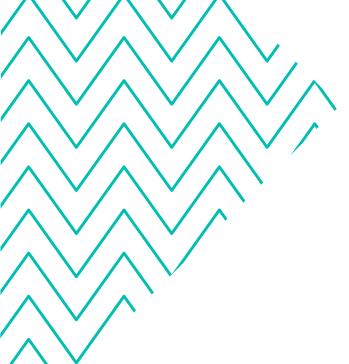
Dietro lo schermo

Un'analisi della produzione audiovisiva in Friuli Venezia Giulia: sfide, sviluppi e traguardi.





Dietro lo schermo è un documento realizzato dall'Associazione Fondo per l'Audiovisivo del Friuli Venezia Giulia, con il supporto e la collaborazione di BAM! Strategie Culturali.

Si ringraziano le imprese e i professionisti della Regione che hanno partecipato alle attività di indagine.

Settembre 2020



intro

Introduzione Glossario zistema

Il supporto regionale al settore audiovisivo

La Regione nel contesto nazionale ed europeo

imprese

Lanciare un'impresa in FVG

La crescita delle imprese

Più professionisti, più formazione

Una visione internazionale

Prodotti d'eccellenza

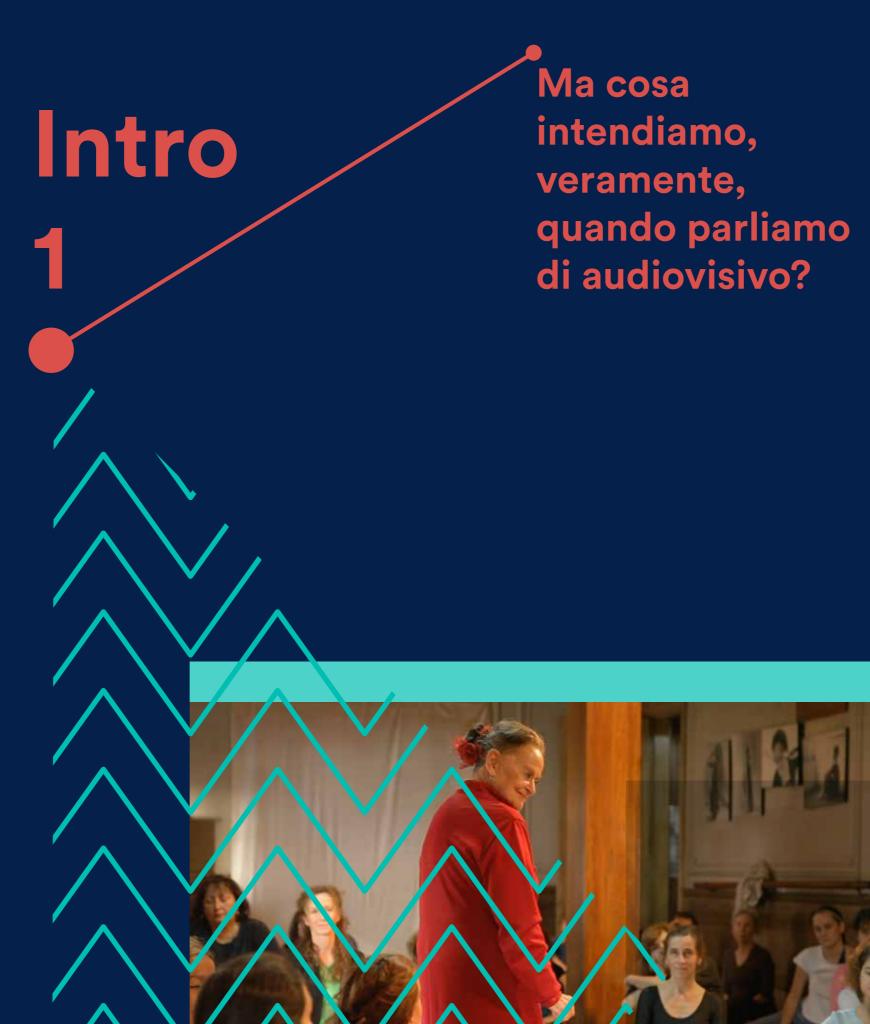
Il Fondo, raccontato dalle imprese

6 sviluppi

Esigenze e criticità: verso una ripresa

l prossimi appuntamenti 7 appendice

Note metodologiche Le imprese finanziate I progetti finanziati



Si è perso molto tempo a cercare una risposta, correndo dietro a suddivisioni e categorie in continua trasformazione: cinema, televisione, documentario, spot, fiction, non fiction, ecc. Ma poi è nato il TVmovie, la docu-fiction, il "theatrical documentary", il "mockumentary": le suddivisioni ormai non reggevano più, le definizioni si confondevano.

Forse, l'audiovisivo è semplicemente un'idea raccontata con immagini e suoni. Più complicato è realizzarlo, perché sono necessarie capacità professionali, contatti, tecnologie e fondi: un insieme di professionisti e risorse impegnati nella produzione di contenuti. Ed è proprio il contenuto il vero valore del prodotto audiovisivo: i diritti - dalla cui commercializzazione nasce il mercato audiovisivo - sono generati esclusivamente da esso.

Ma va sottolineato anche che per ideare, sviluppare, produrre e distribuire contenuti audiovisivi non bastano volontà e risorse finanziarie. Occorre un "know how", occorrono capacità professionali, contatti, imprenditorialità e formazione. Occorre insomma dar vita a una vera e propria "industria culturale", un contesto fertile e vivace per mettere veramente a frutto gli investimenti regionali. Questo è stato, fin dall'inizio, l'obiettivo del Fondo per l'Audiovisivo del Friuli Venezia Giulia: una sfida ambiziosa, un compito essenziale su cui lavoriamo da 13 anni.

1 Intro

Dietro lo schermo è stato per noi un passo importante, non solo un'occasione per festeggiare più di un decennio di lavoro in Regione. Questo documento ci ha dato l'opportunità di fermarci e guardare indietro, cercando di capire se il nostro lavoro avesse avuto un impatto sui professionisti e sulle aziende che operano in FVG. Fermandoci, abbiamo potuto osservare meglio ciò che ci siamo lasciati alle spalle: una sostanziale crescita delle imprese locali, opere audiovisive sempre più competitive sul mercato internazionale, una forza lavoro più formata e capace di affrontare le sfide attuali del settore.

Crediamo che guardare indietro sia il primo passo per andare avanti, continuando a fare quello che ci riesce meglio: osservare, comprendere e fornire supporto all'industria audiovisiva in FVG.

L'indagine

Da anni osserviamo da vicino le imprese e i professionisti locali: conosciamo le loro storie, i loro successi e, a volte, le loro difficoltà. In *Dietro lo schermo* però, abbiamo deciso di osservare noi stessi e l'industria dall'esterno, attraverso una prospettiva più distante che ci permettesse di disegnare meglio lo stato di salute del settore audiovisivo.

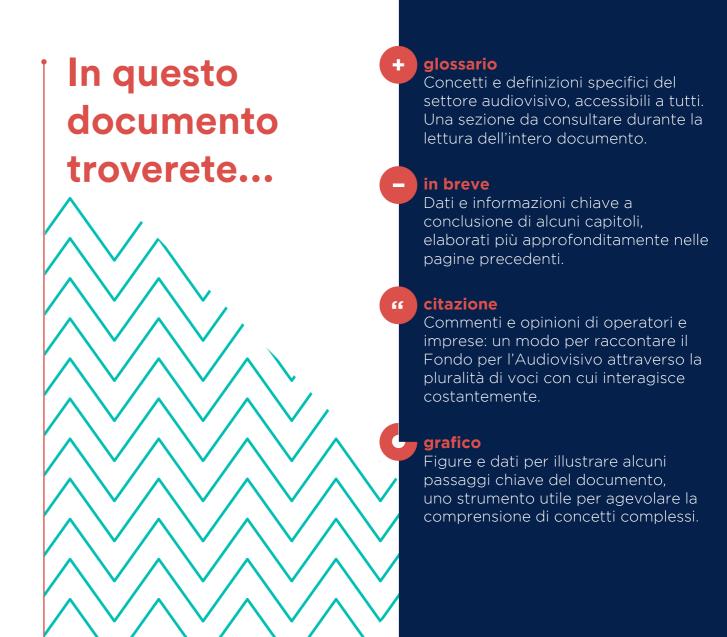
Ci siamo quindi affidati a un team di professionisti, BAM! Strategie Culturali, con cui abbiamo costruito un'indagine - certamente la più estesa mai realizzata per il settore in Regione - per comprendere gli sviluppi delle nostre aziende e per farci raccontare dagli operatori stessi se e come il Fondo fosse riuscito a supportare la loro crescita.

Tra maggio e luglio 2020 abbiamo distribuito un articolato questionario alle imprese regionali: hanno risposto in più di 40 aziende, e sono emerse informazioni qualitativamente molto rilevanti. Tra luglio e agosto abbiamo poi intervistato singolarmente alcune delle imprese che hanno partecipato al questionario, con lo scopo di approfondire alcune tematiche e comprendere meglio il punto di vista dei produttori.

A monte dell'indagine, con il supporto di BAM! Strategie Culturali abbiamo colto l'occasione per razionalizzare dati e informazioni raccolti negli anni attraverso i bandi del Fondo: una fonte primaria di contenuti da cui abbiamo tratto importanti considerazioni.

Come leggere questo documento

L'obiettivo - nonché la sfida - di questo documento è stato quello di raccontare lo sviluppo dell'industria audiovisiva regionale ad un pubblico più ampio possibile, composto spesso da non addetti ai lavori distanti dalle dinamiche e dal linguaggio tecnico del settore. A tal fine, abbiamo mantenuto un tono più chiaro e semplice possibile, cercando di fornire al lettore chiavi con cui comprendere meglio il contesto in cui le imprese dell'audiovisivo operano oggi.





Per i non addetti ai lavori, chiariamo qui alcuni concetti rilevanti per il settore audiovisivo, di cui faremo ampiamente uso in questo documento.

Agenti di vendita (sales agent)

Così come la vendita delle case viene spesso gestita da agenti di vendita immobiliari, allo stesso modo figure simili si occupano di vendere i film, in Italia o all'estero.

Autore

Colui che elabora l'idea creativa, la storia di un film - sia essa tratta da un libro, da un avvenimento storico o di invenzione creativa dell'autore.

Coproduzione internazionale

La coproduzione è un accordo tra due o più società di Paesi diversi per produrre. insieme, un'opera cinematografica. Ad ogni società viene attribuita una quota di diritti del film e ne condividono costi, risorse, profitti (e perdite). Di base ogni film necessita di buone idee, professionisti fidati e opportuni finanziamenti: la coproduzione permette a un produttore di trovarne altri altrettanto bravi in giro per il mondo. che possano a loro volta portare nuove idee, altri professionisti di alto livello e ulteriori sostegni economici (ad esempio attraverso altri fondi regionali). In breve. coprodurre significa aumentare le potenzialità dell'opera, su tutti i fronti.

Diritti

Tutta l'industria cinematografica si basa sul "mercato" dei diritti, ovvero la vendita e l'acquisto del diritto di sfruttare economicamente un'opera. Inizialmente il produttore compra i diritti dell'autore per sviluppare un film, che può poi cedere in parte ad altri coproduttori per completare l'opera insieme. Può vendere poi i diritti ad altri (i distributori) per vendere il film in diversi paesi e su diverse piattaforme, come le sale cinematografiche o la TV. Quando il film inizia a produrre profitto,

chiunque sia in possesso di diritti su quell'opera ne guadagna in base alla quota acquistata.

Mercato di coproduzione

Come in un qualsiasi mercato, anche i produttori cercano acquirenti per i propri film - ma lo fanno prima ancora che l'opera sia prodotta, quando ancora il film è in fase di sviluppo. I mercati di coproduzione sono eventi nei quali i produttori presentano i propri progetti di film a possibili acquirenti o sostenitori: una platea composta da fondi regionali o nazionali, reti televisive o agenti di vendita.

Première

Che sia presente o meno il tappeto rosso, la première è la prima proiezione pubblica di un film, il suo primo contatto con un vero pubblico. L'evento, ospitato durante un festival internazionale, è l'occasione per promuovere il film di fronte alla stampa di settore, a critici e professionisti.

Produttore

Il produttore è colui che supervisiona il progetto di un'opera cinematografica e ne è responsabile dall'inizio, fino alla fine. In un certo senso, il produttore è l'impresario edile di un film: si innamora di una storia, di un'idea autoriale (il terreno su cui costruire un edificio), ne segue le fasi di scrittura e sviluppo (il disegno dell'architetto), cerca i finanziamenti necessari (fondi pubblici o privati necessari a eseguire i lavori) e organizza la produzione sul set (il vero e proprio cantiere).

Progetto

Quando un film non è ancora stato girato ma è in fase di sviluppo viene definito "progetto". A seconda della tipologia, può essere un progetto di documentario, di finzione, di corto, di animazione, ecc. In un certo senso, il progetto racchiude in sé l'intenzione di diventare un film.

Regista

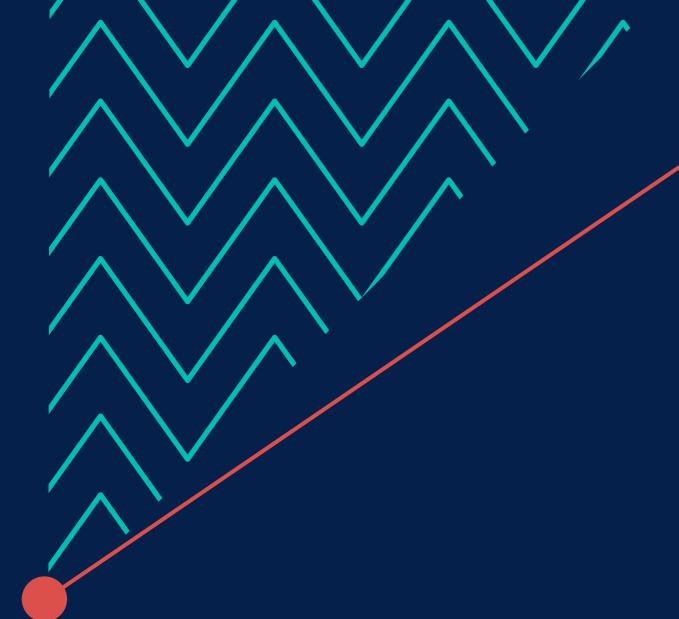
È forse la persona che più incide sul film finito, marcandolo con la sua personalità, il suo gusto e il suo ingegno creativo. Il regista è colui che interpreta ed elabora cinematograficamente la storia di un film, seguendone tutte le fasi di lavoro e occupandosi di coordinare il team per realizzare in ogni aspetto l'opera finita.

Sviluppo

Un film - documentario o di finzione che sia - in media richiede tra i 4 e i 5 anni per essere concluso. Lo sviluppo ricopre nel ciclo di creazione di un film un ruolo essenziale: è la fase in cui un produttore scopre e si innamora di una storia, in cui questa viene scritta, si cercano i luoghi dove ambientarla, gli attori che la animeranno e i soldi per realizzarla. Non tutte le storie, però, si traducono in film. Lo sviluppo aiuta a capire se è opportuno continuare a lavorare su un progetto: è un test che mette alla prova la storia stessa e l'abilità del produttore di tradurla in un progetto realizzabile. Possiamo dire che lo sviluppo è simile alla ricerca in campo farmaceutico: non tutti i farmaci escono dal laboratorio. alcuni non funzionano o altri hanno costi troppo elevati. Ma senza la ricerca - con i suoi tentativi e fallimenti - non avremmo i farmaci.

Workshop formativi

La formazione professionale di chi lavora nel settore cinematografico è sempre di più necessaria e richiesta. I workshop sono momenti di grande condivisione, conoscenza e crescita, dove intervengono esperti di alto profilo internazionale e si sviluppano le competenze dei partecipanti, con lo scopo di rendere gli operatori - e i loro film - sempre più competitivi sul mercato.



2 modello FVG

Il percorso e le scelte che hanno portato a parlare oggi di un vero e proprio "sistema" regionale di supporto pubblico al settore audiovisivo.

La costruzione di un sistema

Il Friuli Venezia Giulia è stata tra le prime regioni italiane a creare una struttura di supporto alla produzione audiovisiva.

La FVG Film Commission nasce nel 2000 con lo scopo di fornire servizi a chi sceglie la Regione come location per girare film, documentari, programmi televisivi o spot pubblicitari, promuovendo in questo modo l'immagine del Friuli Venezia Giulia a livello nazionale e internazionale. Già nel 2003 la FC è stata dotata di un fondo che consentiva alle imprese di produzione, che sceglievano la Regione come set, di ridurre i costi sostenuti sul territorio. E questo ha fatto sì che l'attività - ormai ventennale - sia cresciuta in maniera continuativa, con risultati di rilievo assoluto.

Fin dai primi anni è stato però chiaro che il sostegno all'audiovisivo non poteva risolversi esclusivamente incentivando produzioni "importate", ma doveva concretizzarsi anche nella valorizzazione di imprese, autori e professionisti regionali.

Nel FVG non si partiva da zero: esistevano già strutture e talenti, limitati però da paure e preconcetti rispetto alle reali possibilità di fare cinema restando sul territorio, in una regione piccola, ai margini dei confini nazionali e lontana dai grandi centri di produzione. I produttori esistenti si limitavano ad opere poco ambiziose, progettate per una distribuzione principalmente locale. Per far crescere l'industria audiovisiva c'era bisogno di formazione, supporto allo sviluppo di progetti lungimiranti. finanziamento adeguato alla produzione e alla distribuzione; c'era bisogno di un lavoro sulla filiera e sulla crescita complessiva del settore, sull'ecosistema.

2 modello FVG

"Il cinema si fa solo a Roma", si sentiva spesso dire. Con la riforma del Titolo V della Costituzione Italiana, il cinema si può fare anche in Friuli Venezia Giulia. Per capire come questo sia avvenuto, è necessario attraversare alcuni passaggi legislativi.

Il Titolo V è quella parte della Costituzione italiana in cui vengono "disegnate" le autonomie locali: comuni, province e regioni. Il Titolo V è stato riformato con la I. Cost. 3/2001, dando piena attuazione all'art. 5 della Costituzione Italiana, che riconosce le autonomie locali quali enti esponenziali preesistenti alla formazione della Repubblica. Con la riforma costituzionale del 2001 si rompe l'equilibrio preesistente: il cinema non è più materia di competenza esclusiva dello stato centrale. La materia cinematografica diviene materia di "competenza concorrente", demandando a ciascuna Regione l'elaborazione di Leggi Regionali nel settore cinematografico.

Così, nel novembre 2006, il Friuli Venezia Giulia vara la Legge Regionale 21 (L.R. 21), che istituzionalizza la Film Commission (già operativa da qualche anno) e istituisce il Fondo per l'Audiovisivo, che inizia la sua attività nel giugno 2007 all'interno della Film Commission stessa.

Lo sviluppo delle attività del Fondo porta alla necessità di una maggiore autonomia, e pertanto a una divisione dalla Film Commission: nell'ottobre 2010 un emendamento modifica la L.R. 21/2006 e la gestione del Fondo viene affidata all'Associazione Fondo per l'Audiovisivo del FVG (art.9bis).

È indispensabile sottolineare che la separazione delle attività e dei due enti non è stata determinata da risultati deludenti, tutt'altro, ma dalla necessità di rendere più flessibile il funzionamento. Questo anche in un'ottica di reperimento di finanziamenti al di fuori dell'Ente regionale. La scelta si è rivelata lungimirante ed efficace: oggi, l'attività dell'Associazione Fondo per l'Audiovisivo è finanziata per quasi i 2/3 dal programma Europa Creativa (UE), MiBACT, Istituzioni pubbliche e private nazionali e internazionali.

Una strategia di successo

Ciò che rende unici il Fondo e la Regione FVG nel panorama audiovisivo europeo è una strategia chiara e puntuale verso lo sviluppo dell'industria e dei professionisti locali, unita all'adozione sin dall'inizio di una prospettiva europea - oltre che regionale. Il successo della strategia del FVG è frutto di uno sforzo combinato di finanziamenti, formazione, accesso al mercato e un approccio internazionale, il tutto combinato con un'analisi regolare degli obiettivi raggiunti e un dialogo continuo con gli operatori del settore.







Un unicum nel contesto nazionale e internazionale

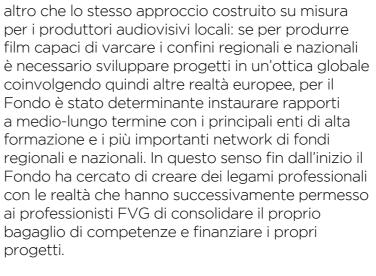
Il contesto italiano si caratterizza per una forte eterogeneità dei modelli di sostegno regionale: nel tempo si è stabilita una convergenza sul modello della Film Commission, oggi presente in 19 regioni, ma i contorni dei suoi obiettivi e le modalità operative cambiano di territorio in territorio, così come la struttura giuridica di riferimento (incardinata nella pubblica amministrazione o resa autonoma attraverso una Fondazione o un'Associazione). Non tutte le Film Commission gestiscono Fondi specifici, ma tutte erogano servizi di varia natura nei confronti del settore, per lo più legati all'accompagnamento delle produzioni sul territorio.

Il Friuli Venezia Giulia resta un unicum per la presenza di due interlocutori distinti: la Film Commission, che persegue gli obiettivi di valorizzazione del territorio gestendo anche il Film Fund, e il Fondo Audiovisivo FVG, impegnato nel supportare la crescita delle imprese dell'audiovisivo basate in regione: la crescita delle competenze, l'internazionalizzazione e il networking, la creazione di una filiera. È anche grazie a guesta pluralità di contributi e di forme di sostegno, che la regione si è posizionata negli ultimi 10 anni come uno degli habitat più favorevoli alla nascita e allo sviluppo di imprese nel settore audiovisivo.

Il valore aggiunto dell'autonomia

Un fattore chiave del FVG è che gli interventi regionali nell'industria audiovisiva sono affidati a due enti esterni all'Amministrazione regionale, il Fondo Audiovisivo e la Film Commission: questo rende più snella, fluida e facile la gestione dei bandi come il rapporto con i due staff. In un certo senso, grazie a questa autonomia le due associazioni mantengono un regime gestionale a pari livello con quello delle più avanzate regioni europee.

La capacità di creare un ambiente così favorevole alla nascita e alla crescita di nuove imprese e professionisti FVG non dipende solamente dalla complementarietà dei meccanismi di sostegno esistenti in regione, ma è anche il risultato di un'attenta strategia di posizionamento a livello internazionale con una serie di prestigiosi partner.



Tra le esperienze più significative in campo internazionale, vanno senz'altro citate l'adesione nel 2011 a Cineregio, network che ad oggi conta oltre 50 fondi regionali Europei, e l'ideazione nel 2015 di Re-Act, iniziativa creata assieme ai Fondi Nazionali di Slovenia. Croazia e Serbia con il duplice obiettivo di avvicinare i professionisti dei quattro territori e co-finanziare lo sviluppo di nuove opere pensate sin dal loro inizio in maniera condivisa.

CineRegio è una rete di 50 regioni cinematografiche in Europa, ognuna con una cultura e una storia uniche. Insieme e individualmente investiamo nella cultura cinematografica, scoprendo nuovi talenti, promuovendo l'imprenditorialità e migliorando l'occupazione regionale: in un certo senso, collegando soggetti e risorse per sviluppare l'industria audiovisiva. CineRegio ci rende più forti insieme, ci arricchisce dandoci la possibilità di condividere prospettive ed esperienze diverse: è una fonte di ispirazione, una guida verso l'innovazione.



In sostanza, il modello adottato dal Fondo non è

territorio dai Fondi regionali per l'audiovisivo. Al di là degli immediati risultati economici, sicuramente importanti perché i Fondi intervengono in un settore produttivo ad alto valore aggiunto,

Nel 2012, CineRegio pubblica

Gli effetti dei Fondi sul

un report che illustra gli

effetti generati sul proprio

territorio

CineRegio evidenzia in particolare quelli sociali e culturali, in quanto hanno riflessi non secondari in molti altri campi:

effetti qualitativi

in termini di creazione di un'identità locale e di difesa della propria diversità culturale, come pure di attrazione sia di nuove competenze, che di nuove occasioni di business turistico-culturale;

effetti di stimolazione alla crescita

per tutti i settori produttivi ad alto contenuto creativo, sulla base della particolare attenzione che l'audiovisivo ha nei confronti delle piccole imprese dedicate all'innovazione:

effetti sull'internazionalizzazione del sistema produttivo regionale

che trova nella produzione audiovisiva un utile "apripista" verso nuovi mercati, oltre che un efficace modello nella creazione di partnership.



Andrea Magnani, Pilgrim film

fondo

Cosa fa, nella pratica, il Fondo **Audiovisivo** FVG. Dal piccolo - consigli, guida e sostegno; al grande bandi, eventi tematici, incontri internazionali e progetti pluriennali.

Visione e obiettivi

Il compito assegnato dalla legge al Fondo è stato, fin dall'inizio, il sostegno alle imprese e ai professionisti, nella convinzione che produzione e distribuzione di audiovisivi costituiscano un movimento economico di primaria importanza e che si tratti di un settore che offre molti sbocchi diretti di "buona" occupazione.

Ma le misure di sostegno finanziario adottate non sono l'unico strumento utilizzato per favorire uno sviluppo sostenibile di imprese e professionisti della regione. Sin dall'avvio della propria esperienza, il Fondo ha costruito una strategia basata su azioni con una ricaduta diretta, nello specifico i contributi per formazione, sviluppo e distribuzione, e una serie di azioni a medio lungo termine con una ricaduta indiretta, ovvero una serie di attività di crescita del proprio know-how, networking e accesso al mercato internazionale.

La combinazione di queste attività ha permesso di produrre cultura di alta qualità, grazie all'ispirazione offerta da approcci internazionali e visioni innovative, e allo stesso tempo di fare impresa, creando le condizioni ottimali per far crescere le aziende dal punto di vista economico.



Il primo strumento con cui il Fondo Audiovisivo agisce sul settore è la gestione di fondi regionali, accordati a imprese o professionisti attraverso più bandi nel corso dell'anno. A seconda degli anni, il numero dei bandi varia tra uno e tre, suddivisi per tre tipologie di finanziamento: Formazione, Sviluppo e Distribuzione.

Formazione

Sono fondi destinati a imprese o a professionisti per la partecipazione a corsi, workshop o percorsi professionalizzanti a livello regionale. nazionale o internazionale. Il focus dei corsi finanziati spazia dalla regia, alla sceneggiatura, produzione, montaggio o per la formazione di figure come l'operatore di ripresa e il tecnico del suono. Sono formazioni sia destinate ad accrescere le competenze dei professionisti locali, rendendoli più competitivi sul mercato del lavoro, sia focalizzate su progetti specifici, con lo scopo di migliorare lo sviluppo del prodotto finale o di accrescere la sua capacità di diffusione.

Leggi di più sugli impatti delle esperienze formative sulle imprese

a pagina 51





Molti dei corsi che il Fondo Audiovisivo ha finanziato sono tra i più riconosciuti e prestigiosi a livello internazionale, tenuti da professionisti di alto livello e con procedure di ammissione estremamente selettive. Tra i molti partner formativi di eccellenza con cui il Fondo ha collaborato negli ultimi tredici anni, vanno sicuramente menzionati EAVE, il principale workshop per produttori europei, TorinoFilmLab, un intenso

percorso di scrittura e sviluppo dedicato ad autori da tutto il mondo, e infine Eurodoc, il più importante corso destinato alla produzione creativa di documentari.

Attraverso il Fondo Audiovisivo ho avuto l'opportunità di partecipare a EAVE Producer Workshop, un corso internazionale di altissimo livello, molto costoso e selettivo. Sono stata selezionata con il progetto Menocchio di Alberto Fasulo ed è stata per me un'esperienza determinante, che mi ha permesso di entrare in contatto con reti internazionali ed orientare Nefertiti verso il mercato europeo - di fatto, la nostra vocazione.



Nadia Trevisan, Nefertiti Film

Il semplice finanziamento di un'esperienza formativa - per quanto costosa sia - non porta a grandi risultati. In particolare se il beneficiario non ha piena coscienza delle opportunità formative presenti a livello internazionale e non viene messo nelle condizioni di accedere a corsi o workshop più competitivi.

Avendo bene in mente questo, il Fondo ha costruito negli anni un vero e proprio sistema in Regione, creando il contesto adatto a rendere più efficaci e mirati possibile i finanziamenti alla formazione. Il Fondo ha sviluppato rapporti con alcune delle organizzazioni più prestigiose d'Europa specializzate in formazione audiovisiva, ottenendo delle partnership pluriennali che permettono ai professionisti del FVG di partecipare a workshop e corsi che, a loro, prima erano preclusi. In alcuni casi, ha portato fisicamente i corsi in Regione - come nel caso di Ties That Bind, workshop interamente dedicato alla coproduzione tra Europa ed Asia, sostenuto da oltre dieci anni dal Programma Europa Creativa dell'Unione Europea e ospitato ogni anno in due tappe: Udine e Singapore.

A lato di guesto, il Fondo mantiene un contatto costante con le imprese, per aggiornarle sulle possibilità di formazione più adequate e per raccogliere feedback su nuove opportunità - creando di fatto uno scambio proficuo di cui possono beneficiare tutti i professionisti in Regione. Oggi, il Fondo Audiovisivo mette di fatto a disposizione degli operatori un ricco database di opportunità ed esperienze formative internazionali, continuamente aggiornato.

3 fondo

Grazie alle esperienze formative supportate dal Fondo, abbiamo sviluppato contatti, compreso dinamiche produttive, creative e commerciali che altrimenti sarebbero state inaccessibili e misteriose per noi. Queste esperienze ci hanno permesso di comprendere quando un progetto aveva potenziale di crescita e quando no, comprendendo i nostri limiti e trovando di conseguenza figure professionali che li compensassero. "



Carlo Zoratti, Alpis

Nonostante l'offerta di corsi per l'audiovisivo sia piuttosto articolata in Italia, esiste un forte scollamento tra la formazione e il mondo del lavoro - lo conferma anche Ernst & Young nella sua ricerca per Italia Creativa del 2016. EY suggerisce di investire nel settore formativo per incentivare una maggiore rispondenza dell'offerta formativa alle esigenze espresse dal mercato, permettendo inoltre a chi opera nel settore di non doversi rivolgere all'estero per trovare le professionalità ricercate. Questo, unito a molte dichiarazioni di operatori del settore, conferma che la decisione di istituire un fondo dedicato alla formazione fin dal 2007 è stata una scelta lungimirante, particolarmente innovativa e che ancora oggi posiziona il FVG come una regione all'avanguardia nello sviluppo dell'industria audiovisiva.

Sviluppo

Sono fondi mirati per sostenere le imprese in tutte le attività che intercorrono fra l'ideazione di un progetto audiovisivo e l'avvio della sua produzione: la scrittura del progetto, eventuali ricerche (in particolare nel caso di documentari), casting, sopralluoghi, l'opzione e l'acquisizione di diritti, l'assistenza legale, la ricerca di possibili finanziatori, contatti per la distribuzione, la realizzazione di un video promozionale.

I fondi attribuiti attraverso i bandi possono coprire i costi previsti fino al



per le attività di sviluppo

Leggi di più sulla capacità delle imprese di attrarre cofinanziamenti a pagina 44 Un'opera audiovisiva nasce da un testo scritto, che tanto migliore sarà, tanto più renderà probabile il successo del film o del documentario. Nella fase di sviluppo, quindi, si scrive e si riscrive, si cercano i luoghi più adatti dove girare, si costruisce la squadra (la troupe), ma - soprattutto - si cercano i finanziamenti, i coproduttori, e i distributori che faranno vedere il film al pubblico. Uno sviluppo ben fatto è la premessa indispensabile per ottenere, sì, un soddisfacente risultato artistico, ma soprattutto un ritorno economico.

Avere un fondo per lo Sviluppo in Regione, non solo ci fornisce un contributo finanziario per le fasi iniziali di creazione di un'opera, ma ci permette soprattutto di proporci a partner stranieri con una marcia in più, agevolando il reperimento di cofinanziamenti o accordi di coproduzione. "



Sarah Pennacchi, Tico Film Company

Per le imprese, la partecipazione ai bandi è un momento importante del percorso, che le aiuta a compiere un buon lavoro. L'idea autoriale viene elaborata - spesso per la prima volta - in una prospettiva progettuale, offrendosi al confronto con il Fondo: un momento dal quale l'impresa e il progetto ne escono arricchiti, a prescindere dall'esito della selezione.

Distribuzione

Sono fondi destinati a migliorare le possibilità delle opere audiovisive di essere distribuite e possono coprire i costi sostenuti sia durante la produzione, sia successivamente per attività di promozione, marketing, partecipazione a festival, rassegne e premi dedicati al settore.

fondi attribuiti attraverso i bandi possono coprire dei costi di produzione e distribuzione fino al



Scopri la diffusione delle opere audiovisive FVG fuori dai confini regionali a pagina 56

Per ottenere i fondi, il progetto deve avere già una garanzia distributiva e una sufficiente copertura economica da parte

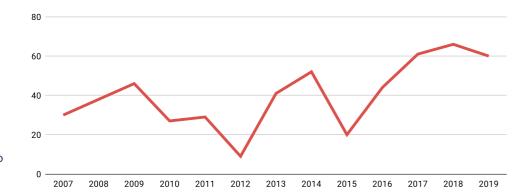


di terzi. Questo aspetto è particolarmente rilevante perché garantisce che solo i progetti di una certa qualità - e che hanno in particolare già convinto finanziatori e coproduttori - possano essere effettivamente sostenuti. I criteri di selezione assicurano, quindi, che i finanziamenti regionali non vengano accordati a produzioni destinate a finire in un cassetto o a essere proiettate in casa per amici e parenti: si evita lo "spreco" di soldi pubblici.

Per sviluppare la distribuzione, il Fondo ha lavorato negli anni in modo parallelo ai relativi bandi, promuovendo la partecipazione delle imprese locali a festival e mercati o in altri casi diventando direttamente partner di eventi internazionali, alcuni dei quali organizzati in FVG.

I bandi in cifre

Il primo bando del Fondo Audiovisivo FVG è stato lanciato a Giugno del 2007, nei successivi 13 anni sono stati gestiti dall'omonima Associazione un totale di 28 bandi. I bandi hanno ricevuto complessivamente 1051 singole domande, finanziandone 523.



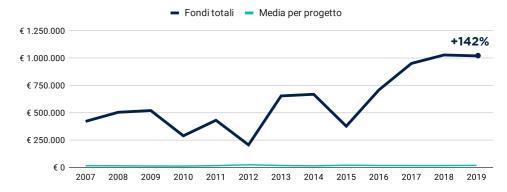
Andamento numero domande approvate e finanziate.
Fonte: bandi del Fondo

Audiovisivo FVG.

In 13 anni sono stati distribuiti alle imprese e ai professionisti del Friuli Venezia Giulia €7.318.238 di fondi regionali, in media € 560.000 all'anno. Di questi, €3.496.665 sono andati allo sviluppo e €3.354.661 alla distribuzione di opere audiovisive, mentre €466.913 sono stati destinati alla formazione di professionisti.

In generale, dalla costituzione del Fondo i finanziamenti regionali per l'industria audiovisiva sono più che raddoppiati: da €419.999 nel 2007 a €1.019.353 nel 2019. La crescita non è stata tuttavia lineare, i fondi hanno subito fluttuazioni di anno in anno - in alcuni casi piuttosto significative. L'aumento dei finanziamenti annuali è andato di pari passo con un generale aumento del numero dei progetti approvati (pur sempre considerando fluttuazioni annuali): da 30 progetti nel 2007 a 60 nel 2019.

Ne consegue che il finanziamento medio per progetto non ha subito un aumento sostanziale, da €14.000 del 2007 si è passati a circa €17.000 nel 2019. Più fondi quindi, ma ripartiti su più progetti.



Andamento fondi totali accordati. Fonte: bandi del Fondo Audiovisivo FVG.

Distribuzione dei fondi per tipologia di bando. Fonte: bandi del Fondo Audiovisivo FVG. Sviluppo
Distribuzione
Formazione

Formazione

Distribuzione
Sviluppo

Sviluppo

Sviluppo

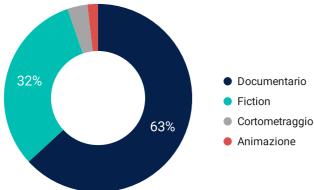
Andamento della distribuzione dei fondi per tipologia di bando. Fonte: bandi del Fondo Audiovisivo FVG.

Escludendo i contributi per la formazione, sono state quindi finanziate direttamente opere audiovisive per €6.851.326. Di questi, più della metà sono stati destinati a documentari (€4.327.934), mentre i restanti fondi hanno finanziato opere di fiction (€2.162.791), cortometraggi (€236.280) e prodotti di animazione (€124.320).



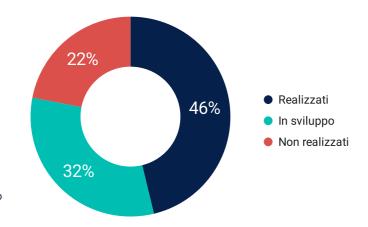
Distribuzione dei fondi per tipologia di prodotto audiovisivo finanziato.

Fonte: bandi del Fondo Audiovisivo FVG.



Non tutti i progetti finanziati dal Fondo Audiovisivo vengono realizzati. Alcuni dei progetti arenati sono stati finanziati per lo Sviluppo, hanno ovvero ricevuto fondi volti a elaborare l'idea creativa in un progetto audiovisivo concreto, che in questi casi non è stato portato a termine. Sono rischi che il Fondo conosce bene e che mantiene attraverso le sue attività in percentuali piuttosto basse, considerando l'alto tasso di rischio

Il denaro speso per lo sviluppo di un progetto non realizzato non è uno spreco, anzi: permette di capire che è meglio fermarsi, perché andare in produzione con un progetto non convincente genererebbe costi enormemente maggiori. Dal 2007 al 2019 il Fondo Audiovisivo ha finanziato più di 300 singole opere audiovisive. Di queste, circa la metà è stata realizzata, un buon 30% è oggi in fase di realizzazione e il 20% circa non è mai stato realizzato.



Cortometraggio

Eventi e progetti

Le azioni con ricaduta indiretta

Il Fondo Audiovisivo è più di quello che il suo nome dice: non è infatti solo un erogatore di contributi ma anche un organizzatore di attività mirate.

Interventi mirati

Gli eventi che il Fondo ha realizzato negli anni sono sempre stati studiati per rispondere a delle esigenze reali e attuali del settore, hanno fornito a me come ad altri produttori informazioni e strumenti per rispondere ai cambiamenti del mercato, per accedere ad opportunità di finanziamento e per studiare le migliori strategie di interlocuzione con partner internazionali.



In 13 anni di attività lo staff del Fondo Audiovisivo ha cercato di costruire la sua strategia a medio-lungo termine attraverso una serie di eventi e iniziative. con l'obiettivo di creare un contesto favorevole alla nascita e allo sviluppo delle imprese regionali. Le tipologie e le finalità delle iniziative organizzate dal Fondo sono molteplici, ma l'approccio è sempre quello di offrire agli operatori una visione attuale sulle tematiche e i cambiamenti in atto nell'industria audiovisiva.

Tra gli eventi internazionali organizzati dal Fondo, vogliamo qui raccontarne alcuni che sono ormai diventati appuntamenti fissi per gli operatori del settore - non solo in Regione, ma anche a livello nazionale ed europeo.

Progetti realizzati o non sul totale delle singole opere finanziate.

Fonte: bandi del Fondo Audiovisivo FVG.

Cosa fa il Fondo, tra un bando e l'altro?

Proiezioni

Eventi in cui vengono presentate e proiettate le opere realizzate in Regione grazie ai contributi del Fondo Audiovisivo, occasioni di promozione delle opere e di incontro tra produttori e operatori del settore.

Masterclass e tavole rotonde

Momenti di incontro tra

professionisti per discutere

e confrontarsi su temi caldi

dell'industria audiovisiva. Sono

eventi importanti che costruiscono

una rete compatta tra le imprese

regionali, offrendo maggiori

possibilità di essere "ascoltate" da

player del settore e istituzioni.

Incontri formativi Iniziative di formazione dedicate a tematiche attuali e rilevanti per le imprese regionali, spesso con ospiti internazionali. Grazie a queste iniziative i produttori del FVG possono contare su un costante aggiornamento sui cambiamenti e sulle novità dell'industria.

Progetti di ampio respiro e con cadenza annuale, con l'obiettivo di stimolare i rapporti tra produttori locali e internazio nali, ponendo di fatto la Regione al centro del discorso internazionale sull'audiovisivo.





WEMW - When East Meets West www.wemw.it

Realizzato dal Fondo Audiovisivo, WEMW (letteralmente "quando l'est incontra l'ovest") è uno dei principali incontri di coproduzione tra industrie cinematografiche dell'Europa orientale e occidentale.

Ogni anno riunisce a Trieste, nell'ambito del Trieste Film Festival, più di 550 professionisti dell'audiovisivo provenienti da oltre 40 Nazioni: produttori, commissioning editors, sales agents, distributori, rappresentanti di Fondi nazionali o regionali e possibili finanziatori. Il principale obiettivo dell'evento è quello di fornire un quadro dettagliato del panorama audiovisivo di alcuni territori in focus selezionati di anno in anno, così da offrire ai partecipanti la possibilità di capire pienamente le opportunità di coproduzione e distribuzione di queste aree e sviluppare nuove collaborazioni.

La presenza di un evento della portata di WEMW qui, a Trieste, è una ricchezza inestimabile di cui ci siamo accorti con il tempo. Chiara a soli 25 anni aveva già partecipato a un forum di coproduzione, mentre molti altri produttori in Italia - anche con tanti anni di esperienza alle spalle - non sono mai stati ad un market festival e non hanno idea di quali opportunità offrono i mercati esteri. In un certo senso, la Tesla Production è cresciuta a WEMW: è qui che abbiamo imparato ad essere produttori.



Cristian Natoli e Chiara Toffolo, Tesla Production

When East Meets West ha costantemente sviluppato e aggiunto nuovi elementi al suo programma. L'azione combina con successo attività di accesso al mercato con programmi di formazione e aggiornamento per soddisfare le esigenze dei progetti selezionati.



Valutazione del programma Creative Europe che finanzia WEMW

Ma cosa succede a WEMW per renderlo un evento così importante per la crescita professionale dei produttori audiovisivi regionali?

Coproduction forum

Il cuore dell'evento: consiste nella selezione e presentazione di 20 lungometraggi internazionali in fase di sviluppo, seguita da una serie di oltre 800 incontri individuali con altri produttori, finanziatori o distributori. Ogni anno partecipano anche progetti con autori e produttori FVG, avendo così un accesso unico e diretto alle figure chiave del mercato audiovisivo nazionale e internazionale.

Last stop Trieste

Selezione e presentazione di 5 documentari in post-produzione a oltre 40 rappresentanti di festival, agenti di vendita e televisioni. Tutti i professionisti regionali registrati a WEMW (ogni anno oltre 60) hanno così modo di incontrare in maniera informale il network dei più importanti key players del settore.

First cut lab e First cut+

Due programmi dedicati a due selezioni di lungometraggi: i partecipanti ricevono consulenza e feedback da parte di esperti internazionali. L'obiettivo è sviluppare il potenziale creativo delle opere, come le loro opportunità di commercializzazione.

This is it

Una sezione dedicata esclusivamente a lungometraggi di finzione in post-produzione prodotti o coprodotti da produttori italiani. I team selezionati avranno la possibilità di presentare i loro lavori e proiettare 10 dei loro film a un panel esclusivo di oltre 40 agenti di vendita internazionali, programmatori di festival e buyer. Nel corso delle prime edizioni i film targati FVG sono stati numerosi e grazie a questa vetrina hanno mosso i primi passi per confermare la première del proprio film ai maggiori festival internazionali.

Midpoint cold open

Un laboratorio dedicato a produttori di lungometraggi che aspirano a sviluppare contenuti di serie televisive: include presentazioni, incontri e meeting individuali per supportare i partecipanti nella produzione e finanziamento dei loro progetti. Dal momento che la maggior parte dei produttori regionali si occupa principalmente di lungometraggi, cortometraggi e documentari, questo percorso offre una panoramica sul mercato delle serie TV.

Midpoint shorts

Un workshop residenziale dedicato a team di scrittori, registi e produttori, che hanno la possibilità di presentare i progetti sviluppati a una platea di decision maker del settore.

Ties That Bind www.tiesthatbind.eu

Ties That Bind (letteralmente "legami che uniscono") è un workshop internazionale dedicato alle coproduzioni cinematografiche tra Asia ed Europa, ideato dal Fondo Audiovisivo in collaborazione con EAVE (European Audiovisual Entrepreneurs Europe), Far East Film Festival e SAAVA (Southeast Asian Audiovisual Association), e sostenuto dall'Unione Europea tramite il programma Europa Creativa - Media.

Ties That Bind riunisce dieci produttori asiatici e europei con dei progetti cinematografici in sviluppo e cinque esperti di altissimo profilo provenienti dal settore della distribuzione e delle vendite, ma anche da importanti festival, mercati di coproduzione e fondi internazionali. Oltre a creare rapporti di lavoro e collaborazioni a lungo termine, Ties that Bind offre sessioni con i più rinomati esperti europei e asiatici per quanto riguarda lo sviluppo della sceneggiatura, le coproduzioni, i problemi legali, i finanziamenti, la distribuzione, le vendite e molti altri aspetti del settore. Gli incontri tra i partecipanti e i più importanti decision makers costituiscono una parte fondamentale del programma di lavoro.



RE-ACT www.filmreact.eu

RE-ACT (Regional Audiovisual Cooperation and Training) è un'iniziativa transregionale dedicata al co-sviluppo di progetti audiovisivi e all'incoraggiamento di nuove co-produzioni internazionali, lanciata dal Fondo Audiovisivo FVG in collaborazione con i fondi dei territori confinanti: ne fanno parte Croazia, Slovenia, e a partire dal 2019 anche la Serbia.

L'iniziativa è il risultato della proficua e duratura cooperazione tra i Fondi, che ha portato nel corso degli anni non solo all'ideazione di importanti iniziative di formazione e di sostegno alle realtà produttive locali, ma soprattutto alla realizzazione di pluripremiate coproduzioni internazionali di grande interesse come "TIR", "Zoran, il mio nipote scemo" o "Dancing with Maria". L'obiettivo principale è quello di incentivare, attraverso un supporto finanziario dedicato e l'apertura di nuovi mercati internazionali, la creazione di significative storie inerenti a questa specifica area geografica e capaci di varcare i confini locali, oltre a favorire la nascita di legami creativi e commerciali tra Croazia, Slovenia, Serbia e Friuli Venezia Giulia.

L'iniziativa Re-act gioca un ruolo cruciale nello sviluppo della cooperazione inter-regionale tra i produttori e nel favorire la professionalizzazione delle imprese con l'ampliamento delle risorse umane e del potenziale artistico delle produzioni.



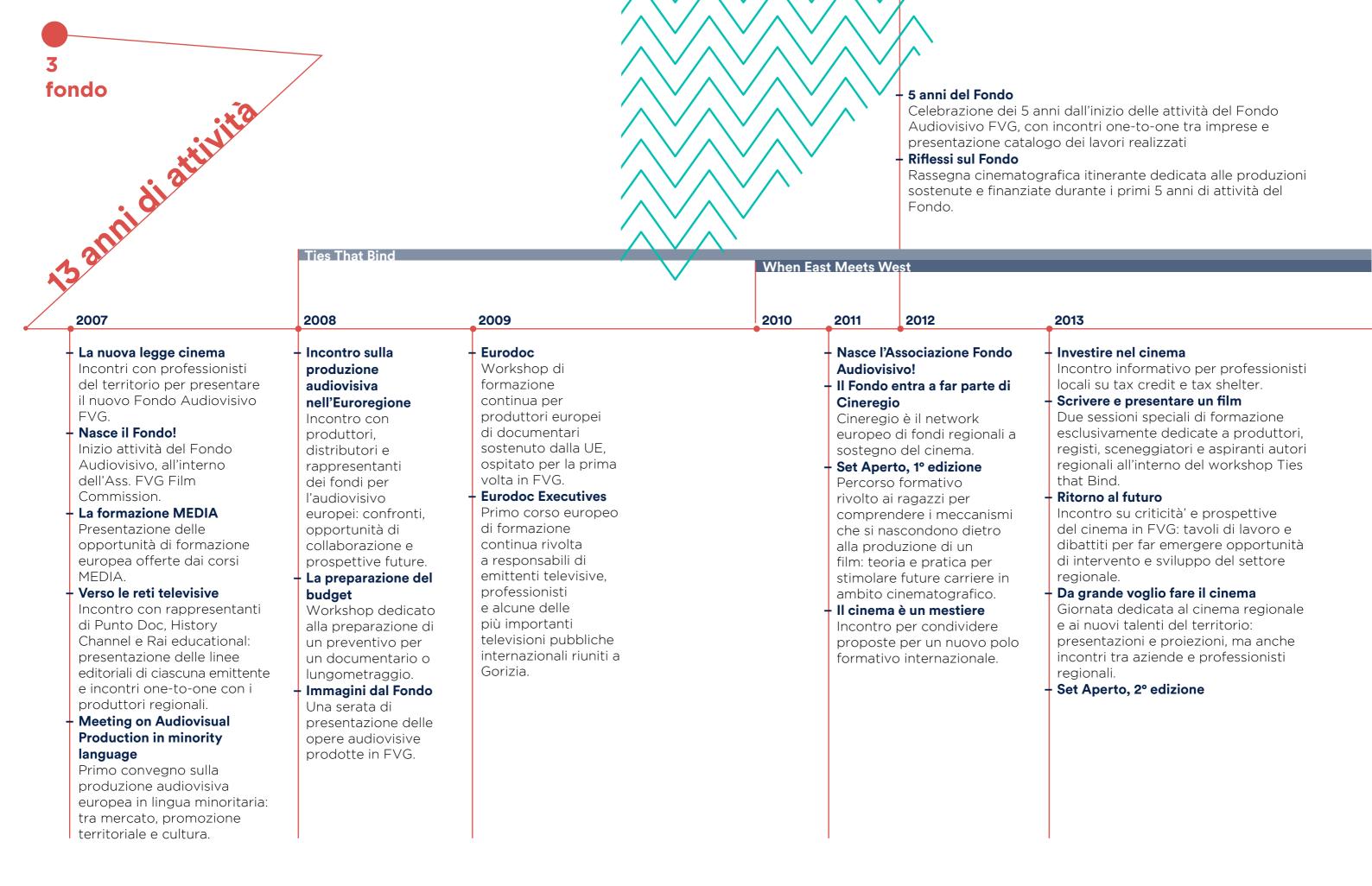
Nataša Bučar, Direttore Fondo Nazionale Sloveno-Slovenian Film Centre

EAVE Puentes Italia www.eave.org/programmes/puentes-2020

EAVE Puentes è il programma di formazione più importante e di successo per lo sviluppo della coproduzione Europa-America Latina. L'evento è organizzato da Fondo Audiovisivo, altri partner internazionali e da EAVE, uno dei principali enti di formazione a livello europeo che da oltre 30 anni organizza workshop per produttori in tutta Europa, Asia e America Latina.

Il workshop Puentes è stato ideato per rinforzare la cooperazione artistica e commerciale tra Europa e America Latina e per dare il via a nuove possibilità di co-produzione e distribuzione per i produttori partecipanti. Grazie al contributo del MIBACT e alla stretta collaborazione con Italian Film Commissions, dal 2018 Puentes viene ospitato ogni anno in una regione italiana, in modo da favorire la nascita di nuovi legami a medio-lungo termine tra il settore cinematografico italiano e quello sudamericano e, allo stesso tempo, offrire una maggiore visibilità alle risorse offerte dall'intero sistema Italia.





3 fondo

10 anni del Fondo

Due incontri dedicati agli autori e ai produttori della regione che hanno ottenuto nel corso dei primi 10 anni i risultati più significativi e a seguire proiezioni degli stessi film

In breve

13 anni di attività

28 bandi

1051 domande totali ricevute

523 domande finanziate

€7.318.238 accordati

€560.000 accordati in media ogni anno

€3.496.665 per attività di Sviluppo

€3.354.661 per attività di Distribuzione

€466.913 per Formazione

€4.327.934 per documentari

€2.162.791 per opere di fiction

€236.280 per cortometraggi

€124.320 per opere di animazione

più di 30 edizioni di eventi internazionali

€ 450.000 di cofinanziamento nazionale e internazionale all'anno per realizzarli

10.000 professionisti e operatori del settore portati in regione

oltre 30 incontri formativi, tavole rotonde e proiezioni

RE-ACT EAVE PUENTES 2015 2017 2018 2019

film

RE-ACT viene annunciato durante il Festival di Venezia Incontro sul tax credit interno

2014

Incontro di aggiornamento sul tema seguito da match individuali tra aziende e professionisti del territorio: un'occasione di networking e formazione.

Save the date!

Workshop sui bandi del sottoprogramma MEDIA di Europa Creativa.

Come vendere un film

Nell'ambito di Ties That Bind workshop dedicato ai produttori regionali con Alvaro Vega, uno dei più importanti esperti europei in materia di marketing.

Investire nell'audiovisivo

Incontro in collaborazione con Confindustria e Confartigianato Udine per analizzare gli strumenti di investimento in prodotti cinematografici per le imprese: Tax Credit e Product Placement.

10 anni di TTB!Product placement in

Nell'ambito di TTB, una serie di incontri B2B per le imprese dedicati al tema, un'opportunità per produttori cinematografici e imprese di creare future business partnership.

Incontro sul tax credit

Incontro di aggiornamento sul tema seguito da match individuali tra aziende e professionisti del territorio: un'occasione di networking e formazione.

Con la cultura non si mangia: FALSO!

Presentazione del volume di Paola Dubini, in collaborazione con Confindustria Udine.

Incontro di inizio anno

10 anni

2020

di WEMW!

Aggiornamenti sulle novità dei bandi del Fondo, suggerimenti per la partecipazione e aperitivo di networking.

Digital distribution and monetization

Nell'ambito di TTB Lecture di Mitch Mallon dedicata alle possibilità di distribuzione nell'era digitale rivolta ai professionisti del territorio.

Non è solo questione di soldi

Incontro di presentazione delle attività di internazionalizzazione organizzate dal Fondo indirizzate alle imprese e ai professionisti della Regione.



Sviluppi, sfide e traguardi di un settore dinamico e in forte crescita raccontati dai suoi protagonisti: i produttori audiovisivi del FVG.

Piccoli, grandi, internazionali, nascosti, celebri...

Il panorama dei produttori audiovisivi in Friuli Venezia Giulia è ampio. Un settore di recente costituzione, ma che conta ormai un numero sostanzioso di imprese che operano in Regione, impiegando professionisti del territorio e attivando una filiera creativa in continuo sviluppo. Sono imprese spesso nate dall'unione di più professionisti, da un progetto audace o che si sono (ri)trasferite in Regione per accedere ai finanziamenti regionali, ma anche - o soprattutto attratte da quel fermento produttivo, da quel terreno fertile costruito nell'ultimo decennio e riconosciuto ormai a livello internazionale.

Abbiamo parlato tanto delle nostre imprese regionali, lodando i loro successi e la qualità dei progetti realizzati, ma è arrivato il momento di dare spazio alle loro esperienze, lasciando che siano loro stesse a raccontarci la storia dell'audiovisivo in FVG.

Per costruire questo documento. abbiamo seguito un importante percorso di indagine, che - tra un sondaggio, interviste e incontri - ha cercato di analizzare e comprendere quanto e come fosse cresciuta l'industria audiovisiva in Regione. Abbiamo cercato di capire, in sintesi, se le nostre percezioni trovassero riscontro nei fatti, se ciò che abbiamo osservato in questi anni fosse condiviso anche dai beneficiari del Fondo Audiovisivo, Lungi dal voler essere un'indagine esaustiva, abbiamo privilegiato l'aspetto più qualitativo della ricerca - di fatto, dando il microfono in mano ai professionisti. lasciando a loro il set, le riprese e facendoli diventare protagonisti di una bellissima storia: quella della produzione audiovisiva in Friuli Venezia Giulia.

imbrese

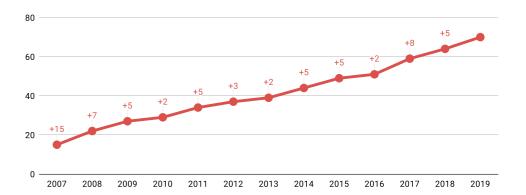


Genesi e sviluppo delle imprese

In questi 13 anni abbiamo osservato da vicino l'avvio di tante imprese nel territorio: un'occasione preziosa che ha creato una forte consapevolezza interna al Fondo per offrire gli strumenti più adatti a supportare le nascenti aziende del settore.

È difficile stimare quante imprese operassero in Regione prima del 2007. A detta degli operatori, il numero si aggirava intorno alle 20 imprese o associazioni attive nella produzione audiovisiva. Secondo una ricerca di APA (Associazione Produttori Audiovisivi), tra il 2011 e il 2017 il numero di imprese del core audiovisivo² in FVG è aumentato del +37,2%, uno dei valori più alti in Italia. Nella ricerca, la Regione si colloca al quarto posto in Italia per valore di crescita del settore, secondo nel centro-nord.

Ciò che il Fondo ha potuto vedere sotto i suoi occhi, è stato un aumento continuo di nuove imprese che hanno presentato domanda per i bandi: in alcuni anni più alto, in altri più basso, in altre situazioni includendo casi di aziende scorporate o riconvertite - ma la crescita è evidente.



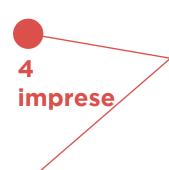
Nuove imprese che hanno fatto domanda per bandi del Fondo Audiovisivo, di anno in anno.

Fonte: dati sui bandi del Fondo Audiovisivo.

> Tra le imprese che hanno partecipato alla nostra indagine, solo il 30% si era costituita prima della nascita del Fondo. il resto delle imprese ha iniziato la sua attività dopo il 2007.

La genesi delle imprese locali è variegata: a volte basta leggere il soggetto di un documentario per fare accendere la scintilla, altre volte servono anni di esperienze e tentativi. L'idea di entrare nella produzione audiovisiva è in circa metà dei casi intenzionale, maturata da studi e/o interessi specifici già presenti, nell'altra metà dei casi è in un certo senso "casuale", risultato di esperienze miste che portano a un primo contatto con il settore dal quale si sviluppa poi l'idea di farne stabilmente una professione.

² Per "core audiovisivo" si intende che la principale attività svolta dall'impresa è quella della realizzazione di prodotti audiovisivi, inclusi quelli di tipo pubblicitario, didattico e istituzionale: un bacino più ampio rispetto alle imprese finanziate dal Fondo, ma che 41 fornisce sicuramente una misura della crescita dell'intero comparto in FVG.



Alcune imprese nascono e crescono per produrre, molte altre invece sviluppano prodotti audiovisivi a lato di un diverso service legato all'audiovisivo, come la post-produzione o la distribuzione. Dopo alcune prime esperienze di successo, molte di queste imprese decidono di dedicarsi a sempre più produzioni, modificando in maniera sostanziale il proprio business mix. Alcune imprese, inoltre, si cimentano in film, documentari o corti provenendo da altre attività esterne alla produzione audiovisiva ma in parte connesse, come l'organizzazione di eventi (es. Tucker Film), l'arte contemporanea (es. Altreforme) o la gestione di sale cinematografiche (es. Transmedia).

Buona parte delle imprese sono nate dall'unione di più professionisti (generalmente 2 o 3), provenienti sia dal mondo artistico-cinematografico che da quello imprenditoriale. Anzi, spesso è proprio l'unione di questi due ambiti a dar vita alle imprese locali, a testimonianza di quanto le competenze gestionali e amministrative siano importanti, al pari di quelle creative, per farsi strada nel settore. Altre imprese invece sono nate come ditte individuali: in parte restando tali nel tempo, in parte incorporando altri collaboratori successivamente.

Come hanno commentato alcuni produttori, lanciare un'impresa di produzione audiovisiva è sempre "una follia" o un "salto nel buio" - ma farlo in Friuli Venezia Giulia significa partire con una consapevolezza in più: quella di essere in un territorio fertile, in cui sono presenti energie e sinergie consolidate. Come riporta Cristian Natoli, "quando abbiamo lanciato Tesla Production sapevamo già che la nostra, sì, è una regione dove si può fare cinema".

Ma oltre ad essere cresciute in quantità, le imprese sono cresciute anche in qualità? Non è semplice misurare la crescita di un'azienda in un settore creativo come l'audiovisivo. Dati sul fatturato o sul numero di produzioni sono limitanti per indagare l'effettivo sviluppo, che si compone piuttosto di elementi qualitativi come il numero di coproduzioni, la distribuzione dei titoli, la presenza a festival ed eventi, la credibilità a livello internazionale.

Abbiamo provato a chiedere a loro - alle imprese - quanto percepiscono di essere cresciute in questi anni. Il risultato è decisamente positivo: più del 70% delle imprese ritiene di essere cresciuta molto o moltissimo dalla propria nascita.

Quanto percepite sia cresciuta la vostra impresa dalla sua nascita? (In titoli, coproduzioni, visibilità, reti, ecc.) Fonte: indagine sulle imprese regionali, 2020.

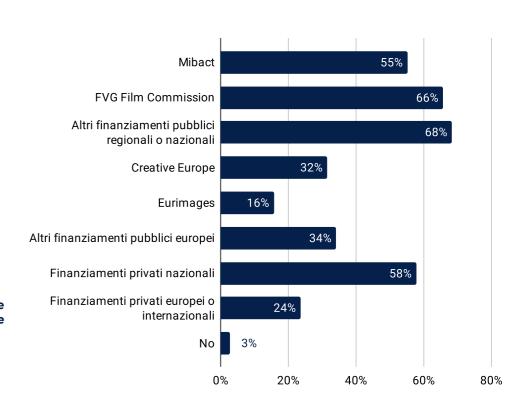


In cosa sono cresciute le aziende? La maggior parte riferisce di aver sviluppato in primo luogo maggiore credibilità e riconoscibilità, legate a un aumento negli anni della qualità dei titoli prodotti e della loro distribuzione. A lato di guesto, le imprese hanno allargato la propria rete di contatti, in particolare a livello internazionale - sia attraverso la partecipazione a eventi e festival, che attraverso formazioni e corsi - risultando spesso in un aumento sostanziale delle coproduzioni e delle collaborazioni con altri paesi. Una buona parte delle imprese dichiara inoltre anche di aver sviluppato una maggiore "capacità produttiva", sono ovvero in grado oggi di produrre più titoli e con budget più alti. Infine, alcune aziende sostengono di aver maturato negli anni anche maggiore competenza nella progettazione, derivata da una visione strategica più chiara e da una conoscenza del settore più ampia.

La nostra impresa è cresciuta in fatturato, in competenza e in una maggiore possibilità produttiva, avendo messo a frutto contatti che le hanno permesso di progredire e fare network.

ff

Thomas Turolo, Red On Productions

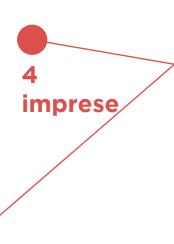


hanno avuto accesso le imprese regionali, oltre ai bandi del Fondo Audiovisivo.
Fonte: indagine sulle imprese regionali,

cofinanziamento a cui

Altre forme di

1mprese 2020.



Un fattore di crescita altrettanto importante è la capacità di accesso delle imprese ad altre forme di cofinanziamento. Un progetto audiovisivo raccoglie generalmente finanziamenti da più enti, bandi o sponsor per coprire il budget necessario allo sviluppo e alle successive fasi di produzione e commercializzazione. Il Fondo stesso, infatti, non ha mai finanziato più del 30% del budget totale di una produzione audiovisiva (inteso come budget complessivo per lo sviluppo, produzione e distribuzione).

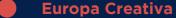
Alcune aziende intervistate hanno confermato quanto sia spesso difficile ottenere la giusta credibilità per reperire i fondi necessari, in particolare per le imprese in fase di start up che hanno ancora poca credibilità. Le stesse aziende hanno raccontato come il finanziamento accordato dal Fondo Audiovisivo per i loro progetti abbia svolto spesso la funzione di un vero e proprio "biglietto da visita", agevolando notevolmente il reperimento dei restanti fondi tra enti pubblici o privati. Da un lato, la partecipazione ai bandi del Fondo obbliga in un certo senso le imprese a strutturare e progettare in maniera codificata le proprie idee creative. Questo rende più semplice presentare e comunicare il proprio progetto ad altri finanziatori. Dall'altro lato, aver vinto un bando del Fondo regionale costituisce un forte elemento di credibilità e legittimazione del progetto, data sia l'alta competizione per i bandi in questione sia il prestigio che il Fondo Audiovisivo ha assunto a livello nazionale e internazionale. Ne è testimonianza anche il fatto che circa metà delle imprese che hanno partecipato alla nostra indagine ha dichiarato di aver avuto accesso negli anni a fondi e bandi europei, come Eurimages e Creative Europe, per i quali la competizione è molto alta e che richiedono progetti particolarmente strutturati³.

³ Come riportato anche nella ricerca di mercato sviluppata nell'ambito del progetto "iCON" 2014

I fondi europei per l'audiovisivo

Eurimages

È il Fondo del Consiglio d'Europa, creato nel 1988, a sostegno della coproduzione, distribuzione, sfruttamento e digitalizzazione di opere cinematografiche europee. Esso mira a promuovere l'industria cinematografica europea, incoraggiando la produzione e la distribuzione di film e la cooperazione tra i professionisti.



È il programma europeo di sostegno per settori culturali e creativi per il periodo 2014-2020 e sostituisce i precedenti programmi Cultura, MEDIA e MEDIA Mundus. Europa Creativa si compone, tra gli altri, di un Sottoprogramma MEDIA, per sostenere le iniziative del settore audiovisivo, quali quelle che promuovono lo sviluppo, la distribuzione e l'accesso alle opere audiovisive.

Negli anni il Fondo ha osservato un'importante crescita dei budget per i progetti presentati dalle imprese del FVG, sintomo di una sempre maggiore capacità di produrre ma ancora prima ideare e sviluppare - progetti sempre più ambiziosi. Il budget medio dei progetti presentati per i bandi è aumentato del 277%⁴. A fronte di questo, i contributi medi accordati dal Fondo sono aumentati solo del 10%: le imprese non hanno, quindi, solo maggiore capacità progettuale ma riescono anche ad attrarre sempre più cofinanziamenti o coproduzioni. Anche osservando i valori massimi notiamo una netta differenza: il budget più alto tra i progetti presentati nel 2008 era di €296.000 per "Rumore bianco", mentre nel 2019 ha toccato i €2.119.287 con "Le sorelle Macaluso". Dall'altro lato, i finanziamenti accordati sono passati da un valore massimo di €50.000 nel 2008 per "Rumore bianco" a €130.000 nel 2019 per "Piccolo Corpo".

Questi valori ci raccontano qualcosa di estremamente importante: per far crescere l'industria audiovisiva non è necessario solo investire fondi pubblici sulle imprese regionali, ma queste vanno dotate degli strumenti necessari a svilupparsi per essere a loro volta capaci di attrarre in maniera autonoma altri investimenti, aumentando di conseguenza la qualità e la potenzialità delle proprie opere.

Andamento medio dei budget dei progetti presentati, comparato alla media dei finanziamenti accordati per progetto.
Fonte: bandi del Fondo Audiovisivo FVG.

Budget dei progetti presentati e finanziamenti accordati più alti per anno. Fonte: bandi del Fondo Audiovisivo FVG. ■ Budget più alto ■ Finanziamenti più alto

per "Sorelle Macaluso"

€ 2.000.000

€ 1.500.000

€ 1.000.000

€ 500.000

2007 2008 2009 2010 2011 2012 2013 2014 2015 2016 2017 2018 2019

⁴ Questa e le successive variazioni riportate si riferiscono alla differenza percentuale dei bandi del Fondo Audiovisivo tra il 2008 e il 2019 (dati mancanti per l'anno 2007).





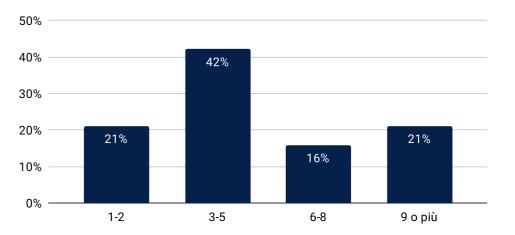
Non ti occuperai mai di cinema.

Dopo 5 anni di studi in cinema e appena ottenuta una laurea con ottimi voti, ricordo che il mio professore mi chiese cosa volevo fare, adesso, della mia vita. Risposi, senza pensarci troppo, "cinema". La sua reazione fu piuttosto cinica, disse che eravamo "così tanti" a voler occuparci di cinema che era impossibile farne davvero una professione. A distanza di anni, mi rendo conto di quanto il lavoro del Fondo e della Film Commission siano stati fondamentali proprio per rendere possibile lavorare nel settore audiovisivo. Lo hanno reso possibile a casa, anche risiedendo in provincia - e lo hanno fatto abbattendo quella sensazione di solitudine che può attanagliare chi cerca di fare impresa nel nostro settore: esistono a pochi chilometri persone con cui confrontarsi, occasioni per incontrare professionisti da tutto il mondo e un sistema forte che sostiene le tue idee. A quel professore, vorrei rispondere oggi che "sì, fare cinema è possibile".

Manuela Buono, Slingshot Films

Oggi, è decisamente possibile fare cinema in FVG. Lo dimostrano le imprese che lavorano nell'industria dell'audiovisivo regionale e che impiegano - direttamente o attraverso collaborazioni per specifiche produzioni - un ampio bacino di professionisti e maestranze.

Generalmente, le aziende prese in considerazione dalla ricerca si avvalgono di pochi dipendenti stabili ma si circondano di una rete più ampia di collaboratori, professionisti e altre imprese - sia in pianta stabile (ad esempio commercialisti o uffici stampa) che per le specifiche produzioni, in occasione delle quali si creano degli staff che variano molto a seconda delle esigenze. Inoltre, molte imprese offrono tirocini ed esperienze formative per giovani: in buona parte dei casi le imprese si avvalgono di almeno una risorsa in stage, che spesso - con il crescere delle attività o a seguito di formazioni specifiche - viene poi inserita nel team stabile dell'azienda.

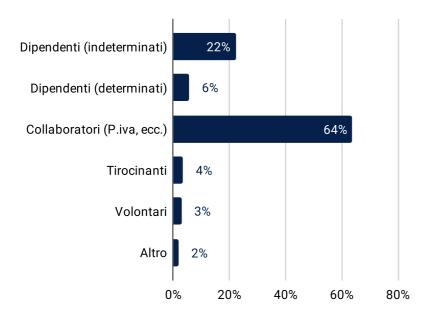


Numero del personale (strutturato e non) delle imprese regionali. Fonte: indagine sulle imprese regionali, 2020.

Come è variato negli anni il numero del vostro personale? Fonte: indagine sulle imprese regionali, 2020.

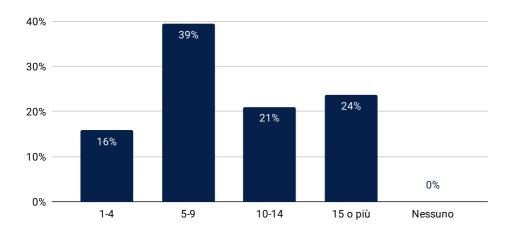


Distribuzione del personale delle imprese per tipologia. Fonte: indagine sulle imprese regionali, 2020.

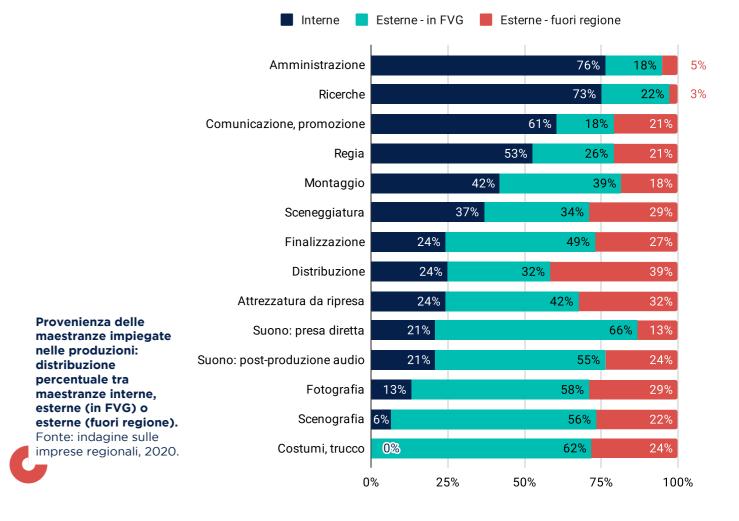


Come emerge anche dall'indagine, più della metà delle imprese mantiene uno staff sotto le 5 unità, inclusi tirocinanti o collaboratori stabili: un dato in linea con la media italiana (4,5 addetti), a sua volta perfettamente in linea con la media europea⁵. Inoltre, più di metà delle aziende dichiara di aver aumentato il proprio staff nel corso degli anni. Tra le circa 40 imprese che hanno partecipato all'indagine, contiamo più di 200 professionisti che lavorano stabilmente nella produzione audiovisiva. Sempre dall'indagine viene confermato che la forma di occupazione più comune è la collaborazione - occasionale o continuativa: è il grande mondo delle partite iva o dei contratti di collaborazione che caratterizza molti settori creativi.

È interessante sottolineare che la produttività del lavoro nell'industria audiovisiva - il valore aggiunto per addetto - è in media molto elevata in Italia. Da un recente rapporto di ANICA (l'associazione nazionale di settore, membro di Confindustria), emerge che il valore aggiunto italiano per addetto corrisponde a 120mila euro, circa il 20% sopra la media europea e a pari livello di quella francese. Imprese con un numero ristretto di addetti quindi, ma con valori di produttività nettamente più alti di altri settori - dove i livelli sono generalmente più bassi della media europea.



Numero medio di professionisti che collaborano a un progetto di produzione, oltre il personale interno. Fonte: indagine sulle imprese regionali, 2020.







Considerando le dinamiche produttive del settore audiovisivo. la quasi totalità delle imprese si affida ad altri professionisti esterni per le proprie produzioni. Tra le imprese partecipanti all'indagine contiamo più di 400 professionisti - oltre lo staff interno - impiegati nelle attività di produzione, con una media di circa 10 persone impiegate per un singolo progetto.

Un team (quasi) tutto friulano

Per la nostra ultima produzione abbiamo messo insieme un team di professionisti di cui ben il 90% era basato in FVG. Per noi è stato sicuramente un grande beneficio poter contare su una ormai ampia rete di maestranze regionali, per di più di altissimo livello. Riteniamo che sia importante mantenere dei team di produzione eterogenei, ma avere in Regione un così alto numero (e qualità) di professionalità legate all'audiovisivo rende sicuramente più agile e efficace il nostro lavoro.



Thomas Bertacche, Tucker Film

Ciò detto, le imprese raccontano come possa variare notevolmente il numero o la tipologia di professionisti impiegati come la loro provenienza in base al progetto. A livello generale, osserviamo però che le principali attività svolte internamente alle aziende sono quelle amministrative, di ricerca e comunicazione. Le professionalità di cui si fa uso meno spesso sono scenografia, costumi e trucco - questo legato in parte anche alla tipologia prevalente di produzioni delle imprese finanziate dal Fondo Audiovisivo: il documentario.

Per quanto riguarda invece la provenienza dei collaboratori, notiamo come in media lo staff delle produzioni si compone per più del 60% di maestranze regionali. Le attività maggiormente coperte da professionisti fuori Regione sono regia, sceneggiatura, distribuzione e noleggio di attrezzature da ripresa.

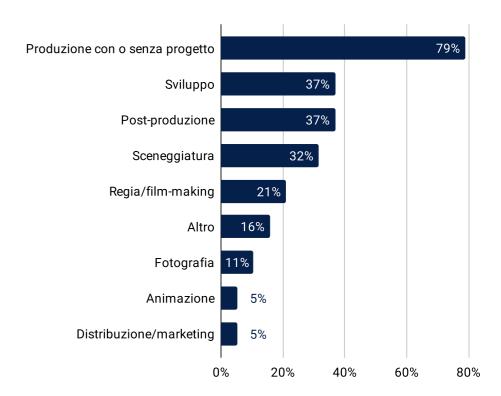
Il grande rientro

Nell'ultimo decennio abbiamo osservato un interessante trend tra una generazione di professionisti regionali - ormai di altissimo livello, formata attraverso corsi e master internazionali (spesso finanziati dal Fondo Audiovisivo) ma anche attraverso esperienze di rilievo a Roma o all'estero. Questa generazione sta in buona parte tornando in Regione, spostando la propria impresa di produzione o aprendone una direttamente in FVG. Anche quando non si spostano fisicamente, iniziano a collaborare a sempre più progetti nel territorio.



Samantha Faccio, Tucker Film

Osserviamo quindi un numero cospicuo di professionisti in FVG, anche di alto livello e formati a livello internazionale. Tra i partecipanti all'indagine, circa il 50% delle imprese dichiara che una parte del suo staff ha fruito di finanziamenti alla formazione del Fondo Audiovisivo, con una media di 2 persone per azienda. Il focus maggiore delle formazioni è stata la produzione o lo sviluppo, sia portando progetti in lavorazione che non.



Tipologia di formazioni fruita dai beneficiari dei Bandi Formazione. Fonte: indagine sulle imprese regionali, 2020.

Quanto ha impattato la







51

formazione del vostro personale sulla crescita dell'impresa? Fonte: indagine sulle

imprese regionali, 2020.

4 imprese

Per circa l'80% delle aziende, la formazione individuale del proprio staff ha avuto un impatto sulla crescita dell'impresa stessa. L'opportunità principale che queste esperienze hanno fornito alle imprese è stato l'accesso a reti e network internazionali, altrimenti difficili da raggiungere. Attraverso questi percorsi formativi, le imprese locali si sono potute confrontare con un sistema più ampio, allargando i propri orizzonti e comprendendo meglio le dinamiche e i player del settore. Non a caso, uno degli impatti più riconosciuti è stato quello di aumentare il numero di coproduzioni internazionali. Inoltre, la formazione dello staff ha sicuramente sviluppato le competenze interne, migliorando il lavoro del team e la credibilità o il riconoscimento dell'impresa stessa.

Se è vero che il Fondo Audiovisivo supporta i professionisti principalmente dal punto di vista economico per la partecipazione a queste esperienze formative, questo non avrebbe di per sé un così alto impatto se non fosse supportato da azioni più trasversali sviluppate negli anni. L'obiettivo del Fondo è stato fin dall'inizio quello di creare un sistema formativo completo, partendo dal guidare i professionisti nella scelta e nelle procedure di domanda per corsi di alto livello, per i quali la competizione è altissima.

Una visione internazionale

Essere una terra di confine comporta alcune criticità, ma anche - e forse soprattutto - dei vantaggi. Le imprese di produzione audiovisiva del Friuli Venezia Giulia hanno una predisposizione naturale per le collaborazioni con altri paesi: quelli confinanti - certo, ma anche con tutto il continente europeo e (forse per la grande emigrazione del secolo scorso) con altre terre d'oltremare. È interessante sottolineare come nessuna impresa di produzione audiovisiva regionale aveva mai coprodotto un titolo con partner stranieri prima del **2007**. In mancanza di competenze specifiche, reti consolidate e opportunità di incontro con le altre industrie cinematografiche - tutti benefici portati dalle attività del Fondo negli anni - il potenziale delle imprese locali era rimasto inespresso.

Come valutereste il livello di internazionalizzazione della vostra impresa? Fonte: indagine sulle imprese regionali, 2020.



Nonostante questa predisposizione. accedere a reti o mercati esteri non è semplice. Il livello di internazionalizzazione delle imprese regionali si presenta molto variegato: alcune producono da anni in collaborazione con una fitta rete di partner stranieri e hanno raggiunto un'alta credibilità internazionale. Altre aziende si trovano invece più in difficoltà su questo fronte, in alcuni casi per mancanza di professionalità interne e/o di capacità gestionali che una coproduzione richiederebbe. Nel sondaggio, circa il 50% delle imprese valuta il proprio livello di internazionalizzazione come buono o più, il 25% come medio e il restante 25% come non soddisfacente.

A prescindere dal livello raggiunto, la maggioranza delle imprese conferma un forte interesse su questo fronte e la volontà di sviluppare la propria

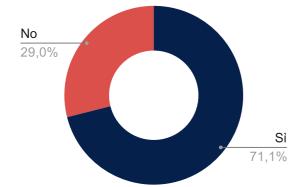




internazionalizzazione nei prossimi anni: non necessariamente partecipando a coproduzioni, ma anche distribuendo i propri titoli all'estero e tessendo reti professionali con altri paesi.

Da quando ho fondato Tesla e ho iniziato a collaborare con il Fondo Audiovisivo, ho capito che non può esistere un mondo di cinema che guarda solo al nostro territorio e produce solo con le opportunità che trova vicino casa: è indispensabile guardare oltre. Oggi ho fatto mia quella visione internazionale che il Fondo mi ha trasmesso nel tempo. Quando mi confronto con registi di altre parti d'Italia, mi sento più europeo, più internazionale.

Cristian Natoli, Tesla Production



Avete coprodotto titoli con partner stranieri?
Fonte: indagine sulle imprese regionali, 2020.

50%

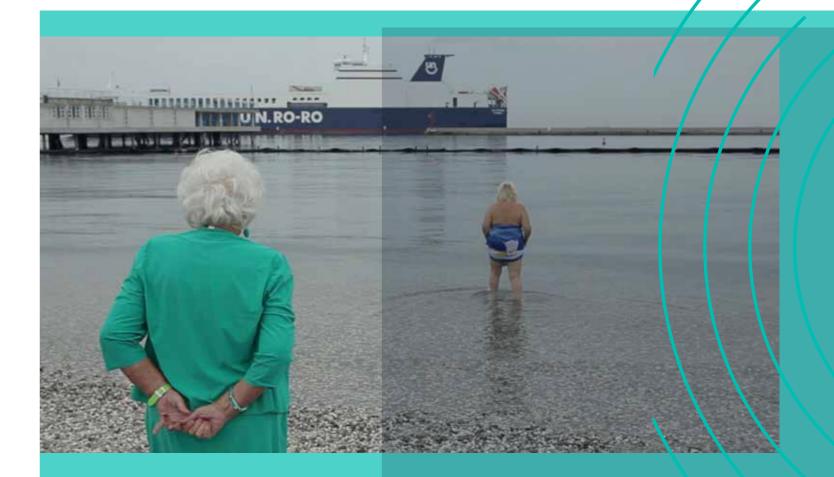
40%
30%
20%
10%
Molto aumentato
Aumentato
Invariato
Diminuito

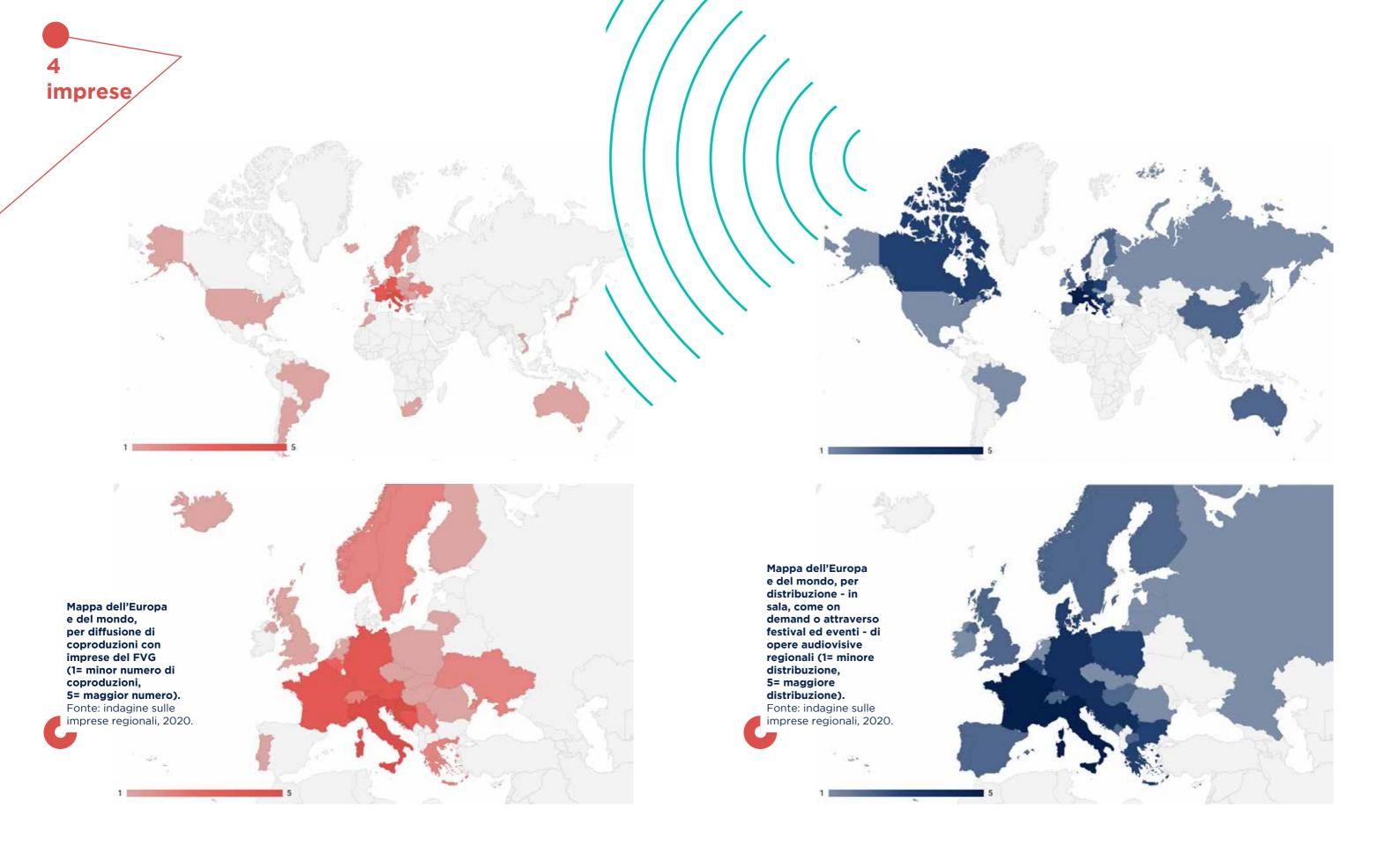
Come è variato negli anni il numero delle vostre coproduzioni estere? Fonte: indagine sulle imprese regionali, 2020. Tra i partecipanti all'indagine, più del 70% dichiara di aver prodotto almeno un titolo con partner stranieri. Per più della metà delle aziende il numero delle coproduzioni è aumentato negli ultimi 10 anni, mentre per il restante 40% è rimasto pressoché invariato. La mappa delle coproduzioni è piuttosto variegata: in prima posizione troviamo paesi confinanti con il FVG come la Slovenia, la Croazia e l'Austria. Se è vero che la vicinanza geografica gioca a favore di queste collaborazioni, hanno sicuramente avuto un impatto importante anche progetti come Re-Act, volti a stimolare (e finanziare) le coproduzioni tra paesi attigui. Sempre tra i primi paesi che collaborano con le imprese del FVG, troviamo la Francia e la Germania; a seguire un elenco che comprende più di 30 paesi nel mondo. Questo ha portato ad un incremento della distribuzione delle opere regionali a livello mondiale.

Fino a qualche anno fa a Roma si faceva fatica a pronunciare la parola "coproduzione", mentre in FVG è una pratica ormai consolidata da più di un decennio.



Andrea Magnani, Pilgrim Film





imprese

Prodotti d'eccellenza

No, non parliamo di San Daniele o Collio. Le nostre eccellenze regionali - è bello e giusto ricordarlo - non si limitano a cibo e vino. Esistono sempre più corti, documentari, film e fiction di qualità prodotti da imprese locali, vincitori di premi e festival, distribuiti in Italia e all'estero di cui ci possiamo vantare. Molte imprese hanno confermato come la Regione sia particolarmente ricca di memorie, contenuti, ispirazioni, idee a cui i registi possono attingere per raccontare storie sempre nuove e originali. Anche in questo caso essere una terra di confine ha i suoi vantaggi, perché in un certo senso la Regione offre esattamente ciò di cui l'industria globale richiede sempre di più ai produttori audiovisivi: storie e contenuti locali su cui si riflettono temi universali.

Spazio per le idee

La nostra è una regione piccola ma ricchissima di contenuti: storie, intrecci, vite, memorie di eventi storici più ampi. Per raccontare il Muro, non bisogna andare a Berlino ma basta rimanere a Gorizia, come per raccontare la multietnicità non serve andare a Sarajevo ma si può fare anche da Trieste.

Il FVG è un territorio prolifico di idee: avere una frontiera vicino non è una chiusura ma piuttosto un'apertura verso l'altro. Le idee qua hanno più spazio che altrove, escono fuori dalla retorica e dal mondo del cinema riuscendo a innovarsi e sperimentarsi.

500 400 200 2007-2010 2011-2013 2014-2016 2017-2019



Andrea Magnani, **Pilgrim** Film

Dorino

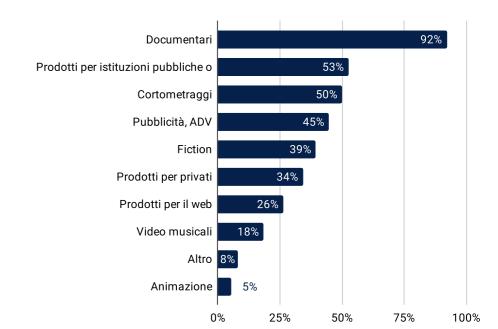
Minigutti,

Agherose

Numero totale di prodotti audiovisivi realizzati per triennio (inclusi sia quelli finanziati dal Fondo che non, come prodotti commerciali o per privati).

Fonte: indagine sulle imprese regionali, 2020.

58



Distribuzione per tipologia dei prodotti realizzati dalle imprese.

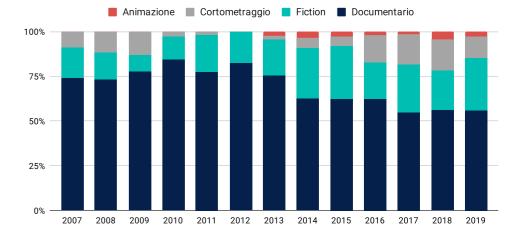
Fonte: indagine sulle imprese regionali, 2020.

> Negli anni il numero delle produzioni regionali è aumentato notevolmente: includendo sia documentari, corti o film che lavorazioni per privati, il totale dei prodotti realizzati dichiarato dalle imprese è quasi triplicato⁶. Naturalmente, il numero toutcourt dei prodotti audiovisivi varia notevolmente tra le aziende a seconda degli anni di attività e della tipologia di produzioni: tra i partecipanti all'indagine notiamo casi con meno di 5 prodotti effettivamente realizzati e altri con più di 100.

Ho visto una crescita notevole nei contenuti prodotti in regione, le produzioni sono sempre migliori, più internazionali, più attente a nuovi linguaggi. Penso che questo sia soprattutto merito del Fondo, che ha sempre spinto verso questa direzione.



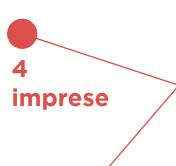
Chiara Toffolo, Tesla Production



Andamento delle domande per i bandi del Fondo Audiovisivo. per tipologia di opera proposta. Fonte: bandi del Fondo

Audiovisivo FVG.

⁶ Intesa come variazione percentuale dal periodo 2007-10 al periodo 2017-19.



13 anni di successi

Habibi di Davide Del Degan prodotto da Galaxia Digital Video vince il nastro d'Argento come miglior cortometraggio.

L'estate di Giacomo di Alessandro Comodin prodotto da Faber Film vince il Pardo d'oro al Festival di Locarno nella sezione Cineasti del Presente (dedicata alle opere prime e seconde di giovani ed emergenti registi provenienti da tutto il mondo). **The Special Need** di Carlo Zoratti prodotto da Videomante in concorso a Locarno; a Dok Leipzig vince il Golden Dove.

- Zoran il mio nipote scemo

2013

di Matteo Oleotto prodotto da Transmedia viene presentato alla 70º Mostra internazionale d'arte cinematografica di Venezia, nell'ambito della Settimana Internazionale della Critica e vince il Premio del Pubblico RaroVideo.

TIR il film di Alberto Fasulo prodotto da Nefertiti Film vince l'ottava edizione del Festival Internazionale di Roma.

- Parole povere di Francesca Archibugi prodotto da Agherose e Tucker Film viene presentato al Torino Film Festival nella sezione E intanto in Italia (dedicata ai cineasti contemporanei).

2008

2011

2012

Trieste racconta Basaglia

di Erika Rossi prodotto da Fantastificio viene presentato al Torino Film Festival e ottiene il premio Franco Rossano come miglior documentario a tema sociale. 2014

Zoran il mio nipote scemo di Matteo Oleotto prodotto da Transmedia - unico film italiano in concorso a Pechino - riceve doppia candidatura ai David di Donatello per Matteo Oleotto e Giuseppe Battiston (Migliore regista esordiente e migliore attore protagonista) e si aggiudica il Globo d'Oro come Miglior opera prima. Il Globo d'oro è lo storico e autorevolissimo premio cinematografico italiano assegnato con cadenza annuale dall'Associazione Stampa Estera in Italia.

- Pancing with Maria di Ivan Gergolet prodotto da Transmedia unico italiano tra i sette film in concorso alla 29° Settimana internazionale della critica della Mostra internazionale d'arte cinematografica di Venezia
- Menocchio di Alberto Fasulo prodotto da Nefertiti film riceve la Menzione Speciale del Co-Production Development Award indetto da Eurimages, il Fondo del Consiglio Europeo a sostegno del cinema, che ha riconosciuto la qualità dell'impianto produttivo e artistico del film.

- Rumore Bianco

di Alberto Fasulo prodotto da Faber Film viene presentato in concorso al Festival dei Popoli e l'anno successivo al Trento Film Festival e al Busan International Film Festival.

- **The Special Need** di Carlo Zoratti prodotto da Videomante viene candidato ai Nastri d'Argento 2015 nella categoria Cinema del reale.
- **Genitori,** documentario di Alberto Fasulo prodotto da Nefertiti Film viene selezionato al Film festival di Locarno nella sezione Fuori Concorso.
- **Dancing with Maria** di Ivan Gergolet prodotto da Transmedia entra nella cinquina dell'EFA, le nominations degli Oscar Europei.
- A quasi tre anni dalla fine delle riprese, **Zoran, il mio nipote scemo** di Matteo Oleotto prodotto da Transmedia risulta primo in classifica tra le opere prime italiane più premiate uscite in sala nel 2013 con ben 115 partecipazioni a Festival e 25 premi assegnati. I dati partono dal 2000 e sono elaborati in esclusiva da Cinemaltaliano.info. L'elenco comprende anche un altro titolo made in FVG, **TIR** di Alberto Fasulo con 39 partecipazioni a Festival e 6 premi ricevuti.
- **La linea sottile** di Nina Mimica e Paola Sangiovanni prodotto da Altreforme viene presentato a Visioni dal mondo

2015 2016 2017

Al Festival du Cannes viene presentato nella sezione Séances Spéciales L'ultima Spiaggia il documentario di Thanos Anastopoulos e Davide Del Degan prodotto da Mansarda Production mentre I tempi felici verranno presto di Alessandro Comodin

prodotto da Okta Film

viene selezionato per la

- Semaine de la Critique.

 Babylon sisters di Gigi
 Roccati prodotto da
 Tico Film Company
 presentato alla Festa
 del Cinema di Roma
 nell'ambito della
 rassegna Kino Panorama
 Italia in collaborazione
 con Alice nella Città,
 sezione indipendente
 della Festa del Cinema
 di Roma.
- L'ultima spiaggia il documentario di Thanos Anastopoulos e Davide Del Degan prodotto da Mansarda Production vince come miglior documentario agli Iris Awards, i premi assegnati dalla Hellenic Film Academy (HFA) - l'equivalente dei nostri David di Donatello; inoltre viene selezionato a Hot Docs Canadian International Documentary Festival, uno dei più importanti appuntamenti del settore dedicato al documentario, nella sezione World Showcase.
- Every Soul of my Body (Tutte le anime del mio corpo) di Erika Rossi prodotto da Quasar in concorso a Visions du Réel - nella sezione Compétition Internationale Moyens Métrages.
- Cinema Grattacielo del regista Marco Bertozzi prodotto da Altreforme presentato in anteprima nell'ambito della 13a edizione del Biografilm Festival
 International Celebration of Lives di Bologna.
- EASY un viaggio facile facile opera prima di Andrea Magnani prodotto da Pilgrim Film in concorso al Festival di Locarno nella sezione Cineasti del Presente. Ad Annecy Cinéma Italien vince il Grand Prix du Jury.
- The Space Between di Ruth Borgobello prodotto da Mondo Studio Films viene candidato dall'Australia all'Oscar come miglior film straniero.

- Tra le candidature dei David di Donatello Andrea Magnani come MIGLIORE REGISTA ESORDIENTE e Nicola Nocella come MIGLIOR ATTORE PROTAGONISTA per **Easy – Un viaggio facile facile** prodotto da Pilgrim Film
- **History of Love** della regista slovena Sonja Prosenc co-prodotto da Quasar menzione speciale della giuria a Karlovy Vary, uno dei più prestigiosi festival cinematografici dell'Europa Orientale
- Menocchio di Alberto Fasulo prodotto da Nefertiti film in concorso a Locarno nella sezione International Competition. Ad Annecy Cinéma Italien vince il Grand Prix 2018
- Il lavoro di Roberto Minervini What You Gonna Do When The World's On Fire? prodotto da Okta Film in concorso a Venezia.
- diretto da Francesco Costabile e
 Federico Savonitto prodotto da
 Altreforme viene presentato in
 anteprima italiana al Biografilm
 Festival 2020 in concorso nella
 sezione "Biografilm Italia" ricevendo la Menzione Speciale della
 Giuria. Alla 38ª edizione di Asolo Art
 Film Festival vince il premio come
 "Miglior Film sull'Arte" e riceve la
 "Menzione Speciale Sky Arte"
- Le sorelle Macaluso di Emma Dante prodotto da Rosamont presentato in concorso a Venezia.

2018 2019

Nadia Trevisan, produttrice e CEO di Nefertiti Film, viene selezionata da European Film Promotion per partecipare al Festival di Cannes nel prestigioso Producers On The

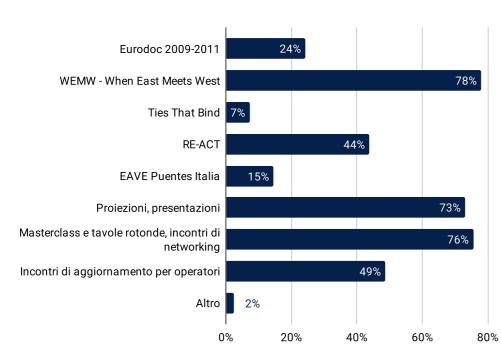
2020

- Vittorio Vidali Io non sono quello che fui di Giampaolo Penco prodotto da Videoest presentato al Biografilm Festival.
- **History of Love**, di Sonja Prosenc co-prodotto da Nefertiti Film è il film candidato agli Oscar 2020 per la Slovenia.
- Stories from the Chestnut Woods diretto da Gregor Božič co-prodotto da Transmedia Production viene presentato in anteprima mondiale a Toronto nell'ambito del TIFF Toronto International Film Festival e vince la sezione Best Film alla 23^{edizione} del Tallinn Black Nights Film Festival.
- Il dilemma dell'identità di Sabrina Morena prodotto da Quasar presentato allo Slovenian film festival di Portorose.
- Paradise primo lungometraggio di finzione di Davide Del Degan prodotto da Pilgrim Film presentato in anteprima mondiale al 24th Busan International Film Festival in competizione nella sezione Flash Forward composta da 13 film non asiatici.
- Due i progetti regionali presentati ad Alice nella città, sezione autonoma e parallela della Festa del Cinema di Roma dedicata alle giovani generazioni. **Don't forget to breathe** di Martin Turk co-prodotto da Quasar partecipa al concorso Young Adult, **La villa** di Claudia Brignone prodotto da Videomante viene invece presentato nella sezione Panorama Italia, piattaforma del festival che punta sulla scoperta e sulla valorizzazione del giovane cinema italiano.
- Tripletta regionale al Torino Film Festival: **Fango rosso** opera prima del regista Alberto Diana prodotto da Slingshot Films selezionato nella sezione competitiva Italiana. doc, **Passaggi** di Beppe Leonetti prodotto da Incandenza film in concorso nella sezione Italiana.corti. Nella sezione Afterhours viene invece presentato **Paradise** primo lungometraggio di finzione di Davide Del Degan prodotto da Pilgrim Film.



Il Fondo, raccontato dalle imprese

Come raccontato nel capitolo precedente, le attività del Fondo Audiovisivo non si limitano alla gestione e all'erogazione dei fondi regionali destinati a imprese e professionisti dell'audiovisivo. Nell'indagine, il 95% delle imprese ha dichiarato di aver partecipato almeno a un'altra tipologia di attività che il Fondo organizza nel corso dell'anno.



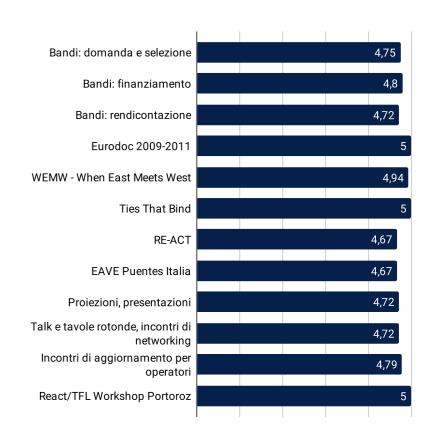
Partecipazione ad altre attività del Fondo Audiovisivo, oltre i bandi.

Fonte: indagine sulle imprese regionali, 2020.

64

Sicuramente, l'evento maggiormente frequentato - ed elogiato - dalle imprese è When East Meets West, l'incontro di coproduzione tra industrie cinematografiche dell'Europa Orientale e Occidentale che porta ogni anno in FVG più di 550 professionisti dell'audiovisivo provenienti da oltre 40 Nazioni. La maggior parte delle imprese dichiara inoltre di aver preso parte a eventi di presentazione, proiezioni, masterclass, tavole rotonde o incontri di networking che il Fondo Audiovisivo organizza regolarmente.

Il livello di soddisfazione dei professionisti regionali per le attività del Fondo è sicuramente sorprendente: le imprese valutano la propria esperienza generale con il Fondo Audiovisivo come eccellente⁷. Spiccano tra le esperienze, quelle di partecipazione ad eventi o progetti internazionali come Re-Act (media di 5/5), Ties That Bind (5/5), Eurodoc (5/5) e When East Meets West (4.9/5).



Il Fondo Audiovisivo è coordinato da persone efficienti ed attente, che non solo supportano i beneficiari in termini tecnico-finanziari ma anche dal punto di vista dei contenuti e della creazione delle reti. Ho ricevuto diversi finanziamenti pubblici e vinto diversi bandi pubblici nella mia carriera lavorativa e trovo che il Fondo sia uno dei più efficienti. La mia società di produzione esiste grazie al Fondo Audiovisivo e oggi è conosciuta in molti luoghi lontani, si è aperta una nicchia di mercato molto specifica e ha fatto lavorare diverse persone in regione.



Nicole Leghissa, Hyphae

Nei commenti raccolti dall'indagine, viene riconosciuta al Fondo la disponibilità a "guidare" le imprese del settore, fornendo consigli e momenti di confronto - molto oltre il semplice finanziamento. Molte imprese sottolineano anche l'importanza dei momenti di networking e incontro tra

⁷ Media di 4,8 su 5 tra le varie attività del Fondo Audiovisivo.

Come valutereste la

vostra esperienza al

imprese regionali, 2020.

Fondo per...?
Fonte: indagine sulle

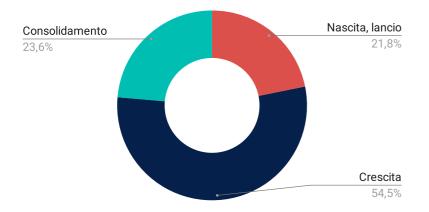


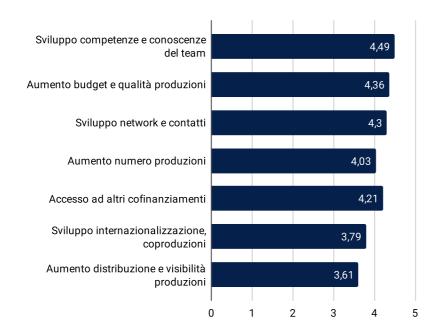
In quali fasi della vostra impresa è stata più rilevante l'azione

Fonte: indagine sulle imprese regionali, 2020.

del Fondo?

Pensando alla vostra impresa, quanto è stato rilevante il Fondo Audiovisivo per...? Fonte: indagine sulle imprese regionali, 2020. professionisti organizzati dal Fondo, come un punto chiave per lo sviluppo delle produzioni locali e per mettere in contatto professionisti diversi. Sono eventi "in un contesto a misura d'uomo", dove le imprese riescono a tessere relazioni e confronti fruttuosi.





Per la metà delle imprese partecipanti all'indagine, il Fondo ha avuto un ruolo fondamentale nella fase di crescita. Gli aspetti per i quali è stato più rilevante sono lo sviluppo di competenze e conoscenze tra i membri del team aziendale, il supporto nella crescita di progetti con budget più alti e (in parte collegato) di più alta qualità, la costruzione di contatti e network a livello anche internazionale, la possibilità di accedere ad altre forme di cofinanziamento.

Come si riflettono le attività del Fondo sul ciclo di vita di un'opera audiovisiva?

- **F** Bando Formazione
- S Bando Sviluppo
- D Bando Distribuzione
- * Eventi e progetti internazionali

Aumento competenze e sviluppo di capacità progettuali, stimoli dal confronto con altre Sviluppo di progetti e produzioni estere, strategie competitive. approccio e visione (in caso di bocciatura) internazionale. stimolo per ripensare i progetti. Finanziamento di formazioni sui progetti in sviluppo. Agevolazione nell'ottenimento di altri cofinanziamenti Finanziamento di ("biglietto da visita"), attività di sviluppo dei contatti e incontri con progetti. produttori e player esteri. Finanziamento di attività di produzione. Contatti con distributori e mercati esteri. promozione dei titoli regionali. Finanziamento di attività di distribuzione e promozione.

Film

In breve

Il 70% delle imprese audiovisive si è costituita dopo la nascita del Fondo

Più del 70% delle imprese ritiene di essere cresciuta molto dalla propria nascita

Il budget medio dei progetti presentati per i bandi è quasi triplicato

Più del 50% delle aziende dichiara di aver aumentato il proprio staff

In media, lo staff delle produzioni audiovisive si compone per più del 60% di maestranze regionali

Per circa l'80% delle imprese, la formazione del proprio staff ha avuto un impatto sulla crescita dell'impresa

Circa il 50% delle imprese ha avuto accesso a fondi e bandi europei

Più del 70% delle imprese ha coprodotto almeno 1 opera con un partner estero

Il 95% delle imprese ha preso parte ad altre attività del Fondo, oltre presentare domanda per i bandi

Quali dinamiche caratterizzano l'industria audiovisiva e quali aspettattive hanno le imprese e i professionisti verso il comparto regionale.

Fare cinema oggi

Risulta spesso piuttosto difficile definire e delimitare il settore audiovisivo: possiamo però intendere semplicemente tutte le filiere specializzate nella produzione di contenuti raccontati con suoni e immagini, distribuiti attraverso un ampio bacino di piattaforme, canali e dispositivi.

Il settore nasce con le produzioni cinematografiche destinate al "grande schermo", ampliandosi poi nei decenni per il "piccolo schermo" - la televisione - e trasformandosi ulteriormente negli ultimi anni in una "moltiplicazione degli schermi", favorita dalle trasformazioni digitali che hanno rivoluzionato le modalità di fruizione dei contenuti come le tecniche di produzione. Lontano dall'essere un semplice lavoro per "pochi registi e amici con i soldi", il comparto audiovisivo è un'industria in tutto e per tutto, un'industria dinamica, mobile, fortemente radicata nel territorio e integrata nel sistema produttivo nazionale.

Oggi l'audiovisivo rappresenta una delle industrie culturali più attive.

Secondo una ricerca di EY per Italia Creativa (2016), l'intero comparto ha mosso in Italia più di 14 miliardi di euro nel 2015, occupando più di 180.000 addetti⁸. Tra le industrie creative analizzate nella ricerca (musica, libri, arti performative, arti visive, architettura, ecc.), l'audiovisivo è il primo settore per valore economico e il secondo per numero di occupati. L'audiovisivo è un comparto molto integrato con l'intero sistema produttivo italiano: le attività interessano infatti professionalità che vanno dal manifatturiero, ai servizi alle imprese o alla persona,

5 settore

settore

fino all'artigianato e ai trasporti. Si stima che i posti di lavoro generati dall'audiovisivo nelle filiere connesse siano più del doppio di quelli generati direttamente dal settore⁹. Grazie a questa forte integrazione con altri settori produttivi, per ogni euro di domanda aggiuntiva di servizi audiovisivi in Italia si stima che si attivino 1,98 euro di maggiore produzione, ripartita in tutti i settori dell'economia. L'effetto moltiplicatore del comparto audiovisivo è tra i più alti in tutti i settori industriali¹⁰.

Le competenze e le professionalità coinvolte nella creazione e distribuzione di un prodotto audiovisivo sono guindi **molteplici.** Spesso si cade nell'errore di immaginare i film come interamente prodotti dai soli registi. La realtà è molto diversa, basta guardare i titoli di coda di film e documentari, dove sono elencati coloro che hanno partecipato alla produzione per capire quanto lavoro, persone e aziende specializzate esistono dietro una singola produzione. Fare cinema non è un esercizio solitario, ma necessita di sinergie fra maestranze diverse, contatti, scambi di idee e terreni fertili dove svilupparle.

Questa natura "in filiera" della produzione audiovisiva ha portato alla concentrazione di attività e aziende in alcuni poli nazionali: essenzialmente Roma, votata tradizionalmente al cinema, e Milano, focalizzata sulla televisione, seguite più marginalmente da Torino e Napoli. Negli ultimi due decenni, però, il grande aumento della domanda di audiovisivi e soprattutto - la semplificazione della filiera produttiva dovuta alle innovazioni tecnologiche, hanno spinto alla diffusione dei centri di produzione in diverse zone del territorio nazionale. Grazie ai costi relativamente bassi, abbiamo assistito ad una progressiva delocalizzazione dei poli produttivi: i sistemi digitali di ripresa e soprattutto quelli di montaggio hanno reso obsoleti - e perciò messo in crisi - i grandi service per la produzione e la post-produzione.

Nonostante questo, le opportunità offerte dalla delocalizzazione trovavano, ancora agli inizi degli anni 2000, un freno in Friuli Venezia Giulia per la difficoltà di reperire strumenti formativi, finanziari e organizzativi che permettessero ai professionisti e alle imprese regionali di sviluppare e realizzare prodotti in grado di presentarsi con successo sui mercati nazionali e internazionali. Questo in un momento in cui invece era sempre più necessario uscire da una logica di dipendenza produttiva nel campo dell'audiovisivo, perché si correva, - e ancora si corre - il rischio di essere fagocitati dagli stessi partner europei, andando incontro, inoltre, a una deleteria omologazione dei contenuti. L'azione che il Fondo ha compiuto è stata quindi quella di dare un contesto all'intervento finanziario regionale: i contributi non dovevano essere semi sparsi alla rinfusa, ma dovevano servire a mettere in moto attività finalizzate a creare contenuti - il vero valore del prodotto audiovisivo - e questo, necessariamente, all'interno di un quadro organico.

Dalla prospettiva delle imprese I produttori regionali sono non solo i protagonisti dei recenti sviluppi del comparto audiovisivo e cinematografico in FVG, ma anche i primi osservatori. Durante l'indagine, di fronte alla domanda su quanto si fosse sviluppato il settore regionale, tutti gli operatori hanno confermato che l'industria audiovisiva in FVG è cresciuta notevolmente negli ultimi due decenni.

Gli operatori sottolineano inoltre come l'aumento esponenziale di imprese e di qualità dei progetti sia particolarmente evidente nel contesto dei bandi del Fondo Audiovisivo. Come molte altre imprese, anche Nadia Trevisan di Nefertiti Film conferma che "la partecipazione ai bandi del Fondo si è fatta sempre più competitiva: i finanziamenti sono rimasti pressoché invariati ma il numero di domande e il livello dei progetti è sempre più alto". Dal 2015 al 2019, infatti, il numero di domande ai bandi del Fondo è aumentato di più del 60%.

Quanto ha influito il Fondo sullo sviluppo del settore audiovisivo in Regione?

Fonte: indagine sulle imprese regionali, 2020.



Il rapporto tra il settore regionale e il Fondo Audiovisivo è sicuramente molto stretto. Tra i punti di forza del comparto indicati dalle imprese, troviamo in prima posizione i bandi regionali a lato di un ricco calendario di eventi di networking, incontri e rete sul territorio.

Tutti gli operatori intervistati hanno confermato che l'intervento della Regione è stato determinante per lo sviluppo dell'industria audiovisiva regionale. Tutte le imprese che hanno partecipato all'indagine dichiarano che il Fondo Audiovisivo ha influito molto o moltissimo sullo sviluppo del settore.

¹⁰ Io Sono Cultura, 2019



Come valutereste la qualità della filiera regionale dell'audiovisivo? Fonte: indagine sulle imprese regionali, 2020.



Dai produttori emergono anche alcune problematicità legate all'industria regionale. In primo luogo, viene riportato come in Regione ci sia spesso poco dialogo e collaborazione tra le imprese audiovisive: "abbiamo quasi più conoscenze e rapporti con imprese estere che in regione" (Sarah Pennacchi, Tico Film). Se per alcuni aspetti le aziende regionali "competono" tra di loro per l'accesso ai bandi del Fondo o per produzioni destinate al settore corporate, dall'altro lato viene percepita la necessità di maggiore coesione e "gioco di squadra" tra produttori regionali per valorizzare al meglio le competenze, professionalità e l'esperienza accumulata nel territorio.

Tra le criticità condivise, alcune imprese lamentano come i fondi erogati siano rimasti pressoché invariati negli anni, nonostante il settore sia cresciuto notevolmente e necessiti di maggiore supporto (produzioni più ambiziose, distribuzione internazionale, ecc.). Inoltre, emerge la mancanza in FVG di alcune professionalità funzionali alla produzione (come ad esempio addetti specializzati alla post produzione) o di aziende e servizi accessori, ma estremamente rilevanti.

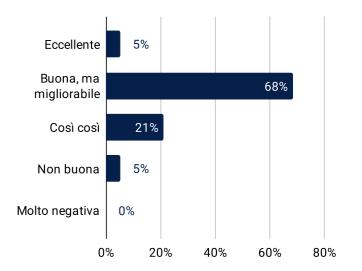
Infine - ma non di minor rilievo, **molte imprese lamentano** una generale mancanza di riconoscimento del comparto a livello locale: le imprese e le produzioni del FVG sono quasi più conosciute all'estero che in regione.

Un settore rilevante e in sviluppo, ma non sempre riconosciuto

Il comparto dell'audiovisivo, i professionisti e le imprese del FVG non hanno ancora raggiunto un buon livello di riconoscimento a livello locale: non c'è consapevolezza dell'enorme crescita del comparto negli ultimi 10 anni e delle potenzialità apertesi a livello internazionale per i professionisti della Regione, soprattutto grazie al Fondo Audiovisivo.

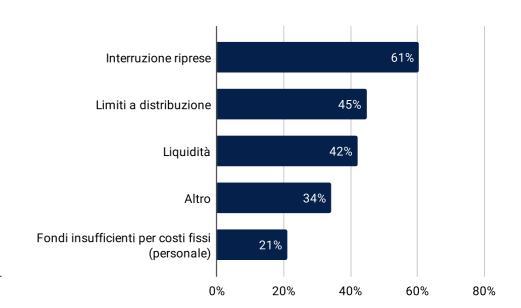
Erika Rossi, Ghirigori

Come valutereste
la vostra situazione
economica prima
dell'emergenza
Covid-19?
Fonte: indagine sulle
imprese regionali, 2020.



La situazione economica delle imprese è buona, ma decisamente migliorabile. Buona parte delle aziende condivide criticità relative all'accesso al credito e alla disponibilità di liquidità, fattori che le rendono più deboli e meno competitive nei confronti di competitor di altri paesi. Molti istituti bancari sono diffidenti nell'erogare crediti per le imprese, spesso percepite più a rischio di altre attività o semplicemente per mancanza di conoscenza delle logiche di mercato per i prodotti audiovisivi.

Alcune imprese raccontano di aver adottato come strategia quella di mantenere costi fissi molto bassi (ad esempio limitando l'affitto di uffici o la presenza di personale strutturato), per essere più flessibili e sostenere meglio le fluttuazioni delle attività di produzione. Questo tipo di struttura aziendale ha portato sicuramente dei benefici: come le imprese dichiarano, la strategia è stata vincente durante il periodo di lockdown (come ancora oggi), per limitare le perdite.



Principali impatti dell'emergenza Covid-19 sulla imprese del FVG.

Fonte: indagine sulle imprese regionali, 2020.



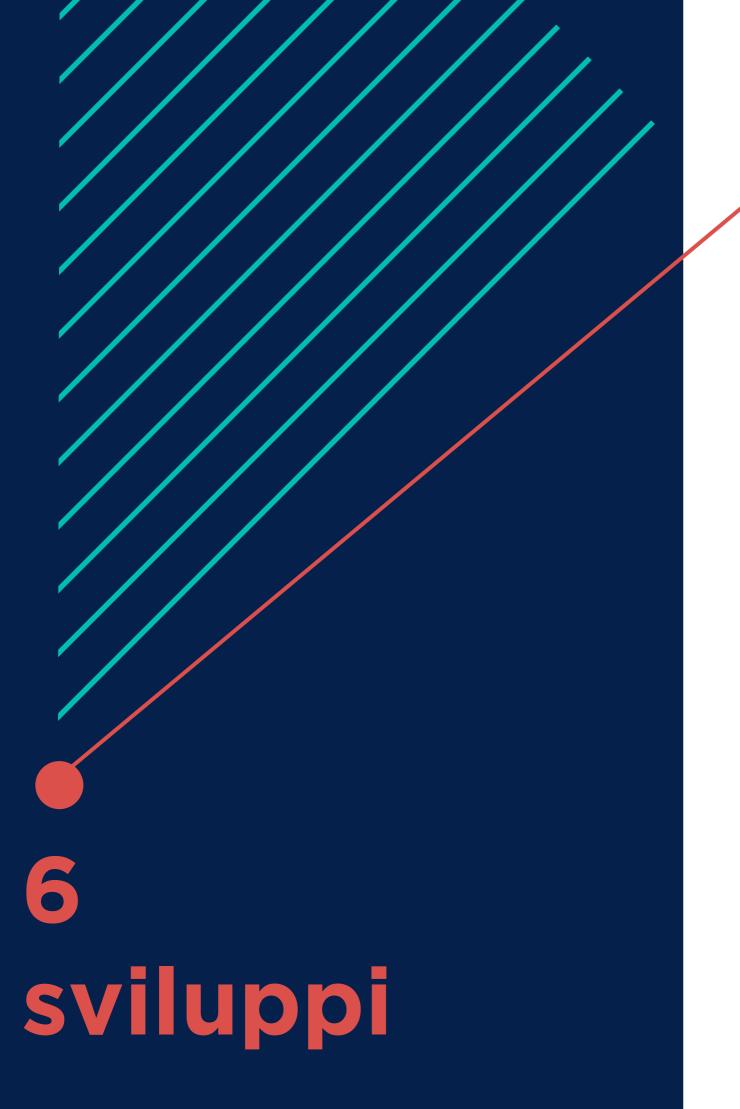
La crescita delle imprese ha subito un forte freno dopo lo scoppio dell'emergenza Covid-19. Come tutto il settore, anche le aziende regionali hanno dovuto interrompere riprese, rimandare uscite dei propri titoli e allo stesso tempo hanno visto cancellare anche "più del 90% dei contratti di distribuzione già presi". L'intero settore ha dovuto accelerare in poche settimane un processo già in corso da anni, spostando la propria offerta quasi interamente online. Oltre a impatti oggettivi sulle attività delle imprese, l'emergenza ha creato un clima di incertezza generale: come si potrà tornare a filmare o a distribuire nelle sale? Sarà possibile far spostare professionisti e troupe da un paese all'altro? Quanto inciderà la crisi sui budget? Queste sono solo alcune delle domande che si pongono gli operatori in questo periodo.

La Berlinale di quest'anno si è svolta esattamente a cavallo dello scoppio dell'emergenza Covid-19 in Italia. Ricordo di essere arrivata a Berlino intorno a fine Febbraio con un buon numero di contratti di distribuzione firmati e di aver visto, man mano che i giorni passavano e le notizie dei contagi arrivavano, tutti i miei contratti stracciati. Sono rientrata all'inizio di Marzo con quasi tutti gli accordi annullati - per Slingshot Films è stato un duro colpo.

u

Manuela Buono, Slingshot Films





Questo report non è stato stilato per dipingere un quadro roseo e un futuro tutto in discesa dell'audiovisivo targato FVG. Certo, il lavoro fatto dal Fondo ha portato a risultati importanti, e gli strumenti che lo hanno reso possibile vanno mantenuti e implementati.

Ma...

C'è sempre un "ma", anzi, in questo caso tre.

- Il primo è che il livello professionale richiesto nel settore audiovisivo è aumentato: il Fondo si occupa della formazione di alcune figure (autori, produttori, montatori), ma mancano corsi specifici per i tecnici e le maestranze (elettricisti, macchinisti, sarte, truccatori, ecc.). E questi corsi non possono che essere effettuati in Regione.
- Il secondo che i servizi offerti per la produzione e la postproduzione non sono adeguati alle crescenti necessità delle imprese audiovisive. I fornitori di attrezzature per le riprese, gli studi per il montaggio e la sonorizzazione devono essere aiutati a crescere, per evitare che le imprese debbano rivolgersi altrove per avere a disposizione gli strumenti indispensabili per realizzare prodotti tecnicamente validi.
- Il terzo "ma" è che la crescita del settore non può più fare a meno di una struttura produttiva come il teatro di posa, che abbia anche la funzione di laboratorio per la formazione e di centro servizi per la produzione e la postproduzione.

Quello che vorremmo fosse il più importante risultato di questo documento è quindi il raggiungimento di una convinzione condivisa: è il momento di vincere la sfida rappresentata dai tre "ma", e completare così la costruzione di un'industria culturale di livello Europeo. Non è una presuntuosa utopia, è un obiettivo a portata di mano, un obiettivo che la regione Friuli Venezia Giulia ha cominciato a preparare 13 anni fa.

7 appendice

Le imprese finanziate

A_Lab	Trieste	www.a-lab.eu/
Agherose	Udine	www.agherose.com
Alpis	Udine	www.alpis.tv
Altreforme	Udine	www.altreforme.net
Apm	Maniago (PN)	
Arch Production	Gorizia	
Belka Media	Udine	www.belkamedia.com
Bonawentura	Trieste	
Border Studio	Trieste	www.borderstudio.it
Bright Frame	Farra d'Isonzo (GO)	
Cassiopea	Trieste	
Crazy Horse Pictures	Udine	
Dmovie	Pasian di Prato (UD)	www.dmovie.it
Eufrasia	Pordenone	
Fantastificio	Trieste	www.fantastificio.com
Film	Premariacco (UD)	
Formedia	Trieste	
Galaxia	Gorizia	
Ghirigori	Trieste	
Hyphae	Trieste	
lg	Trieste	
Incandenza Film	Trieste	www.incandenzafilm.it
Informazione Friulana	Udine	
Interfase	Trieste	www.interfase.it
Joker Image	Udine	www.joker-image.com
Kineofilm	Marostica (VI) Trieste	www.kineofilm.it
Mansarda Production	Trieste	www.mansardaproduction. com

Le imprese finanziate

Mondo Studio Films	Melbourne (Australia), Udine	www.mondostudiofilms.com
Myro Communications	Trieste	www.myrofilm.com
Nefertiti Film	San Vito al Tagliamento (PN)	www.nefertitifilm.it
Okta Film	Trieste	www.oktafilm.it
Pianeta Zero	Trieste	
Pilgrim Film	Trieste	www.pilgrimfilm.it
Puntozero	Udine	
Raja Films	Udine	www.rajafilms.com
Quasar Multimedia	Moruzzo (UD)	www.quasarmultimedia.it
Red On Productions	Udine	www.redonmovies.com
Rosamont	Nimis (UD)	www.rosamont.com
Sine Sole Cinema	Gorizia	www.sinesolecinema.com
Slingshot Films	Trieste	www.slingshotfilms.it
Tesla Production	Gorizia	
Tico Film Company	Trieste	www.ticofilm.com
Transmedia Production	Gorizia	
Tucker Film	Pordenone	www.tuckerfilm.com
Uponadream Studios	Gemona del Friuli (UD)	www.uponadream.it
Varianti	Udine	
Videe	Pordenone	www.videe.it
Video 7	Cervignano del Friuli (UD)	
Videoest	Sgonico (TS)	www.videoest.it
Videomante	Cividale del Friuli (UD)	www.videomante.it

L'elenco completo sulle imprese finanziate dal Fondo Audiovisivo FVG è consultabile sul sito <u>www.audiovisivofvg.it/database-aziende</u>

Per un elenco, invece, delle opere finanziate negli anni, collegatevi alla pagina www.audiovisivofvg.it/film-database

Note metodologiche

In alcuni anni, problemi nell'erogazione dei finanziamenti hanno fatto sì che alcune domande approvate siano state "rimandate" al bando successivo. Le domande per prassi sono state presentate nel successivo bando, dove sono state finanziate automaticamente in quanto già vincitrici del bando precedente. Ma, alcune domande rinviate non sono state presentate dai partecipanti. Questo ha spesso avuto un effetto a catena sui bandi, provocando un discollamento tra domande approvate e domande effettivamente finanziate. Nei grafici e dati riportati in questo documento abbiamo seguito un approccio "ragionato", preferendo un conteggio delle domande effettivamente approvate per ogni bando. Questo per evitare piccole ma evidenti distorsioni dei dati: come ad esempio per il bando n°13 (2014), per il quale risultano 36 domande approvate, ma di queste ben 17 risultano "rinviate" dal bando n°12 (2013).

Fonti

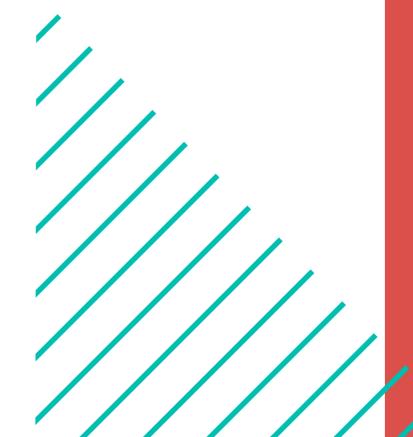
"La distribuzione transfrontaliera dei prodotti audiovisivi e cinematografici per le piccole e medie imprese del alpe adria audiovisual cluster", progetto "iCON – Competitività e Cooperazione tra Imprese" del Programma per la Cooperazione Transfrontaliera Italia–Slovenia 2007/2013, 2014

"L'impatto per l'occupazione e la crescita del Paese", ANICA, 2019

"Italia Creativa - Seconda edizione", EY per Mibact, 2016

"lo Sono Cultura", Fondazione Symbola e Unioncamere, 2019

"L'export di cinema italiano", ANICA, 2010



Dietro lo schermo è stato realizzato da: Paolo Vidali, Elisa Bordon, Alessandro Gropplero Associazione Fondo per l'Audiovisivo del Friuli Venezia Giulia Milo Sarrini, Federico Borreani



BAM! Strategie Culturali

Progetto grafico di Simona Canè BAM! Strategie Culturali



www.audiovisivofvg.it



www.bamstrategieculturali.com

Una riflessione sui primi 13 anni di attività del Fondo per l'Audiovisivo: uno sguardo al passato, uno slancio verso il futuro.