

Stati Generali del documentario italiano

Gruppo di lavoro Produzione

a cura di Flavia Barca, Federica D'Urso, Elisa Trento

Componenti del gruppo:

Claudia Belluzzi – Emilia Romagna Film Commission

Marco Chiriotti – Regione Piemonte

Paolo De Cesare – Alberobello Puglia Film Commission

Nicola Giuliano – Indigo, Roma

Paolo Manera – Torino Piemonte Film Commission

Pietro Medioli – Komedi, Parma

Simona Monticelli – Film Commission Regione Campania

Valerio Moser – FAS, Bolzano

Gianfilippo Pedote – M.I.R. Cinematografica, Milano

Federico Poillucci – Friuli Venezia Giulia Film Commission

Premesse

LO SVILUPPO DELL'INDUSTRIA AUDIOVISIVA COSTITUISCE UN ELEMENTO FONDAMENTALE - E ANCORA POCO VALORIZZATO - PER LA CRESCITA ECONOMICA E LA VALORIZZAZIONE TURISTICA E CULTURALE DEL TERRITORIO REGIONALE.

Le esperienze di alcuni soggetti dimostrano che l'indotto economico immediato è pari mediamente a 10-20 volte il finanziamento elargito

L'indotto di lungo termine, calcolato in termini di sviluppo turistico e potenziamento delle competenze professionali locali, non è facilmente misurabile ma è sicuramente di importanti dimensioni

IL DOCUMENTARIO È UN PRODOTTO PARTICOLARMENTE RILEVANTE IN QUESTO CONTESTO PERCHÉ:

- ✓ è dotato degli elementi linguistici più adeguati per la promozione del territorio in termini di valorizzazione culturale e promozione turistica
- ✓ necessita di strutture e sistemi produttivi snelli, non particolarmente onerosi

→ Nonostante la ricaduta economica diretta sul territorio portata dal documentario sia inferiore rispetto a quella di altri prodotti audiovisivi (cinema, fiction), il sostegno a questo settore è decisivo per una politica industriale di lungo termine e di sviluppo di una imprenditoria locale

→ Il documentario è inoltre, più di altri generi, una fucina di talenti locali

→ E fondamentale è il valore del documentario in termini di ricaduta sociale e culturale:

- Mantenimento della memoria storica
- Affermazione ed esportazione della storia e delle tradizioni locali
- Strumento di espressione di identità culturale e sociale

SI RILEVA PERÒ UNA CRITICITÀ DI SISTEMA, CHE CONSISTE NELLA SOSTANZIALE INADEGUATEZZA DI POLITICHE REGIONALI A FAVORE DELL'AUDIOVISIVO, A DIFFERENZA DI QUELLO CHE ACCADE NEI PRINCIPALI PAESI EUROPEI

- Questo è frutto di una generale mancanza di sensibilità e/o di consapevolezza, da parte di molte Regioni, delle potenzialità economiche e culturali del comparto audiovisivo e del documentario in particolare
- Gli Enti Locali che finanziano l'audiovisivo sono ancora pochi: tra questi Friuli Venezia Giulia e Provincia di Lecce - con specifici strumenti equiparabili ai Fondi di tipo europeo - Piemonte, Campania, sebbene con importi significativamente differenti)
- Complessivamente l'investimento delle Regioni a favore dell'audiovisivo nel 2005 ammonta a circa 2,5 milioni di Euro. In Francia lo stesso dato raggiunge il valore di 44 milioni di Euro
- Si rilevano alcuni casi di eccellenza che possono fornire le linee guida per un'ipotesi di modello di intervento da proporre a tutte le altre regioni: Friuli Venezia Giulia e Piemonte.

È QUINDI OPPORTUNO CHE LE REGIONI INTERVENGANO A FAVORE DELLO SVILUPPO DELL'INDUSTRIA AUDIOVISIVA SUL PROPRIO TERRITORIO, NELL'OTTICA DI UNO SVILUPPO GENERALE E TRASVERSALE DELL'ECONOMIA LOCALE.

→ È auspicabile che tale intervento avvenga in modo coordinato fra le diverse Regioni – pur nel rispetto delle specificità territoriali.

Proposte operative

GLI ORGANISMI NAZIONALI DI RIFERIMENTO DEVONO RIBADIRE E GARANTIRE IL RUOLO DELLE REGIONI NELL'AUDIOVISIVO

- Ribadire il ruolo strategico dell'audiovisivo, e del documentario in particolare, come elemento di sviluppo produttivo e di valorizzazione dell'identità culturale nazionale e regionale.
- Riaffermare il ruolo fondamentale delle Regioni nel sostegno e nella promozione del settore dell'audiovisivo e del documentario in particolare
- Garantire, attraverso una legge nazionale di riferimento, che le Regioni abbiano gli strumenti legislativi necessari per poter operare nel settore
- Ribadire l'autonomia delle Regioni nella gestione dei Fondi per l'audiovisivo

RICONOSCIUTA L'IMPORTANZA STRATEGICA DEL SETTORE AUDIOVISIVO E' OPPORTUNO CHE TUTTE LE REGIONI APPROVINO LEGGI DI DISCIPLINA CON ESPLICITO RIFERIMENTO AL CINEMA DOCUMENTARIO

LE SOMME STANZIATE DEVONO ESSERE SUFFICIENTI AD AVVIARE UN CIRCOLO VIRTUOSO DI SVILUPPO DEL SETTORE AUDIOVISIVO NELLA REGIONE

→ Con quote adeguate nell'ammontare e costanti nel medio-lungo periodo distribuite secondo criteri certi e trasparenti.

LE LINEE GUIDA DELLE LEGGI REGIONALI O DEI BANDI DI FINANZIAMENTO DOVREBBERO CONFORMARSI AD ALCUNI PRINCIPI COMUNI FATTE SALVE LE AUTONOMIE E LE IDENTITÀ LOCALI

PRINCIPIO N° 1 - PARTE DEI FINANZIAMENTI DOVREBBE ESSERE ATTRIBUITA ALLA FASE DI “SVILUPPO” DELLE OPERE AUDIOVISIVE

- L'investimento nello sviluppo dei progetti è l'aspetto più problematico del processo produttivo
- L'assunzione di questo ruolo da parte degli enti locali potrebbe essere di cruciale importanza per i produttori che cercano di sviluppare coproduzioni anche internazionali: da un lato la drammatica assenza di commissioning editor specializzati e di budget mirati all'interno dei broadcaster nazionali e dall'altro l'insufficienza di sostegni nazionali specifici destinati al documentario ostacolano gravemente i produttori nel reperimento dei fondi necessari per accedere al mercato internazionale
- Nell'ottica di un sistema produttivo avanzato, la Regione può assumere un ruolo rilevante come finanziatore a monte, per fare da volano ai fini dell'entrata di nuovi finanziatori nello sviluppo di progetti audiovisivi
- Finanziare la fase di sviluppo significa anche promuovere l'innovazione e la crescita del talent a livello locale

PRINCIPIO N° 2 – E' NECESSARIO CHE GLI ENTI FINANZIATORI SI IMPEGNINO IN UNA PIÙ EFFICACE COMUNICAZIONE DELLE PROPRIE INIZIATIVE

→ Maggiore chiarezza sulle risorse alle quali si può accedere e le modalità per farlo

→ Creazione di strumenti informativi per la divulgazione di informazioni e procedure (guide informative, sportelli)

PRINCIPIO N° 3 – GLI OPERATORI AUSPICANO CHE GLI ORGANI INCARICATI DELLA GESTIONE DEI FONDI ABBIANO UN'AUTONOMIA OPERATIVA RISPETTO AGLI ENTI LOCALI FINANZIATORI

PRINCIPIO N° 4 - E' OPPORTUNO CHE SIANO ESPLICITATI GLI OBIETTIVI ALLA BASE DEGLI INVESTIMENTI: che siano economici (investimenti sul territorio), industriali (sviluppo di un tessuto produttivo di rilievo), turistici (promozione della Regione all'estero), sociali e culturali

PRINCIPIO N° 5 – PARE OPPORTUNO INTRODURRE UN DOPPIO OBIETTIVO:

IL SOSTEGNO AD OPERAZIONI AUDIOVISIVE AD ALTO BUDGET,

che hanno ricadute economiche sul territorio immediate (in termini di investimenti economici, indotto, forza distributiva...)

E OPERAZIONI A BUDGET PIU' CONTENUTO

dirette a sostenere l'innovazione e lo sviluppo della creatività', da valutare e sostenere con criteri specifici

PRINCIPIO N° 6 - GLI OBIETTIVI DOVREBBERO ESSERE A LUNGO TERMINE: ISTITUZIONE DI PIANI PLURIENNALI

→ non si può sviluppare un mercato della produzione forte, non si possono pretendere investimenti importanti da parte delle aziende, nell'assenza di garanzie di un progetto a lungo termine da parte degli enti pubblici, sia dal punto economico che di principi fondanti

PRINCIPIO N° 7 - SI AUSPICA L'ATTIVAZIONE DI PARAMETRI, CONDIVISI E TRASPARENTI, PER LA VALUTAZIONE DEI RISULTATI DEGLI OBIETTIVI DI CUI AL PRINCIPIO 4

(in termini di crescita economica/occupazionale/turistica-marketing del territorio)

PRINCIPIO N° 8 – E' NECESSARIO CHE SIA GARANTITA MASSIMA TRASPARENZA NEI CRITERI DI VALUTAZIONE DEI PROGETTI

- attraverso l'identificazione di criteri oggettivi
- attraverso l'individuazione, accanto a criteri di ordine economico, di criteri legati alla qualità, all'originalità e al valore sociale e culturale dell'opera.
- attraverso l'istituzione di altri strumenti adeguati

E' QUINDI NECESSARIO UNO SFORZO CONGIUNTO DELLE REGIONI AL FINE DI:

- predisporre delle strategie di intervento regionale a sostegno dell'audiovisivo
- sviluppare politiche di interesse comune nei confronti dello Stato
- avviare iniziative di sostegno congiunto ai progetti audiovisivi (ipotizzare criteri ad hoc nel caso che più regioni finanzino un progetto)
- Scambiare informazioni, best practices, sistemi di monitoraggio e analisi
- Individuare chi sono gli interlocutori e definire quali sono i tavoli di confronto

E' FONDAMENTALE CHE I TAVOLI DI CONFRONTO TRA ENTI/REGIONI PREVEDANO ANCHE LA PRESENZA DI PRODUTTORI E AUTORI O DELLE ASSOCIAZIONI DI CATEGORIA CHE LI RAPPRESENTANO

LA NECESSITA' DI FARE SISTEMA DIVIENE ASSOLUTAMENTE CENTRALE IN RIFERIMENTO AL DOCUMENTARIO