

## 2.4 Le Film Commission: FUNZIONI E STRATEGIE DI UN SOGGETTO CHIAVE DELLA FILIERA DELL'AUDIOVISIVO

Una parte specifica della ricerca è stata dedicata a indagare e riflettere sul ruolo delle Film Commission regionali, soggetti che negli ultimi anni hanno assunto una progressiva centralità nelle dinamiche di valorizzazione di territori e luoghi iconici dall'elevato potenziale attrattivo all'interno delle produzioni medial e audiovisive.

Istituite a partire dalla fine degli anni Novanta e consolidate in maniera più strutturata e diffusa dal decennio successivo, le Film Commission rappresentano un attore strategico chiave della produzione audiovisiva nazionale, grazie a una serie di funzioni - riconosciute da apposite leggi nazionali e regionali - e a un insieme di competenze costruite e rafforzate nel tempo.

Con la legge Franceschini (n. 220/2016), le Film Commission vanno ad assumere ruoli e funzioni nuove, non più soltanto di supporto logistico alle produzioni, ma configurandosi anche come soggetti preposti alla formazione e promozione del territorio. Ciò ha contribuito a ridefinire i confini delle Film Commission, collocandole in una posizione sempre più strategica della filiera dell'audiovisivo, anello di congiunzione tra esigenze produttive, rappresentazione creativa e modelli di distribuzione.

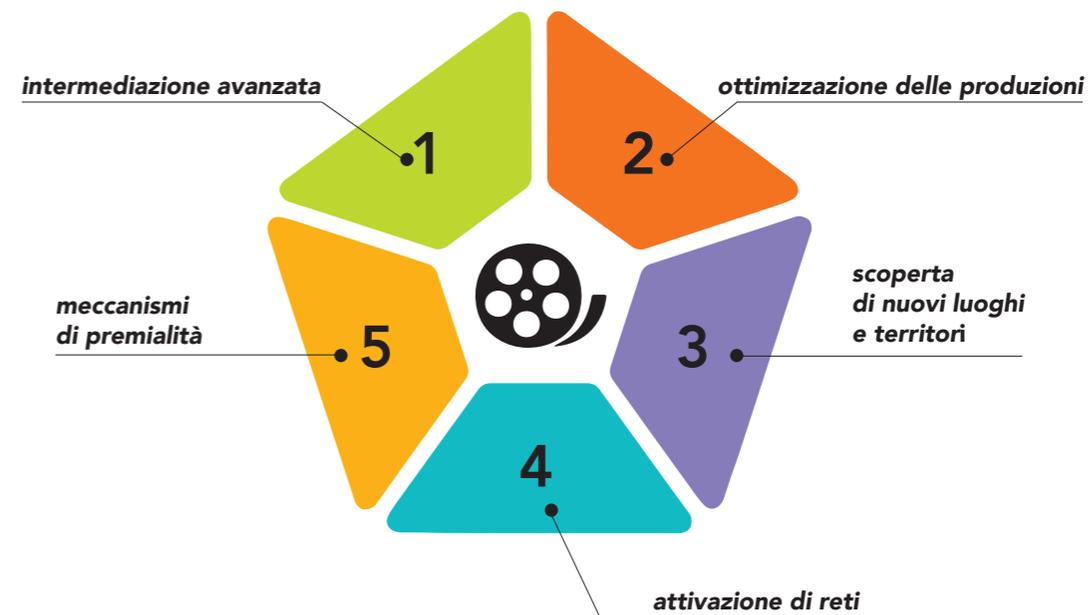
Grazie a una serie di interviste in profondità<sup>1</sup> con responsabili istituzionali e operativi di alcune Film Commission italiane, è possibile delineare il campo d'azione di tali realtà, evidenziando affinità e divergenze e individuando possibili scenari in termini di gestione, operatività e ricadute sui territori di competenza.

Emergono così diversi approcci e ambiti nei

quali è possibile collocare le attività delle Film Commission: il presente paragrafo vuole porsi come sintesi del perimetro entro cui tali soggetti si muovono, strumento per una sistematizzazione delle attività e per l'individuazione di possibili strategie e opportunità di adattamento a disposizione dei singoli attori.



Un primo aspetto chiave che emerge dalle interviste è quello della funzione di **intermediazione avanzata** giocata dalle Film Commission: tutti i soggetti riconoscono il proprio porsi come punti di riferimento per il supporto logistico alle produzioni, accreditandosi come facilitatori di una serie di attività di tipo amministrativo e organizzativo per i produttori interessati a usufruire dei servizi di un territorio. In questo senso, le Film Commission rappresentano un soggetto in grado di pensare in ottica di sistema agevolando il lavoro dei produttori audiovisivi e mettendo a disposizione informazioni, competenze e infrastrutture in un dialogo costante e in una relazione "win-win": la mediazione svolta dalle Film Commission non assume la forma dello "sportello informazioni", ma al contrario quella di uno scambio reciproco che mira a rendere efficiente e sostenibile l'operato dei soggetti che ne beneficiano, anche attraverso strumenti operativi come database di location e professionisti o le cosiddette "production guides".



La nostra missione principale è quella di sostenere il prodotto culturale; ci caratterizziamo per un ruolo di scouting tra enti locali e produttori come trovare alberghi o altri servizi fondamentali (Fabio Abagnato, Emilia-Romagna Film Commission)

Mettiamo a disposizione la credibilità della nostra Film Commission attivamente con servizi e incentivi economici.

Ci occupiamo di fare da facilitatori per alcune pratiche come, per esempio, i permessi o l'occupazione di suolo pubblico. Tra le prime cose riconosciute per girare qui c'è indubbiamente la nostra

intermediazione production-friendly (Paolo Manera, Torino Piemonte Film Commission). La produzione ci cerca e viene da noi per questioni pratiche e logistiche, il nostro compito è fare in modo che la produzione arrivi al set.

Il nostro ruolo principale è quello di intermediazione nel territorio (Michaela Guenzi, Lombardia Film Commission).

Lo statuto ci assegna un ruolo di promozione del marketing territoriale, mettiamo in contatto realtà associative locali e produzioni come avvenuto in maniera proficua nel caso di "Blanca" (Cristina Bolla, Genova Liguria Film Commission).

<sup>1</sup> - Si ringraziano, in particolare, per la disponibilità e la condivisione di informazioni: Fabio Abagnato e Emma Barboni (Emilia-Romagna Film Commission), Cristina Bolla e Roberto Lo Crasto (Genova Liguria Film Commission), Marco Allena e Michaela Guenzi (Lombardia Film Commission), Paolo Manera (Torino Piemonte Film Commission), Stefania Ippoliti (Fondazione Sistema Toscana - Toscana Film Commission).

Non investiamo né interveniamo nei contenuti, ma ci proponiamo come supporto utile alle produzioni.

Mettiamo a disposizione ampi database di professionalità, come i nostri location manager che sono profondi conoscitori della Toscana e sanno rispettare e capire le esigenze degli sceneggiatori (Stefania Ippoliti, Toscana Film Commission).



Un secondo ambito emerso dalla ricognizione riguarda l'**ottimizzazione delle produzioni**: pur evidenziandosi approcci diversi alla relazione con le case di produzione e al contributo creativo apportato ai singoli contenuti, ciò che sembra accomunare l'azione delle Film Commission è la consapevolezza che la mediazione svolta può contribuire a migliorare le produzioni stesse, a perfezionare la selezione di una location più funzionale, ad attrarre nuove idee e risorse per ulteriori produzioni. È questa una funzione che si è imposta recentemente, segno di una sensibilità sul contenuto sempre più diffusa all'interno delle Film Commission e che potrebbe aprire spazi potenzialmente inesplorati. Se in alcuni casi tale aspetto rimane confinato a un'attività prettamente di indirizzo e accompagnamento, in altri – come per esempio nel caso della Genova Liguria Film Commission – l'intervento nella realizzazione creativa può essere anche più marcato e accentuato.

*Il cinema è un prodotto che racconta il territorio, le storie non sono mai slegate*

dal contesto territoriale e antropologico. Il racconto di un territorio è efficace solo se il prodotto culturale funziona e fa sedimentare un territorio legato a un'emozione; il nostro compito è trovare questa chiave (Fabio Abagnato, Emilia-Romagna Film Commission).

Siamo persone di produzione, siamo interpreti delle potenzialità del territorio, possiamo contribuire allo sviluppo di un progetto che si accordi bene col territorio (Roberto Lo Crasto, Genova Liguria Film Commission).

Ci è capitato recentemente di favorire spostamenti di locations da un territorio all'altro, sempre finalizzati ad attrarre produzioni e migliorare il risultato, come nel caso della scelta di Ferrara per "Lea, un nuovo giorno" (Fabio Abagnato, Emilia-Romagna Film Commission).

"Hotel Portofino" è stata la sublimazione del lavoro di produzione; c'era un produttore inglese che non conosceva il territorio, siamo entrati a integrare creativamente l'immaginario con sopralluoghi, short list delle locations, proponendo i colori, la flora, i profumi per dare un'impronta davvero ligure (Roberto Lo Crasto, Genova Liguria Film Commission).



Il terzo aspetto da sottolineare riguarda la capacità di favorire la **scoperta di nuovi luoghi e territori** da sottoporre alle produzioni. L'incremento delle locations che possono ambire a diventare set e luoghi

d'ambientazione di racconti audiovisivi è un obiettivo che tutte le Film Commission si sono date e che intendono perseguire attraverso differenti strumenti e operazioni. In questo senso, la possibilità di creare accordi con le singole amministrazioni locali, la costruzione di reti tra più enti e comuni o la semplice sinergia con le agenzie che si occupano di promozione marketing territoriale sono tutti mezzi finalizzati ad ampliare lo spettro delle possibili locations, favorendo così una diversificazione dei territori ed esplorare tutto il potenziale a disposizione.

Abbiamo creato il progetto Rete Regionale che coinvolge oltre 70 comuni; incontriamo le istituzioni locali, facciamo scouting fotografico, abbiamo più di mille locations da mettere a disposizione. Il nostro compito è fare in modo che possano essere esplorate tutte le potenzialità del territorio. (Paolo Manera, Torino Piemonte Film Commission).

Nel 2015 abbiamo stipulato un accordo-quadro con Como capostipite per un aiuto reciproco tra comuni del territorio nell'ottica di creare territori friendly da proporre (Michaela Guenzi, Lombardia Film Commission).

Ci piace proporre di portare sullo schermo qualcosa che ancora non si è visto, come la funicolare di Genova in "Blanca". O come in "Petra" dove c'è stato un cambiamento di locations funzionale alla sceneggiatura e al racconto (Roberto Lo Crasto, Genova Liguria Film Commission).

Negli ultimi anni c'è stata una ridefinizione architettonica della città di Torino che ha permesso di scoprire nuovi luoghi e zone;

si può dire che la Film Commission l'ha accelerata (Paolo Manera, Torino Piemonte Film Commission).

Negli anni abbiamo incrementato notevolmente il numero di comuni coinvolti; il nostro obiettivo è collocare "il prodotto giusto nel posto giusto", trovare aree e comuni film-friendly (Cristina Bolla, Genova Liguria Film Commission).

Abbiamo un dialogo costante con i colleghi che si occupano di promozione turistica nella costruzione di itinerari di cineturismo (Fabio Abagnato, Emilia-Romagna Film Commission).



Un quarto elemento significativo consiste nell'**attivazione di reti** con distretti produttivi locali al fine di valorizzare il variegato ventaglio di know-how che il territorio può mettere a disposizione nei più svariati ambiti creativi, imprenditoriali, artigianali, associativi. Si tratta di un aspetto capace di rivelare l'originalità e l'innovatività delle Film Commission, il loro tratto "specifico" nel valorizzare a 360 gradi le caratteristiche del territorio. Da questo punto di vista, una regione può ambire a diventare punto di riferimento nazionale su determinate competenze, come nel caso della Toscana con la formula delle "botteghe" che si sono sviluppate intorno al tessile di Prato o alle competenze digitali presso l'area di Pisa, oppure mettendo a disposizione maestranze di vario livello con ricadute possibile per i comparti produttivi locali come nel caso della Lombardia.

Proponiamo gamme di servizi molto avanzati, soprattutto dal punto di vista delle infrastrutture fisiche che abbiano vicinanza con le reali vocazioni del territorio: a Prato abbiamo costruito un laboratorio di mestieri costruito intorno al tessile, "Game of Thrones" ha comprato tutte le stoffe qui.

A Pisa sfruttiamo il sapere umanistico e tecnologico creando una bottega del digitale: la serie di Zerocalcare è stata digitalizzata qui.

A Siena apriremo una manifattura sulla produzione musicale, a Pistoia dove c'è un distretto dei vivaisti lavoreremo per le scenografie e presto interverremo anche agli estremi della regione: Lunigiana e Maremma (Stefania Ippoliti, Toscana Film Commission).

Siamo stati la prima Film Commission a fare domanda come ente accreditatore sulla formazione per favorire le produzioni sul territorio. Abbiamo creato corsi per attrezzisti di scena e creato reti con artigiani, Confagricoltura, Confindustria, Camera di Commercio. Abbiamo anche luoghi come la nostra sede da mettere a disposizione e decine di imprese che gravitano intorno (Cristina Bolla, Genova Liguria Film Commission).

Dialoghiamo attivamente con APMAL - Associazione di Professionisti e Maestranze dell'audiovisivo Lombarda; sulle prime linee va bene che vengano da fuori portate dalla produzione, ma su maestranze di vario livello siamo noi a proporre, come in attività di sartoria o elettricisti (Michaela Guenzi, Lombardia Film Commission).

Abbiamo anche un database di attori e

comparse; tutto ciò che va nella direzione di facilitare i compiti del produttore e incontrare sviluppo ed esigenze locali è per noi fondamentale (Cristina Bolla, Genova Liguria Film Commission).



Infine, un ultimo livello in cui si concretizza l'attività delle Film Commission è quello dell'implementazione di **meccanismi di premialità** in diverse direzioni.

Al di là di alcune esperienze virtuose come Trentino e Sardegna che hanno inserito obblighi e protocolli specifici nell'ottica della sostenibilità e del rispetto ambientale, la grande maggioranza delle Film Commission non adotta criteri definiti, ma è comunque propositiva nel cercare di favorire e orientare le produzioni al rispetto di alcuni indicatori minimi, prevedendo eventualmente incentivi premiali da inserire nei bandi o attraverso il sostegno mediante fondi o servizi. Si tratta di un punto cruciale, su cui probabilmente le Film Commission giocheranno un ruolo sempre più centrale nel prossimo futuro, consapevoli di un'etica della "responsabilità reciproca" che caratterizza sempre più il rapporto con le case di produzione e i vari soggetti della filiera e che colloca le Film Commission in una posizione privilegiata nella catena del valore culturale, economico e sociale del proprio territorio di riferimento. La premialità, infine, può riguardare anche ambiti più creativi che vanno a incidere sulle stesse produzioni e rappresentazioni dei territori.

Quella dei "protocolli green" è una componente essenziale, ma ci manca la parte impositiva nei bandi. Le manifatture digitali sono realizzate nel rispetto della sostenibilità ambientale (Stefania Ippoliti, Toscana Film Commission).

Aderiamo al protocollo Edison per incentivare pratiche eco-sostenibili sul set e prevediamo dei meccanismi di premialità nei bandi per protocolli certificati (Paolo Manera, Torino Piemonte Film Commission).

Non abbiamo specifici protocolli green, ma ne stiamo discutendo anche se c'è da dire che le produzioni si stanno orientando comunque nella direzione dell'etica e della sostenibilità (Michaela Guenzi, Lombardia Film Commission).

Abbiamo introdotto un incentivo per quanto riguarda le musiche nelle produzioni audiovisive: dal 2022 ci sarà un punteggio premiale nei bandi per chi utilizza cantautori locali (Fabio Abagnato, Emilia-Romagna Film Commission).