.600,00
	- elaborazione pubblicazione finale	€ 4.500,00
	- relatori eventi	€ 900,00
A.3	Spese di viaggio, vitto e alloggio	€ 500,00
A.4	Altro (specificare)	
	Totale macrovoce A:	€ 192.832,90

B.	MACROVOCE DI SPESA: ALLIEVI -costi diretti	
B.1	Assicurazione Inail ed assicurazioni aggiuntive	€ 0,00
B.2	Spese di viaggio, vitto e alloggio	€ 0,00
B.3	Indennità di tirocinio/Borsa lavoro	
B.4	Altro (altre spese allievi/destinatari direttamente riferibili all'operazione):	€ 0,00
	Totale macrovoce B:	€ 0,00

C.	Macrovoce di spesa: Spese di funzionamento e gestione – COSTI INDIRETTI	
	Attrezzature: affitto o leasing	/
	Attrezzature: ammortamento	
	Attrezzature: manutenzione ordinaria	
	Immobili: affitti	
	Immobili: ammortamento	
	Immobili: condominio	
	Immobili: manutenzione e pulizie	
	Indumenti protettivi	
	Cancelleria e stampati	
	Assicurazione	
	Energia, gas ed acqua	
	Spese postali, telefoniche e collegamenti telematici	
	Riscaldamento e condizionamento	
	Rimborsi spese a titolari di cariche sociali	
	Spese varie di gestione (altre spese non direttamente riferibili all'operazione)	
	Totale macrovoce C:	

D.	Macrovoce di spesa: Altre spese – costi diretti	
D.1	Materiale didattico	
D.2	Pubblicità (pubblicità, elaborazione grafica materiali promozionali)	€ 15.500,00
D.3	Fidejussione:	€ 0,00
D.4.	Affitto/leasing/Ammortamento attrezzature Formazione a distanza	€ 0,00
D.5	Strumenti di sostegno all'occupazione (contributo all'assunzione secondo il Reg. CE 800/2008)	€ 0,00
D.6	Altro (altre spese direttamente riferibili all'azione):	€ 0,00
	- locazione attrezzature	€ 16.500,00
	- assistenza tecnico informatica	€ 3.500,00
	- spazio web (ideazione, realizzazione, manutenzione)	€ 2.500,00
	- locazione sale proiezioni(compreso oneri logistica filmati e oneri assicurativi)	€ 25.000,00
	- sala business meetings	€ 8.800,00
	- organizzazione eventi, incontri, business meetings	€ 12.000,00

- assicurazioni varie	€ 1.267,10
- viaggio, e alloggio operatori (compreso di servizio navetta)	€ 80.000,00
- produzione materiali e brochure (stampa)	€ 5.500,00
- produzione materiali diffusione risultati (report, filmati, foto)	€ 3.600,00
<i>Totale macrovoce D:</i>	€ 174.167,10
Totale macrovoci	€ 440.000,00