



*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***

MOVEUP

***FIERA MERCATO DELLE NUOVE
PRODUZIONI AUDIOVISIVE***





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

FIERA MERCATO DELLE NUOVE PRODUZIONI AUDIOVISIVE

INDICE

1. PREMESSA	3
2. FINALITÀ GENERALE E COERENZA CON L'ASSE FSE DI RIFERIMENTO.....	4
3. OBIETTIVI SPECIFICI.....	5
4. ARTICOLAZIONE DELLE ATTIVITA'	6
4.1 PROGRAMMAZIONE.....	6
4.2 FIERA MERCATO DELLE NUOVE PRODUZIONI AUDIOVISIVE	8
4.3 FOLLOW UP.....	11
5. CRONOPROGRAMMA.....	12
6. RISORSE UMANE	13
7. SCHEDA FINANZIARIA	15



1. PREMESSA

La *Sovvenzione Globale (SG) MOVIE UP* si è ben radicata sul territorio dove ormai è 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 quasi due anni sta contribuendo attivamente a sostenere lo **sviluppo dell'audiovisivo, comparto già molto importante per l'economia laziale ma che può essere rafforzato promuovendo ulteriormente una maggiore capacità d'internazionalizzazione.**

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 durante il *Festival Internazionale del Cinema di Roma* del novembre scorso¹) e soprattutto gli avvisi pubblicati dall'Organismo Intermedio (OI) 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 spesa che si ritiene utile riprogrammare in parte, prevedendo la realizzazione di una nuova attività che rappresenti un'ulteriore opportunità per promuovere e supportare concretamente una maggiore capacità d'internazionalizzazione del settore audiovisivo regionale.

In particolare la proposta progettuale di seguito dettagliata riguarda l'organizzazione di una ***Fiera mercato delle nuove produzioni audiovisive*** dedicata specificamente

¹ Nell'ambito del Festival Internazionale del Cinema di Roma l'OI è stato presente con lo *Sportello Movie up*. Inoltre il 20 Novembre 2013 presso la Casa del Cinema l'OI ha presentato il Report di ricerca realizzato nell'ambito della Linea 1 della SG. Da tale studio è emerso in particolare che 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 lo studio 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 analizzato attraverso la propagazione degli effetti sul reddito dei soggetti coinvolti e la loro propensione al consumo. Basti pensare all'indotto creato sul territorio che ha inizio con la spesa sostenuta per gli alloggi, il vitto e i trasporti del personale, un costo che si è tramutato in entrate per albergatori, ristoratori, società di trasporti. Tutti questi soggetti a loro volta (considerando la relativa propensione al consumo) possono reinvestire queste entrate sul territorio per l'acquisto di altri beni e servizi.

alla promozione e alla vendita internazionale della recente produzione audiovisiva laziale², approfittando anche dei recenti successi de *La Grande Bellezza* (Paolo Sorrentino) e *Le meraviglie* (Alice Rohrwacher) che potranno certamente rinvigorire l'appeal internazionale del nostro cinema.

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

La presente proposta è dunque finalizzata a **potenziare l'efficacia della SG MOVIE UP promuovendo in particolare processi virtuosi di internazionalizzazione** attraverso la realizzazione di un'attività specificamente dedicata alla promozione, commercializzazione e vendita della nuova produzione audiovisiva laziale.

Più specificamente MOVIE UP intende farsi promotore - nell'ambito dell'edizione 2014 del Festival Internazionale del Cinema di Roma - di un'azione dedicata alla promozione e alla commercializzazione internazionale del cinema laziale più recente.

Sulla base dell'esperienza specifica acquisita dall'OI nella gestione della SG, nonché delle reti settoriali già attivate, si ritiene che le azioni proposte siano agevolmente cantierabili da parte dello stesso OI, strettamente correlate alle altre attività della SG (ad esempio work experience all'estero per operatori del settore, attività di networking a livello europeo, etc.) nonché in grado di contribuire in modo concreto alla promozione dell'internazionalizzazione del sistema audiovisivo laziale, mission principale di *MOVIE UP*.

Venendo alla strategia generale di riferimento, 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*".

² Si fa riferimento a produzioni realizzate nel Lazio, anche attraverso il contributo della Film Commission regionale, o che coinvolgono operatori della Regione Lazio ovvero commercializzate da imprese del territorio.



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 sia una maggiore capacità dei nostri operatori di orientarsi verso i mercati internazionali sia l'attrazione degli investimenti delle società straniere sul nostro territorio.

3. OBIETTIVI SPECIFICI

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

- *individuare film destinati ad uscire presto e promuovere non solo la loro copertura mediatica ma soprattutto il loro potenziale in termini di distribuzione internazionale;*
- *promuovere i film che saranno individuati organizzando momenti d'incontro tra players stranieri (ad es. selezionatori, distributori, produttori, buyer, programmatori, giornalisti, etc.) con produttori, registi e attori italiani;*

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

- *favorire occasioni di promozione commerciale internazionale dei film individuati nonché altre occasioni di cooperazione tra players stranieri e operatori italiani.*

4. ARTICOLAZIONE DELLE ATTIVITA'

L'iniziativa ha una durata complessiva di circa **sei mesi** e il suo fulcro è rappresentato da una serie di azioni che saranno realizzate nell'arco di **una tre giorni da organizzare durante il prossimo Festival internazionale del Cinema di Roma**, in programma dal 16 al 25 ottobre 2014⁴.

Tali azioni saranno opportunamente anticipate da un'attività di Programmazione e seguite da una specifica attività di Follow up; saranno inoltre supportate da classiche attività di *Project management* (ad es. direzione, coordinamento, segreteria e amministrazione, monitoraggio e valutazione, etc.).

Al termine dell'intervento sarà predisposta una **Pubblicazione finale** che illustrerà i principali risultati raggiunti da ciascuna delle attività previste e dall'iniziativa nel suo complesso.

Di seguito si descrive l'articolazione e la tempistica delle tre attività previste; per una visione d'insieme del loro sviluppo temporale si rinvia al cronoprogramma riportato nel capitolo successivo.

4.1 Programmazione

L'attività di programmazione è finalizzata a individuare indicativamente 10 prodotti cinematografici, 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 2015.

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*".

⁴ <http://www.romacinemafest.it/ecm/web/fcr/online/home>

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, ovvero delle ulteriori produzioni così come definite in precedenza partendo da un'apposita mappatura dei principali players dell'audiovisivo regionale⁵;
- 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;

Le produzioni individuate saranno analizzate da personale con esperienza specifica nel settore e selezionate soprattutto in funzione del loro "*potenziale di promozione commerciale internazionale*".

Parallelamente per lo **scouting di operatori stranieri** da informare e sensibilizzare rispetto all'iniziativa si acquisiranno dati e informazioni innanzitutto presso gli organizzatori del Festival Internazionale del Cinema di Roma (ad es. elenco operatori progressivamente accreditati) quindi si utilizzeranno diversi altri canali tra cui ad esempio:

- *Film Commission della Regione Lazio*;

⁵ 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. Il testo integrale della ricerca può essere scaricato dal sito della SG: <http://www.sovvenzioneglobalemovieup.it/?cat=14>

- *Film Commission straniere, in particolare quelle che hanno attivato forme di collaborazione con la Regione Lazio*⁶;
- *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*⁷.

Tra gli operatori stranieri individuati si conta di selezionare fino a 20 "invitati speciali" (principalmente buyer internazionali, distributori di cinema italiano all'estero, programmatori tv ma anche Direttori di Festival, giornalisti specializzati, etc.) che saranno informati in anticipo sulle attività della Fiera (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 Fiera mercato.

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 ad ognuno degli "invitati speciali" un assistente, con specifiche competenze di settore, per l'intero periodo. Preferibilmente tali figure saranno individuate nell'ambito delle istituzioni formative di settore presenti sul territorio. Tale servizio intende facilitare la permanenza a Roma degli invitati alla fiera fornendo al contempo delle opportunità di crescita professionale ai soggetti coinvolti.

L'attività di programmazione ha una durata complessiva di circa **tre mesi** e sarà realizzata a partire dall'ultima settimana di luglio fino a settembre 2014.

4.2 Fiera mercato delle nuove produzioni audiovisive

Come anticipato con la presente attività – che rappresenta il fulcro della proposta – *MOVIE UP* intende farsi promotore di uno spazio specificamente dedicato alla commercializzazione internazionale delle produzioni selezionate nella precedente attività di programmazione.

⁶ 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)*.

⁷ A titolo esemplificativo si segnala la seguente ricerca di settore: *Sviluppo Lazio, Film Scouting Abu Dhabi - Tendenze e opportunità del mercato emiratino dell'Audiovisivo, 2010*.

L'attività sarà realizzata nella cornice del prossimo *Festival internazionale del Cinema di Roma* e in termini operativi prevede la realizzazione delle seguenti azioni.

- **Proiezioni:** durante le giornate della Fiera, presso sale commerciali accreditate, si svolgeranno le proiezioni dei titoli selezionati durante la precedente attività di programmazione; tali proiezioni saranno accessibili solo su invito; tra alcune delle possibilità che saranno valutate per le proiezioni si segnalano: *Cinema Barberini, Cinema Fiamma, Cinema Quattro Fontane (Circuito Cinema), Casa del cinema (Fondazione Zetema)*; si prevede di realizzare fino a cinque proiezioni al giorno (verosimilmente nei seguenti orari: ore 9, ore 11, ore 13, ore 15, ore 17) che termineranno con l'anteprima speciale.
- **Business meetings:** nel corso della *Business Street* del Festival 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. Hotel Bernini).
- **Press Junket:** nel corso della Fiera, 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 dei momenti di approfondimento (ad es. sulle opportunità di cooperazione transnazionale offerte dal programma *Europea Creativa 2014-2020*),

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 nuovissimo 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.

La "*Fiera mercato delle nuove produzioni audiovisive*" durerà 3 giorni e sarà realizzata nella cornice del *Festival internazionale del Cinema di Roma*, in programma **dal 16 al 25 ottobre 2014**.

L'attività nel suo complesso durerà **tre mesi** (fine luglio 2014 – fine ottobre 2014) e inizierà con alcune **azioni preparatorie** funzionali alla realizzazione della Fiera in senso stretto tra cui:

- elaborazione e diffusione di materiale informativo e promozionale sulla Fiera;
- matching profili di collaborazione per business meetings;
- definizione degli aspetti connessi all'accoglienza e al soggiorno degli operatori stranieri invitati nonché ad altri aspetti logistici funzionali alla realizzazione della Fiera;
- definizione dei contenuti specifici e dei relatori dei momenti di approfondimento / interventi istituzionali;
- definizione operativa della *serata dedicata al cinema italiano* e degli altri eventi di socializzazione previsti.

4.3 Follow up

L'obiettivo specifico della terza e ultima attività della proposta è quello di seguire l'evoluzione delle opportunità commerciali o di altre formule di cooperazione internazionale promosse nel corso della Fiera mercato delle nuove produzioni audiovisive. L'attività punta inoltre a supportare ulteriormente lo sviluppo di alcune opportunità di cooperazione che appaiono più 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 alla Fiera al fine di rilevare sia la loro soddisfazione complessiva rispetto alla Fiera sia indicazioni e suggerimenti per una sua possibile futura riproposizione;
- realizzazione di interviste di approfondimento agli operatori che hanno partecipato ai business meetings allo scopo di conoscere maggiormente le opportunità di internazionalizzazione discusse durante la Fiera e i principali fabbisogni connessi alle loro possibilità di sviluppo.

Tale 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*.

L'attività nel suo complesso dura circa **due mesi**; inizierà subito dopo la Fiera (fine ottobre 2014) e terminerà con la fine del progetto (dicembre 2014).



5. CRONOPROGRAMMA

ATTIVITA'	Luglio				Agosto				Settembre				Ottobre				Novembre				Dicembre				
	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV	
Azioni																									
Individuazione e selezione produzioni cinematografiche																									
Scouting operatori stranieri																									
Individuazione "invitati speciali" e profiltura di business matching																									
FIERA MERCATO DELLE NUOVE PRODUZIONI AUDIOVISIVE																									
Azioni preparatorie																									
Proiezioni - Business meetings - Eventi di socializzazione																									
FOLLOW UP																									
Questionari di follow up																									
Interviste di approfondimento																									

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	Tea Pompeo	Ass.For.SEO	PMPTEA76D64H501H	Diploma	Segreteria tecnico-organizzativa	15	6.250,00	25,00	250		
2	Sonia Di Salvatore	Ass.For.SEO	DLSSN068S42H501P	Diploma	Addetto amministrazione	20	7.000,00	28,00	250		
3	Francesca Tiberia	Ass.For.SEO	TBRFNC73H43H5010	Diploma	Addetto amministrazione	15	5.100,00	25,50	200		
4	Leonardo Policella	Ass.For.SEO	PLCLRD83S28H501M	Laurea	Segreteria tecnico-organizzativa	4	5.853,00	19,51	300		
5	Elisabetta Verrecchia	Ass.For.SEO	VRRLBT71A49H501Z	Laurea	Coordinamento	18	7.000,00	35,00	200		

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	Luisa Rovati	Ass.For.SEO	RVTLSU68S58BI57M	Laurea	Esperto scouting	11	15.000,00			300,00	50
3	Vanessa Tonini	Ass.For.SEO	TNNVS 71C66 H501G	Laurea	Esperto del settore per animazione, assistenza e cura dei rapporti finalizzati alla fase contrattualistica	18	8.750,00			350,00	25
4	Filippo Bersani	Ass.For.SEO	BRSFPP63T08H501T	Laurea	Esperto assistenza legale	16	12.200,00			610,00	20
5	Gaetano Morello	Ass.For.SEO	MRLGTN45B28H579Z	Laurea	Esperto consulenza commerciale contrattualistica e rendicontazione	20	18.300,00			610,00	30
6	Paolo Luci	Ass.For.SEO	LCUPLA 68P30 H501N	Diploma	Monitoraggio e valutazione	15	9.150,00			610,00	15
7	Raffaella Spizzichino	Ass.For.SEO	SPZRFL71L48 H501A	Laurea	Esperto comunicazione /Ufficio stampa	15	3.000,00			500,00	6
8	Claudia Cavalleri	Ass.For.SEO	CVLCLD61S70H501R	Laurea	Esperto organizzazione eventi	29	9.000,00			500,00	18
9	Celestino Manselli	Ass.For.SEO	MNSCST67L28L725K	Laurea	Elaborazione pubblicazione finale	10	2.440,00			610,00	4
10	***	Ass.For.SEO	---	-----	Accompagnamento (figure Junior)	---	6.000,00			100,00	60
11	***	Ass.For.SEO	---	-----	Esperti interpretariato (da individuare in ragione delle nazionalità degli ospiti)	---	12.000,00			500,00	24

I parametri indicati devono intendersi omnicomprensivi anche di eventuale Iva.

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

7. SCHEDA FINANZIARIA

Scheda finanziaria riepilogativa delle spese

SPESE	TOTALE
A – RISORSE UMANE	€ 146.543,00
B - ALLIEVI	€ 0,00
C – SPESE DI FUNZIONAMENTO E GESTIONE	€ 41.992,00
D – ALTRE SPESE	€ 73.465,00
TOTALE	€ 262.000,00

Prospetto di riepilogo per il calcolo dei costi indiretti forfetari:

Totale Costi DIRETTI (somma Macrovoce A, B e D)	€ 220.008,00
Totale Costi INDIRETTI (Macrovoce C)	€ 41.992,00
% forfetizzazione dei costi indiretti (max 20%)	19,09

Preventivo finanziario dettagliato:

A.	MACROVOCE DI SPESA: RISORSE UMANE -costi diretti	
A.1	Risorse umane interne (specificare per ruolo)	€ 31.203,00
	- coordinatori	€ 7.000,00
	- orientatori	
	- esperti	
	- personale amministrativo e ausiliario	€ 12.100,00
	- progettisti	
	- Altro (specificare): monitoraggio e valutazione	
	- segreteria tecnico-organizzativa	€ 12.103,00
A.2	Risorse umane esterne (specificare per ruolo)	€ 115.340,00
	- coordinatori	
	- orientatori	
	- docenti	
	- personale amministrativo e ausiliario	
	- progettisti	€ 18.300,00
	- Altro (specificare)	
	- assistenti accompagnatori	€ 6.000,00
	- esperto organizzazione eventi	€ 9.000,00
	- esperto comunicazione /ufficio stampa	€ 3.000,00
	- esperto scouting operatori	€ 15.000,00
	- esperti interpretariato	€ 12.000,00
	- esperti assistenza legale	€ 12.200,00
	- esperto tecnico del settore audiovisivo internazionale, rapporti , animazione e fasi commerciali	€ 8.750,00
	- Esperto consulenza commerciale e rendicontazione	€ 18.300,00
	- Esperto monitoraggio e valutazione	€ 9.150,00
	- Elaborazione pubblicazione finale	€ 2.440,00
A.3	Spese di viaggio, vitto e alloggio	€ 1.200,00
A.4	Altro (specificare):	
	Totale macrovoce A:	€ 146.543,00

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	€ 0,00
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, ammortamento e manutenzione ordinaria	/
	Immobili: affitti, ammortamento, condominio, manutenzione ordinaria e pulizie	
	Indumenti protettivi	
	Cancelleria e stampati	
	Ammortamento attrezzature per attività non didattiche	
	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	€ 0,00
D.2	Pubblicità (materiali promozionali)	€ 2.000,00
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 800/2006)	€ 0,00
D.6	<i>Altro specificare (altre spese direttamente riferibili all'operazione):</i>	
	- affitto attrezzature	€ 3.000,00
	- assistenza tecnico –informatica	€ 5.000,00
	- affitto sala proiezioni	€ 6.000,00
	- organizzazione eventi/visite	€ 5.000,00
	- sala per Business meetings	€ 6.000,00
	- assicurazioni varie	€ 1.965,00
	- viaggio, vitto e alloggio operatori stranieri (compreso di servizio navetta)	€ 41.000,00
	- Pubblicazione finale (stampa)	€ 3.500,00
	Totale macrovoce D:	€ 73.465,00
Totale macrovoci		€ 262.000,00

Nell'elaborazione della presente scheda finanziaria si è fatto riferimento alla determinazione n.B06163 del 17/09/2012 poiché le risorse utilizzate sono economie intervenute nell'ambito della dotazione la cui gestione è soggetta alla normativa sopra citata.

